



# GACETA DEL GOBIERNO



Periódico Oficial del Gobierno del Estado de México  
REGISTRO DGC NUM. 001 1021 CARACTERISTICAS 113282801

Mariano Matamoros Sur No. 308 C.P. 50130  
Tomo CLXXII

Toluca de Lerdo, Méx., miércoles 7 de noviembre del 2001  
No. 92

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

## SUMARIO:

MANUAL GENERAL DE ORGANIZACION DE LA UNIDAD DE  
INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA.

### SECCION CUARTA

## PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

### MANUAL GENERAL DE ORGANIZACION DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

#### INDICE

Presentación .....	
I. Antecedentes .....	
II. Base Legal .....	
III. Objeto y Atribuciones .....	
IV. Objetivo General .....	
V. Estructura Orgánica .....	
VI. Organigrama .....	
VII. Objetivo y Funciones por Unidad Administrativa .....	
• Unidad de Investigación y Mercadotecnia .....	
• Dirección General de Seguimiento de Medios e Investigación .....	
Subdirección de Estudios de Opinión Pública .....	
Departamento de Estudios Cuantitativos .....	
Departamento de Estudios Cualitativos .....	
Subdirección de Monitoreo .....	
Departamento de Monitoreo de Televisión y Radio .....	
Departamento de Monitoreo de Medios Impresos .....	
Subdirección de Análisis y Documentación .....	
Departamento de Análisis .....	
Departamento de Documentación .....	
• Dirección de Mercadotecnia .....	
Subdirección de Planeación y Producción .....	
Departamento de Planeación Estratégica .....	
Departamento de Redacción Publicitaria .....	
Departamento Editorial .....	
Subdirección de Creatividad .....	
Departamento de Diseño e Internet .....	
Departamento de Producción y Fotomecánica .....	
VIII. Directorio .....	
IX. Validación .....	

## PRESENTACION

La Administración Pública Estatal es el instrumento básico para convertir los objetivos, planes y programas gubernamentales en acciones y resultados concretos, orientados a responder a las expectativas de la sociedad mexicana. Por ello, es indispensable que el aparato público cuente con los mecanismos administrativos que apoyen, aseguren y agilicen el cumplimiento de los actos de gobierno.

Para lograr una mayor efectividad social y mejores resultados en los servicios públicos, es necesario que la Administración Pública revise y actualice permanentemente sus formas de organización, sistemas de trabajo y procedimientos de atención a los usuarios, a efecto de hacerlos congruentes con las circunstancias del entorno social y la disposición de recursos.

En consecuencia, la Secretaría de Administración ha venido instrumentando un amplio Programa de Modernización de la Administración Pública y Mejoramiento de la Atención a la Ciudadanía, el cual tiene como uno de sus propósitos, dotar al sector público estatal de estructuras de organización flexibles, racionales y congruentes con los objetivos y programas institucionales, así como de reglamentos interiores y manuales administrativos que delimiten los ámbitos de competencia, las áreas de responsabilidad y los cometidos fundamentales de las dependencias y organismos auxiliares.

Como parte de las acciones que se han realizado en esta materia y como resultado del análisis objetivo de los elementos administrativos existentes, se formuló el Manual General de Organización de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, mismo que se constituye en un instrumento administrativo básico, toda vez que establece la forma de organización y el funcionamiento de las unidades administrativas que la conforman, así como sus objetivos y funciones.

El manual en cuestión es un documento que permitirá a la Unidad precisar las funciones de cada unidad administrativa, deslindar responsabilidades, evitar duplicidades, detectar omisiones, contar con un medio de información y orientación al público y, en general, mejorar la productividad y calidad de las actividades que tiene encomendadas.

## I. ANTECEDENTES

El 9 de marzo de 1982 se expidió el Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea la Coordinación General de Comunicación Social, con el objeto de establecer un sistema de comunicación participativa que permitiera la rápida difusión de las acciones del Ejecutivo y que se convirtiera en un instrumento receptor de las demandas y necesidades de los diversos sectores del Estado.

En el marco de las acciones del Programa de Reestructuración de la Administración Pública Estatal, en mayo de 1995, la estructura de organización de la Coordinación General de Comunicación Social fue sujeta a diversas modificaciones entre las que se encuentran el cambio de denominación de la Dirección de Proyectos Especiales por Dirección de Publicidad, a la que se le adscribieron cuatro unidades administrativas: la Unidad de Programación de Medios, que cambió su denominación por la de Subdirección de Programación de Medios; así como sus dos departamentos, el de Programación y el de Difusión; y el Departamento de Comunicación Exterior y Señalización, que anteriormente dependía de la Unidad de Apoyo Administrativo, a la fecha Coordinación Administrativa. Más tarde, en noviembre de 1995, con el propósito de contribuir a la desconcentración administrativa se creó la Dirección Regional Zona Oriente para atender los asuntos de su competencia.

Toda vez que las tareas de la Dirección de Publicidad se ampliaron, con el propósito de articular de manera armónica las necesidades de difusión de la actividad gubernamental, a través de los distintos medios, en 1996 esta unidad administrativa elevó su nivel a Dirección General.

En 1997 se actualizó y publicó en el periódico oficial "Gaceta del Gobierno", el Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se modifica el diverso por el que se creó la Coordinación General de Comunicación Social y su Reglamento Interior.

No obstante de las modificaciones realizadas a la estructura de organización de la Coordinación General de Comunicación Social, se precisó la necesidad de contribuir, a partir de la creación de una unidad administrativa específica, al ejercicio de un gobierno democrático que impulsara la participación social y ofreciera servicios de calidad, así como para mejorar la interlocución entre el gobierno y la sociedad, a través del seguimiento de las tendencias de opinión y de las demandas ciudadanas expresadas en los medios de comunicación y en las encuestas aplicadas para tal efecto, a fin de evaluar la pertinencia y efectividad de sus acciones y las estrategias de comunicación pública.

En este sentido, el 23 de mayo de 2001, mediante Acuerdo del Ejecutivo, se creó la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, dependiente del titular del Poder Ejecutivo, para responder a las necesidades de comunicación de la población mexicana y fortalecer la apertura democrática de los tiempos actuales, siendo su propósito fundamental la valoración del impacto de las acciones del gobierno y las estrategias de comunicación, mediante la evaluación permanente de las tendencias de opinión pública.

## II. BASE LEGAL

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.  
Diario Oficial de la Federación, 5 de febrero de 1917, y sus reformas y adiciones.
- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 10 de noviembre de 1917, y sus reformas y adiciones.
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 17 de septiembre de 1981, y sus reformas y adiciones.
- Ley de Planeación del Estado de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 17 de enero de 1984.
- Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y Municipios.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 11 de septiembre de 1990, y sus reformas y adiciones.
- Ley de Adquisiciones de Bienes Muebles y Servicios del Estado de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 22 de marzo de 2000.
- Ley de Bienes del Estado de México y de sus Municipios.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 22 de marzo de 2000.

- Ley de Seguridad Social para los Servidores Públicos del Estado y Municipios.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 19 de octubre de 1994, y sus reformas.
- Ley Orgánica del Presupuesto de Egresos del Estado de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 29 de diciembre de 1971, y sus reformas.
- Ley del Trabajo de los Servidores Públicos del Estado y Municipios.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 23 de octubre de 1998.
- Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de México para el Ejercicio Fiscal del año correspondiente  
Gaceta del Gobierno del Estado de México.
- Código de Procedimientos Administrativos del Estado de México.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 7 de febrero de 1997.
- Reglamento para la Entrega y Recepción de Oficinas de la Administración Pública Estatal.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 14 de marzo de 1997.
- Acuerdo que Establece las Bases Administrativas Generales para la Asignación y Uso de los Bienes y Servicios a Disposición de los Servidores Públicos de las Dependencias, Organismos Auxiliares y Fideicomisos Públicos del Poder Ejecutivo Estatal.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 21 de febrero de 1995.
- Acuerdo por el que se Establecen las Normas Administrativas para la Asignación y Uso de Bienes y Servicios de las Dependencias, Organismos Auxiliares y Fideicomisos Públicos del Poder Ejecutivo Estatal.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 7 de mayo de 2001.
- Acuerdo del Ejecutivo del Estado que crea la Coordinación General de Comunicación Social.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 9 de marzo de 1982.
- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se modifica el diverso por el que se crea la Coordinación General de Comunicación Social.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 6 de enero de 1997.
- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se modifica el diverso por el que se crea la Coordinación General de Comunicación Social.  
Gaceta del Gobierno del Estado de México, 23 de mayo de 2001.
- Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.  
Gaceta del Gobierno, 23 de mayo de 2001.

### III. OBJETO Y ATRIBUCIONES

#### ACUERDO DEL EJECUTIVO DEL ESTADO POR EL QUE SE CREA LA UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA

**PRIMERO.-** Se crea la Unidad de Investigación y Mercadotecnia como una unidad administrativa dependiente del Ejecutivo del Estado.

**SEGUNDO.-** La Unidad de Investigación y Mercadotecnia tendrá por objeto:

- I. Promover y realizar estudios de opinión pública para conocer el impacto de los programas y acciones del Poder Ejecutivo Estatal;
- II. Diseñar estrategias de comunicación social para divulgar el quehacer gubernamental;
- III. Monitorear y analizar la información que difundan los medios de comunicación masiva sobre las actividades del Poder Ejecutivo Estatal;
- IV. Elaborar y entregar oportunamente al Gobernador del Estado y a los titulares de las dependencias, una síntesis informativa de los asuntos relevantes de la acción gubernamental;
- V. Preparar el diseño gráfico de las publicaciones y materiales promocionales que difundan actividades relevantes del Poder Ejecutivo Estatal;
- VI. Canalizar a las dependencias, según corresponda, información relativa a problemas que plantea la sociedad a través de los medios de comunicación;
- VII. Establecer la normatividad y las políticas de imagen institucional del Gobierno del Estado, tanto gráfica como conceptual;
- VIII. Coordinar las tareas de investigación y diseño de materiales orientados a divulgar los valores históricos y culturales que integran la identidad estatal;
- IX. Supervisar la transmisión y publicación de mensajes en los medios de comunicación, en términos de calidad y oportunidad de la información que se difunde;
- X. Integrar el acervo documental con la información que generen las dependencias del Poder Ejecutivo Estatal y con las notas que se recopilen diariamente de los medios de comunicación; y
- XI. Las demás que le encomiende el titular del Poder Ejecutivo Estatal.

### IV. OBJETIVO GENERAL

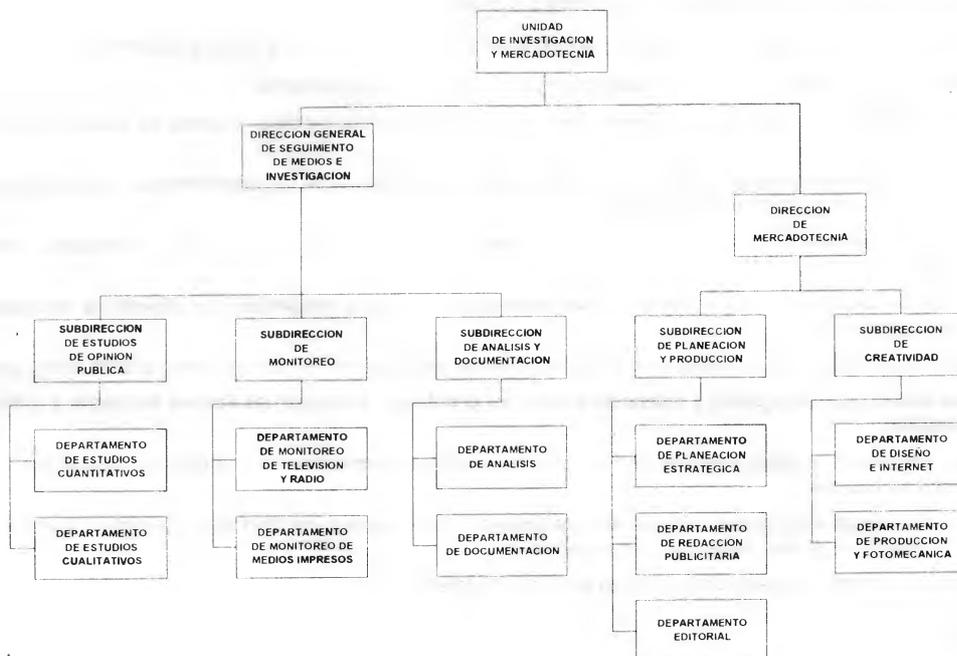
Determinar e instrumentar sistemas de comunicación participativa y especializada que permitan difundir en forma adecuada las actividades desarrolladas por el Ejecutivo del Estado y las dependencias que lo conforman, así como aquellos encaminados a captar la tendencia de la opinión pública y los medios de comunicación, para generar una imagen institucional adecuada del quehacer público.

V. ESTRUCTURA ORGANICA

221000000	Unidad de Investigación y Mercadotecnia
221010000	Dirección General de Seguimiento de Medios e Investigación
221010100	Subdirección de Estudios de Opinión Pública
221010101	Departamento de Estudios Cuantitativos
221010102	Departamento de Estudios Cualitativos
221010200	Subdirección de Monitoreo
221010201	Departamento de Monitoreo de Televisión y Radio
221010202	Departamento de Monitoreo de Medios Impresos
221010300	Subdirección de Análisis y Documentación
221010301	Departamento de Análisis
221010302	Departamento de Documentación
221001000	Dirección de Mercadotecnia
221001100	Subdirección de Planeación y Producción
221001101	Departamento de Planeación Estratégica
221001102	Departamento de Redacción Publicitaria
221001103	Departamento Editorial
221001200	Subdirección de Creatividad
221001201	Departamento de Diseño e Internet
221001202	Departamento de Producción y Fotomecánica

VI. ORGANIGRAMA

UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA



**VII. OBJETIVO Y FUNCIONES POR UNIDAD ADMINISTRATIVA****221000000 UNIDAD DE INVESTIGACION Y MERCADOTECNIA****OBJETIVO:**

Evaluar, a través del análisis de la opinión pública y de la información generada en los medios, el desempeño y la imagen gubernamental para la eficiente aplicación de las estrategias de comunicación del gobierno estatal, a efecto de contribuir en el logro de las metas institucionales.

**FUNCIONES:**

- Organizar, planear y coordinar conjuntamente con las dependencias, organismos auxiliares y fideicomisos de la administración pública estatal, el diseño y la realización de programas o campañas específicas de comunicación.
- Proponer y acordar con el titular del Ejecutivo Estatal, los programas relativos a las campañas de difusión sobre el fomento de los valores históricos y culturales que constituyen la identidad estatal.
- Establecer sistemas y mecanismos de comunicación que permitan captar información proveniente de la población para la adecuada toma de decisiones.
- Proponer al titular del Ejecutivo y hacer del conocimiento de las instancias públicas correspondientes, las normas y lineamientos para la publicación de carteles, folletos, trípticos, libros y cualquier otro medio a través de los cuales se difundan las acciones relevantes de la administración pública estatal.
- Coordinar y supervisar que las publicaciones oficiales cumplan con las políticas editoriales vigentes en la entidad.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010000 DIRECCION GENERAL DE SEGUIMIENTO DE MEDIOS E INVESTIGACION****OBJETIVO:**

Contribuir al mejoramiento y aplicación de las estrategias de comunicación institucional del Gobierno del Estado de México, a través del análisis y evaluación de la opinión pública y de la información generada por los medios de comunicación masiva con base en su evolución, comportamiento presente y resultados.

**FUNCIONES:**

- Analizar y evaluar la imagen que los medios de comunicación presentan sobre el acontecer sociopolítico del Estado de México, tanto en su contexto nacional como estatal.
- Planear, coordinar y realizar estudios sobre las actitudes, opiniones y comportamiento ciudadano con respecto a las acciones del gobierno y de sus principales actores políticos, a efecto de proporcionar información objetiva, oportuna y relevante para la toma de decisiones y para la elaboración de estrategias de comunicación social pertinentes.
- Analizar la información generada por los diversos medios de comunicación y por los grupos de opinión ciudadana, así como detectar aquellos referentes a inquietudes de la ciudadanía sobre problemas específicos, con el propósito de canalizarla a las dependencias correspondientes para su atención.
- Elaborar informes y diagnósticos periódicos sobre el desarrollo y evolución de los medios de comunicación estatales, públicos y privados.
- Analizar y evaluar sistemáticamente la producción en materia de comunicación institucional del Gobierno del Estado de México.
- Realizar investigaciones cuantitativas y cualitativas tendientes a conocer el perfil y las necesidades de información de los diversos públicos de los medios de comunicación nacionales y estatales: lectores, audiencias y teleaudiencias, *ratings*, etc.
- Recopilar y organizar la información documental y audiovisual sobre las principales noticias emitidas por los diversos medios de comunicación y la información elaborada con fines de comunicación institucional, así como resguardarla en un centro de documentación especializado.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010100 SUBDIRECCION DE ESTUDIOS DE OPINION PUBLICA****OBJETIVO:**

Evaluar y/o detectar, a través de la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social, la opinión de la comunidad respecto a las acciones del Ejecutivo Estatal, de sus dependencias y de los diversos actores políticos que intervienen en el acontecer sociopolítico mexicano.

**FUNCIONES:**

- Realizar y aplicar técnicas cualitativas (grupos de discusión, entrevistas a profundidad, análisis de contenido, pruebas proyectivas, etc.) que permitan conocer la opinión e interpretación de la población acerca de las acciones comunicativas del gobierno, a efecto de evaluarlas y validarlas.
- Realizar y aplicar técnicas cuantitativas (encuestas, sondeos de opinión, etc.) sobre la imagen y posicionamiento del titular del Ejecutivo Estatal ante la sociedad, así como de las acciones y programas emprendidos por su gobierno.
- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas sobre problemas, para canalizarla a las dependencias o ayuntamientos para su debida atención.
- Recabar la información referente a las respuestas dadas a las demandas y problemas planteados por la población y turnarlas a los medios de comunicación para su difusión.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010101 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS CUANTITATIVOS****OBJETIVO:**

Evaluar, analizar y dar seguimiento al comportamiento de la opinión pública a través del uso y aplicación de las técnicas cuantitativas de investigación social (encuestas, sondeos, etc.) con respecto a las acciones del Gobierno del Estado y sus diversos actores políticos.

**FUNCIONES:**

- Diseñar, supervisar y realizar encuestas y sondeos de opinión sobre la imagen del Gobierno y del titular del Ejecutivo, así como de las acciones y programas emprendidos por éstos.
- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas y canalizarla a las dependencias correspondientes.
- Evaluar, por medio de técnicas cuantitativas, la penetración y aceptación de las acciones comunicativas del Gobierno y del titular del Ejecutivo Estatal.
- Realizar el seguimiento sobre la evolución de la opinión ciudadana respecto de la imagen del Gobierno, efectuando las estadísticas correspondientes.
- Aplicar técnicas de investigación documental y de campo necesarias para conocer el grado de identidad estatal de la población.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010102 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS CUALITATIVOS****OBJETIVO:**

Evaluar, analizar y dar seguimiento al comportamiento de la opinión pública a través del uso y aplicación de técnicas cualitativas de investigación social (grupos de discusión, análisis de contenido, entrevistas a profundidad, etc.) con respecto a las acciones del Gobierno del Estado y sus diversos actores políticos.

**FUNCIONES:**

- Diseñar, realizar y supervisar la operación de grupos de discusión, análisis de contenido, entrevistas a profundidad, etc., que tengan por objeto conocer las representaciones, percepciones y actitudes que la ciudadanía mexiquense tiene sobre las actividades del gobierno y sus principales actores políticos.
- Identificar y detectar la información relativa a demandas ciudadanas y canalizarla a las dependencias correspondientes.
- Evaluar, por medio de técnicas cuantitativas la credibilidad y la aceptación de las acciones comunicativas del gobierno y del titular del Ejecutivo Estatal.
- Elaborar perfiles psicográficos de los diferentes segmentos de la población mexiquense para conocer su modo de pensar, sus estilos de vida y sus inquietudes, primordialmente.
- Aplicar técnicas de investigación documental y de campo para conocer el grado de identidad de la población que vive en el Estado de México.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010200 SUBDIRECCION DE MONITOREO****OBJETIVO:**

Diseñar, elaborar y supervisar procedimientos sistemáticos, objetivos y confiables para analizar la información transmitida por los medios de comunicación sobre las actividades del Gobierno del Estado y sus representantes.

**FUNCIONES:**

- Analizar y evaluar la producción de comunicación emitida por los servidores públicos y por los diversos órganos de difusión nacionales y estatales, verificando su congruencia con las acciones reales del gobierno.
- Elaborar, periódicamente síntesis, reportes y documentos analíticos en los que se muestre el impacto del quehacer gubernamental y sus repercusiones, a través de los medios de comunicación.
- Coordinar el seguimiento de la imagen del Gobernador y de los diversos actores políticos en los medios de comunicación nacionales y estatales.
- Proponer medidas para mejorar continuamente la presentación y difusión de información, garantizando las condiciones de oportunidad y veracidad.
- Elaborar y coordinar la integración de la carpeta de análisis de medios, del análisis del panorama informativo diario y del resumen de columnas políticas.
- Supervisar y dar seguimiento al Sistema de Atención a Demandas Ciudadanas (SIADEC).
- Coordinar la elaboración de los análisis de información temática y especialidades publicadas en los diversos medios informativos.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010201 DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE TELEVISION Y RADIO****OBJETIVO:**

Captar y dar seguimiento a los acontecimientos relacionados con el acontecer gubernamental en la entidad, transmitidos al público a través de la televisión y la radio nacionales y estatales.

**FUNCIONES:**

- Monitorear los medios de comunicación electrónicos locales y nacionales, así como captar la información noticiosa respecto al acontecer público administrativo de la entidad.
- Captar las quejas y denuncias presentadas por el público en general a través de los diversos medios de comunicación, para turnarlas a las instancias correspondientes para su atención, así como establecer un sistema de seguimiento que permita conocer el avance en el cumplimiento de las mismas.
- Evaluar la información relacionada con las actividades del Gobierno Estatal, difundida a través de la radio y la televisión.
- Elaborar el reporte diario de monitoreo y presentarlo a las instancias que corresponda.
- Distribuir con oportunidad los reportes de monitoreo, de televisión y de radio, a los servidores públicos autorizados por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Integrar, clasificar y sintetizar la información diaria emitida por las estaciones radiodifusoras y televisoras que sea de interés para los servidores públicos del Gobierno Estatal en el desempeño de sus funciones.
- Realizar análisis y evaluaciones periódicas para conocer el contenido de la imagen gubernamental en medios audiovisuales.
- Analizar y dar seguimiento a las noticias difundidas a través de medios escritos, para determinar su trascendencia e impacto social.
- Elaborar análisis y reportes inmediatos sobre el impacto causado por la información transmitida en los medios audiovisuales sobre el quehacer gubernamental.
- Informar a la Unidad de Investigación y Mercadotecnia la problemática difundida en los medios audiovisuales entre la población del Estado.
- Recopilar e integrar en carpetas la información transmitida en la televisión y la radio nacional y estatal.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010202 DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS****OBJETIVO:**

Realizar la selección, análisis y síntesis de la información que editan los principales diarios, revistas nacionales y locales y otros medios impresos, sobre el acontecer sociopolítico de la entidad.

**FUNCIONES:**

- Recopilar, ordenar y clasificar la información referente al quehacer gubernamental publicada en los periódicos estatales y nacionales y elaborar la síntesis correspondiente.

- Proporcionar a los titulares de las dependencias gubernamentales la síntesis informativa de medios impresos y otros reportes, para enterarlos de la situación que prevalece en la entidad.
- Analizar y dar seguimiento a las notas periodísticas relevantes para determinar su trascendencia e impacto social.
- Informar a la Unidad de Investigación y Mercadotecnia la problemática que a través de los medios impresos se difunde entre la población del Estado.
- Analizar y reportar, de manera inmediata, el impacto causado por la información que sobre el quehacer gubernamental se difunde a través de los medios impresos.
- Recopilar los boletines de prensa emitidos por la Coordinación General de Comunicación Social en los diarios estatales y nacionales.
- Elaborar la síntesis de las publicaciones que sobre el quehacer gubernamental se difundan en revistas semanales y mensuales.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

#### 221010300 SUBDIRECCION DE ANALISIS Y DOCUMENTACION

##### OBJETIVO:

Diseñar y aplicar sistemas de recuperación y resguardo de información que permitan acceder y conservar la información relevante producida con fines comunicativos por el Gobierno y sus dependencias, así como por la opinión pública y los medios de comunicación.

##### FUNCIONES:

- Diseñar sistemas de información y de resguardo que permitan hacer un uso eficaz y eficiente de la información institucional: captura, conservación y uso de los acervos con que cuenta la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Proporcionar los soportes documentales, gráficos y audiovisuales a las áreas especializadas en la difusión de la imagen institucional que así lo soliciten.
- Diseñar y desarrollar un sistema de información computarizado y digitalizado, al cual tenga acceso el Ejecutivo Estatal, los funcionarios públicos, la Unidad de Investigación y Mercadotecnia y las direcciones generales.
- Integrar y operar un centro de documentación en el que se recopile y resguarde la memoria de las acciones comunicativas más relevantes del Gobierno Estatal y del titular del Ejecutivo.
- Operar un sistema de archivo para resguardar la información generada por las dependencias del Poder Ejecutivo Estatal.
- Recopilar y resguardar las notas periodísticas en las que se haga mención de las acciones realizadas por el titular del Poder Ejecutivo Estatal.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

#### 221010301 DEPARTAMENTO DE ANALISIS

##### OBJETIVO:

Elaborar estudios sobre el perfil de los medios de comunicación, así como del perfil psicográfico y sociodemográfico de los diferentes segmentos de la población, para conocer el alcance y la cobertura de los medios y los hábitos y costumbres del público.

##### FUNCIONES:

- Establecer mecanismos y técnicas que permitan identificar y analizar el comportamiento del público que consulta los medios masivos de comunicación: lectores, audiencias, televidentes, etc., en las diversas regiones de la entidad.
- Realizar estudios relacionados con el crecimiento, alcance y penetración de los medios de comunicación a nivel nacional, estatal y regional en el Estado de México, para conocer el grado de penetración de la información que se difunde sobre las acciones realizadas por el Gobierno Estatal.
- Realizar investigaciones en los diversos sectores, para verificar y evaluar el alcance y la validez de los medios de comunicación utilizados, verificando que se cumplan los objetivos de las campañas publicitarias u otras estrategias comunicativas.
- Diseñar y operar un sistema que permita analizar y evaluar la información que sobre el quehacer gubernamental se emite a través de los medios de comunicación.
- Analizar y dar seguimiento al comportamiento de los *opinion makers* y de las empresas mediáticas y sus empresarios.
- Elaborar reportes, informes y notas para identificar las características generales de la información que presentan los medios masivos sobre las acciones del Gobierno Estatal, así como proponer medidas que coadyuven a incrementar su impacto.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221010302 DEPARTAMENTO DE DOCUMENTACION****OBJETIVO:**

Establecer un sistema de registro, resguardo y recuperación de la documentación gráfica y audiovisual publicada en medios informativos, relacionada con la evolución social, pública, económica y cultural del Estado, así como de las acciones relevantes del Gobierno, para hacer más expedita su consulta y análisis.

**FUNCIONES:**

- Clasificar y archivar los documentos gráficos y audiovisuales publicados en medios de comunicación, relacionados con la dinámica económica, política, social y cultural de la entidad.
- Mantener actualizado el banco de datos de los sistemas de información más relevantes de las actividades gubernamentales, para hacer más rápida y eficiente su consulta.
- Establecer y operar un sistema de préstamo de la documentación gráfica y documental resguardada, para garantizar su control y conservación.
- Elaborar catálogos del acervo documental resguardado en el centro de documentación, así como fichas de identificación cronológica, por tema, autor y denominación de las publicaciones o documentos concentrados.
- Verificar que las condiciones ambientales de las instalaciones del centro de documentación permitan la conservación física de los acervos.
- Analizar y depurar permanentemente la información existente, para mantener actualizada la información resguardada en el centro de documentación.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001000 DIRECCION DE MERCADOTECNIA****OBJETIVO:**

Diseñar y desarrollar mecanismos modernos y eficientes que coadyuven a la instrumentación de programas estratégicos de comunicación para la difusión de la imagen gubernamental, de la identidad estatal y de comunicación organizacional.

**FUNCIONES:**

- Diseñar programas de comunicación estratégica que permitan incrementar la difusión del quehacer gubernamental entre la opinión pública, tanto para posicionar la imagen de gobierno, como para fortalecer la identidad estatal.
- Coordinar el desarrollo de estrategias específicas de comunicación organizacional dirigidas a los servidores públicos del Gobierno Estatal que permitan armonizar, fortalecer y eficientar el trabajo institucional.
- Integrar el plan de medios y vigilar el uso de instrumentos alternos que permitan, mediante una selección eficiente de los mismos, la mayor penetración y cobertura de los mensajes gubernamentales.
- Coordinar la edición de publicaciones oficiales, periódicas y especializadas en las que se difunda la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Formular y difundir, entre las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública estatal, los lineamientos para el uso de la identidad gráfica institucional del Gobierno del Estado de México y supervisar su observancia.
- Asesorar a las dependencias en materia de comunicación para la planeación de estrategias específicas o coyunturales relacionadas con la gestión gubernamental y con la prestación de los servicios públicos.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**22101100 SUBDIRECCION DE PLANEACION Y PRODUCCION****OBJETIVO:**

Proponer y desarrollar estrategias de comunicación, periódicas y coyunturales, para difundir la imagen gubernamental y la identidad estatal.

**FUNCIONES:**

- Coordinar el desarrollo de los programas y estrategias de comunicación, tanto las de carácter integral instruidas por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, como las solicitadas por las dependencias del Ejecutivo.
- Coordinar la investigación y recopilación de información para integrar el contenido de las campañas de difusión y de las publicaciones oficiales.
- Proponer, a partir del análisis y conceptualización de las campañas o estrategias diseñadas, los objetivos, mensajes y medios a utilizar, tomando en consideración las características de la población a la que se van a dirigir.
- Verificar los contenidos de los productos de comunicación seleccionados (cartel, folleto, volante, guiones de radio, de televisión y de cine, mantas, bardas, carteleras, etc.).
- Coordinar la integración de contenidos y verificar la corrección de las publicaciones oficiales, periódicas y especializadas, vinculadas con la difusión de la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Proponer los períodos y características (frecuencia e intensidad) de los mensajes a difundir a través de los diferentes medios de comunicación (impresos, electrónicos, masivos o alternos).

- Asesorar a las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública estatal en el diseño y planeación de estrategias de difusión y en la elaboración de publicaciones oficiales.
- Diseñar y desarrollar proyectos especiales requeridos por la Dirección de Mercadotecnia, proporcionando de manera sistemática y oportuna los reportes, documentos o avances de los materiales encomendados.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001101 DEPARTAMENTO DE PLANEACION ESTRATEGICA****OBJETIVO:**

Desarrollar proyectos de investigación y sistematizar la información para integrar los contenidos de las campañas de comunicación y para las publicaciones oficiales en las que se difunde la acción gubernamental y la identidad estatal.

**FUNCIONES:**

- Desarrollar proyectos de investigación documental y de campo para la elaboración y producción de materiales de comunicación sobre la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Colaborar en la integración del acervo documental y fotográfico de la Dirección de Mercadotecnia.
- Sistematizar la información recabada sobre aspectos históricos y culturales del Estado y sus municipios, así como del avance de los programas y acciones de gobierno.
- Proponer y elaborar trípticos, folletos, suplementos, inserciones en revistas especializadas, audiovisuales, exposiciones y página web, para difundir la acción gubernamental y la identidad estatal.
- Integrar el Programa Editorial Anual de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia.
- Proporcionar asesoría y solicitar el apoyo a las dependencias del Ejecutivo para la integración de materiales o documentos para difundir la identidad estatal.
- Elaborar contenidos promocionales e informativos de acuerdo con los medios programados en cada campaña, estrategia o programa de difusión.
- Supervisar la producción de los materiales impresos y audiovisuales que se requieran, así como verificar que la información contenida sea la correcta.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001102 DEPARTAMENTO DE REDACCION PUBLICITARIA****OBJETIVO:**

Diseñar y desarrollar estrategias de difusión, así como elaborar el programa anual de campañas de difusión sobre la acción gubernamental y la identidad Estatal.

**FUNCIONES:**

- Elaborar el programa anual de campañas de difusión sobre la imagen gubernamental y la identidad estatal.
- Diseñar las campañas de difusión instruidas por la Unidad de Investigación y Mercadotecnia, así como las solicitadas por las dependencias del Ejecutivo Estatal.
- Proponer los mensajes y los medios de comunicación a utilizar en cada campaña, tomando en consideración las características del auditorio al que habrán de dirigirse las acciones de difusión.
- Proponer los períodos, la frecuencia e intensidad de los mensajes para lograr la cobertura y el impacto deseados.
- Supervisar la producción de los materiales impresos y audiovisuales que se requieran en cada caso, así como verificar que la información contenida sea correcta.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo para la planeación y desarrollo de estrategias de comunicación.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001103 DEPARTAMENTO EDITORIAL****OBJETIVO:**

Planear y supervisar el proceso de edición de las publicaciones oficiales, promocionales e informativas, a través de las cuales se difunde la acción gubernamental y la identidad estatal.

**FUNCIONES:**

- Elaborar publicaciones oficiales, periódicas y especializadas, a través de las cuales se difunda la acción de gobierno y la identidad estatal.
- Recopilar y analizar la información necesaria para elaborar los contenidos de las publicaciones, así como seleccionar los gráficos a incluir y supervisar la edición de las publicaciones oficiales periódicas.
- Elaborar publicaciones especializadas tales como inserciones para revistas, suplementos, encartes, libros, folletos y página web.

- Recopilar y editar los discursos pronunciados por el C. Gobernador y los Informes de Gobierno, así como la memoria o crónica sexenal.
- Revisar la información contenida en anuncios oficiales, avisos, convocatorias, licitaciones y otros, a efecto de verificar que la información que será difundida sea correcta.
- Proporcionar asesoría y apoyo a las dependencias del Ejecutivo en la integración y desarrollo de proyectos editoriales.
- Supervisar la producción de los materiales impresos y audiovisuales considerados en cada proyecto editorial.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001200 SUBDIRECCION DE CREATIVIDAD****OBJETIVO:**

Diseñar y proyectar gráficamente la imagen institucional que habrán de proyectar los programas de comunicación, sobre la acción gubernamental y la identidad estatal.

**FUNCIONES:**

- Elaborar el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México y someterlo a la consideración de las instancias correspondientes para su difusión entre las dependencias del Ejecutivo.
- Supervisar la aplicación de los elementos gráficos de identidad institucional en los materiales impresos y audiovisuales producidos por las dependencias del Ejecutivo estatal.
- Coordinar el diseño y la producción de las expresiones gráficas, de acuerdo con las necesidades técnico funcionales de las campañas de difusión y de las publicaciones oficiales.
- Elaborar bocetos, así como originales mecánicos y electrónicos, de los materiales impresos y audiovisuales y de comunicación exterior y señalización para su reproducción.
- Supervisar los procesos técnicos de impresión de los materiales de comunicación para garantizar los estándares de calidad requeridos.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo para el diseño, producción y difusión de materiales impresos y audiovisuales.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001201 DEPARTAMENTO DE DISEÑO E INTERNET****OBJETIVO:**

Desarrollar los conceptos y elementos gráficos de los mensajes correspondientes a los programas, estrategias y campañas de comunicación y de las publicaciones oficiales, así como proyectar la imagen, el quehacer gubernamental y la identidad estatal, a través de la red Internet.

**FUNCIONES:**

- Mantener actualizado el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Gobierno del Estado de México.
- Realizar la conceptualización gráfica de las campañas de difusión, de acuerdo con la naturaleza de los mensajes, el tipo de medios a utilizar y las características del auditorio al que están dirigidas.
- Elaborar propuestas de diseño gráfico y editorial para las publicaciones oficiales, periódicas y especializadas.
- Diseñar bocetos y originales electrónicos de los materiales impresos y audiovisuales requeridos para cada campaña de difusión y para las publicaciones oficiales.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias de la administración pública estatal, para el diseño gráfico de materiales impresos y audiovisuales.
- Incorporar a la página web la información oficial relacionada con las actividades del titular del Ejecutivo Estatal y de las dependencias del gobierno (boletines, comunicados de prensa, fotografías y discursos).
- Mantener actualizada la página web del gobierno estatal en lo relativo a trámites, servicios o eventos especiales de duración y vigencia relativa.
- Mantener actualizada la página de identidad estatal en la que se incluye información relacionada con la historia, los personajes, los valores cívicos y los símbolos que identifican a los mexiquenses.
- Explorar y conocer a través de la red Internet nuevos productos, técnicas y recursos de comunicación que permitan retroalimentar a las áreas creativas para el diseño y la elaboración de los productos de comunicación.
- Asesorar y apoyar a las áreas de informática de las dependencias gubernamentales, para la integración, actualización y enriquecimiento de la información que difunden en sus páginas de Internet.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**221001202 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION Y FOTOMECANICA****OBJETIVO:**

Elaborar los originales mecánicos y/o electrónicos para la reproducción de materiales impresos, así como producir los negativos, positivos y copias fotográficas de los elementos gráficos requeridos para el diseño de materiales impresos y audiovisuales.

**FUNCIONES:**

- Realizar la composición tipográfica de los materiales impresos y de las publicaciones oficiales.
- Elaborar originales mecánicos y/o electrónicos de materiales impresos, con base en los bocetos propuestos por el Departamento de Diseño.
- Producir originales mecánicos para la impresión de publicaciones oficiales periódicas y especializadas, así como anuncios, convocatorias, licitaciones y avisos gubernamentales para su publicación en prensa.
- Diseñar materiales demostrativos, como láminas, álbumes y elementos de señalización, entre otros.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo Estatal en la producción gráfica de materiales impresos y demostrativos.
- Realizar la ampliación, reducción y reproducción de los materiales gráficos y/o tipográficos con base en los requerimientos de los Departamentos de Diseño y de Producción.
- Producir en fotomecánica, negativos y/o positivos de los materiales que serán enviados a impresión.
- Verificar que los originales fotomecánicos de los materiales impresos elaborados por las empresas especializadas cumplan con las normas de calidad requeridas.
- Proporcionar asesoría y apoyo técnico a las dependencias del Ejecutivo en la producción de negativos, positivos y copias fotográficas de elementos gráficos y tipográficos.
- Desarrollar las demás funciones inherentes al área de su competencia.

**VIII. DIRECTORIO**

**Lic. Arturo Montiel Rojas**

Gobernador Constitucional del Estado de México

**Mtra. Lucila Isabel Orive Gutiérrez**

Jefa de la Unidad de Investigación y Mercadotecnia

**Dr. Rafael Serrano Partida**

Director General de Seguimiento de Medios e Investigación

**Lic. Irma Cruz Esquivel**

Directora de Mercadotecnia

**IX. VALIDACION**

**LIC. APOLINAR MENA VARGAS**

DIRECTOR GENERAL DE ORGANIZACION Y  
DOCUMENTACION  
(RUBRICA)

**MTRA. LUCILA ISABEL ORIVE GUTIERREZ**

JEFA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACION  
Y MERCADOTECNIA  
(RUBRICA)

**LIC. ELIZABETH VILCHIS PEREZ**

DIRECTORA DE ORGANIZACION  
Y VINCULACION CIUDADANA  
(RUBRICA)

**DR. RAFAEL SERRANO PARTIDA**

DIRECTOR GENERAL DE SEGUIMIENTO DE  
MEDIOS E INVESTIGACION  
(RUBRICA)

**LIC. IRMA CRUZ ESQUIVEL**

DIRECTORA DE MERCADOTECNIA  
(RUBRICA)