



**INSTITUTO NACIONAL  
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA DIRECCIÓN  
GENERAL ADJUNTA DE COMUNICACIÓN.**

**DIRECCIÓN GENERAL DE VINCULACIÓN Y SERVICIO PÚBLICO DE  
INFORMACIÓN.**

**FECHA DE ACTUALIZACIÓN: Enero 2017.**

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

2

**INTEGRÓ:**

**MIGUEL ÁNGEL BOLAÑOS SÁNCHEZ,**  
ENCARGADO DE LA ATENCIÓN DE  
LOS ASUNTOS DE LA DIRECCIÓN  
DE ADMINISTRACIÓN.

**VALIDÓ:**

**SILVIA MARROQUIN LARA,**  
DIRECTORA GENERAL ADJUNTA DE  
COMUNICACIÓN.

**DICTAMINÓ:**

**LUIS M. ZAPATA FERRER,**  
DIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE  
PROGRAMACIÓN, ORGANIZACIÓN Y  
PRESUPUESTO.

**Vo.Bo.:**

**JORGE VENTURA NEVARES,**  
COORDINADOR GENERAL DE  
ASUNTOS JURÍDICOS.

**AUTORIZÓ:**

**MARCOS BENERICE GONZÁLEZ  
TEJEDA,**  
DIRECTOR GENERAL DE  
ADMINISTRACIÓN.

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

3

**ÍNDICE:**

	<b>Página</b>
<b>I. Introducción;</b>	<b>4</b>
<b>II. Marco Jurídico Administrativo;</b>	<b>5</b>
<b>III. Glosario;</b>	<b>7</b>
<b>IV. Objetivo del Manual;</b>	<b>9</b>
<b>V. Políticas Generales;</b>	<b>9</b>
<b>VI. Procedimientos;</b>	<b>11</b>
<b>VII. Control de Cambios;</b>	<b>171</b>
<b>VIII. Interpretación, y</b>	<b>174</b>
<b>Transitorios.</b>	<b>174</b>

## I. INTRODUCCIÓN.-

El artículo 39 del Reglamento Interior del Instituto Nacional de Estadística y Geografía cuya última modificación fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de noviembre de 2016, cita las atribuciones específicas de la Dirección General Adjunta de Comunicación, entre las que se encuentran, administrar la prestación del Servicio Público de Información; operar el Programa Anual de Productos del Instituto; diseñar e implementar los mecanismos para el acceso a los microdatos, las encuestas nacionales y muestras representativas de los operativos censales; implementar en coordinación con las Unidades Administrativas del Instituto, la evaluación de la satisfacción de las y los usuarios y detección de necesidades de información estadística y geográfica; y diseñar e implementar las campañas masivas de comunicación para promover el uso y aprovechamiento de los productos y servicios que ofrece el Instituto; con base en dichas facultades se procede con la formulación del presente Manual de Procedimientos.

La elaboración del Manual de Procedimientos de la Dirección General Adjunta de Comunicación tiene como propósito central, establecer los lineamientos y secuencias cronológicas de los procedimientos que se deben seguir en la consecución de las actividades sustantivas o adjetivas a efectuar, explicando la importancia de manera clara y sencilla a la o el usuario o la o el destinatario del documento y los objetivos que se pretenden alcanzar en la realización de las tareas encomendadas a esta Dirección General Adjunta; así como, que el personal de la misma desarrollen sus actividades de manera eficaz, en los procesos de atención a las o los usuarios, reproducción, publicación, promoción y difusión de la información generada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Este documento recopila los procedimientos de la Dirección General Adjunta de Comunicación, conforme a la estructura básica y no básica al 01 de septiembre de 2016; recoge los diversos cambios que se han realizado en la misma, con la finalidad de mejorar y hacer más eficientes sus procesos, y contribuir a la comunicación de la información estadística y geográfica que genera e integra el Instituto, así como fortalecer los vínculos institucionales con los diversos sectores de la Sociedad y el Estado.

## II. MARCO JURÍDICO ADMINISTRATIVO.-

### a) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

### b) Leyes:

- b.1. Ley de la Propiedad Industrial;
- b.2. Ley del Impuesto al Valor Agregado;
- b.3. Ley del Impuesto Sobre la Renta;
- b.4. Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica;
- b.5. Ley Federal de Derechos;
- b.6. Ley Federal del Derecho de Autor;
- b.7. Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos;
- b.8. Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública;
- b.9. Ley General de Responsabilidades Administrativas;
- b.10. Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública;
- b.11. Ley Sobre Delitos de Imprenta, y
- b.12. Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales.

### c) Códigos:

- c.1. Código de Ética para los Integrantes del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG).

### d) Reglamentos:

- d.1. Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial;
- d.2. Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor;
- d.3. Reglamento de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, y
- d.4. Reglamento Interior del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

6

**e) Documentos Administrativos:**

- e.1. Las Disposiciones internas de carácter administrativo que se encuentran disponibles para su consulta por cualquier interesado en la dirección electrónica:  
<http://sc.inegi.org.mx/Normateca2010/menuNormateca.jsp?codigo=020108>
- e.2. Marco Jurídico Administrativo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, se actualiza para su consulta por cualquier interesado en el Portal de Transparencia del Sitio Web Institucional ubicado en la dirección electrónica:  
<http://www.inegi.org.mx/transparencia/marconormativo/>

**f) Otros:**

- f.1. Las disposiciones que conforman el Marco Jurídico del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, se actualizan para su consulta por cualquier interesado en la siguiente dirección electrónica:  
<http://www.snieg.org.mx/>

### III. GLOSARIO.-

1. **Área generadora:** todas aquellas áreas que elaboran publicaciones o información estadística y geográfica, que se da a conocer públicamente mediante formato impreso, discos compactos o internet;
2. **Área solicitante:** término que se usa para identificar a las áreas que presentan un requerimiento para desarrollar un producto promocional o publicar algún tipo de información en el Sitio;
3. **Biblioteca Digital:** repositorio de publicaciones, documentos metodológicos, productos cartográficos e imágenes del territorio en formato digital generadas por el INEGI que se encuentran disponibles en el Sitio en Internet;
4. **Bitácora:** registro en archivos de los servidores de toda la actividad de los usuarios durante su visita al Sitio del INEGI en Internet;
5. **CONPROVE:** Sistema de Control de Producción y Ventas;
6. **Contenido (s):** toda información relativa a las materias que son competencia o de interés para el Instituto; los contenidos pueden ser datos cualitativos y cuantitativos, herramientas tecnológicas, imágenes, colores, textos o gráficos, presentados en diferentes formatos; dichos contenidos se publican para su consulta en línea, captar información vía Internet y brindar el Servicio Público de Información;
7. **CGI:** Coordinación General de Informática;
8. **DGVSPI:** Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información;
9. **Dummy:** maqueta que simula cómo sería un producto promocional terminado;
10. **INEGI o Instituto:** Instituto Nacional de Estadística y Geografía;
11. **Interactivo:** aplicación informática que permite interacción entre la o el usuario y la información, se trata de una interfaz agradable que da paso a diferentes funciones disponibles;
12. **Laboratorio de Microdatos:** Infraestructura del Instituto con uso de tecnologías de la información y comunicaciones para crear un ambiente de seguridad en el cual los Usuarios Especializados puedan tener acceso a la información con el mayor grado de desagregación posible, observando los principios de confidencialidad y reserva establecidos en la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica;
13. **Productos de difusión:** las publicaciones, documentos metodológicos, productos cartográficos, bases de datos, imágenes del territorio y aplicaciones que se utilizan para dar a conocer y presentar en distintos medios la información generada e integrada por el Instituto y que responden a las necesidades de las o los usuarios;
14. **Productos promocionales:** en formato impreso o digital incluyendo video, tales como carteles, trípticos, dípticos, folletos, publicaciones, calendarios institucionales, infogramas, identidad, *back*, señalizadores, personificadores, entre otros que establezca la DGAC para apoyar las diversas actividades encaminadas a promover ante la población objetivo el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica que genera e integra el Instituto;

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

01

2017

8

15. **Recursos Electrónicos:** las publicaciones, documentos metodológicos, productos cartográficos e imágenes del territorio en formato digital, así como las páginas Web del Sitio del INEGI en Internet que son susceptibles de organizar y difundir;
16. **RTC:** Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, adscrita a la Secretaría de Gobernación;
17. **Servidor:** Sistema que proporciona recursos a un número variable de usuarios; por ejemplo, servidor de archivos, servidor de nombres o servidor de correo electrónico, ya sea en una red interna o externa. En Internet este término se utiliza muy a menudo para designar a aquellos sistemas que proporcionan información a las o los usuarios de la red, a través de un Sitio web;
18. **Testigo:** material, impreso o digital, que presentan los proveedores contratados, para publicidad;
19. **UA o Unidades Administrativas:** las Direcciones y Coordinaciones Generales del INEGI, previstas en el artículo 3 del Reglamento Interior del INEGI, y
20. **Usuarios:** las Unidades del Estado, personas físicas o morales, así como organismos internacionales que utilizan la Información Estadística y/o Geográfica.

#### **IV. OBJETIVO DEL MANUAL.-**

El presente Manual tiene por objeto reglamentar la forma y términos en que las áreas adscritas a la Dirección General Adjunta de Comunicación, ejercerán las atribuciones y facultades específicas establecidas en el artículo 39 del Reglamento Interior del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, además de cumplir con lo dispuesto en la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica.

#### **V. POLÍTICAS GENERALES.-**

1. Para llevar a cabo un estudio de opinión, producción de información y requerimientos de usuarios (as) reales y potenciales, es necesario que el área interesada elabore la solicitud correspondiente, y los aspectos a evaluar serán definidos en conjunto con el área solicitante.
2. Para la elaboración de una campaña de comunicación, las áreas generadoras deberán enviar la información relacionada con el producto o servicio (características generales y técnicas del producto, contenido, beneficios, usos, atributos, ventaja competitiva, perfil de las o los usuarios).
3. En la generación de un producto, el precio que se determine deberá asegurar cubrir el costo de reproducción de los recursos asignados.
4. El esquema de distribución de los tirajes de productos institucionales, así como de las solicitudes de reimpresión de productos, se determinará considerando las necesidades de las áreas de atención al público.
5. Cada año, dentro del período que se indique, las Unidades Administrativas (UA) que generen productos de información deberán registrar en el Programa Anual de Productos, los productos institucionales sujetos a su difusión a través de publicaciones y los productos promocionales de conocimiento y uso de la información estadística y geográfica y de apoyo a operativos.
6. El Manual de Identidad Institucional, que establece el correcto uso y aplicación del logotipo y elementos gráficos complementarios, se actualizará periódicamente.
7. Para la generación de productos promocionales deberá utilizarse la información estadística y geográfica generada e integrada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), más reciente.
8. Todos los productos de difusión y promocionales que se desarrollen deberán de incluir el logotipo institucional conforme las especificaciones del Manual de Identidad Institucional.
9. Se integrará un banco de imágenes para ilustrar los productos promocionales.
10. La consulta y descarga de información en el Sitio del INEGI y la atención presencial que se brinda en las actividades presenciales, es de carácter gratuito para las o los usuarios.
11. Para la promoción del conocimiento y uso de la información estadística y geográfica, se realizarán desarrollos informáticos, herramientas, productos promocionales y didácticos enfocados a los distintos tipos de público.
12. En las campañas de comunicación, el manejo de la imagen de los productos deberá ser uniforme.

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

AÑO.

01

2017

PÁGINA:

10

13. Las disposiciones autorizadas en materia de difusión y promoción para el acceso, conocimiento y uso de la información estadística y geográfica, así como las relacionadas con el desarrollo y publicación de productos del INEGI, deberán ser difundidas mediante Circular o vía correo electrónico a las UA y áreas relacionadas con estas actividades, para su aplicación.
14. La normatividad en materia de atención a las o los usuarios, deberá ser difundida mediante Circular o vía correo electrónico a los Centros de Información y áreas centrales relacionadas con dichas actividades, una vez que haya sido autorizada por las instancias correspondientes.
15. Se atenderán las solicitudes de los requerimientos que hacen las o los usuarios y las UA del INEGI con relación a la consulta, comercialización y entrega de información estadística y geográfica que genera el Instituto, en el marco de la normatividad establecida para cada fin.
16. Los informantes serán atendidos de manera gratuita para proporcionar orientación y certidumbre sobre los operativos que el INEGI realiza a nivel nacional.
17. El acceso a la información actualizada generada por el INEGI será gratuito.
18. El Servicio Público de Información estadística y geográfica se proporcionará a través del Sitio del INEGI en Internet.
19. Para la elaboración de la síntesis informativa deberá utilizarse información que publican o transmiten los medios de comunicación a nivel nacional y estatal.
20. Las campañas de difusión en medios de comunicación deberán ser autorizadas por el Presidente del Instituto.
21. Las solicitudes de tiempos oficiales se deberán gestionar ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, incluyendo copia a la Subsecretaría de Normatividad de Medios, adscrita a la Secretaría de Gobernación.
22. Para la producción de materiales audiovisuales se deberá contar con la aprobación del área generadora y deberá ser autorizada por la Dirección General Adjunta de Comunicación.

## VI. PROCEDIMIENTOS.-

## Página

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as);	12
2. Elaboración de Campañas de Comunicación;	21
3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet;	29
4. Análisis de la Oferta;	35
5. Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión;	41
6. Desarrollo de Productos Promocionales;	47
7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos;	86
8. Programa Anual de Ferias (PAF);	99
9. Validación de portadas y publicación de productos en el Sitio del INEGI;	110
10. Organización de información para su publicación en Internet;	113
11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI;	118
12. Monitoreo de redes sociales;	126
13. Atención a usuarios (as);	129
14. Producción Editorial;	134
15. Seguimiento editorial a Libro Electrónico;	141
16. Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación;	145
17. Elaboración de Síntesis Informativa;	149
18. Difusión de Productos y Servicios;	152
19. Solicitud de tiempos oficiales ante RTC;	155
20. Revisión de Transmisión en tiempos oficiales;	158
21. Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto, y	161
22. Desarrollo de Productos Audiovisuales.	167

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

12

**1. Objetivo.-**

Evaluar la satisfacción y detectar las necesidades de información de las o los usuarios reales y potenciales de productos y servicios institucionales, a través de estudios de opinión, cuestionarios y evaluaciones cuantitativas y/o cualitativas, a fin de contar con resultados que orienten a las áreas generadoras en la toma de decisiones.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado y a la Subdirección de Detección de Necesidades de Usuarios.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM) solicitará las evaluaciones que se requieran.

3.b. Para llevar a cabo los trabajos de las evaluaciones, la DIEM solicitará a las áreas responsables la ficha técnica del producto a evaluar, así como la requisición del formato de requerimiento que especifica los objetivos y los alcances del estudio.

3.c. En coordinación con las áreas generadoras y/o responsables, se definirán los diferentes aspectos para la instrumentación de las evaluaciones de productos, prototipos, servicios, campañas de comunicación y encuestas especiales.

3.d. Los estudios de opinión operarán con el apoyo de la estructura regional y/o estatal, cuando así se considere.

3.e. Se seleccionará la metodología a utilizar conforme al objetivo que se quiere alcanzar para la elaboración de los estudios de opinión (monitoreo, análisis de registros administrativos, sesión de grupo, entrevistas en profundidad, entre otras), consultando manuales internos o nuevas metodologías.

3.f. Una vez aplicados los instrumentos de evaluación, a nivel central se validará y procesará la información recabada.

3.g. El levantamiento de información de estudios se realizará mediante el uso de medios electrónicos y/o impresos.

3.h. Se determinarán los sistemas informáticos necesarios para la captación y reportes.

3.i. Los resultados deberán emitirse en forma oportuna conforme a las fechas preestablecidas.

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

13

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
<p>Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM)</p> <p>Subdirección de Detección de Necesidades de Usuarios (SDNU)</p>	1.	Analiza el programa de evaluaciones del año anterior y los nuevos requerimientos de las diferentes áreas que elaboran productos con información estadística y geográfica o que prestan servicios, y en función de ello acuerda, junto con el área responsable, el programa anual de trabajo de la Subdirección de Detección de Necesidades de Usuarios (SDNU), en cuanto a estudios de detección de necesidades y satisfacción de las o los usuarios.	Programa anual de trabajo de la SDNU (electrónico).
	2.	Turna mediante correo electrónico a la SDNU, el programa anual de trabajo para su calendarización y cumplimiento.	Programa anual de trabajo de la SDNU (electrónico).
	3.	<p>Recibe el programa anual de trabajo y analiza los requerimientos de evaluación.</p> <p>¿Es requerimiento de un área?</p> <p>No.</p>	<p>Programa anual de trabajo de la SDNU (electrónico).</p> <p>Productos sujetos a evaluación (electrónico).</p> <p>Evaluaciones y/o registros administrativos previos al estudio objeto de interés (electrónico).</p> <p>Campañas de difusión alusivas al producto de interés (electrónico).</p>
	4.	<p>Revisa objetivos, alcance y variables a evaluar; junto con responsables del producto o servicio.</p> <p>Continúa en la actividad No. 6.</p> <p>Si.</p>	Documento conceptual (electrónico).
	5.	Analiza la nueva solicitud de evaluación y formaliza el cronograma de trabajo.	Formato de requerimiento de evaluación de producto/servicio o concepto (electrónico).
	6.	Define la metodología y técnica a instrumentarse.	Fichas técnicas del producto a evaluar (electrónico). Formato de registro de requerimientos de evaluación (electrónico).

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

14

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SDNU		¿Requiere diseño de cuestionario?  No.	
	7.	Accede al Sistema de Control de Producción y Ventas (CONPROVE) para extraer la información de detección de necesidades para su análisis.  Continúa en la actividad No. 16.	
		Si.	
	8.	Elabora lineamientos metodológicos y propuesta de cuestionario y/o guía de preguntas para su aplicación, tomando en consideración los requerimientos de evaluación, según la naturaleza del estudio.	Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico). Guía para la aplicación del cuestionario (electrónico). Productos sujetos a evaluación (electrónico). Directorio de usuarios a entrevistar (electrónico). Evaluaciones y/o registros administrativos anteriores y afines al producto o servicio objeto de interés (electrónico). Campañas de difusión del producto o servicio objeto de estudio (electrónico).
	9.	Envía propuesta, vía correo electrónico, de cuestionario o guía de preguntas a responsables del producto o servicio a evaluar y se reciben comentarios vía correo electrónico.  ¿Están de acuerdo las áreas con las variables a evaluar?  No.	Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico).
		Si.	
	10.	Establece acuerdos con las áreas responsables, respecto a las variables a evaluar y realiza ajustes.  Continúa en la actividad No. 11.	Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico).
		Si.	
	11.	Pilotea el cuestionario o guía de preguntas y se realizan los ajustes pertinentes.	Guía para la aplicación del cuestionario (electrónico). Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico).

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

15

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SDNU	12.	Diseña instrumento de evaluación tomando como referencia el cuestionario o guía revisado para su aplicación.	Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico).
	13.	Coordina la aplicación del cuestionario o guía de preguntas a los segmentos definidos en los lineamientos.	Guía para la aplicación del cuestionario (electrónico). Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico).
	14.	Supervisa que el levantamiento de información se realice conforme a lo programado.  ¿El levantamiento es correcto?  No.	Lineamientos para la aplicación del cuestionario y/o guía de preguntas (electrónico). Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico). Información captada del levantamiento (electrónico).
	15.	Verifica con el área responsable del levantamiento y corrige.  Continúa en la actividad No. 8.  Si.	Guía para la aplicación del cuestionario (electrónico). Cuestionario y/o guía de preguntas a aplicarse (electrónico). Información captada del levantamiento (electrónico).
	16.	Revisa, e integra la información de los cuestionarios y/o guías de preguntas de medición de la satisfacción y/o detección de necesidades por medio del "Asistente de Consultas".	Cuestionarios y/o guías de preguntas requisitadas con información de satisfacción y/o detección de necesidades (electrónico). Información captada del levantamiento (electrónico).
	17.	Integra la base de datos generada en el "Asistente de Consultas" la cual analiza y procesa para elaborar el documento ejecutivo.	Cuestionarios y/o guías requisitadas con información de satisfacción y/o detección de necesidades (electrónico). Documento ejecutivo (electrónico).
	18.	Recibe mediante correo electrónico y revisa el documento ejecutivo.  ¿Valida el documento?	Documento ejecutivo (electrónico).

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

16

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DIEM	19.	<p>No.</p> <p>Señala modificaciones al documento, para corrección y turna mediante correo electrónico a la SDNU.</p> <p>Continúa en la actividad No. 17.</p> <p>Si.</p>	Documento ejecutivo, tabulados, cuadros y gráficos elaborados (electrónico).
	20.	Envía documento ejecutivo y formato, vía correo electrónico, al área solicitante y registra en el Sistema Integral de Administración (SIA).	Formato de seguimiento de estudios y reportes (electrónico). Documento ejecutivo (electrónico).
	21.	Recibe, del área solicitante, vía correo electrónico el formato de seguimiento de la evaluación.	Formato de seguimiento de estudios y reportes (electrónico).
SDNU	22.	Envía el documento a la Dirección de Comunicación Organizacional para que sea difundido en Intranet.	Documento ejecutivo (electrónico).
		Fin de procedimiento.	

1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

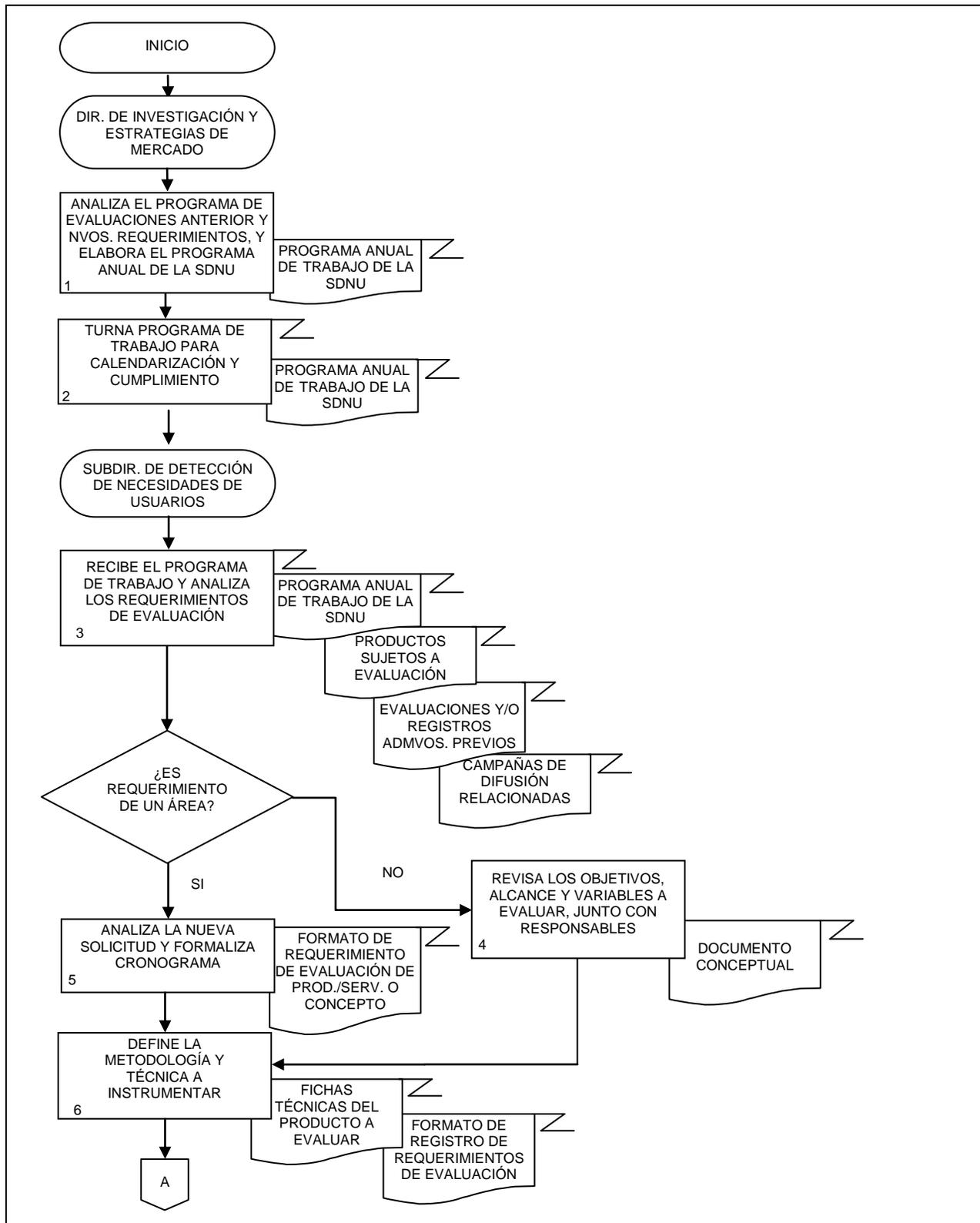
MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

17

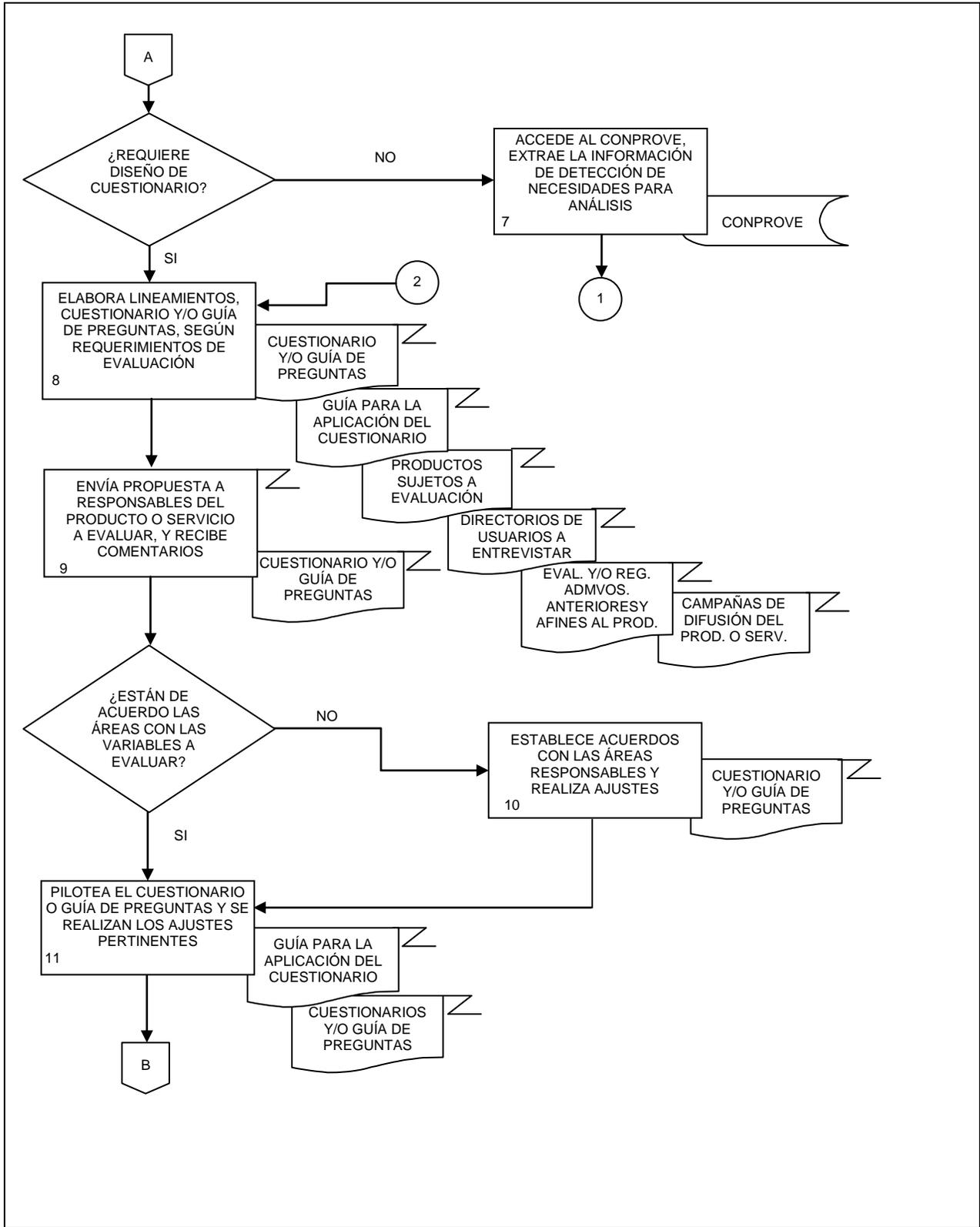
5. Diagrama de Flujo.-



1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01      AÑO. 2017

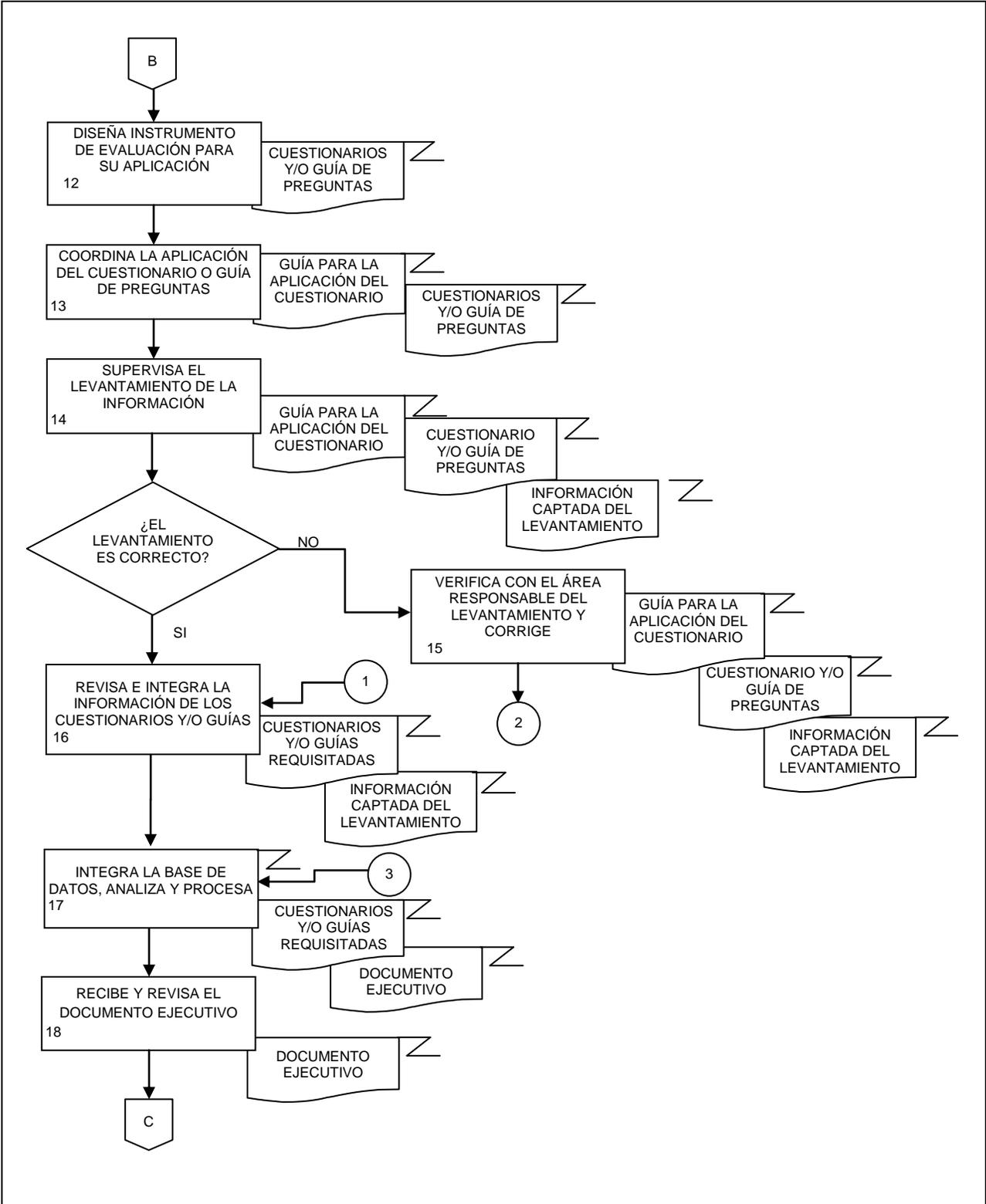
PÁGINA:  
 18



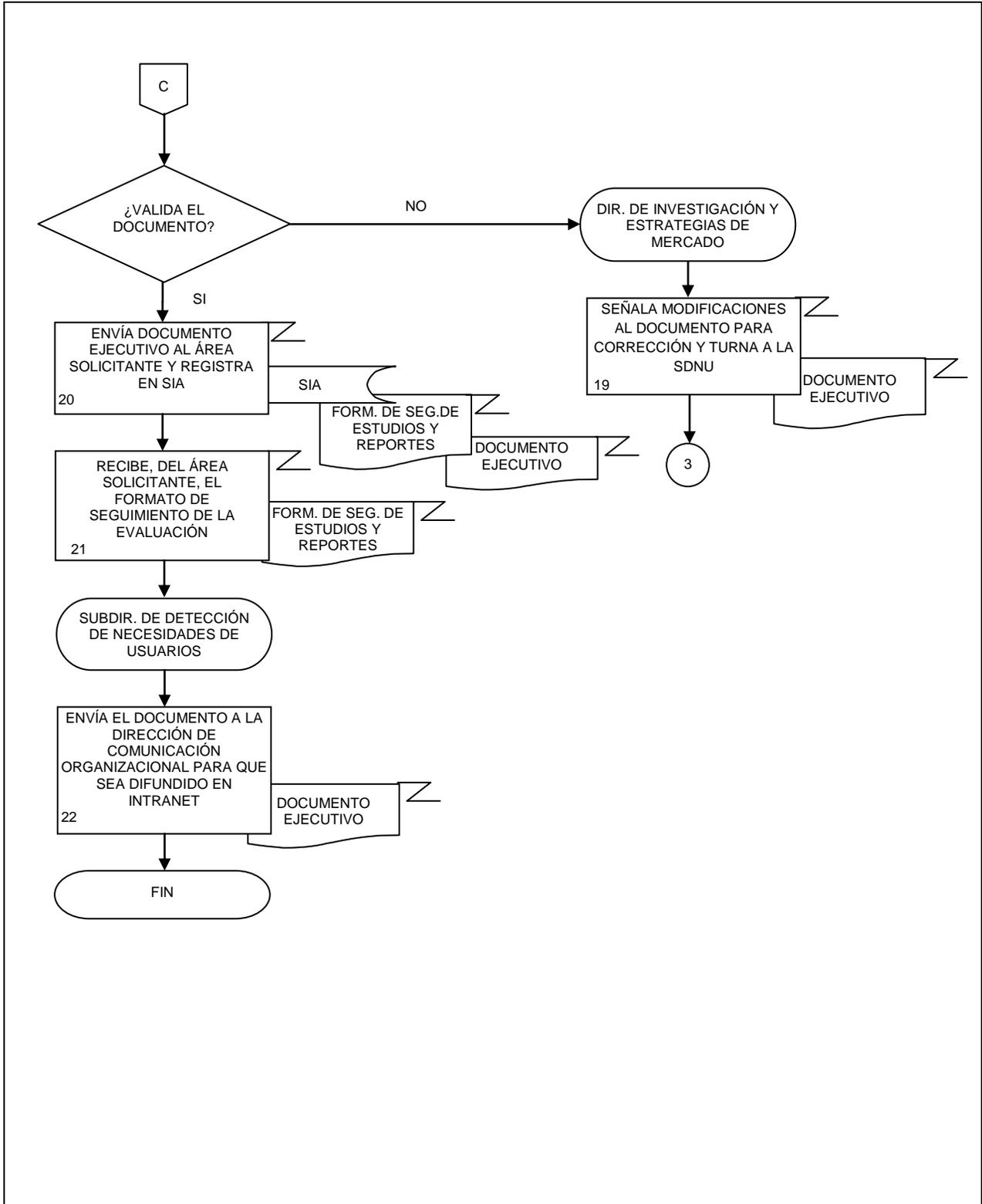
1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01      AÑO. 2017

PÁGINA:  
19



1. Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).



2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

21

**1. Objetivo.-**

Promover los productos y servicios institucionales, mediante la elaboración de campañas de comunicación, con la finalidad de fomentar el uso de la información estadística y geográfica, a través de los diferentes canales de atención a las y los usuarios del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, Subdirección de Estrategias de Mercado y al Departamento de Diseño de Estrategias de Mercado.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Con base en el Programa Anual de Trabajo y en coordinación con las Áreas Administrativas de la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información, la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado será el área encargada de solicitar las campañas de comunicación a la Subdirección de Estrategias de Mercado, que, en colaboración con el Departamento de Diseño de Estrategias de Mercado, serán las áreas encargadas de su elaboración.

3.b. Las Campañas de Comunicación se integrarán para: posicionar al Instituto entre los diferentes sectores de la sociedad; promover la cultura, el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica; promocionar los diferentes puntos de atención mediante los cuales se proporciona acceso a la información estadística y geográfica, y sensibilizar a la sociedad, en su calidad de informantes, sobre la importancia de proporcionar los datos que les requieran las y los entrevistadores del Instituto.

3.c. La información con la que se integran los planes de mercadotecnia y las campañas de comunicación, se obtendrán de fuentes internas, como es la información generada por: las Subdirecciones de Detección de Necesidades y de Oferta y Demanda; la proporcionada por las Unidades Administrativas (UA) que generan los productos, así como información recolectada a través de los diferentes canales de atención a las o los usuarios del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, y de los Sistemas: Sistema de Control de Producción y Ventas y el Sistema de Información de Atención a Usuarios.

3.d. Las campañas de comunicación se realizarán con base en las principales características, usos y beneficios que brinde el producto o servicio en cuestión; misma que deberá facilitar el área solicitante.

3.e. En coordinación con las UA, se establecerán las fechas y condiciones del lanzamiento de las campañas de comunicación.

3.f. Las campañas serán aprobadas por la Dirección General Adjunta de Comunicación.

2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

22

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM)	1.	Realiza la solicitud vía correo electrónico de una reunión de trabajo para la elaboración de una campaña de comunicación, a la Subdirección de Estrategias de Mercado (SEM), con base en el Programa Anual de Trabajo (PAT) y en coordinación con las Áreas Administrativas de la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI).	
Subdirección de Estrategias de Mercado (SEM)	2.	Recibe por correo electrónico de las áreas generadoras de productos y servicios, toda la información del producto, proporcionadas por las diferentes áreas involucradas, la cual incluye características generales y técnicas del producto, contenido, beneficios, usos, atributos, ventaja competitiva, perfil de las o los usuarios, entre otros, analiza y turna al Departamento de Diseño de Estrategias de Mercado (DDEM).	Ficha técnica (electrónico). Presentación (electrónico). Prototipo del producto en Internet (electrónico).
Departamento de Diseño de Estrategias de Mercado (DDEM)	3.	Realiza en Internet el análisis referencial de productos similares, cuando el producto es nuevo y para anteceder a la elaboración de campaña.	
	4.	Documenta dentro del contenido de la campaña los antecedentes del producto, justificación, objetivos del plan, y perfil de la o el usuario (a).	Campaña de comunicación preliminar (electrónico).
	5.	Elabora y documenta estrategia de mercadotecnia para producto, promoción, canales de difusión, material promocional, relaciones públicas, comunicación interna, vinculación y fomento.	Campaña de comunicación preliminar (electrónico).
	6.	Envía campaña de comunicación preliminar, por correo electrónico, para su revisión y/o validación.	Campaña de comunicación preliminar (electrónico).
DIEM	7.	Recibe y revisa documento.  ¿Aprueba campaña con las estrategias propuesta y los canales de difusión propuestos?  No.	Campaña de comunicación preliminar (electrónico).

2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

23

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DIEM	8.	Señala modificaciones a la SEM y envía mediante correo electrónico, de regreso al DDEM.  Continúa en la actividad No. 5.  Si.	Campaña de comunicación preliminar (electrónico).
SEM	9.	Integra los materiales de comunicación.	Campaña de comunicación (electrónico).
	10.	Solicita a las Áreas Administrativas, de la DGVSPI, vía correo electrónico o mediante una reunión presencial, la confirmación de fecha de lanzamiento de campaña, acuerda con éstas las condiciones y turna al DDEM.	Campaña de comunicación (electrónico).
DDEM	11.	Solicita a las diferentes Unidades Administrativas (UA) los contenidos de mensajes y otros materiales promocionales, diseño de imágenes, inserciones en revistas, newsletter y correos electrónicos, mensajes de call center, entre otros.	Campaña de comunicación (electrónico).
	12.	Recibe materiales de campaña en formatos Joint Photographic Experts Group (JPG), Portable Document Format (PDF) y Word, revisa y turna a la SEM.	Material de comunicación (electrónico).
SEM	13.	Revisa material de comunicación establecido en la campaña de comunicación, mensaje, calendario, disponibilidad de producto al público en Sitio del INEGI y solicita a la DIEM su autorización mediante correo electrónico.  ¿La DIEM aprueba materiales de comunicación?  No.  Continúa en la actividad No. 12.  Si.	Campaña de comunicación (electrónico). Material de comunicación (electrónico).
DIEM	14.	Turna la campaña y materiales de comunicación vía correo electrónico a la SEM para su implementación.	Campaña de comunicación (electrónico). Material de comunicación (electrónico).

2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

24

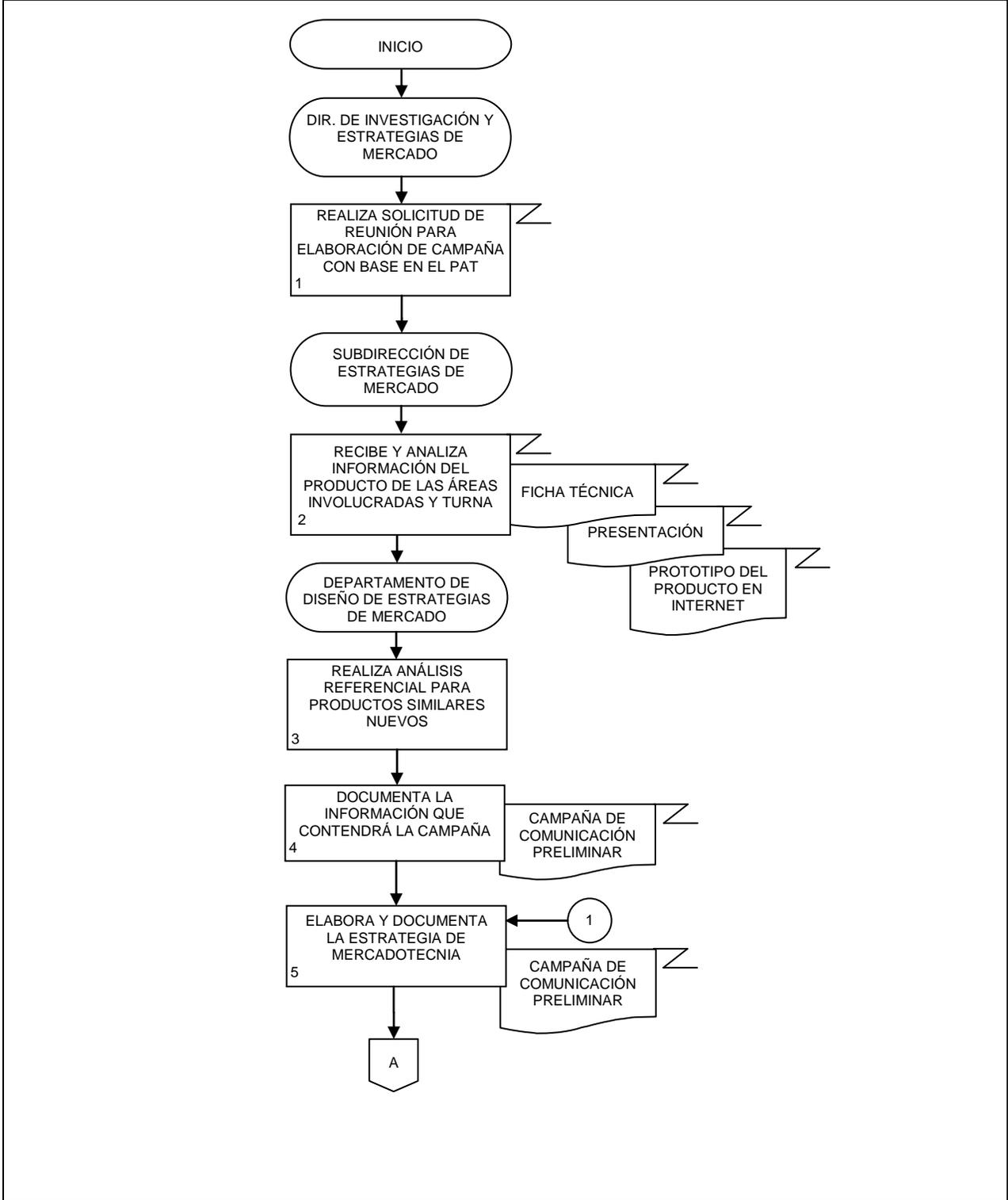
RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SEM	15.	Recibe campaña, revisa y turna por correo electrónico al DDEM, en formatos JPG, PDF y Word, para su implementación.	Campaña de comunicación (electrónico).
DDEM	16.	Coordina con las UA la implementación de campaña, para lo que elabora un calendario de programación en Excel.	Campaña de comunicación (electrónico). Calendario de programación (electrónico).
	17.	Da seguimiento a campaña, a través de indicadores generados por los sistemas internos con los que cuenta el Instituto, elabora reporte de Campaña de Comunicación y envía a la SEM, mediante documento vía correo electrónico, para su visto bueno.	Reporte de Redes Sociales (electrónico). Reporte de Call Center (electrónico). Reporte de Google Analytics (electrónico). Reporte de correo electrónico (electrónico). Reporte de comunicación Social (electrónico). Reporte de Newsletter (electrónico).
SEM	18.	Recibe y revisa reportes.  ¿Aprueba el reporte?  No.	Reporte de resultados de campaña (electrónico).
	19.	Señala modificaciones y envía de regreso al DDEM, mediante correo electrónico.  Continúa en la actividad No. 17.  Si.	Reporte de resultados de campaña (electrónico).
	20.	Envía Reporte vía correo electrónico a la DIEM, y Áreas Administrativas participantes, para conocimiento de Resultados de la Campaña y posteriormente ser publicado en la Intranet del Instituto.    Fin de procedimiento.	Reporte de resultados de campaña (electrónico).

2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 25

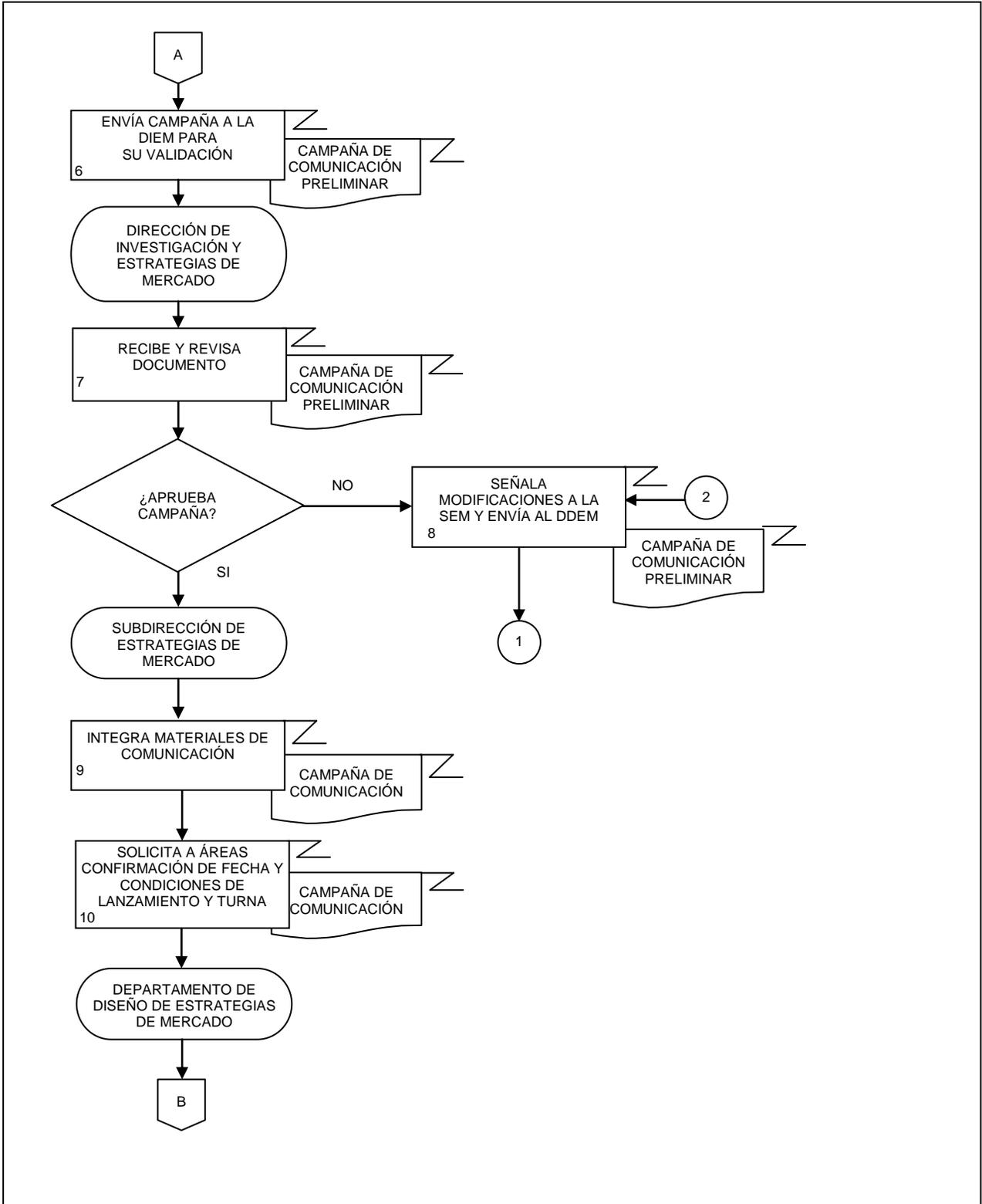
5. Diagrama de Flujo.-



2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

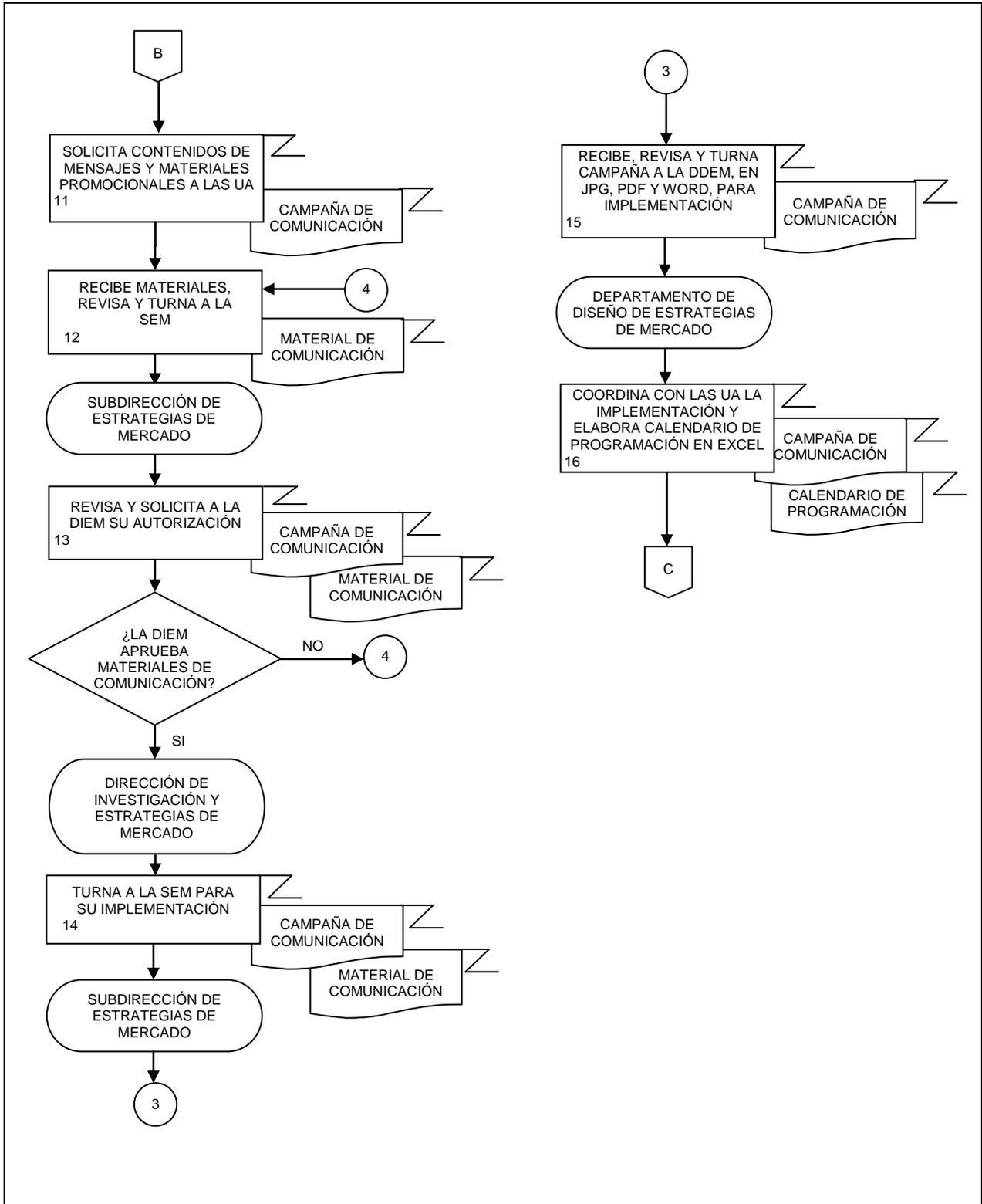
PÁGINA:  
 26



2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

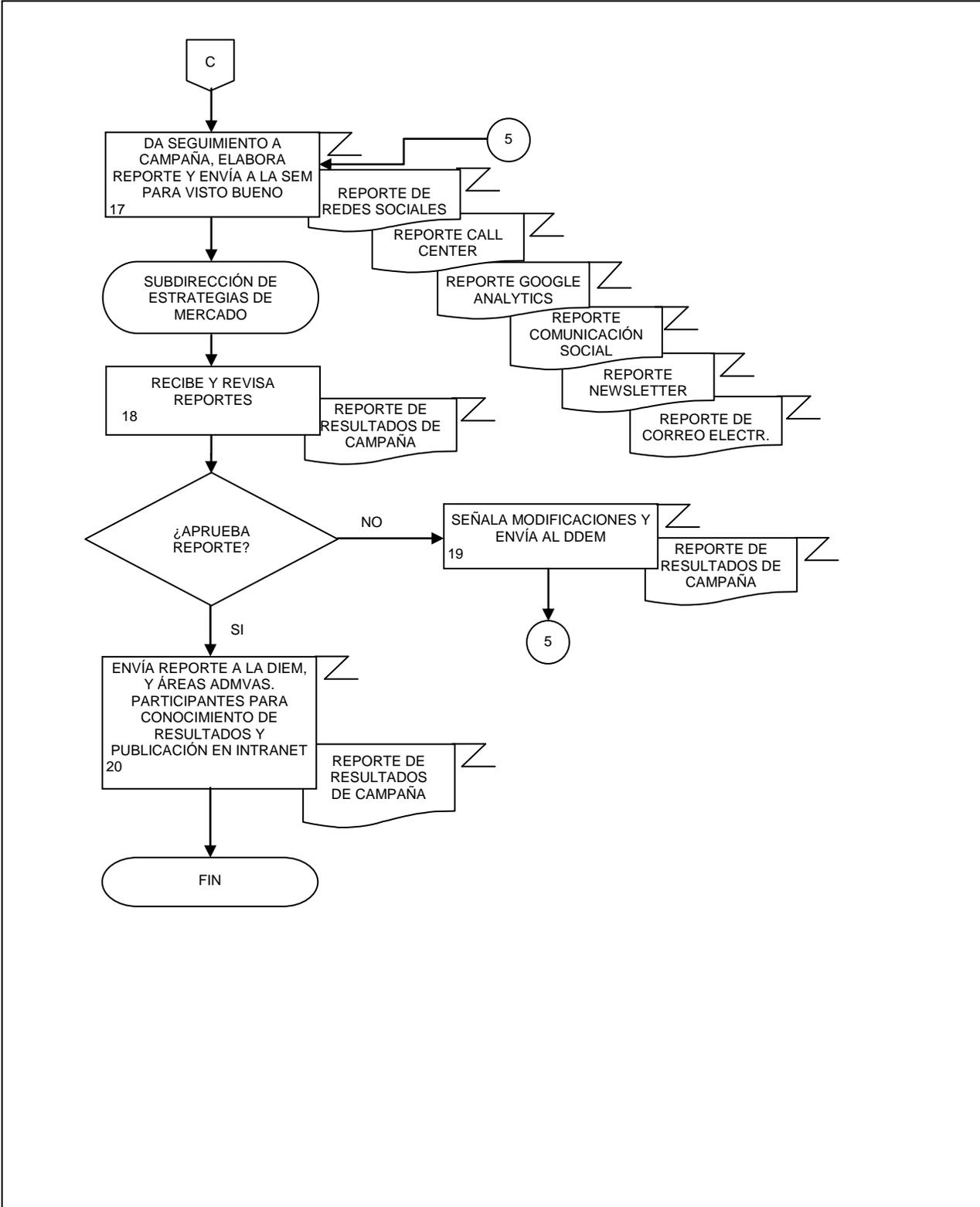
PÁGINA:  
 27



2. Elaboración de Campañas de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 28



**3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

29

**1. Objetivo.-**

Identificar y cuantificar el número de información solicitada de productos y/o servicios por parte de los Usuarios Externos en el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía; con el propósito de retroalimentar y orientar a las áreas generadoras en la toma de decisiones.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, a la Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda y al Departamento de Integración de la Demanda.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM), solicitará la autorización correspondiente (cuenta) para el personal que usará el Google Analytics.

3.b. La Subdirección de Análisis de la Oferta y la Demanda, seleccionará la metodología a utilizar para la elaboración de los estudios de demanda conforme al objetivo que se quiere alcanzar.

3.c. El Departamento de Integración de la Demanda (DID) tomará la información de la demanda de productos y/o servicios de las herramientas CONPROVE, Programa Anual de Productos, Google Analytics y la página del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en Internet.

3.d. El DID integrará la información de las consultas de productos y/o servicios de las o los Usuarios Externos (as) del Sitio del INEGI a nivel central.

3.e. La DIEM, enviará a la Dirección General Adjunta de Comunicación el documento final con los resultados del estudio, de conformidad a las fechas establecidas en el Programa Anual de Trabajo y publicará en la Intranet.

3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

30

#### 4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM)	1.	Programa anualmente la cantidad de estudios de la demanda de las o los usuarios en el Sitio del INEGI en Internet y turna por correo electrónico a la Subdirección para su atención.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda (SAOD)	2.	Recibe Programa Anual de Trabajo, analiza alcance y periodo de los estudios de la demanda de las o los usuarios en el sitio del INEGI, define metodología y turna Programa Anual de Trabajo por correo electrónico al Departamento de Integración y Demanda para su atención.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Departamento de Integración de la Demanda (DID)	3.	Recibe, analiza, determina objetivos y alcances que debe abarcar los documentos finales.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
	4.	Identifica en el sistema CONPROVE el Programa Anual de Productos, para definir los productos objeto del estudio.	Programa Anual de Productos (electrónico).
	5.	Identifica y determina las secciones de información estadística y geográfica de interés nacional, y las direcciones electrónicas (URL), directamente en la página del INEGI, de los productos y/o servicios sujetos del estudio.	
	6.	Define, en la herramienta Google Analytics, el sistema donde se realizan las consultas de información, los cuales pueden ser <a href="http://www.inegi.org.mx">www.inegi.org.mx</a> , <a href="http://www3.inegi.org.mx">www3.inegi.org.mx</a> o servidores de información geográfica.	
	7.	Selecciona dentro de cada sistema el apartado "Comportamiento", dentro del cual se selecciona por "Evento" o "Todas las páginas".	
	8.	Señala el periodo de consulta.	
	9.	Obtiene, a través del filtro, el número de consultas del producto y/o servicio objeto del estudio, colocando la URL previamente identificada.	
	10.	Exporta la información obtenida a Excel.	

**3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

31

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DID	11.	Integra, analiza y procesa la información de los accesos de las o los Usuarios Externos del sitio del INEGI en Internet.	Estudio preliminar (electrónico).
	12.	Elabora reporte de accesos a las secciones de información estadística y geográfica con tabulados y gráficos.	Reporte de accesos (electrónico).
	13.	Entrega, mediante correo electrónico el estudio de la demanda de las o los usuarios en el Sitio del INEGI en Internet a la Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda.	Estudio de la demanda de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).
SAOD	14.	Recibe y revisa el estudio.  ¿Es correcto el estudio?  No.	Estudio de la demanda de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).
	15.	Señala sugerencias mediante correo electrónico y turna al Departamento de Integración de la Demanda (DID).  Continúa en la actividad No. 12.  Si.	Estudio de la demanda de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).
DIEM	16.	Entrega, mediante correo electrónico, estudio a la Dirección.	Estudio de la demanda de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).
	17.	Recibe y revisa el estudio.  ¿El estudio está elaborado correctamente?  No.	Estudio de la demanda de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).

**3.** Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

32

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DIEM	18.	<p>Continúa en la actividad No. 15.</p> <p>Si.</p> <p>Envía, mediante correo electrónico, el estudio final a la Dirección General Adjunta de Comunicación, publica en Intranet y registra en SIA metas, imprime documento, firman responsables y se archiva.</p> <p>Fin de procedimiento.</p>	<p>Estudio de la demanda de información estadística y geográfica de interés nacional, de Usuarios Externos del Sitio del INEGI en Internet (electrónico).</p>

3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.

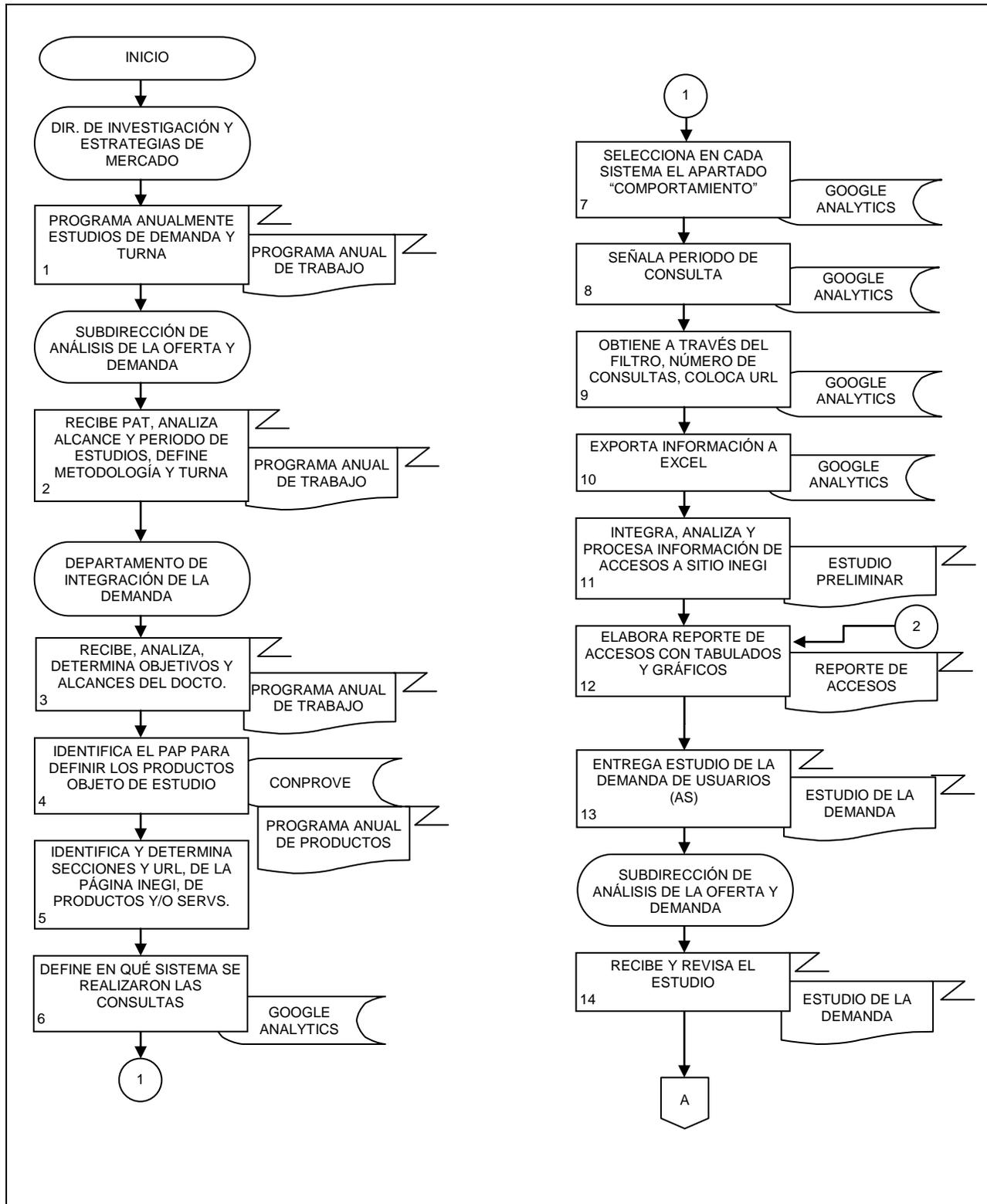
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:  
33

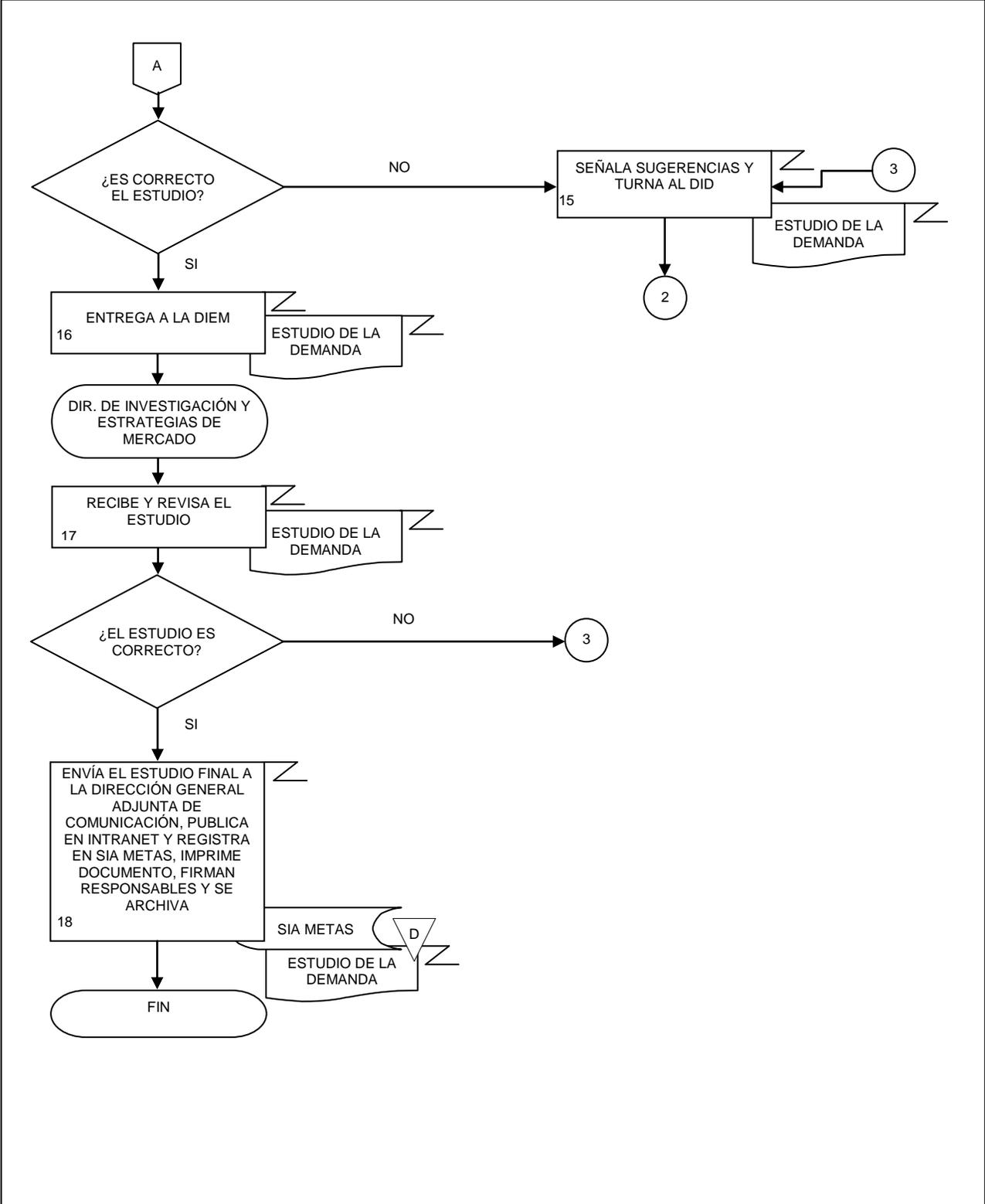
5. Diagrama de Flujo.-



**3. Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. **01** AÑO. **2017**

PÁGINA:  
**34**



4. Análisis de la oferta.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

35

**1. Objetivo.-**

Integrar y determinar la oferta de productos y/o servicios institucionales, con el propósito de orientar a las áreas generadoras en la toma de decisiones.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, a la Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda y al Departamento de Integración de la Oferta.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda seleccionará la metodología a utilizar para la elaboración de los estudios de oferta conforme al objetivo que se quiere alcanzar.

3.b. El Departamento de Integración de la Oferta (DIO) retomará la información de la oferta de productos y/o servicios en las diferentes fuentes de consulta como en los Sistemas: Sistema de Información de Atención a Usuarios (SIAU), CONPROVE, Google Analytics y la página del INEGI en Internet, entre otros.

3.c. El DIO solicitará a las áreas responsables, la Información de Interés Nacional entregada a las o los usuarios a través de los distintos canales de atención y difusión:

- 3.c.1. Centros de Información;
- 3.c.2. Redes Sociales;
- 3.c.3. Usuarios Estratégicos;
- 3.c.4. Sitio del INEGI en internet;
- 3.c.5. Buscador del Sitio;
- 3.c.6. Servicio 01 800;
- 3.c.7. Chat, y
- 3.c.8. Correo electrónico.

3.d. El Departamento de Integración de la Demanda integrará la información de las consultas de productos y/o servicios de las o los Usuarios Externos del Sitio del INEGI.

3.e. La Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, enviará a la Dirección General Adjunta de Comunicación el documento final con los resultados del estudio, de conformidad a las fechas establecidas en el Programa Anual de Trabajo y lo publicará en la Intranet.

4. Análisis de la oferta.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

36

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM)	1.	Programa anualmente la cantidad de estudios de la oferta de productos y/o servicios de información estadística y geográfica de interés nacional, y turna por correo electrónico a la Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda para su atención.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda (SAOD)	2.	Recibe Programa Anual de Trabajo, analiza el alcance y periodo de los estudios de la oferta de productos y/o servicios de información estadística y geográfica de interés nacional, y turna por correo electrónico al Departamento de Integración de la Oferta para su atención.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Departamento de Integración de la Oferta (DIO)	3.	Recibe, analiza, determina objetivos y alcances que deben abarcar documentos finales.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
	4.	Recopila, verifica y procesa la información estadística y geográfica de interés nacional solicitada por las y los usuarios a través de los canales de atención, y elabora Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional (Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios).	Estudio preliminar de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
	5.	Entrega, mediante correo electrónico, el Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios de Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional a la Subdirección.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
SAOD	6.	Recibe mediante correo electrónico y revisa el Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios.  ¿Está correcto el estudio?  No.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
	7.	Señala correcciones y turna documento, vía correo electrónico, al Departamento de Integración de la Oferta (DIO).  Continúa en la actividad No. 4.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).

4. Análisis de la oferta.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

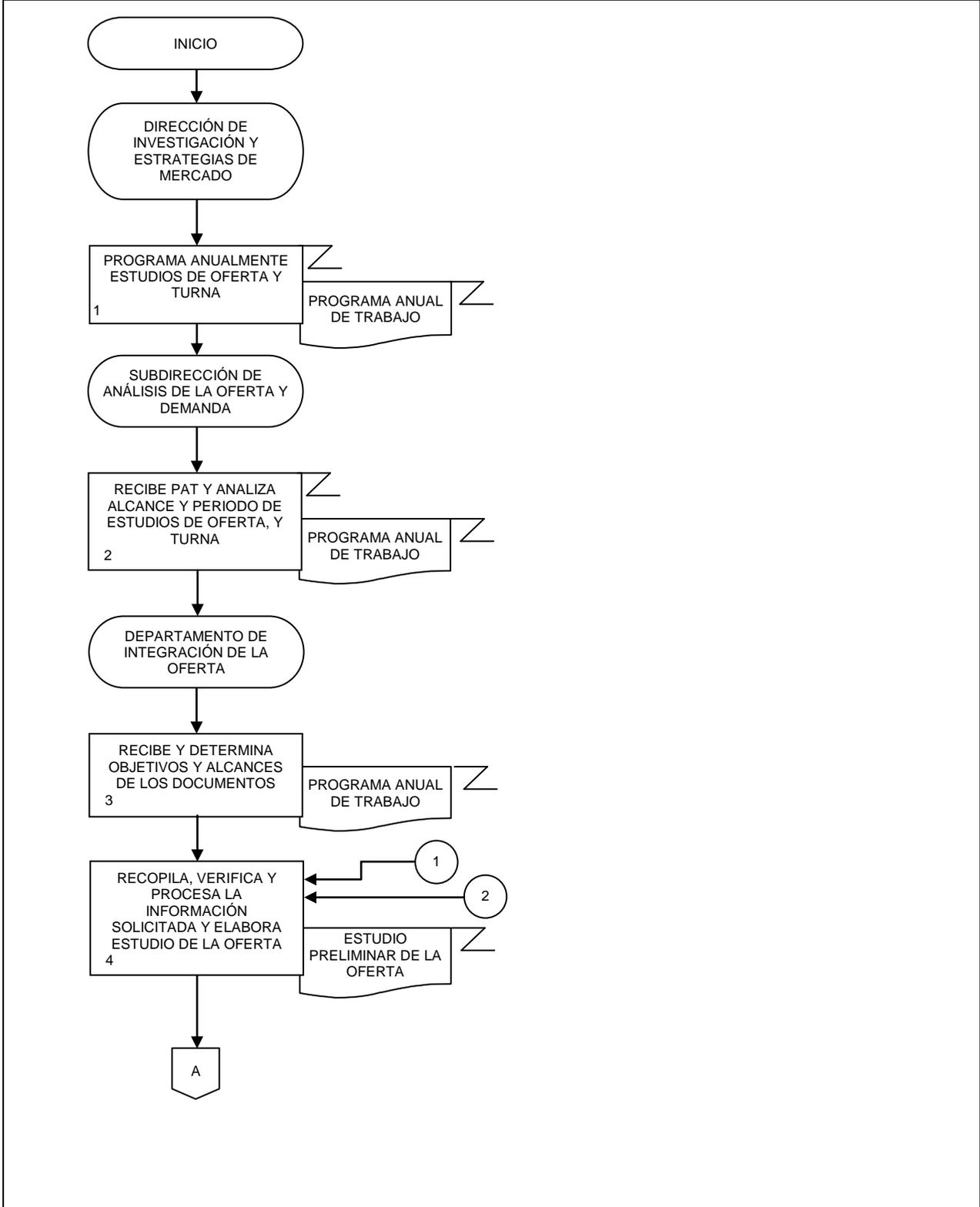
PÁGINA:

37

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SAOD	8.	Si. Entrega, mediante correo electrónico, el Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios a la Dirección.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
DIEM	9.	Revisa el Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios.  ¿El estudio está elaborado correctamente?  No.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
	10.	Señala las correcciones para ser aplicadas al documento y turna por correo electrónico a la Subdirección.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
SAOD	11.	Revisa las correcciones señaladas en el estudio y turna por correo electrónico al Departamento.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
DIO	12.	Atiende las modificaciones señaladas en el estudio.  Continúa en la actividad No. 4.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).
	13.	Si. Envía mediante correo electrónico el reporte final a la Dirección General Adjunta de Comunicación, publica en Intranet y registra en SIA Metas.  Fin de procedimiento.	Estudio de la Oferta de Productos y/o Servicios (electrónico).

**4. Análisis de la oferta.**

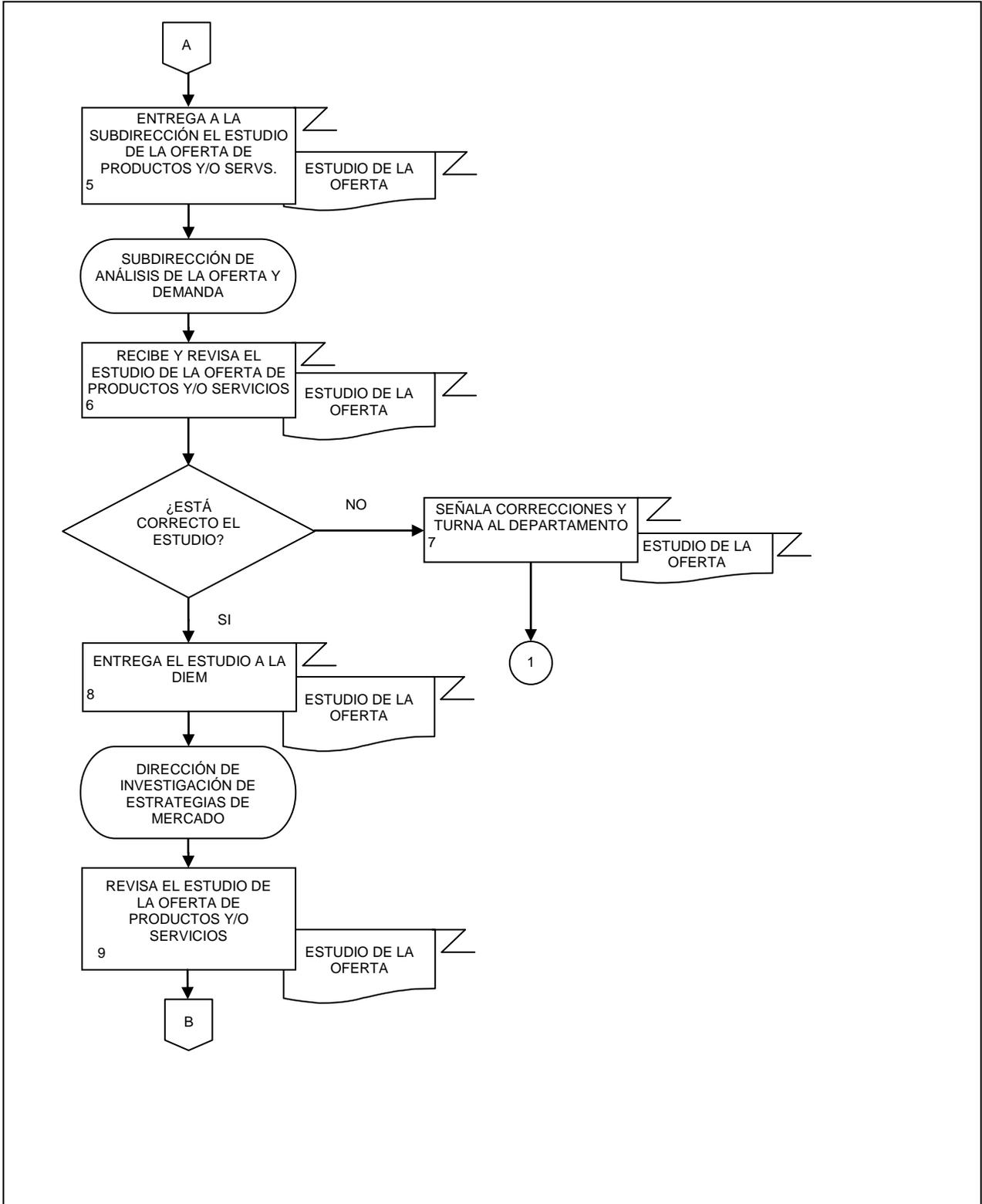
**5. Diagrama de Flujo.-**



**4. Análisis de la oferta.**

**FECHA DE ACTUALIZACIÓN:**  
 MES. **01**      AÑO. **2017**

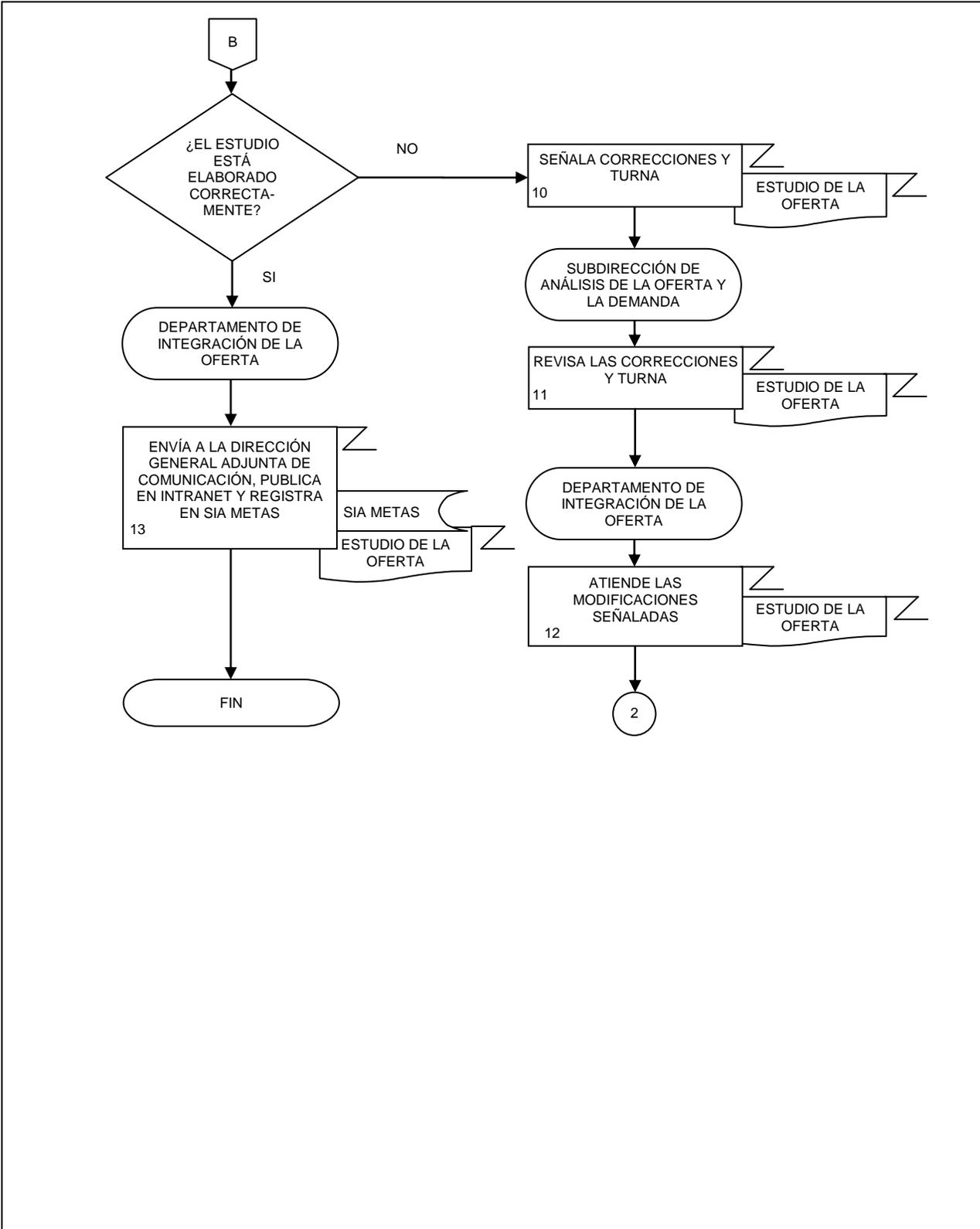
**PÁGINA:**  
39



4. Análisis de la oferta.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 40



**5.** Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

41

**1. Objetivo.-**

Clasificar la Información de Interés Nacional por sistema y subsistema, que es solicitada por las o los usuarios a través de los diferentes canales de atención.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, a la Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda y al Departamento de Integración de la Demanda.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda seleccionará la metodología a utilizar para la elaboración de los estudios de demanda conforme al objetivo que se quiere alcanzar.

3.b. El Departamento de Integración de la Demanda (DID) solicitará a las áreas responsables, la Información de Interés Nacional entregada a las y los usuarios a través de los distintos canales de atención y difusión:

- 3.b.1. Centros de Información;
- 3.b.2. Redes Sociales;
- 3.b.3. Usuarios Estratégicos;
- 3.b.4. Sitio del INEGI en internet;
- 3.b.5. Buscador del Sitio;
- 3.b.6. Servicio 01 800;
- 3.b.7. Chat, y
- 3.b.8. Correo electrónico.

3.c. El DID integrará la información de las solicitudes de información de los productos y/o servicios.

3.d. La Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado, enviará a la Dirección General Adjunta de Comunicación el documento final con los resultados del estudio, de conformidad a las fechas establecidas en el Programa Anual de Trabajo y lo publicará en la Intranet.

**5. Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

42

**4. Descripción Narrativa.-**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM)	1.	Programa anualmente la cantidad y fecha de los informes de la clasificación de la Información de Interés Nacional por sistema y subsistema, a través de los diferentes canales de atención y difusión a las y los usuarios y turna por correo electrónico para su atención a la Subdirección.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Subdirección de Análisis de la Oferta y Demanda (SAOD)	2.	Recibe Programa Anual de Trabajo, analiza alcance y periodo de los informes de la clasificación de la Información de Interés Nacional por sistema y subsistema, a través de los diferentes canales de atención y difusión a las y los usuarios, define metodología y turna por correo electrónico al Departamento de Integración de la Demanda (DID).	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
Departamento de Integración de la Demanda (DID)	3.	Recibe Programa Anual de Trabajo, analiza, determina objetivos y alcances que deben abarcar los documentos finales.	Programa Anual de Trabajo (electrónico).
	4.	Solicita por correo electrónico a las Áreas responsables de los canales de atención a las y los usuarios, que envíen las solicitudes de información captadas en el mes inmediato anterior.	Listado de solicitudes de información (electrónico).
	5.	Identifica en las solicitudes recibidas, si es Información de Interés Nacional o general.	Listado de solicitudes de información (electrónico).
	6.	Clasifica la Información de Interés Nacional de acuerdo al Sistema: Estadístico o Geográfico.	Listado de solicitudes de información (electrónico).
	7.	Clasifica la información del Sistema Estadístico, de acuerdo a los Subsistemas: Económico, Demográfico y Social, y Gobierno, Seguridad Pública e Impartición de Justicia.	Listado de solicitudes de información (electrónico).
	8.	Clasifica la información del Sistema Geográfico de acuerdo al Subsistema: Geográfica y Medio Ambiente.	Listado de solicitudes de información (electrónico).
	9.	Elabora tabulado con el número de solicitudes de Información de Interés Nacional por sistema, subsistema y canal de atención y difusión.	Tabulado preliminar por canal de atención (electrónico).

**5.** Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

43

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DID	10.	Elabora un informe general de la clasificación de la Información de Interés Nacional por sistema y subsistema a través de los diferentes canales de atención y difusión a las o los usuarios, el cual contendrá un resumen general con las cifras al mes correspondiente, así como un acumulado desde el inicio del proceso de elaboración del informe hasta la fecha actual.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
	11.	Entrega mediante correo electrónico el informe de la clasificación de la información a la Subdirección de Análisis de la Oferta y la Demanda.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
SAOD	12.	Recibe y revisa el informe.  ¿Es correcto el informe? No.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
	13.	Señala sugerencias y turna mediante correo electrónico al DID.  Continúa en la actividad No. 10. Si.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
DIEM	14.	Entrega mediante correo electrónico, el informe a la Dirección de Investigación de Estrategias de Mercado.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
	15.	Recibe y revisa el informe.  ¿El informe está elaborado correctamente? No.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
SAOD	16.	Señala las correcciones para ser aplicadas al documento y turna por correo electrónico a la Subdirección.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).
	17.	Revisa las correcciones señaladas en el informe y turna al DID.  Continúa en la actividad No. 10. Si.	Informe de la clasificación de la información (electrónico).

5. Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01      AÑO. 2017

PÁGINA:  
44

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SAOD	18.	<p>Envía mediante correo electrónico el informe final a la Dirección General Adjunta de Comunicación, publica en Intranet y registra en SIA metas.</p> <p>Fin de procedimiento.</p>	Informe de la clasificación de la información (electrónico).

5. Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

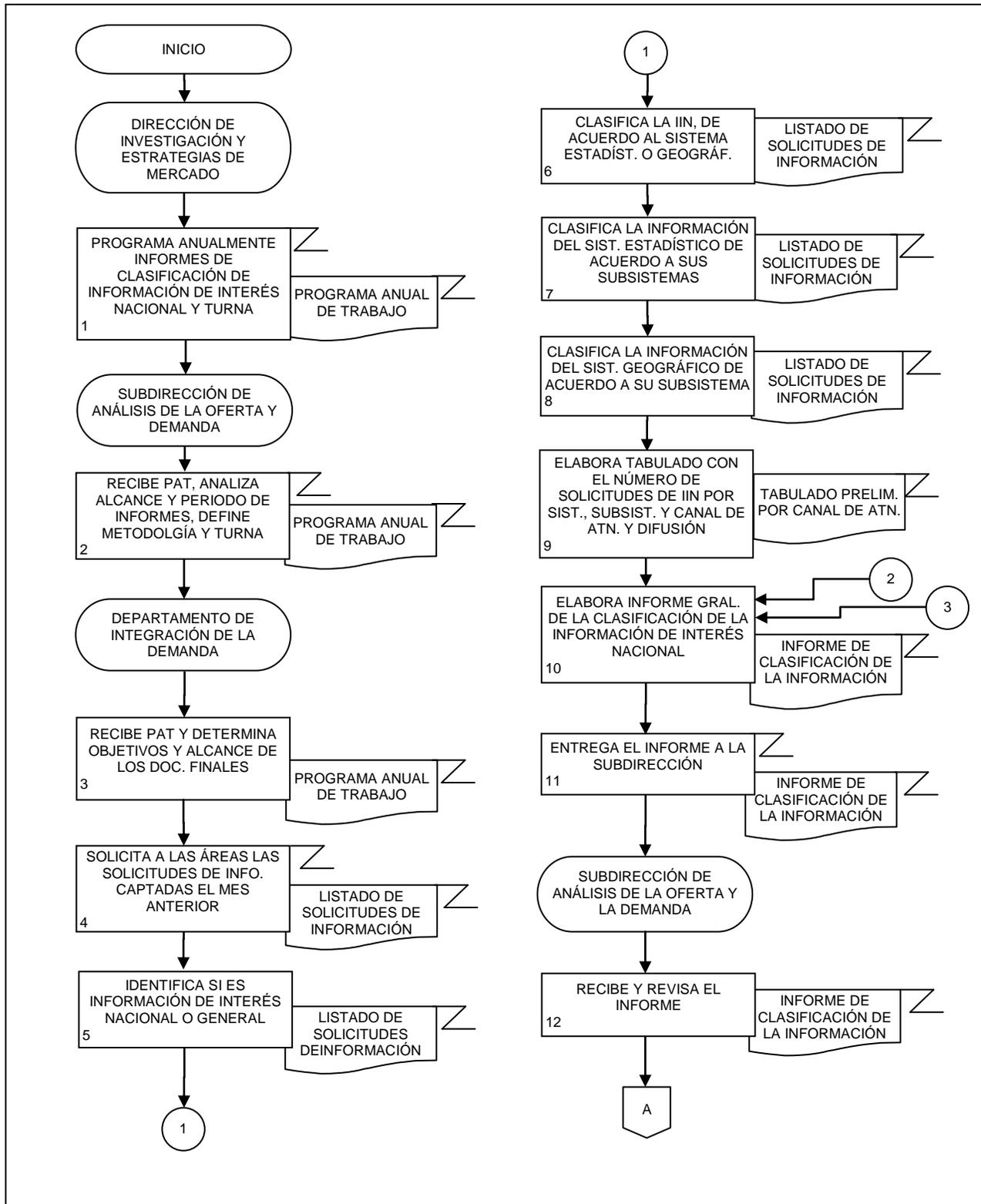
MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

45

5. Diagrama de Flujo.-



5. Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.

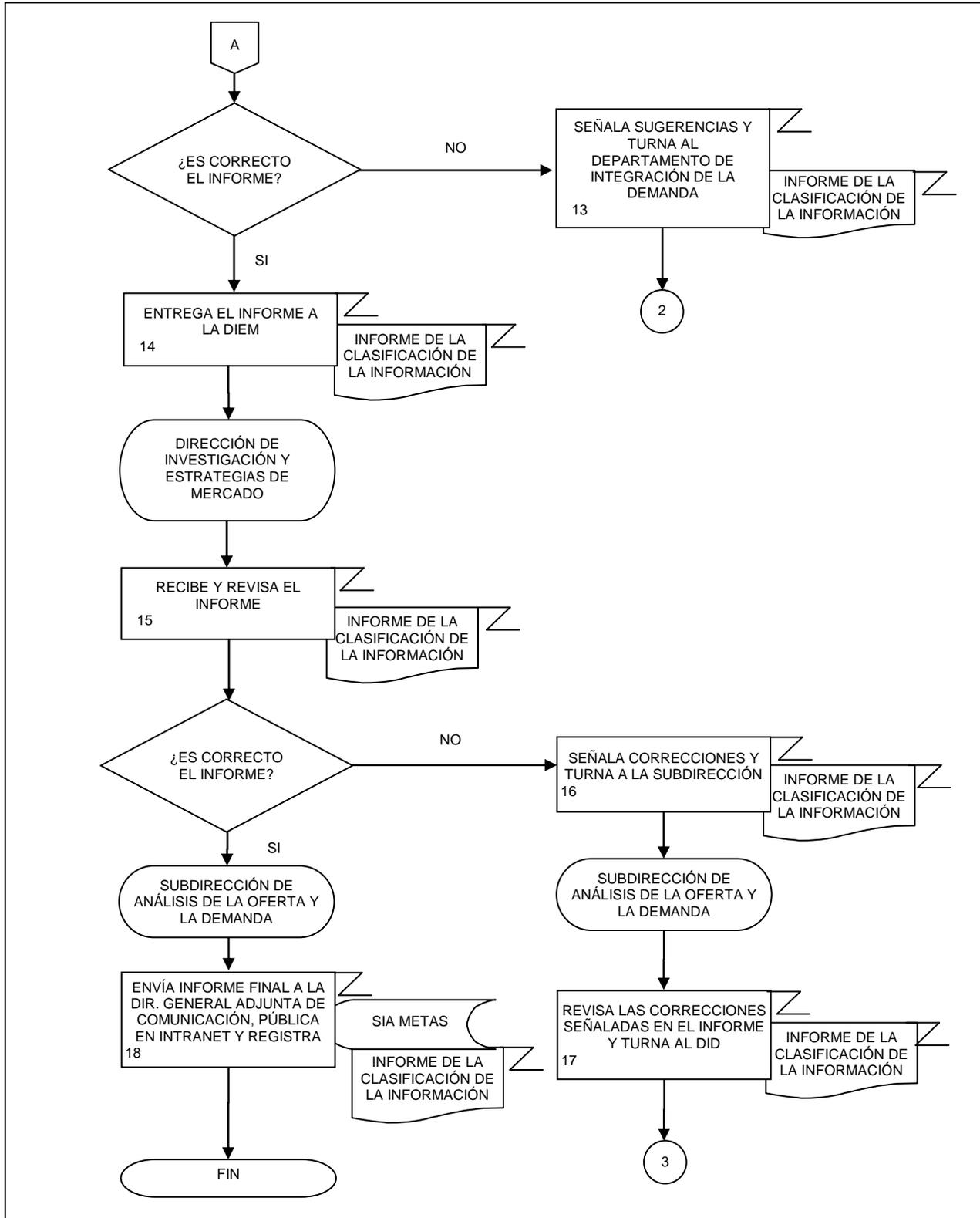
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

46



**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

01

2017

47

**1. Objetivo.-**

Promover en la sociedad el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica que genera e integra el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, por medio de la generación de productos promocionales impresos, digitales y multimedia, así como el diseño de imagen para eventos y el desarrollo de contenido para redes sociales.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Divulgación, a la Dirección de Producción Editorial, a la Dirección de Producción, a la Dirección de Administración, a la Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales, a la Subdirección de Contenidos, a la Subdirección de Diseño, a la Subdirección de Diseño Multimedia, a la Subdirección de Atención a Usuarios, al Departamento de Contenidos Editoriales, al Departamento de Contenidos para Redes Sociales, al Departamento de Corrección de Estilo, al Departamento de Diseño Gráfico, al Departamento de Diseño Editorial, al Departamento de Diseño de Imagen Institucional, y al Departamento de Diseño Multimedia.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Los productos promocionales deberán ser adaptados a distintos formatos de presentación, para llegar al mayor número de las o los usuarios.

3.b. Los productos promocionales que se desarrollen deberán de tener contenidos sintetizados y en lenguaje coloquial para su mejor comprensión entre el público objetivo. El uso de imágenes, gráficas e ilustraciones tendrán como objetivo explicar y/o reforzar conceptos.

3.c. Los productos promocionales generados se elaborarán considerando las características específicas del medio de comunicación utilizado para su difusión.

3.d. Los productos promocionales presentarán la información estadística y geográfica más reciente que se encuentre disponible.

3.e. Los productos promocionales serán validados por las áreas responsables de la información estadística y geográfica a nivel central, regional y estatal, según sea el caso.

3.f. Se brindará apoyo para el diseño y producción de señalización y otro tipo de materiales gráficos a todas las áreas que lo soliciten para atender sus eventos, siempre de acuerdo al Manual de Identidad Institucional vigente.

3.g. La Dirección de Divulgación (DD) será el área facultada para autorizar el diseño y desarrollo de aplicaciones y productos multimedia, así como la liberación de los mismos en la Dirección General Adjunta de Comunicación.

3.h. El diseño y desarrollo de aplicaciones y productos multimedia deberá ser respaldada por el director del área solicitante y autorizada por la DD.

3.i. La DD mantendrá una adecuada comunicación con el área solicitante para contribuir a que las características que demande el proyecto queden cubiertas de manera integral en la solución y productos que se proporcione.

**6.** Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

01

2017

48

- 3.j. Las solicitudes de desarrollo de aplicaciones deberán ir acompañadas de especificaciones claras, para poder estimar los recursos y el tiempo de ejecución.
- 3.k. La atención por parte de la DD a solicitudes de desarrollo de aplicaciones, estará sujeta a la competencia del personal, el programa de trabajo y los compromisos previamente establecidos.

6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

49

01

2017

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Divulgación (DD)	1.	Determina los productos promocionales a desarrollar, con base en el Programa Anual de Productos (PAP), registrado en CONPROVE, solicitudes de las Unidades Administrativas (UA) y Campañas Publicitarias.  ¿El producto está registrado en el PAP?  No.	Solicitud de la Unidad Administrativa (electrónico).
Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales (SSFPP)	2.	Solicita a la Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales (SSFPP) revisar si es necesario registrar el producto en el PAP o se atienda como orden menor, con base en los criterios establecidos por la Dirección de Divulgación (DD).  ¿Se requiere adición al PAP?  Si.	Nota (original y 2 copias).
	3.	Solicita a la o el Enlace de CONPROVE de la UA formalizar la solicitud mediante Nota dirigida a la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI), con copia a la Dirección de Divulgación (DD) y a la SSFPP.	
DD	4.	Recibe Nota de la UA y gestiona con la o el Enlace de CONPROVE de la DGVSPI la incorporación al PAP.  Continúa en la actividad No. 1.  Si (viene de la actividad No. 1).  No (viene de la actividad No. 2).	Nota (original).
	5.	Solicita por correo electrónico a la subdirección correspondiente la atención de la solicitud conforme a sus funciones.  ¿Se trata de un Producto Promocional impreso o digital?  No.	
		Continúa en la actividad No. 40.	

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

50

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Contenidos (SC)	6.	Si. Analiza el requerimiento y determina en conjunto con la DD, Subdirección de Diseño (SD) y UA solicitante, las especificaciones técnicas, posibles alternativas de desarrollo y fecha de entrega.	
Departamento de Contenidos Editoriales (DCE)	7.	Solicita por correo electrónico al Departamento de Contenidos Editoriales (DCE) el desarrollo del contenido.	
	8.	Integra información con base en los requerimientos del producto promocional.	Publicaciones impresas (original). Material de áreas solicitantes (electrónico). Campañas publicitarias (electrónico).
	9.	Genera propuesta de contenido para producto promocional adaptado al público objetivo, y envía por correo electrónico a la Subdirección de Contenidos (SC) para su revisión.	Contenido de producto promocional (electrónico).
SC	10.	Revisa en conjunto con el DCE la propuesta de contenido y de ser necesario realiza adecuaciones y envía al Departamento de Corrección de Estilo para su atención.	Contenido de producto promocional (electrónico).
Departamento de Corrección de Estilo	11.	Aplica corrección de estilo a la propuesta de contenido y envía por correo electrónico a la SC.	Contenido de producto promocional (electrónico).
SC	12.	Recibe propuesta y envía por correo electrónico a la DD para su visto bueno.	Contenido de producto promocional (electrónico).
DD	13.	Revisa en conjunto con la SC la propuesta de contenido para el producto promocional.  ¿Aprueba contenido?  No.	Contenido de producto promocional (electrónico).
SC	14.	Atiende observaciones y envía por correo electrónico a la DD.  Continúa en la actividad No. 13.	Contenido de producto promocional (electrónico).

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

51

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SC	15.	Si. Envía por correo electrónico a las áreas generadoras de la información y/o especialistas del INEGI, la propuesta de contenido para su validación.	Contenido de producto promocional (electrónico).
Áreas generadoras	16.	Recibe, revisa en conjunto con la SC y le devuelve por correo electrónico la propuesta de contenido validada.	Contenido de producto promocional (electrónico).
SC	17.	Envía por correo electrónico a la SD el contenido validado para iniciar el desarrollo de la propuesta gráfica para el producto promocional.	Contenido de producto promocional (electrónico).
Subdirección de Diseño (SD)	18.	Define la propuesta gráfica en conjunto con la SC y el Departamento de Diseño Gráfico (DDG), conforme a las especificaciones técnicas y la fecha de entrega comprometida.	
	19.	Solicita por correo electrónico al DDG el desarrollo de la propuesta gráfica del producto promocional.	
Departamento de Diseño Gráfico (DDG)	20.	Desarrolla propuestas gráficas de acuerdo a temática y público objetivo, y alineadas al Manual de Identidad Institucional y presenta en reunión de trabajo a la SD.	Propuesta gráfica (electrónico).
SD	21.	Revisa en conjunto con el DDG la propuesta gráfica y de ser necesario realiza adecuaciones.	Propuesta gráfica (electrónico).
	22.	Presenta propuesta gráfica a la DD para su visto bueno.	Propuesta gráfica (electrónico).
DD	23.	Revisa en conjunto con la SD y la SC la propuesta gráfica.  ¿Procede la propuesta gráfica?  No.	Propuesta gráfica (electrónico).
	24.	Solicita mediante correo electrónico a la SD aplicar adecuaciones.	
SD	25.	Realiza adecuaciones en conjunto con el DDG.  Continúa en la actividad No. 22.	Propuesta gráfica (electrónico).

6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

01

2017

52

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SD	26.	Si. Envía por correo electrónico la propuesta gráfica de producto promocional a la SC para revisión ortotipográfica.	Propuesta (electrónico). gráfica
SC	27.	Turna al Departamento de Corrección de Estilo para revisión ortotipográfica y devuelve por correo electrónico a la SD.	Propuesta (electrónico). gráfica
SD	28.	Aplica adecuaciones ortotipográficas y envía mediante correo electrónico a la DD el producto promocional para validación.	Propuesta (electrónico). gráfica
DD	29.	Revisa en conjunto con la SD y la SC el producto promocional.  ¿Se valida?  No.	Propuesta (electrónico). gráfica
SD	30.	Solicita por correo electrónico adecuaciones a la SD.	
SD	31.	Realiza adecuaciones al producto promocional conjuntamente con el DDG y presenta a la DD.  Continúa en la actividad No. 29.	Propuesta (electrónico). gráfica
	32.	Si. Envía por correo electrónico el producto promocional validado por la DD a la SC para obtener rúbrica del área solicitante.	Propuesta (electrónico). gráfica
	33.	Entrega por correo electrónico a la SSFPP el archivo digital del producto promocional y el Dummy para trámite de derechos de autor y/o producción editorial.	Propuesta (electrónico). Dummy (original). gráfica
SSFPP	34.	Recibe archivo digital y Dummy.  ¿Requiere certificado de derechos de autor?	Propuesta (electrónico). Dummy (original). gráfica
	35.	Si. Solicita mediante nota a la o el Enlace del Sistema CONPROVE de la DGVSPI el trámite para obtener el Certificado de derechos de autor para el producto promocional.	Nota (original).

6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

53

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SSFPP	36.	<p>Recibe copia del certificado de derechos de autor y lo envía a la DD para resguardo.</p> <p>Continúa en la actividad No.37.</p> <p>No.</p>	<p>Nota (original).</p> <p>Certificado de derechos de autor (copia).</p>
	37.	<p>Entrega mediante correo electrónico a la UA solicitante el archivo cuando el producto promocional es en formato digital.</p>	<p>Producto promocional (electrónico).</p>
	38.	<p>Entrega a la DPE el archivo electrónico de producto promocional, Dummy, Solicitud de edición e impresión y esquema de distribución, cuando el promocional es impreso.</p>	<p>Producto promocional (electrónico).</p> <p>Dummy (original).</p> <p>Solicitud de edición e impresión (original).</p> <p>Esquema de distribución (electrónico).</p>
	39.	<p>Coordina el respaldo físico y electrónico de diseños de producto promocional validado.</p> <p>Fin.</p> <p>¿Se trata de imagen para evento?</p> <p>No.</p> <p>Continúa en la actividad No. 62.</p> <p>Si.</p>	<p>Producto promocional (original y electrónico).</p>
SD	40.	<p>Analiza el requerimiento y determina en conjunto con la DD y/o UA solicitante las especificaciones técnicas, posibles alternativas de atención del requerimiento y fecha de entrega.</p>	
	41.	<p>Solicita por correo electrónico al DDG la propuesta de diseño de imagen para eventos.</p>	
	42.	<p>Solicita por correo electrónico al Departamento de Diseño de Imagen Institucional (DDII) revisar el lugar donde se realizará el evento para determinar medidas de los elementos de la imagen gráfica requerida.</p>	
Departamento de Diseño de Imagen Institucional (DDII)	43.	<p>Realiza visita de reconocimiento del lugar del evento, toma medidas y lo comunica por correo electrónico a la SD y al DDG.</p>	

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

54

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DDG	44.	Desarrolla la propuesta de diseño con base en especificaciones de la SD, medidas del lugar y el Manual de Identidad Institucional y lo envía por correo electrónico a la SD para revisión.	Diseño de imagen (electrónico).
SD	45.	Revisa en conjunto con el DDG la propuesta de diseño y de ser necesario realiza adecuaciones, y envía por correo electrónico a la SC para revisión ortotipográfica.	Diseño de imagen (electrónico).
SC	46.	Recibe propuesta de diseño y turna por correo electrónico al Departamento de Corrección de Estilo para revisión ortotipográfica y devuelve a la SD.	Diseño de imagen (electrónico).
SD	47.	Recibe, revisa y presenta a la DD la propuesta de diseño para visto bueno.	Diseño de imagen (electrónico).
DD	48.	Revisa en conjunto con la SD la propuesta de diseño de imagen para evento.	Diseño de imagen (electrónico).
		¿Aprueba diseño de imagen? No.	
SD	49.	Atiende observaciones y envía por correo electrónico a la DD.  Continúa en la actividad No. 48. Si.	Diseño de imagen (electrónico).
	50.	Envía por correo electrónico a la UA solicitante la propuesta de diseño de imagen para evento, para su validación.	Diseño de imagen (electrónico).
Unidad Administrativa (UA)	51.	Recibe y revisa en conjunto con la SD y valida el diseño de imagen para evento.	Diseño de imagen (electrónico).
SD	52.	Evalúa en conjunto con la DD y determinan si la producción y montaje se puede realizar con la infraestructura disponible en el INEGI o requiere la contratación de un proveedor externo.  ¿Se requiere proveedor externo? Si.	Diseño de imagen (electrónico).

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

55

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SD	53.	Gestiona con la Dirección de Administración (DA) de la DGVSPI la contratación de un(a) proveedor(a) externo(a) que realice los servicios de producción y montaje requeridos, especificando las características técnicas, así como lugar y fecha de instalación.	Nota (original).
	54.	Envía por correo electrónico a la o el proveedor determinado por la DA los archivos electrónicos con el diseño de imagen validado.  Continúa en la actividad No. 57.  No.	Diseño de imagen (electrónico).
SD	55.	Envía por correo electrónico los archivos electrónicos con el diseño de imagen validado para evento al DDII para su producción y montaje especificando las características técnicas y fecha de instalación.	Diseño de imagen (electrónico).
DDII	56.	Produce e instala el diseño de imagen para evento validado e informa por correo electrónico a la SD para su revisión.	
SD	57.	Revisa en conjunto con el DDII y/o proveedor (a) externo (a) el montaje del diseño de imagen para evento y de ser necesario solicita los ajustes requeridos.	
	58.	Informa por correo electrónico a la DD y a la UA solicitante de la conclusión del montaje del diseño de imagen para evento.	
DDII	59.	Reciben la instrucción de la SD de recuperar los materiales utilizados al concluir el evento, para su posterior reutilización.	
	60.	Integra reporte de eventos atendidos y comunica a la SSFPP.	Diseño de imagen (electrónico).
SSFPP	61.	Gestiona con la DA de la DGVSPI la reposición del material y consumibles utilizados, para tenerlos disponibles para próximos eventos.  Fin.	

6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

56

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
		¿Se trata del diseño de cubiertas?	
		No.	
		Continúa en la actividad No. 72.	
		Si.	
SD	62.	Recibe solicitud de diseño de cubierta mediante sistema CONPROVE y en conjunto con la DD, la UA solicitante y el Departamento de Diseño Editorial (DDE), analizan el requerimiento y determinan las especificaciones técnicas y posibles alternativas de atención.	Especificaciones técnicas y alternativas (electrónico).
	63.	Solicita por correo electrónico al DDE que desarrolle la propuesta de diseño de cubiertas, indicando especificaciones técnicas.	
Departamento de Diseño Editorial (DDE)	64.	Desarrolla la propuesta de diseño de cubierta y la envía por correo electrónico a la SD para revisión.	Especificaciones técnicas y alternativas (electrónico).
SD	65.	Revisa en conjunto con el DDE la propuesta de diseño de cubierta; de ser necesario realizan adecuaciones y envía por correo electrónico a la DD para su aprobación.	Especificaciones técnicas y alternativas (electrónico).
DD	66.	Revisa en conjunto con la SD el diseño de la cubierta.	Diseño de Cubierta (electrónico).
		¿Aprueba el diseño?	
		No.	
SD	67.	Atiende observaciones y envía por correo electrónico a la DD.	Diseño de Cubierta (electrónico).
		Continúa en la actividad No. 66.	
		Si.	
	68.	Envía por correo electrónico a la UA solicitante la cubierta para su validación.	Diseño de Cubierta (electrónico).
UA	69.	Recibe por correo electrónico y revisa en conjunto con la SD y valida el diseño de cubierta.	Diseño de Cubierta (electrónico).

6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

57

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SD	70.	Comunica por correo electrónico al DDE la validación del diseño de cubierta y en caso de corresponder a una publicación impresa solicita su preparación para producción editorial.	
DDE	71.	Prepara archivos originales de diseño de cubierta, entrega por correo electrónico a la UA solicitante e informa a la SD.  Fin.  ¿Se trata de un Producto Multimedia?  No.  Continúa en la actividad No. 91.  Si.	Diseño de Cubierta (electrónico).
Subdirección de Diseño Multimedia (SDM)	72.	Analiza el requerimiento y determina en conjunto con la DD, SC y/o UA solicitante las especificaciones técnicas, alcances, posibles alternativas de desarrollo y fecha de entrega.	
	73.	Desarrolla en conjunto con la SC, UA solicitante y el Departamento de Diseño Multimedia (DDM) el guión gráfico ( <i>storyboard</i> ) y el diseño de la interfaz del producto multimedia.	Guión gráfico (electrónico). Diseño de interfaz (electrónico).
	74.	Solicita por correo electrónico el apoyo de la SC para adaptar al público objetivo la información proporcionada por la UA solicitante.	Guión gráfico (electrónico). Diseño de interfaz (electrónico).
SC	75.	Integrar y adapta la información estadística y geográfica que será mostrada en el producto multimedia y envía por correo electrónico a la SDM.	Información en producto multimedia (electrónico).
SDM	76.	Envía por correo electrónico al DDM la información proporcionada por la SC, solicitando la generación de una propuesta de producto multimedia.	Información en producto multimedia (electrónico).
Departamento de Diseño Multimedia (DDM)	77.	Genera propuesta de producto multimedia, incorporando la información proporcionada por la SC, con base en las especificaciones técnicas, el público objetivo y envía por correo electrónico a la SDM para su revisión.	Producto multimedia (electrónico).

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

58

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS	
	No.	DESCRIPCIÓN		
SDM	78.	Recibe y revisa la propuesta de producto multimedia.  ¿Se acepta?  No.	Producto (electrónico).	multimedia
	79.	Solicita por correo electrónico al DDM realizar los ajustes requeridos.		
DDM	80.	Realiza las adecuaciones solicitadas y envía por correo electrónico a la SDM.  Continúa en la actividad No. 78.  Si.	Producto (electrónico).	multimedia
SDM	81.	Envía por correo electrónico la propuesta de producto multimedia a la SC para corrección ortotipográfica y de estilo.	Producto (electrónico).	multimedia
SC	82.	Recibe propuesta de producto multimedia y turna al Departamento de Corrección de Estilo para corrección ortotipográfica y de estilo y devuelve por correo electrónico a la SDM.	Producto (electrónico).	multimedia
SDM	83.	Recibe, revisa y presenta a la DD la propuesta de producto multimedia para visto bueno.	Producto (electrónico).	multimedia
DD	84.	Revisa en conjunto con la SDM la propuesta de producto multimedia.  ¿Se aprueba?  No.	Producto (electrónico).	multimedia
SDM	85.	Solicita por correo electrónico al DDM los cambios requeridos.  Continúa en la actividad No. 80.  Si.		
	86.	Envía por correo electrónico a la UA solicitante la propuesta de producto multimedia, para su validación.	Producto (electrónico).	multimedia

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

59

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Unidad Administrativa Solicitante	87.	Recibe por correo electrónico y revisa en conjunto con la SDM y valida la propuesta de producto multimedia.	Producto multimedia (electrónico).
SDM	88.	Solicita por correo electrónico al DDM realiza pruebas en ambiente para asegurar la correcta operación del producto multimedia y preparar la entrega a la UA solicitante.	
DDM	89.	Realiza pruebas de desempeño del producto multimedia, asegura su óptimo funcionamiento, envía por correo electrónico a la SDM para su entrega a la UA solicitante y realiza respaldo de archivos editables.	Producto multimedia (electrónico). Respaldo (electrónico).
SDM	90.	Entrega por correo electrónico el producto multimedia a la UA solicitante.	Producto multimedia (electrónico).
		Fin.	
		¿Se trata de producto para redes sociales?	
		No.	
		Fin.	
		Si.	
SC	91.	Determina en conjunto con la DD el tema del producto para redes sociales, así como el formato requerido (texto, infografía, nota, fotonota o guion para videoboletín), con base en campañas publicitarias, Estadísticas a propósito de..., e información que requiera promover el Instituto.	
	92.	Solicita por correo electrónico al Departamento de Contenidos para Redes Sociales (DCPRS) desarrollar propuesta de contenido del producto para redes sociales, de acuerdo al tema definido.	
Departamento de Contenidos para Redes Sociales (DCRS)	93.	Elabora propuesta de contenido del producto para redes sociales, con base en información estadística y geográfica del INEGI y público objetivo y envía mediante correo electrónico a la SC para revisión.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
SC	94.	Revisa propuesta de contenido para producto.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

01

2017

60

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
		¿Se acepta?	
		No.	
SC	95.	Devuelve por correo electrónico al DCPRS para su modificación.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
DCRS	96.	Recibe y atiende observaciones y devuelve por correo electrónico a la SC.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
		Continúa en la actividad No. 94.	
		Si.	
SC	97.	Envía mediante correo electrónico al Departamento de Corrección de Estilo para su revisión.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
Departamento de Corrección de Estilo	98.	Aplica corrección de estilo y devuelve por correo electrónico a la SC.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
SC	99.	Solicita por correo electrónico la validación de las áreas generadoras de la información y/o especialistas.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
Áreas generadoras	100.	Recibe y valida en conjunto con la SC la propuesta de contenido del producto para redes sociales.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
SC	101.	Envía por correo electrónico a la DD la propuesta de contenido del producto para redes sociales, para autorización.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
DD	102.	Revisa en conjunto con la SC la propuesta de contenido del producto para redes sociales.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
		¿Se autoriza?	
		No.	
SC	103.	Atiende observaciones en conjunto con el DCRS.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
		Continúa en la actividad No. 101.	
		Si.	
	104.	Define en conjunto con la DD si el producto para redes sociales requiere representación gráfica (ilustración, fotografía, infografía, nota o fotonota).	

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

61

01

2017

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS	
	No.	DESCRIPCIÓN		
SC		¿Requiere representación gráfica?  No.  Continúa en la actividad No. 111.  Si.		
SD	105.	Solicita por correo electrónico a la SD la elaboración de ilustraciones, selección de fotografías y/o elaboración de infografías, notas o fotonotas para el contenido para redes sociales.		
SD	106.	Desarrolla en conjunto con DDG una propuesta de representación gráfica requerida para el contenido para redes sociales y envía mediante correo electrónico a la SC.	Representación (electrónico).	gráfica
SC	107.	Envía por correo electrónico a la DD para su visto bueno.	Representación (electrónico).	gráfica
DD	108.	Revisa en conjunto con la SC y la SD la propuesta de representación gráfica (ilustración, fotografía, infografía, nota o fotonota).  ¿Otorga visto bueno?  No.	Representación (electrónico).	gráfica
SD	109.	Solicita por correo electrónico a la SD, adecuaciones a la representación gráfica del contenido para redes sociales.		
SD	110.	Realiza adecuaciones en conjunto con el DDG y envía por correo electrónico a la DD.  Continúa en la actividad No. 108.  Si.	Representación (electrónico).	gráfica
SC	111.	Realiza revisión ortotipográfica y prepara texto introductorio para su publicación en redes sociales.  ¿Es guion para videoboletín?  Si.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico). Texto introductorio (electrónico).	

**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.

AÑO.

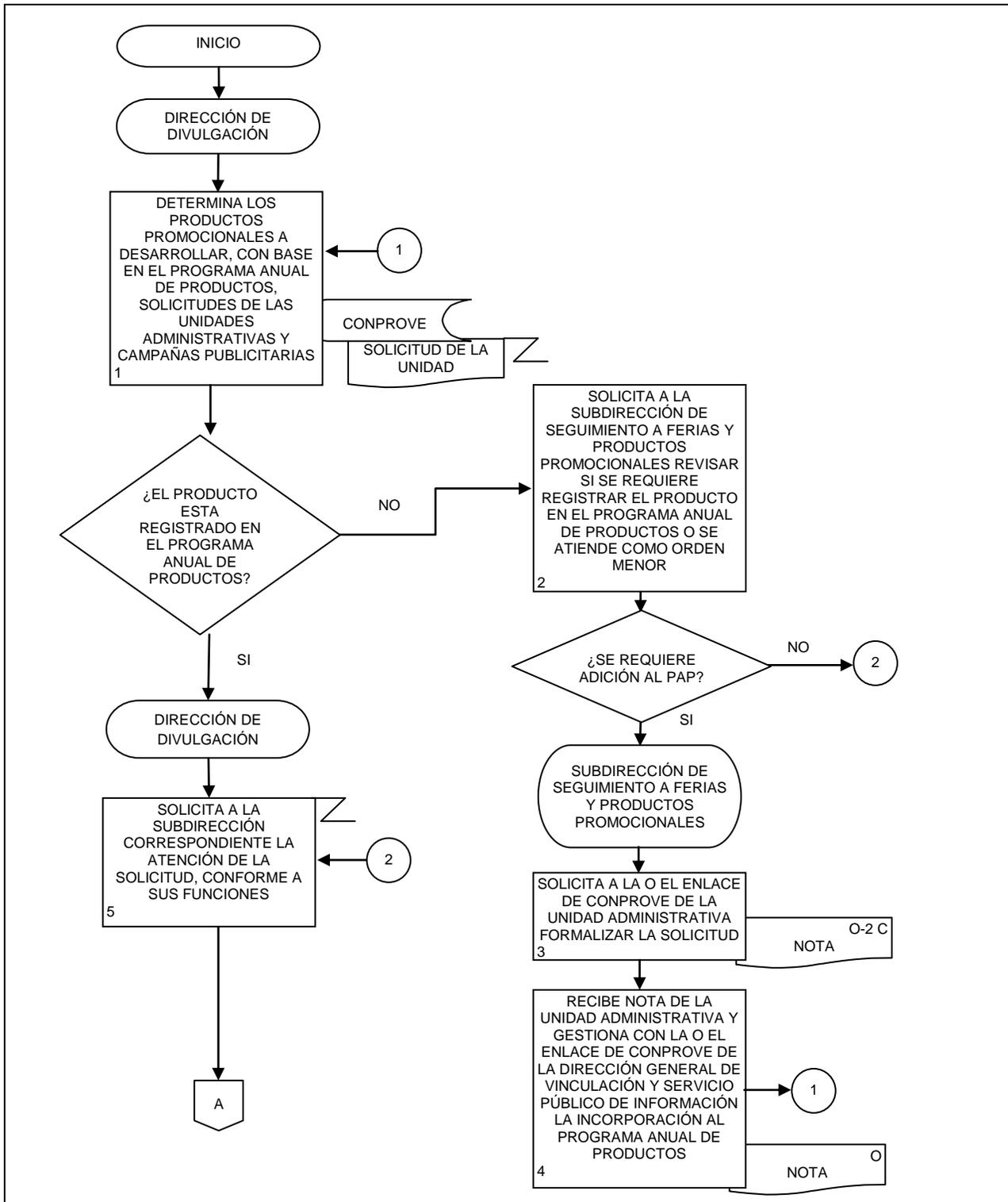
01

2017

62

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SC	112.	Envía por correo electrónico el guión a la DD para su entrega a la Dirección de Producción (DP).	Guion (electrónico).
DD	113.	Recibe y entrega por correo electrónico a la DP para la realización del videoboletín.  Fin.  No.	Guion (electrónico).
Subdirección de Atención de Usuarios	114.	Entrega por correo electrónico a la Subdirección de Atención de Usuarios el contenido para redes sociales para su publicación.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
	115.	Recibe mediante correo electrónico, revisa y publica mensajes en redes sociales.	Contenido del producto para redes sociales (electrónico).
SC	116.	Verifica la publicación del contenido en redes sociales y lo notifica mediante correo electrónico a la DD.    Fin de procedimiento.	

5. Diagrama de Flujo.-



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

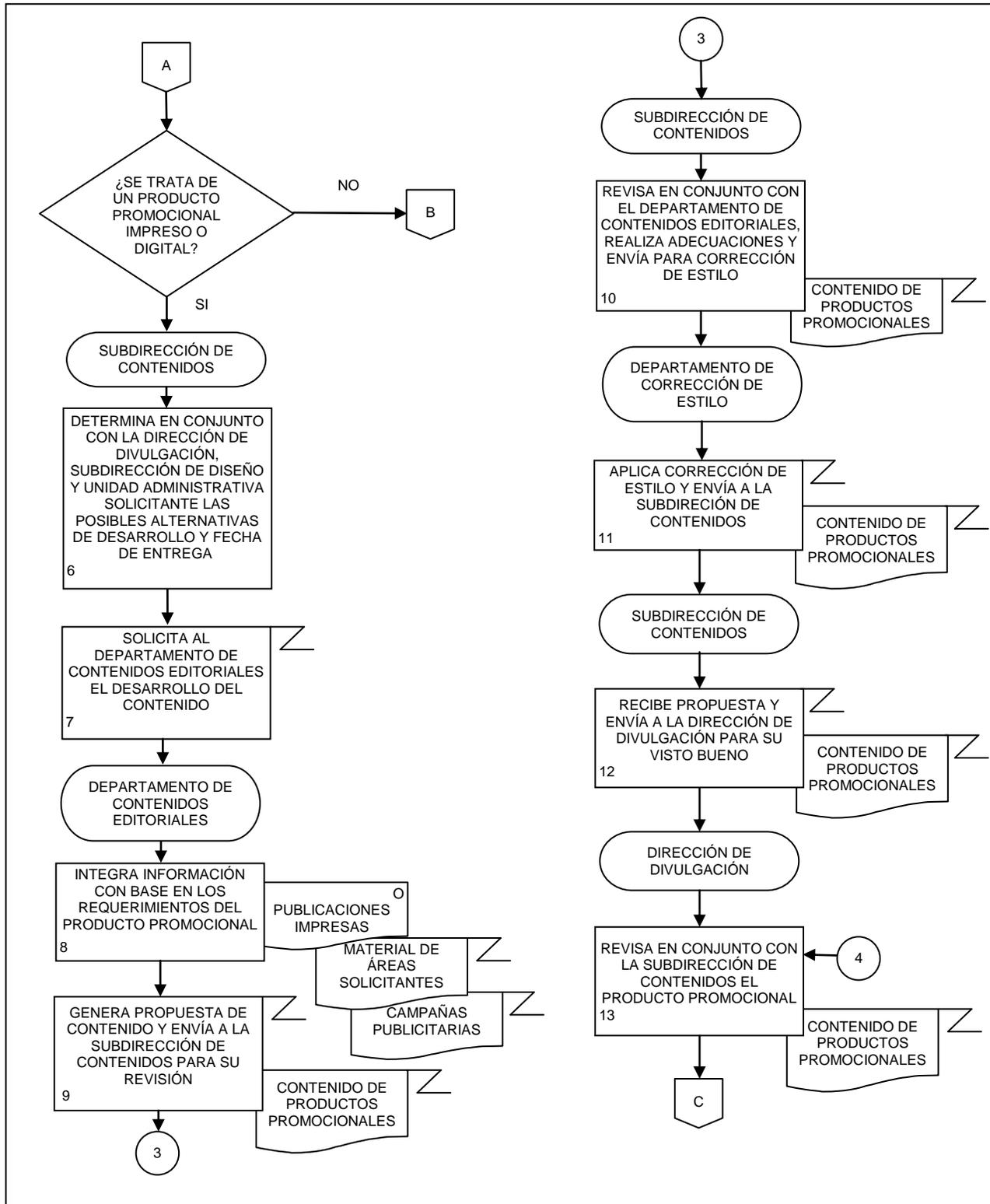
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

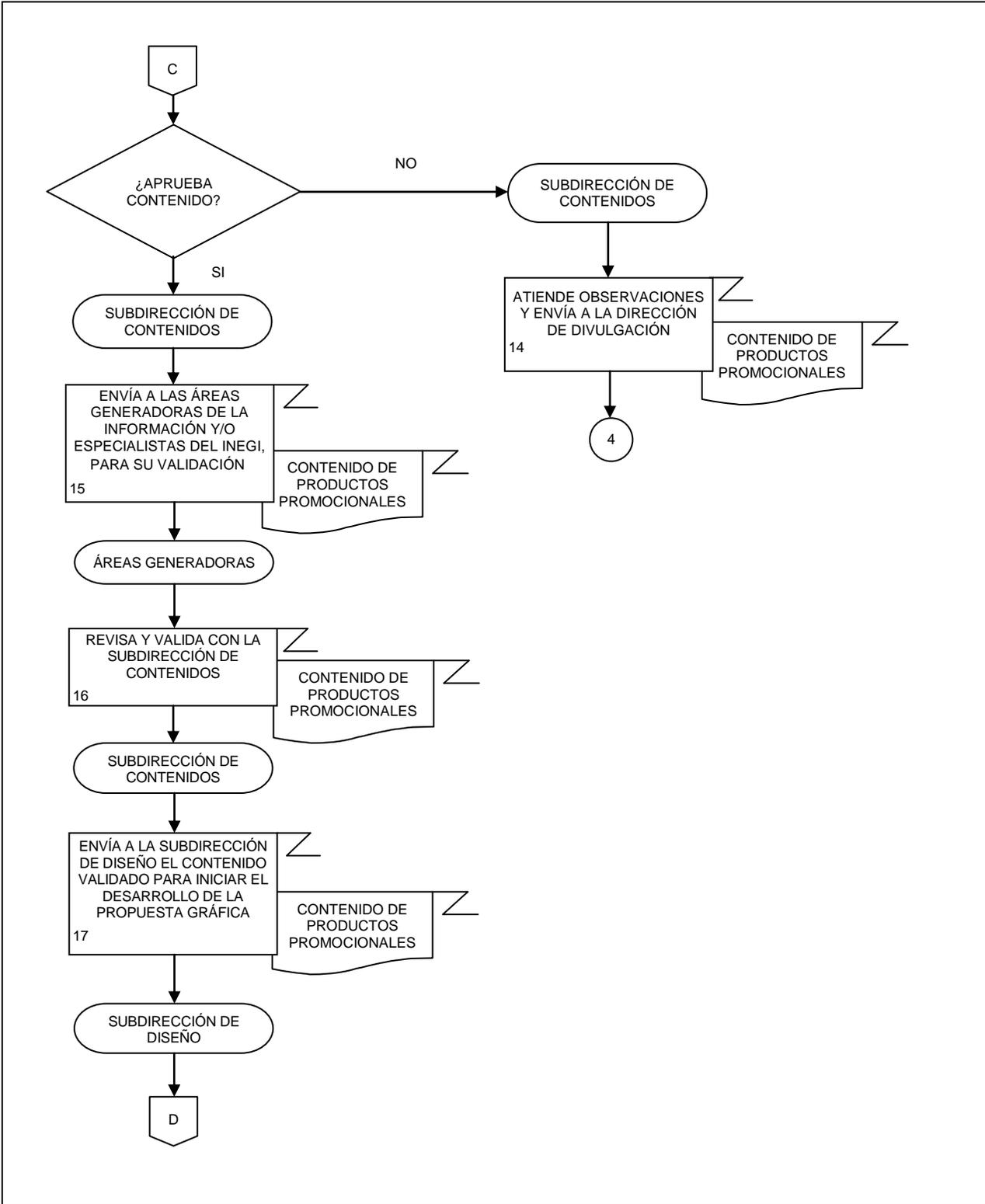
64



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01      AÑO. 2017

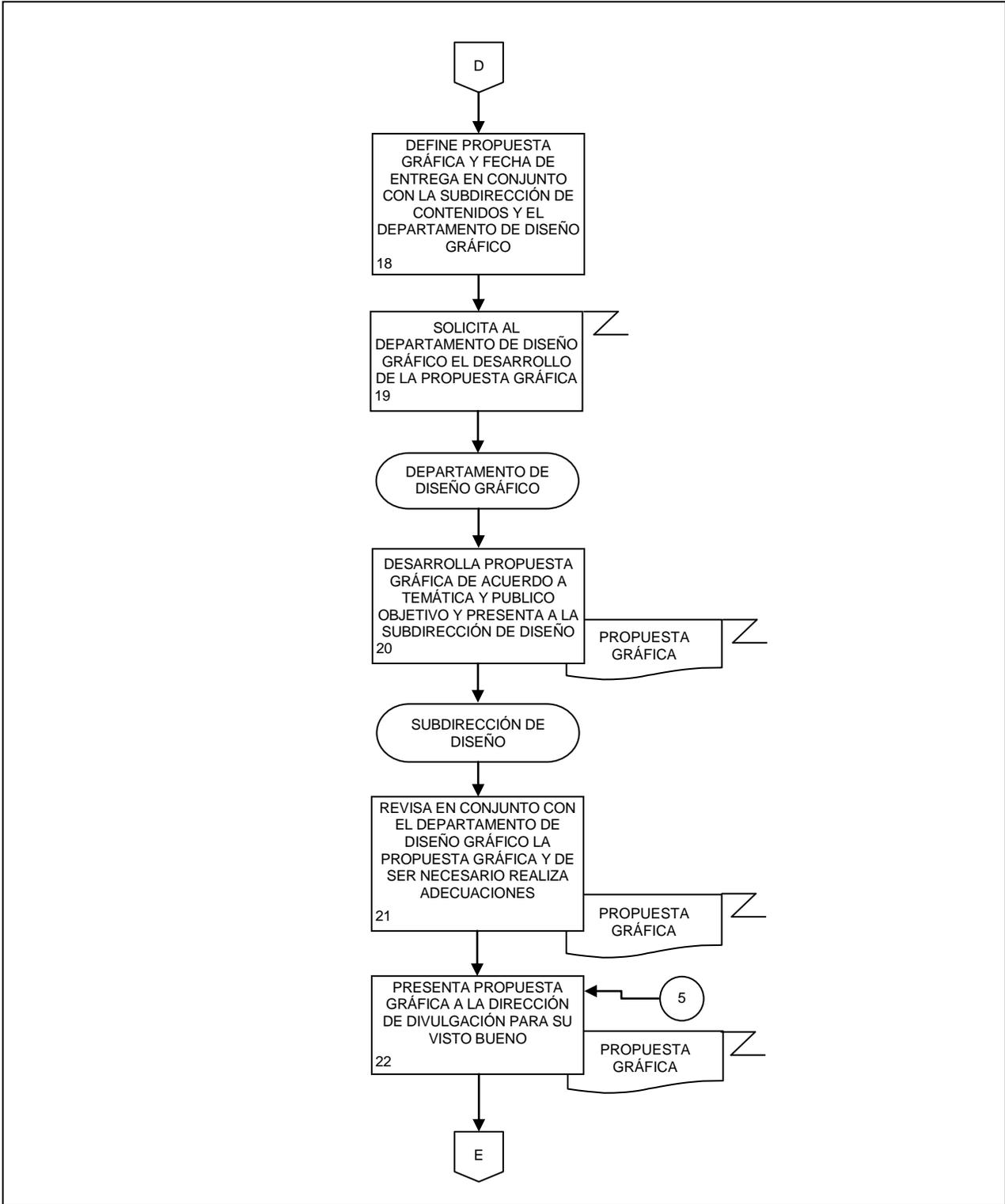
PÁGINA: 65



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 66



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

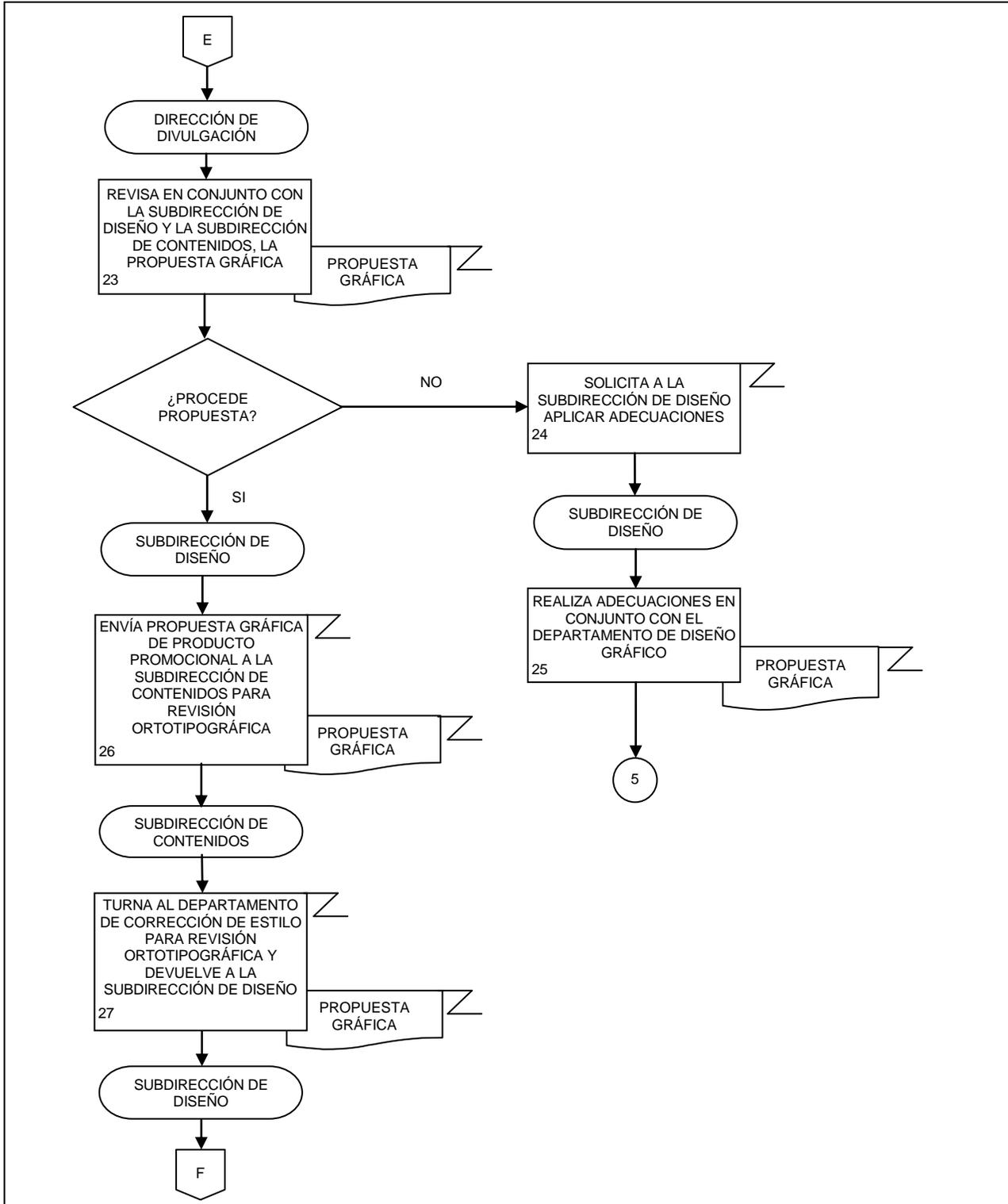
MES.

AÑO.

67

01

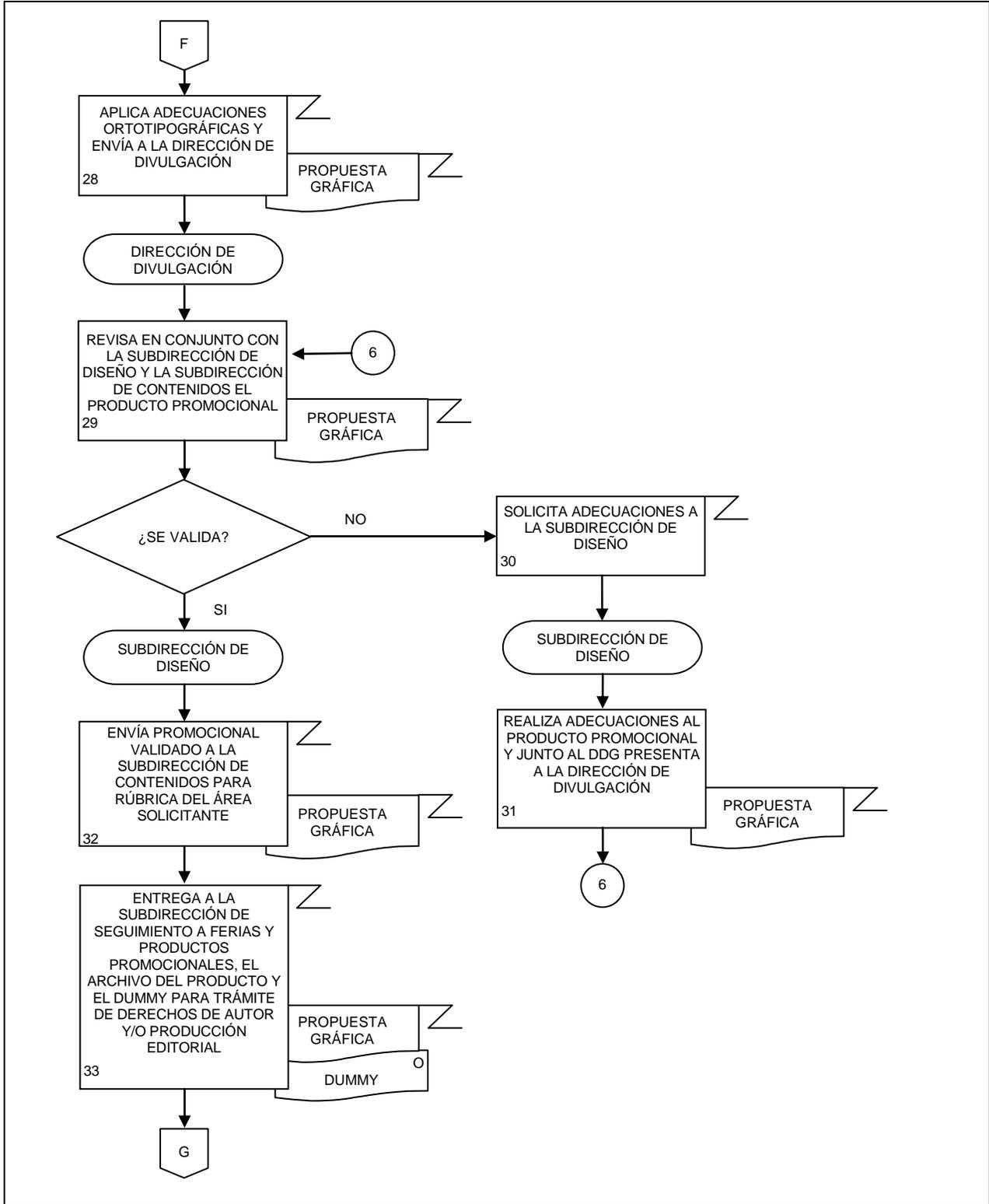
2017



**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. **01** AÑO. **2017**

PÁGINA:  
 68



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

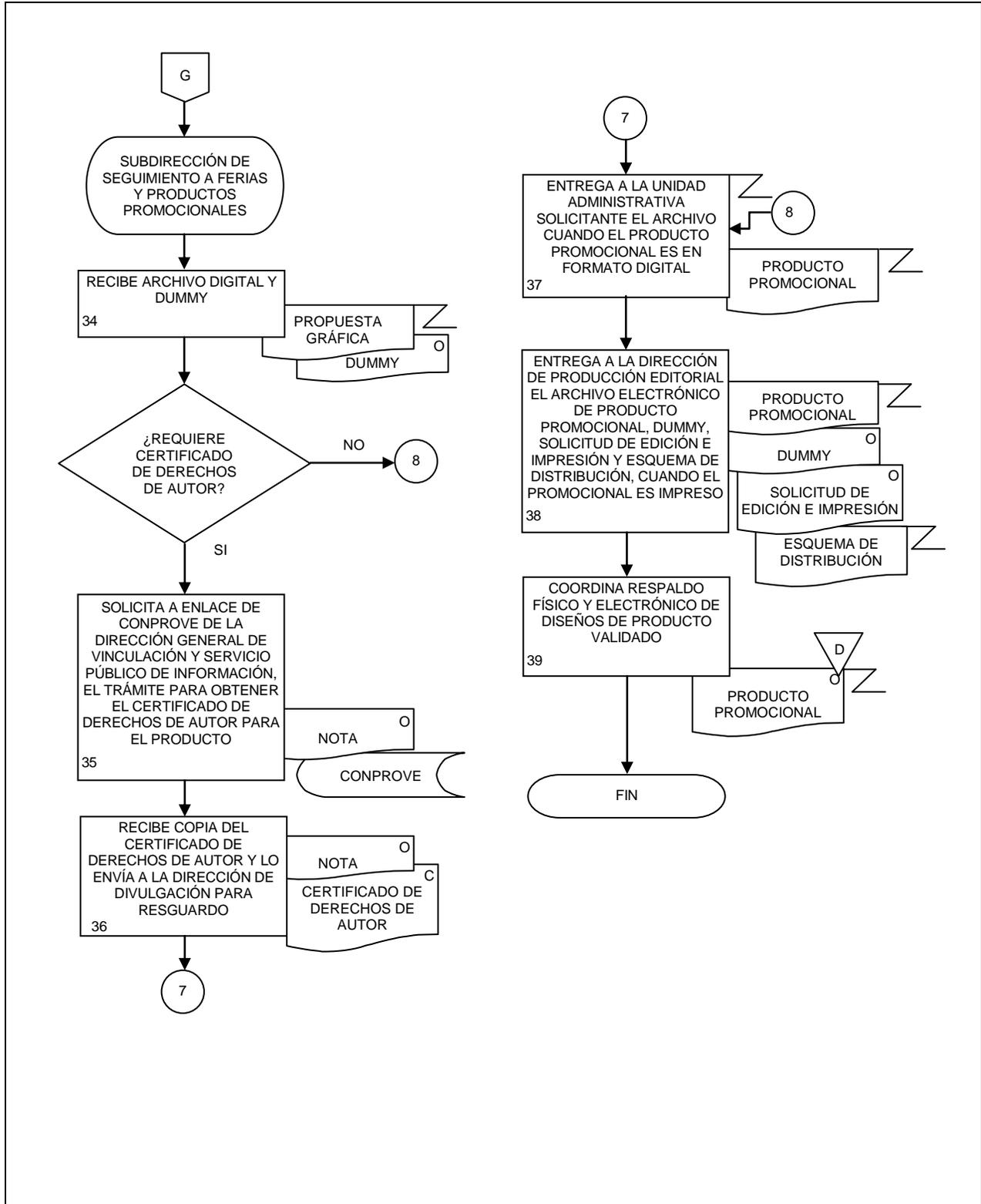
MES.

AÑO.

69

01

2017



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

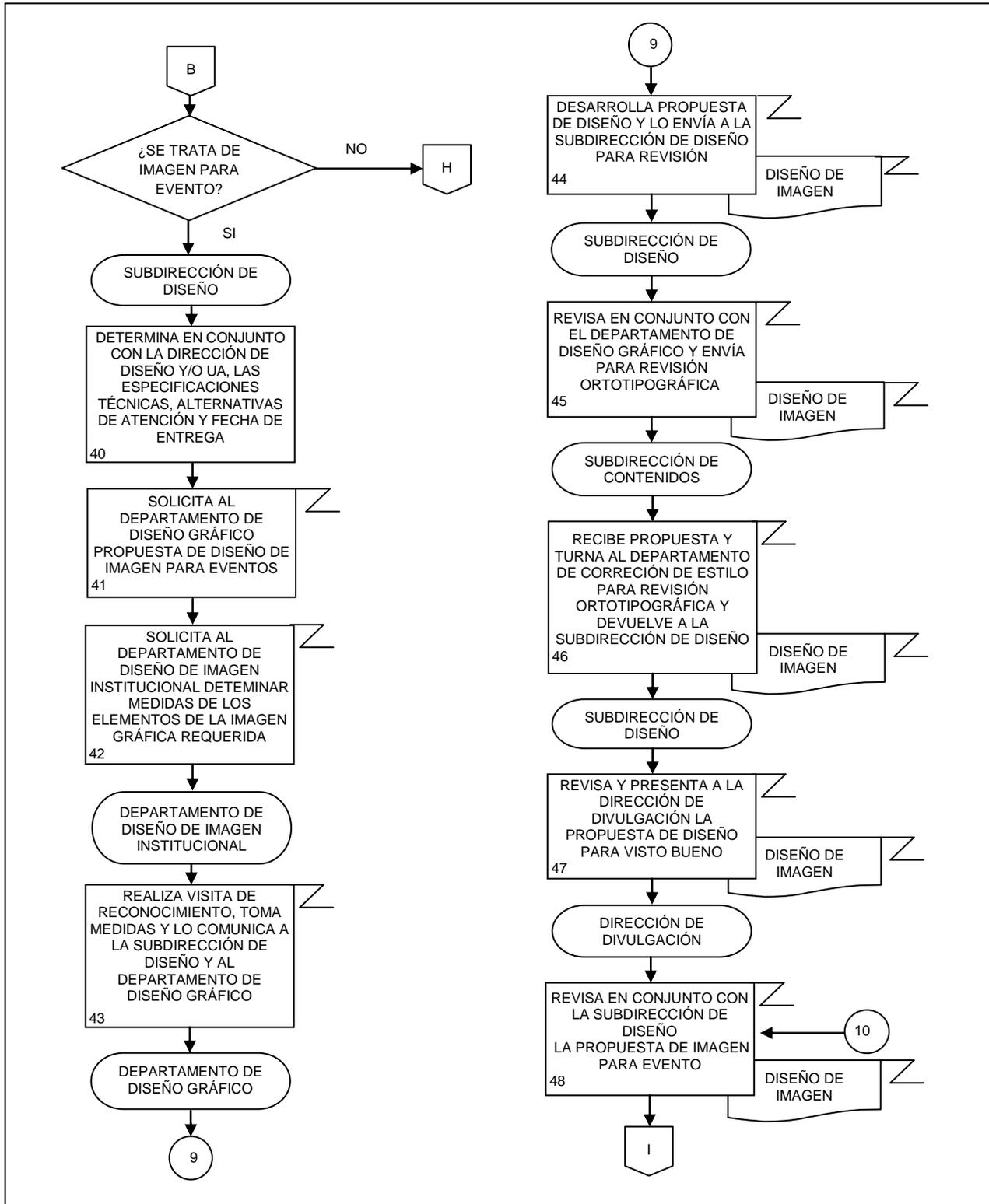
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

70



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

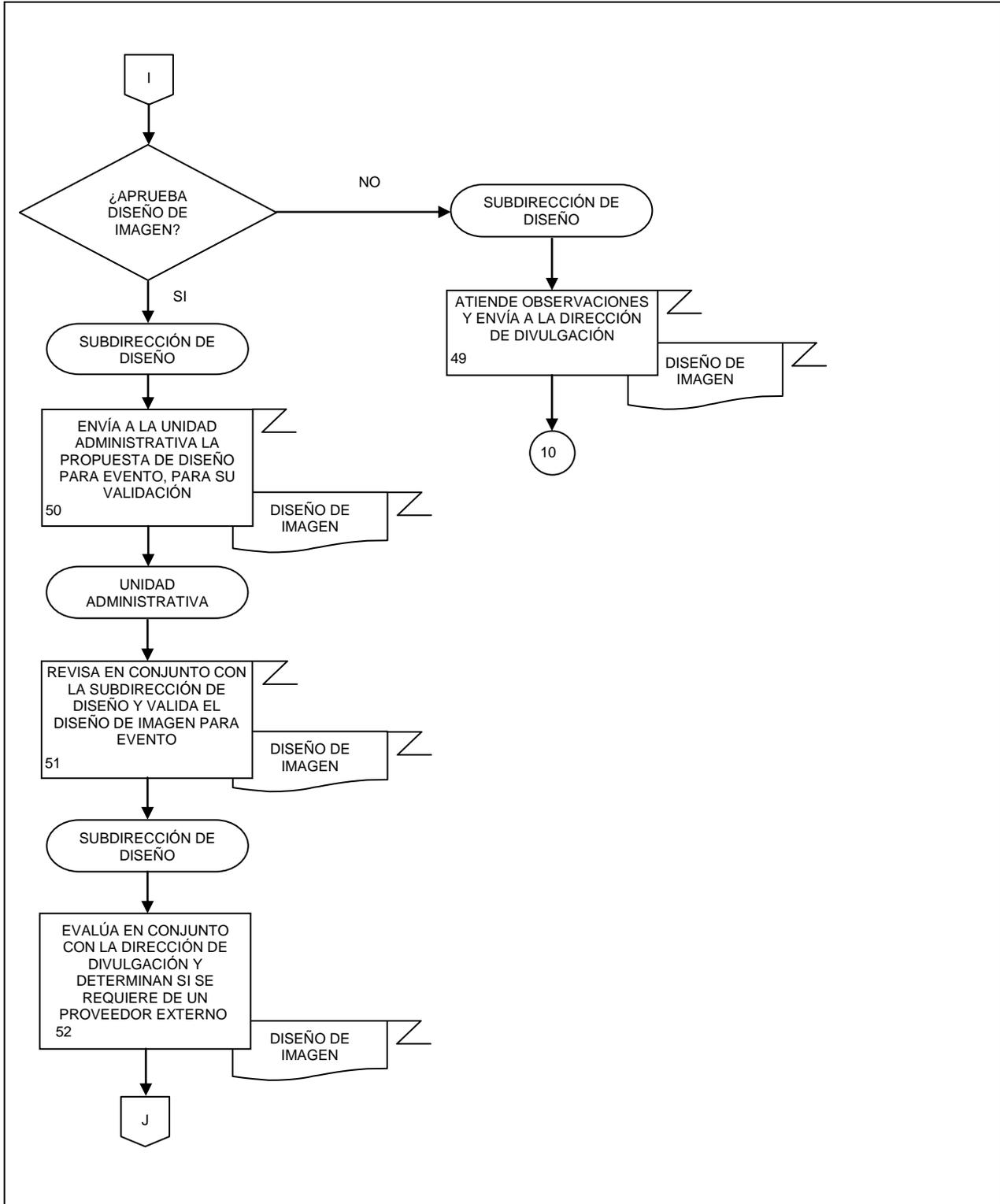
MES.

AÑO.

71

01

2017



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

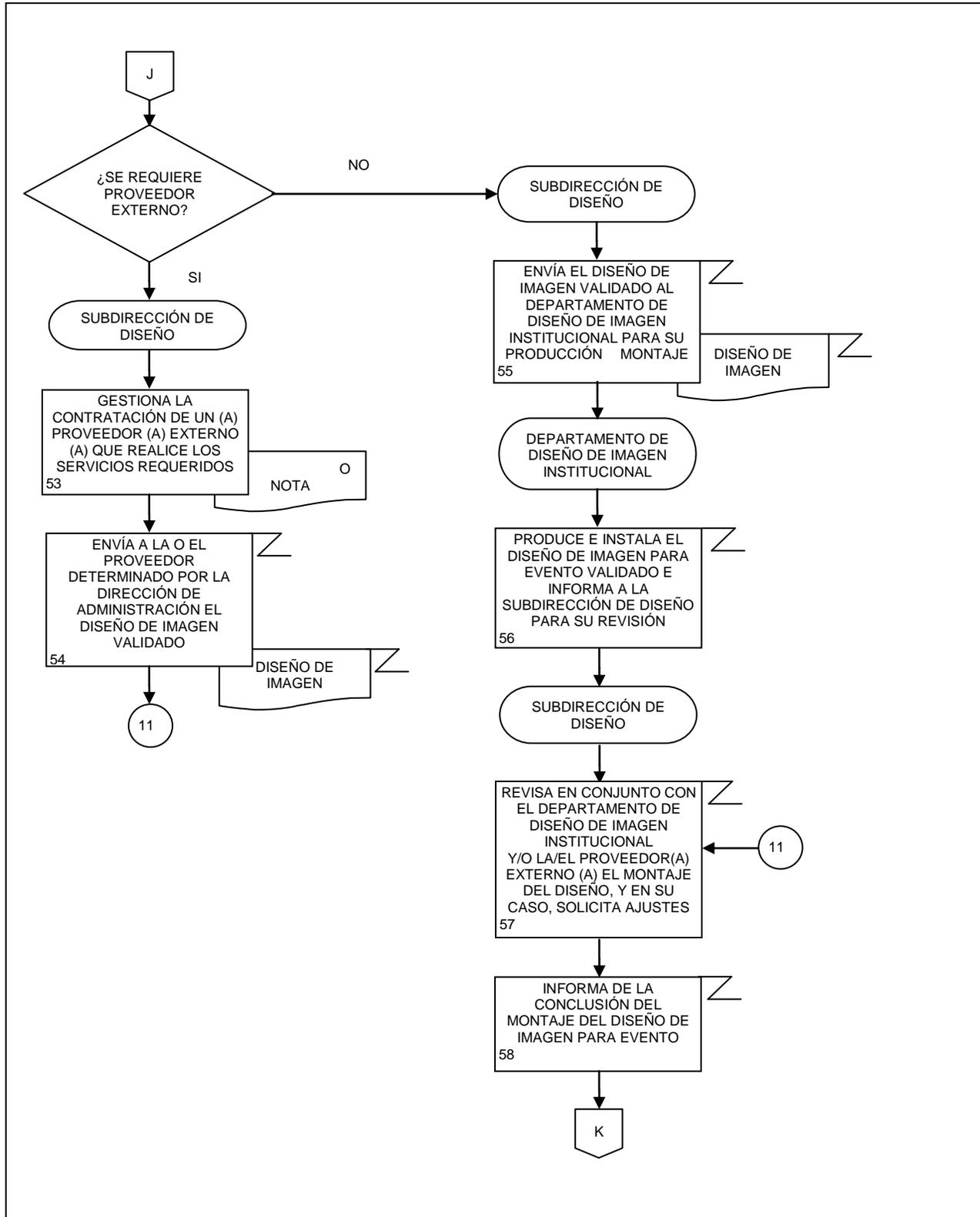
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

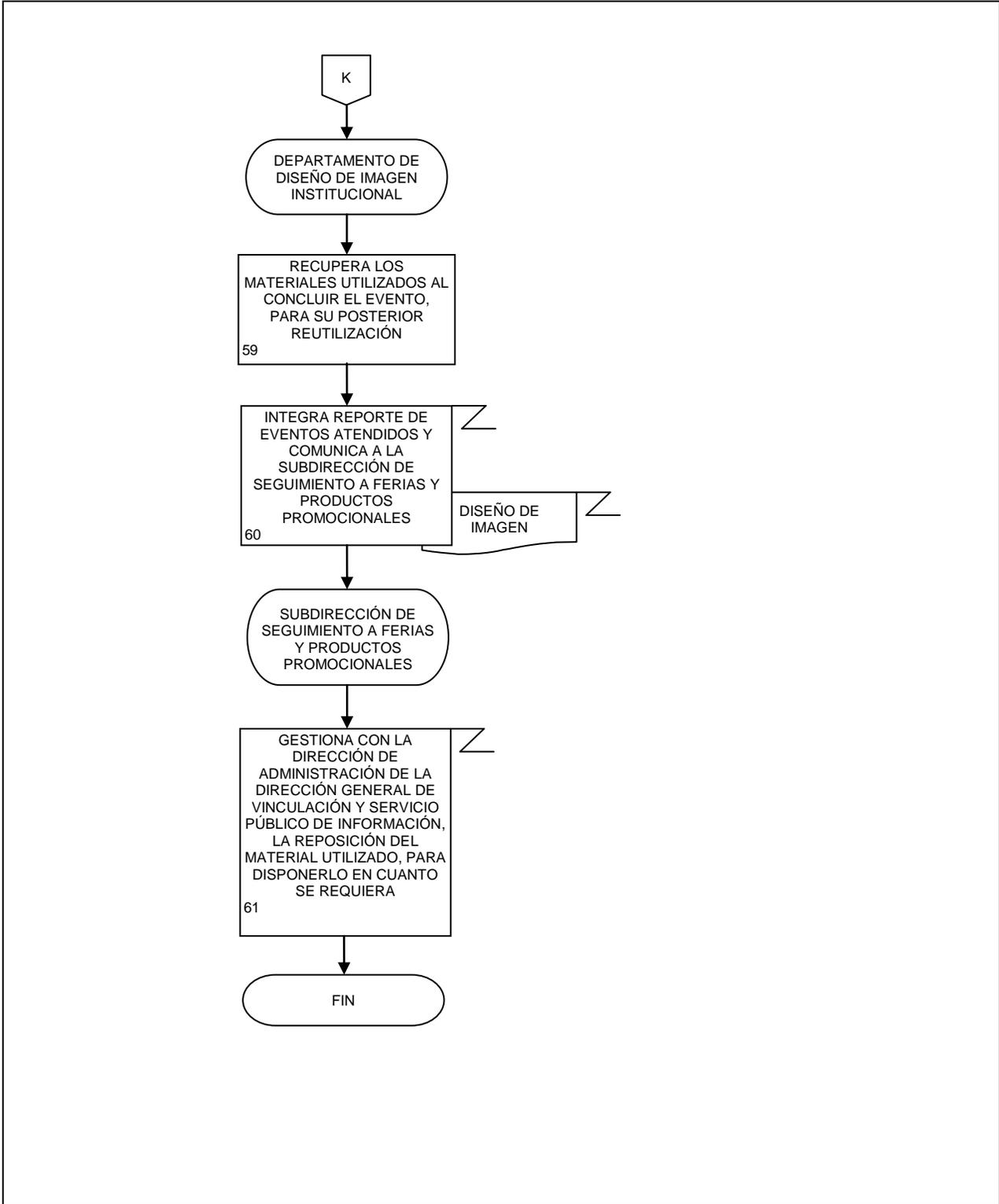
72



**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	
MES. <b>01</b>	AÑO. <b>2017</b>

PÁGINA:  
73



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

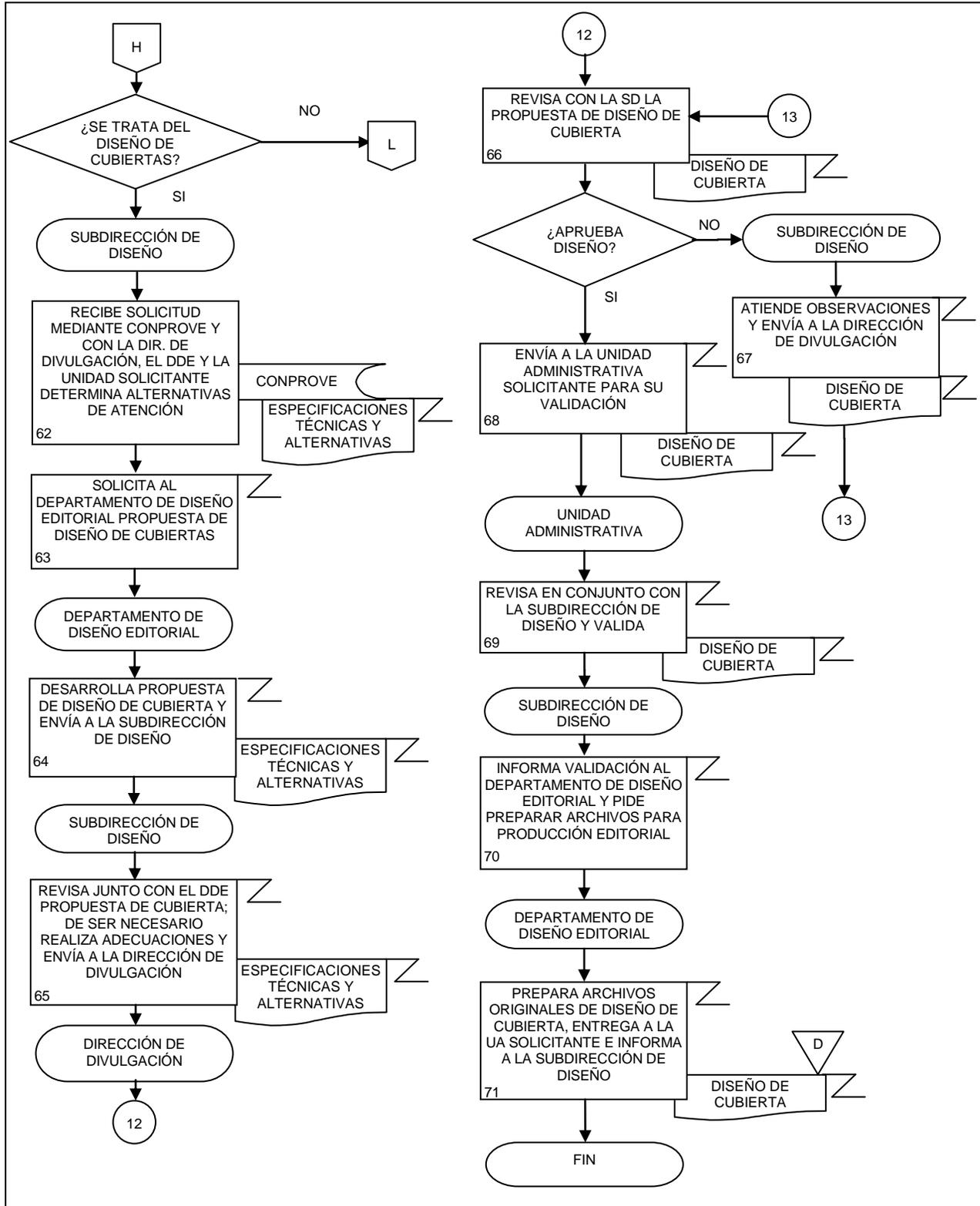
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

74



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

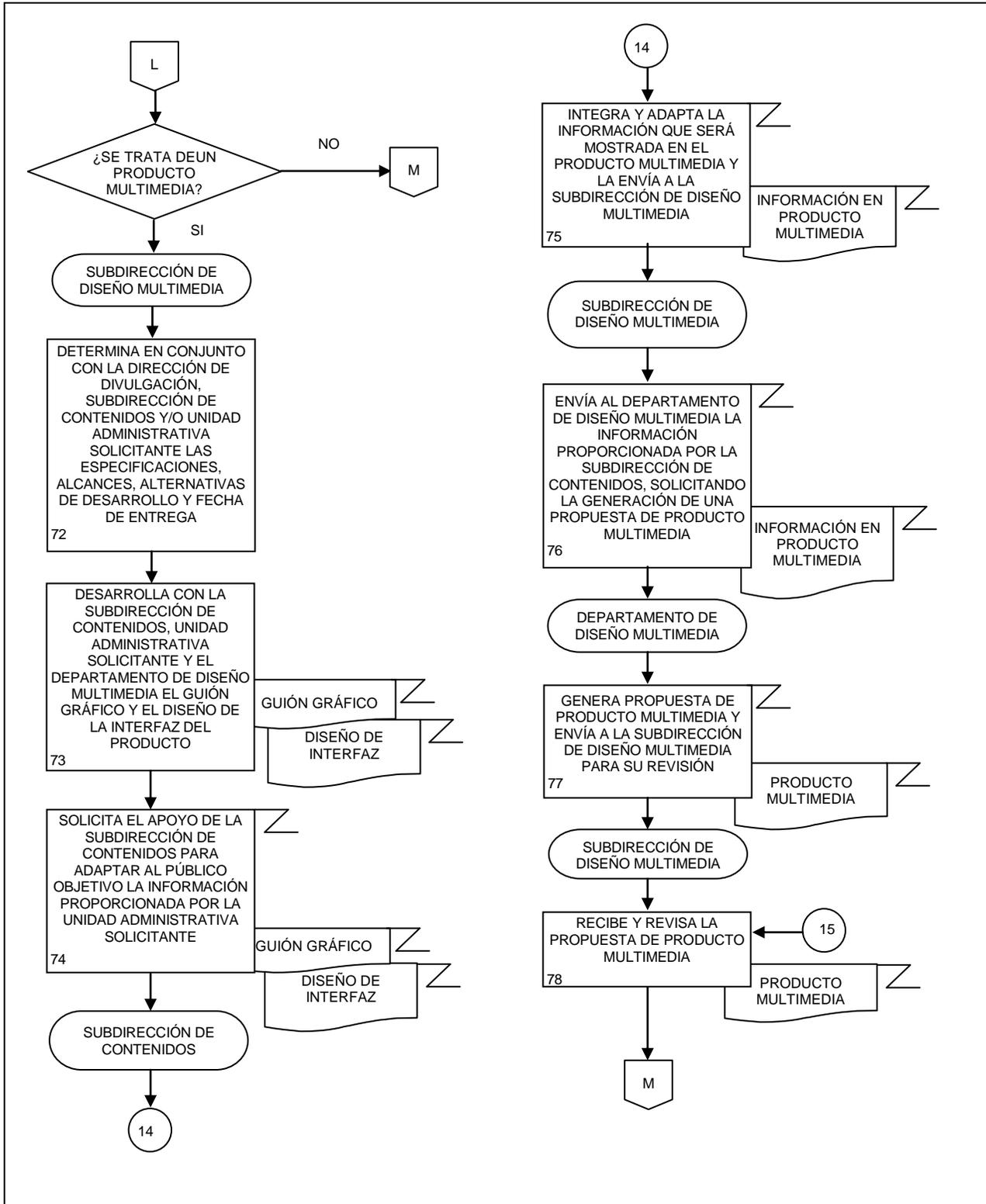
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

75



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

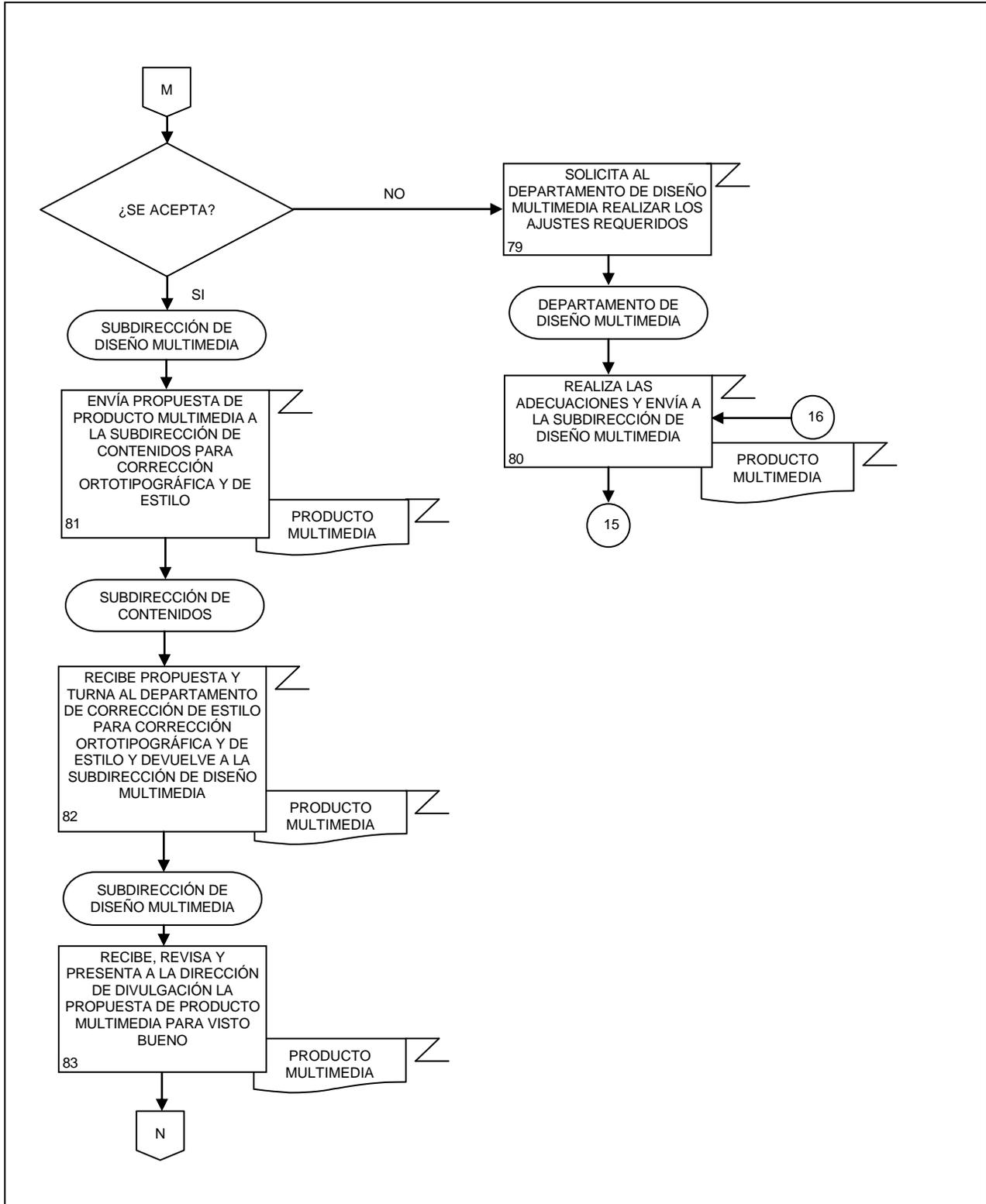
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

76



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

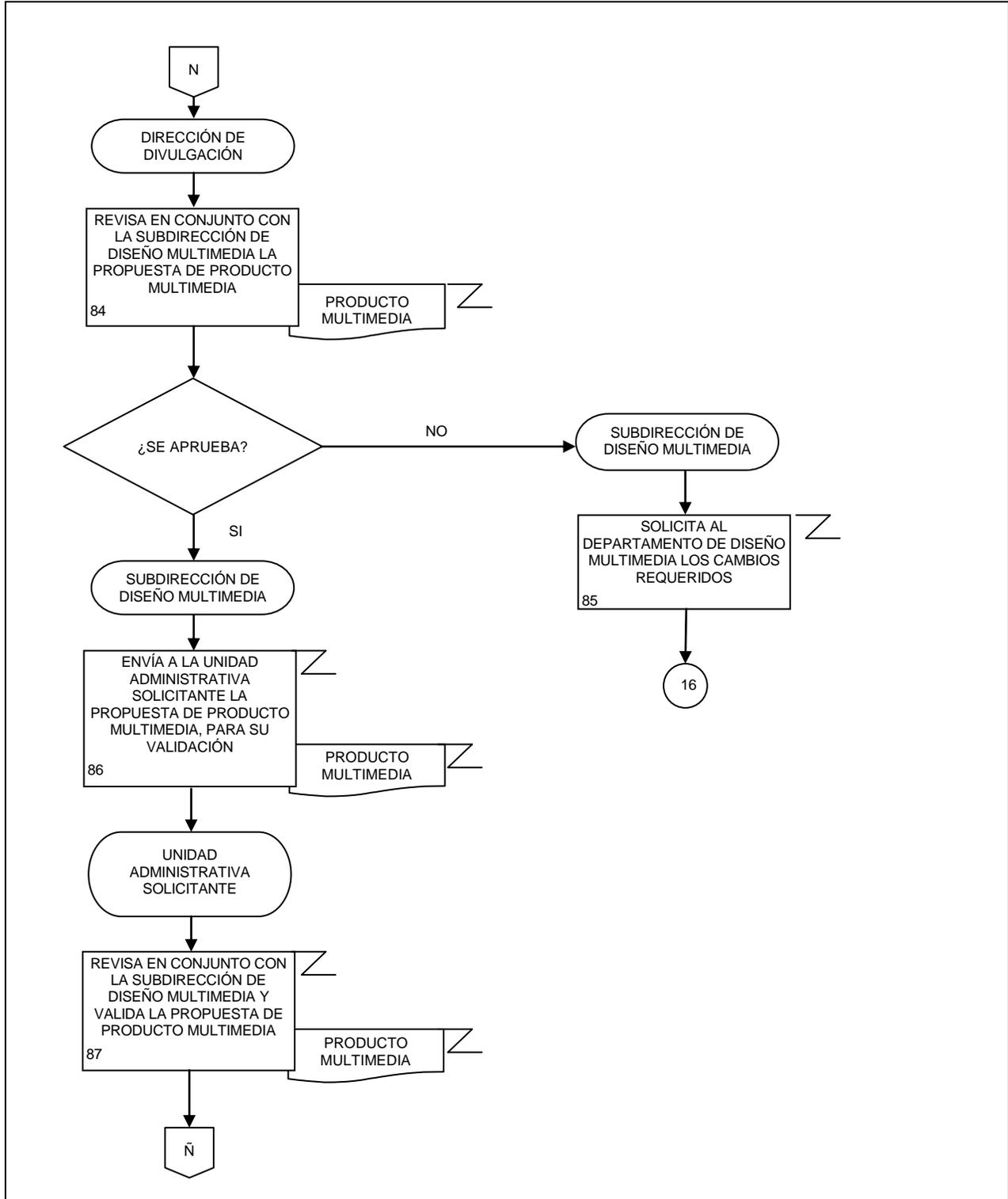
MES.

AÑO.

77

01

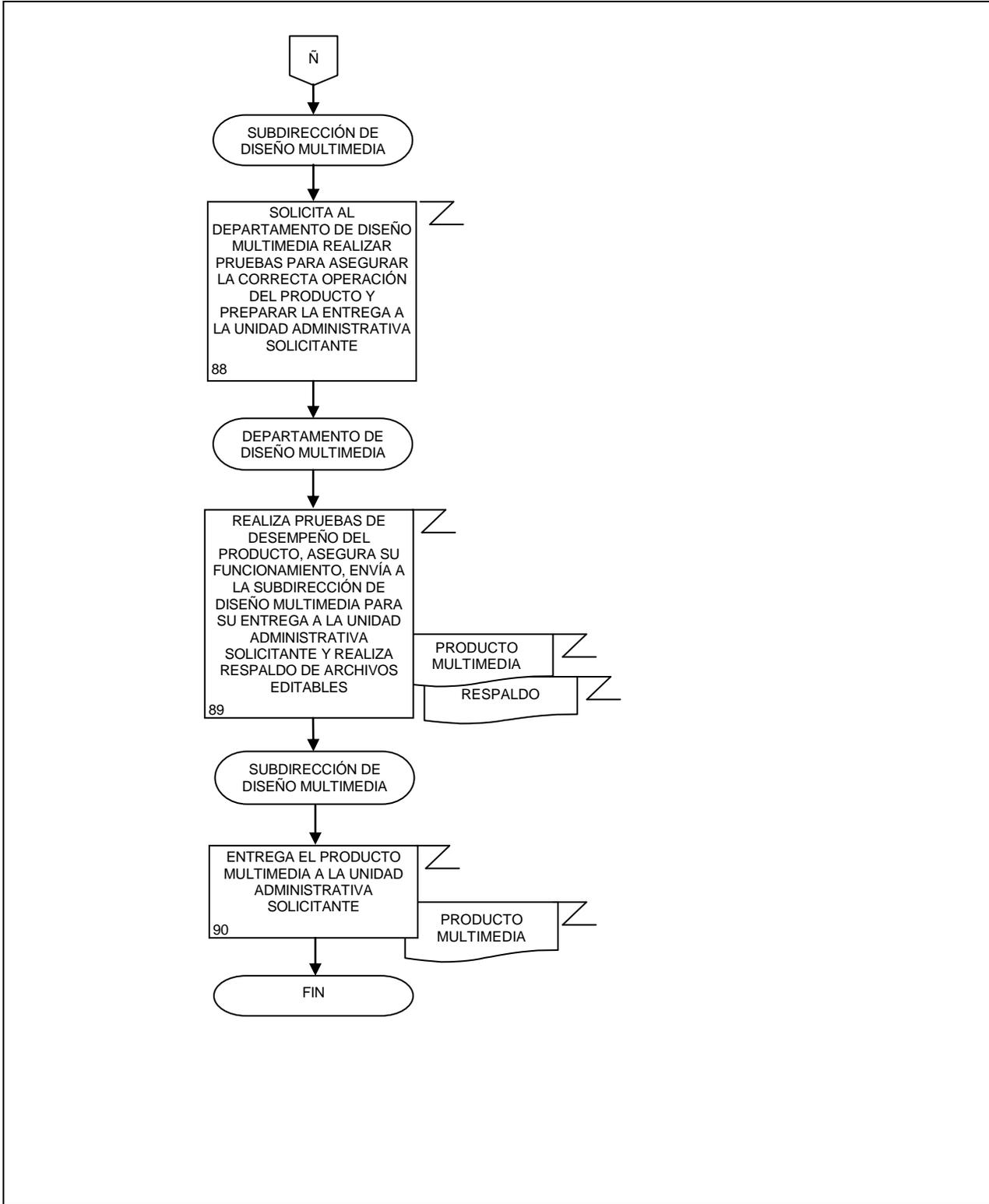
2017



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

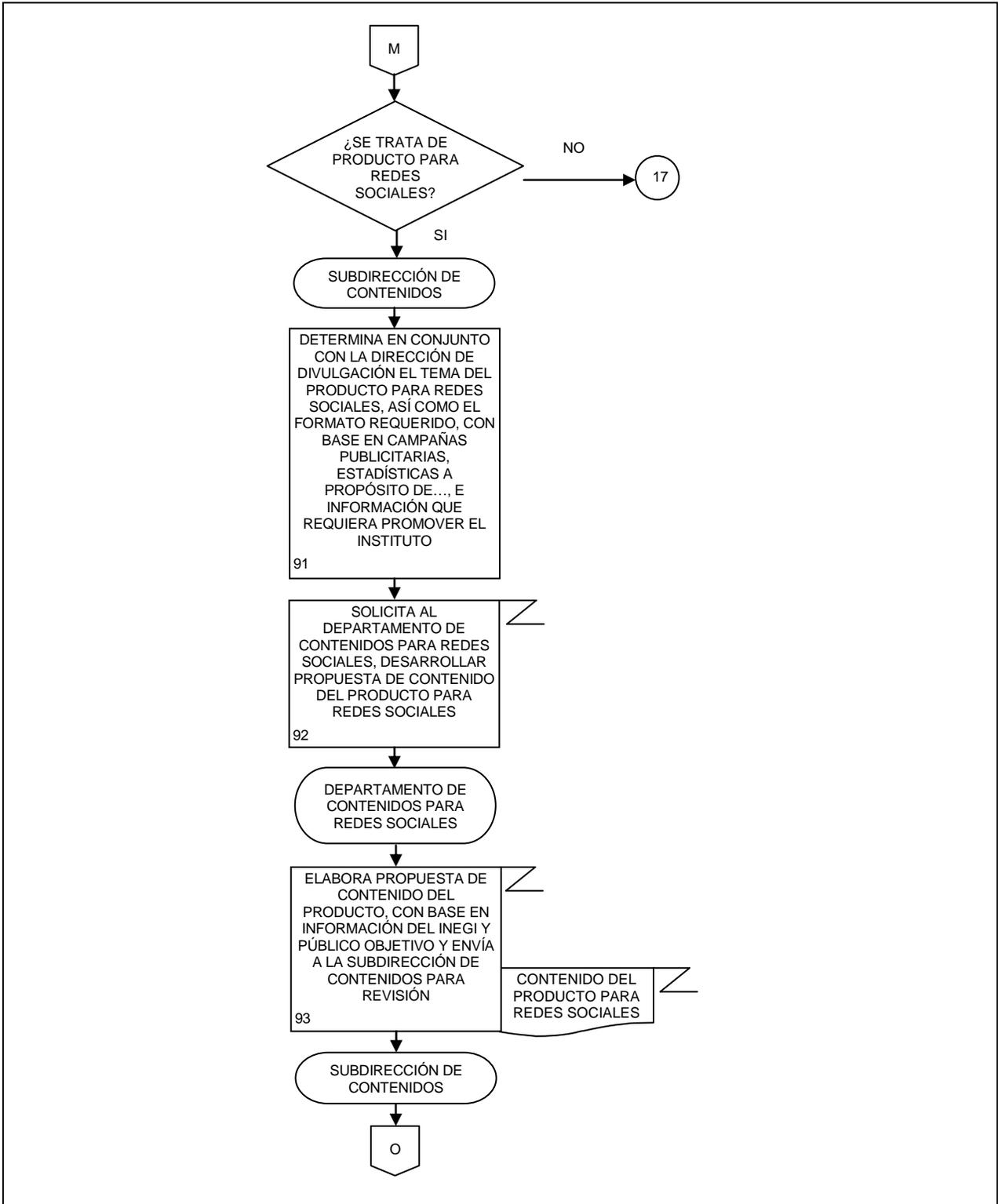
PÁGINA:  
 78



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 79



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

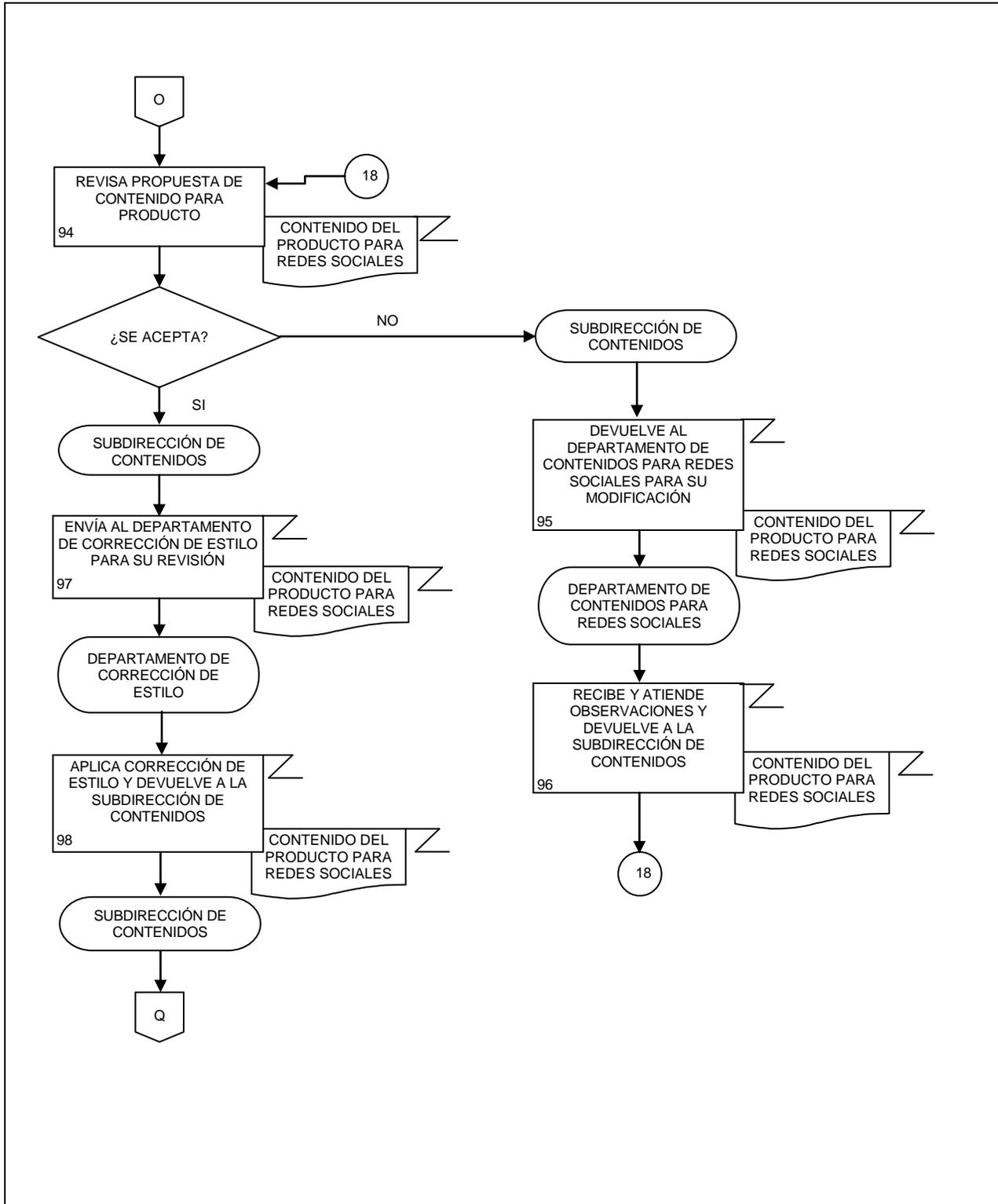
MES.

AÑO.

80

01

2017



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

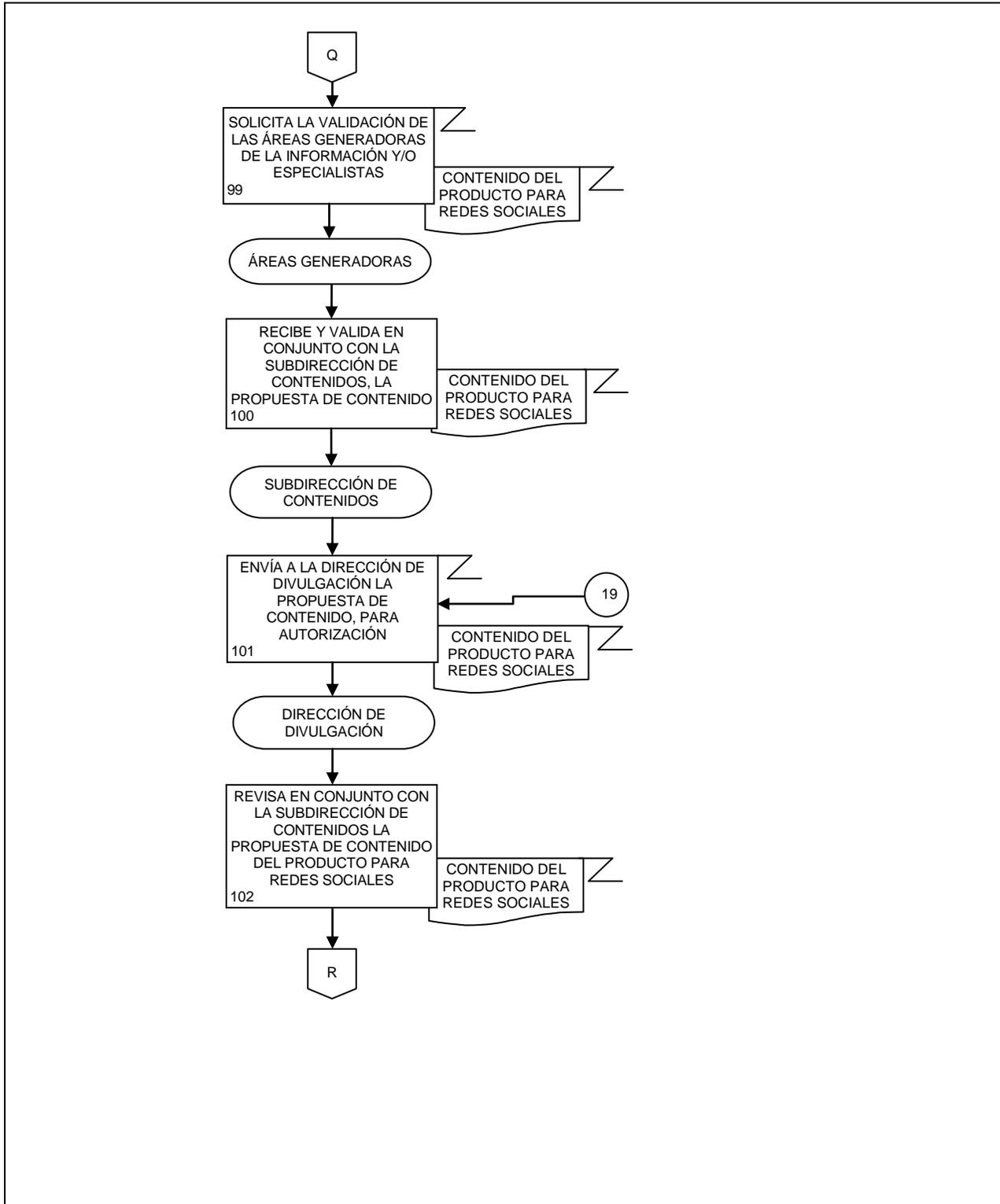
MES.

AÑO.

81

01

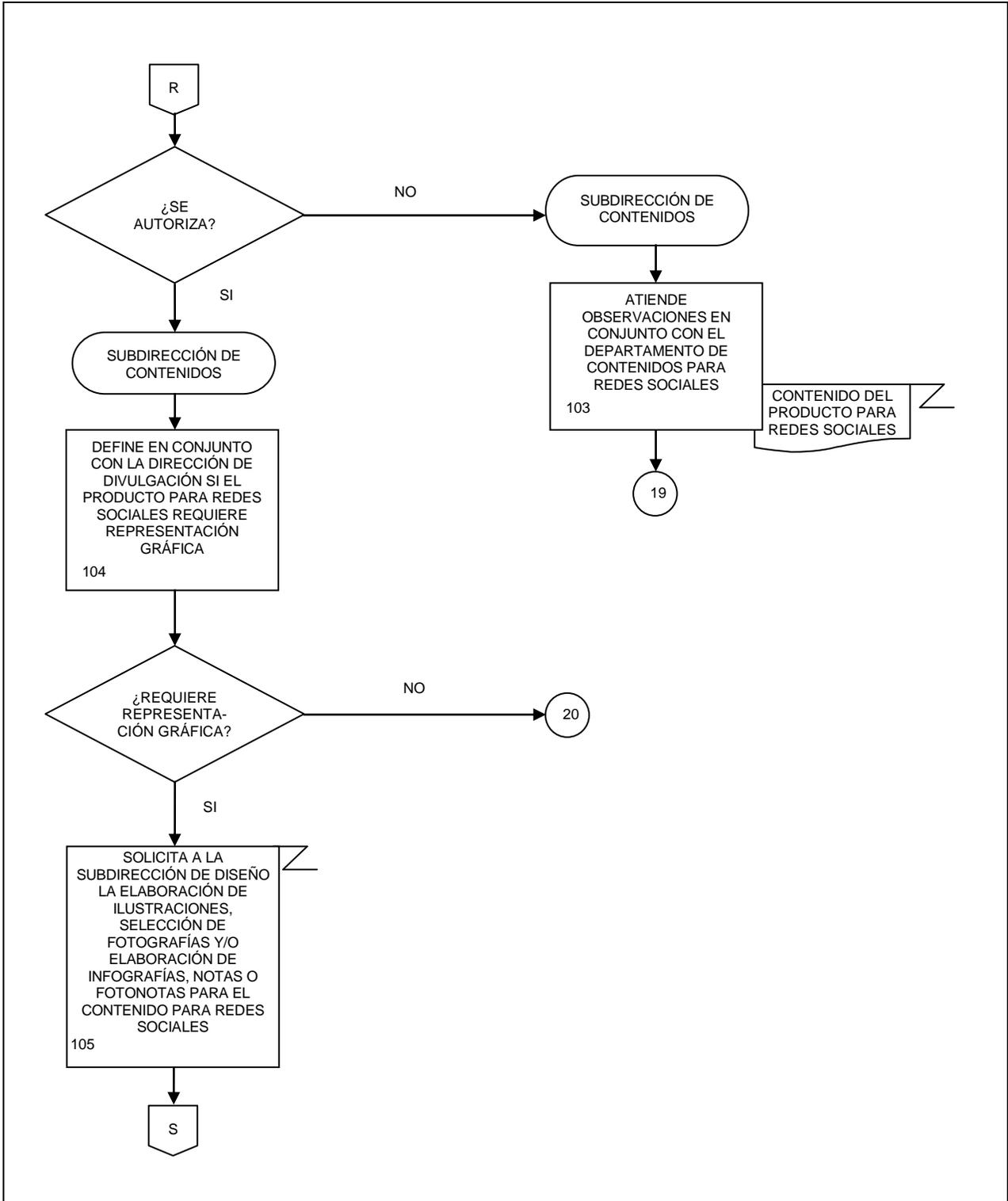
2017



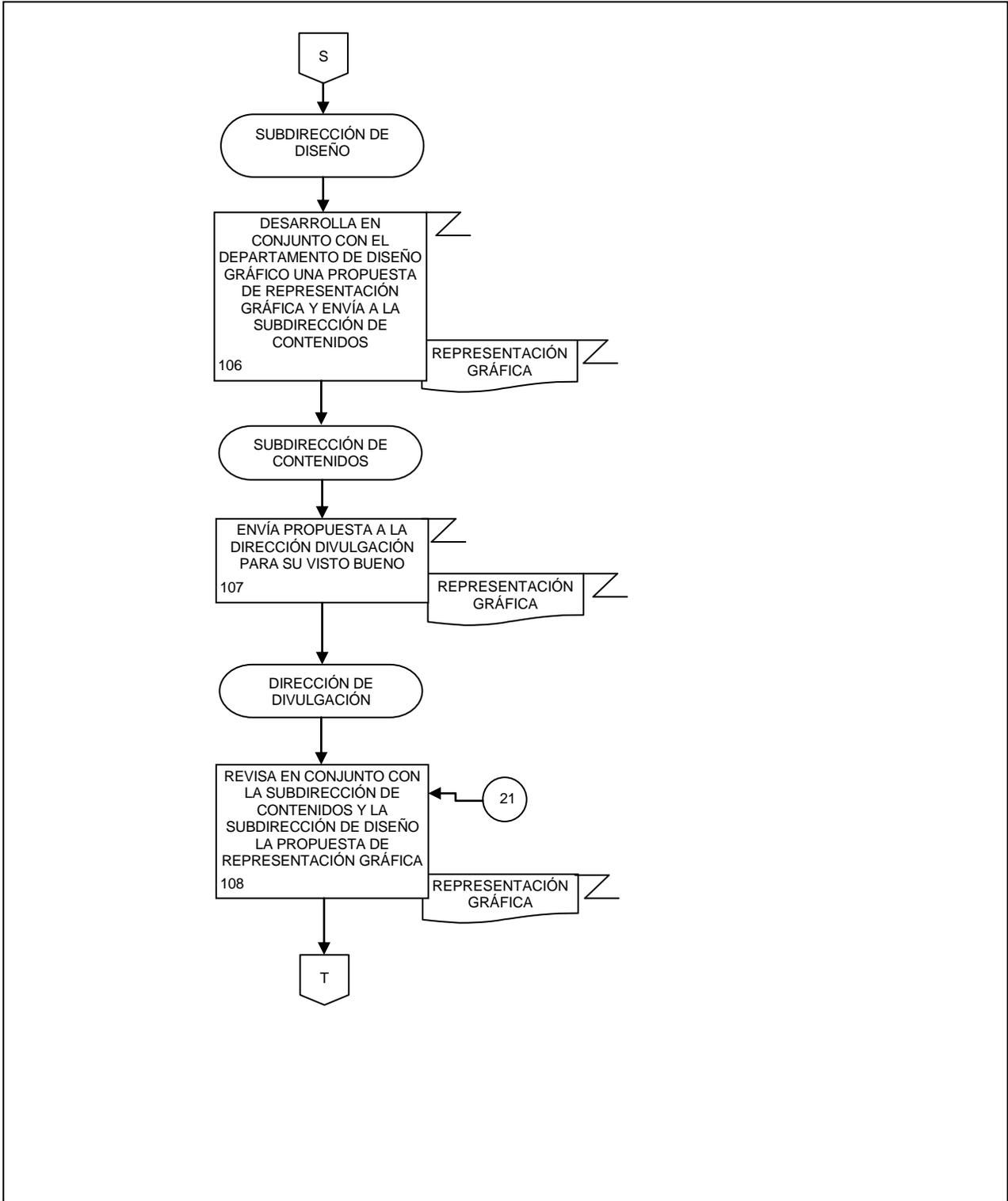
**6. Desarrollo de Productos Promocionales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	
MES. <b>01</b>	AÑO. <b>2017</b>

PÁGINA:  
82



6. Desarrollo de Productos Promocionales.



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

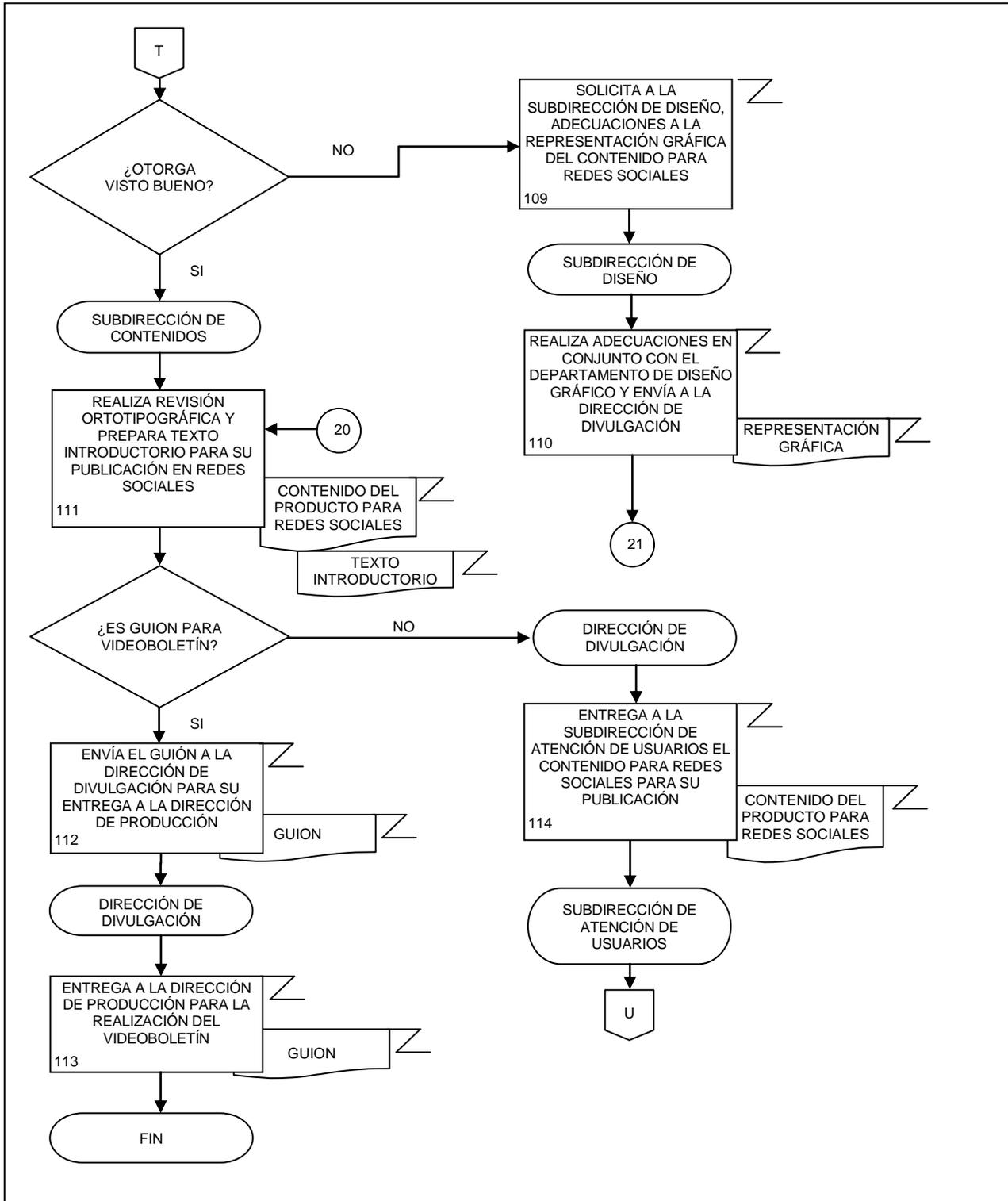
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES.  
01

AÑO.  
2017

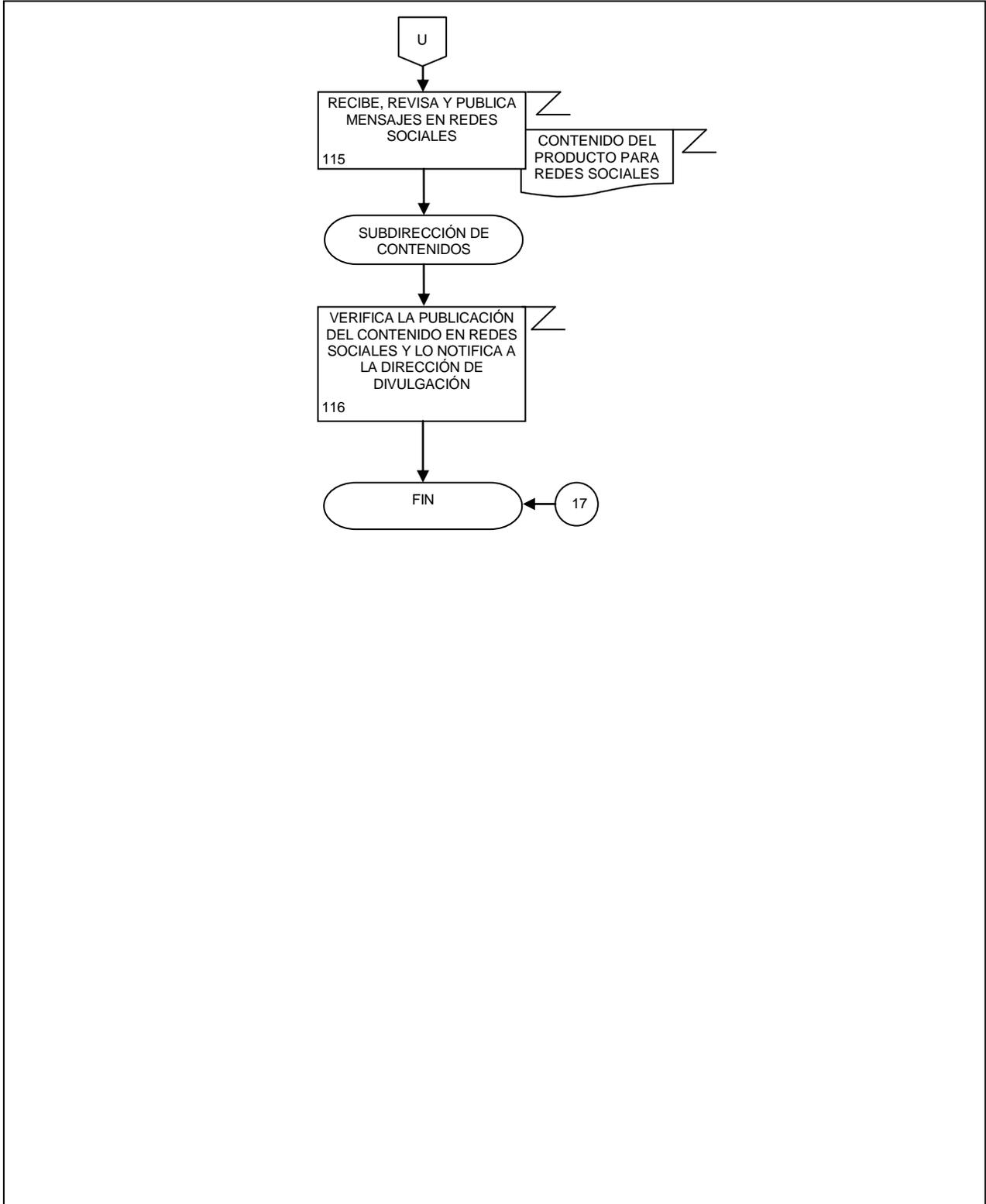
84



6. Desarrollo de Productos Promocionales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
85



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

86

**1. Objetivo.-**

Promover el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica que genera e integra el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a través del desarrollo y presentación de contenidos lúdico-educativos que promuevan el análisis, la reflexión y el aprendizaje significativo en la sección Cuéntame de México del sitio del INEGI en Internet y otros proyectos y canales afines.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Divulgación, a la Subdirección de Recursos Educativos, a la Subdirección de Contenidos, a la Subdirección de Diseño, a la Subdirección de Diseño Multimedia, al Departamento de Recursos para Educación Básica y al Departamento de Recursos para Internet.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La información estadística y geográfica presentada tendrá como fuente la generada e integrada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

3.b. La información presentada deberá indicar la Fuente de la cual se obtiene la información y en la medida de lo posible deberá incluir un vínculo o referencia al sitio del INEGI para mayor información.

3.c. Los recursos educativos que se presentan en “Cuéntame de México” deberán incluir ilustraciones y/o animaciones y/o interactivos que faciliten la explicación de los temas.

3.d. Los recursos educativos que se desarrollen deberán contener textos sintetizados y en lenguaje coloquial para su mejor comprensión entre el público objetivo.

3.e. Los recursos educativos generados se elaborarán considerando las características específicas del medio de comunicación utilizado para su difusión.

3.f. Los recursos educativos presentarán la información estadística y geográfica más reciente disponible.

3.g. Los recursos educativos serán validados por las áreas responsables de la información estadística y geográfica a nivel central, regional y estatal, según sea el caso.

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

87

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Divulgación (DD)	1.	Determina en conjunto con la Subdirección de Recursos Educativos (SRE) los recursos educativos a desarrollar, con base en un análisis previo del Plan de estudios de educación básica de la Secretaría de Educación Pública, una selección mensual de información generada por la Subdirección de Contenidos (SC) y el calendario de actualización de la sección Cuéntame de México.	Plan de estudios de educación básica (electrónico). Selección mensual de información generada por la Subdirección de Contenido (electrónico). Calendario de actualización de Cuéntame de México (electrónico).
Subdirección de Recursos Educativos (SRE)	2.	Solicita por correo electrónico al Departamento de Recursos para Educación Básica (DREB) la elaboración de la propuesta de contenido para el recurso educativo definido, indicando el formato requerido.  ¿Corresponde a una actualización de contenido?  No.	
Departamento de Recursos para Educación Básica (DREB)	3.	Desarrolla propuesta de contenido para nuevo recurso educativo y envía mediante correo electrónico a la SRE para su revisión.  Continúa en la actividad No. 5.  Si.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
	4.	Actualiza datos estadísticos y geográficos del recurso educativo, con base en la información más reciente publicada por el INEGI.	Contenido para Recurso educativo (electrónico).
	5.	Envía para revisión a la SRE, mediante correo electrónico, propuesta de contenido para actualizar recurso educativo.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
SRE	6.	Recibe y revisa la propuesta de contenido para nuevo recurso educativo o la propuesta de contenido para su actualización.  ¿Procede la propuesta?  No.	Contenido para recurso educativo (electrónico).

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

88

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SRE	7.	Solicita mediante correo electrónico al DREB atender las observaciones.	
DREB	8.	Aplica correcciones y devuelve a la SRE mediante correo electrónico la propuesta de contenido para nuevo recurso educativo o su actualización.  Continúa en la actividad No. 6.  Si.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
SRE	9.	Presenta a la Dirección de Divulgación (DD) propuesta de contenido para nuevo recurso educativo o su actualización, para su revisión.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
DD	10.	Revisa en conjunto con la SRE la propuesta de contenido para nuevo recurso educativo o su actualización.  ¿Aprueba la propuesta?  No.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
SRE	11.	Solicita por correo electrónico al DREB los cambios requeridos.  Continúa en la actividad No. 8.  Si.	
Área Generadora	12.	Envía por correo electrónico a las áreas generadoras de la información y/o especialistas del INEGI, la propuesta de contenido para su validación.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
	13.	Recibe mediante correo electrónico, revisa en conjunto con la SRE y le devuelve la propuesta de contenido validada.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
SRE	14.	Solicita por correo electrónico a la SC, la corrección de estilo de la propuesta de contenido.	Contenido para recurso educativo (electrónico).
Subdirección de Contenidos	15.	Recibe por correo electrónico, revisa y aplica corrección de estilo a la propuesta de contenido y devuelve por correo electrónico a la SRE.	Contenido para recurso educativo (electrónico).

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

89

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SRE	16.	Define con el DREB y el Departamento de Recursos para Internet (DRI) las ilustraciones, animaciones e interactivos requeridos en el nuevo recurso educativo o su actualización.	
	17.	Solicita mediante correo electrónico al DRI la elaboración de las animaciones requeridas para facilitar la explicación del contenido.	
	18.	Solicita mediante correo electrónico el apoyo de la Subdirección de Diseño (SD) para generar las ilustraciones requeridas para reforzar la explicación del contenido.	
	19.	Solicita mediante correo electrónico el apoyo de la Subdirección de Diseño Multimedia (SDM) para generar los interactivos requeridos para facilitar la explicación de fenómenos y conceptos.	
Subdirección de Diseño	20.	Realiza las ilustraciones requeridas por la SRE y entrega por correo electrónico al DRI.	Ilustraciones (electrónico).
Subdirección de Diseño Multimedia	21.	Genera los interactivos requeridos por la SRE y entrega por correo electrónico al DRI.	Interactivos (electrónico).
Departamento de Recursos para Internet (DRI)	22.	Desarrolla la propuesta de animación solicitada por la SRE para el nuevo recurso educativo o su actualización.	Animación (electrónico).
	23.	Recibe de la SD y SDM las ilustraciones e interactivos, respectivamente, para el nuevo recurso educativo o su actualización.	Ilustraciones (electrónico). Interactivos (electrónico).
	24.	Integra, estructura y adapta al formato requerido el contenido, ilustraciones, animaciones e interactivos para el nuevo recurso educativo o su actualización.	Recurso educativo (electrónico).
	25.	Presenta a la SRE y al DREB la propuesta integrada para el nuevo recurso educativo o su actualización, para su revisión.	Recurso educativo (electrónico).

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

90

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SRE	26.	<p>Revisa en conjunto con el DREB y el DRI la propuesta integrada para el nuevo recurso educativo o su actualización.</p> <p>¿Se acepta?</p> <p>No.</p>	Recurso educativo (electrónico).
	27.	Envía comentarios por correo electrónico al DRI para su atención.	
DRI	28.	<p>Realiza adecuaciones a la propuesta integrada.</p> <p>Continúa en la actividad No. 25.</p> <p>Si.</p>	Recurso educativo (electrónico).
SRE	29.	Presenta a la DD para su autorización la propuesta integrada para el nuevo recurso educativo o su actualización.	Recurso educativo (electrónico).
DD	30.	<p>Revisa en conjunto con la SRE la propuesta integrada para el nuevo recurso educativo o su actualización.</p> <p>¿Se autoriza?</p> <p>No.</p>	Recurso educativo (electrónico).
SRE	31.	<p>Solicita por correo electrónico al DRI los ajustes requeridos.</p> <p>Continúa en la actividad No. 24.</p> <p>Si.</p>	
	32.	<p>Entrega a través del Sistema de Administración del Sitio INEGI (SASI), el nuevo recurso educativo o su actualización para su distribución.</p> <p>¿Es para Cuéntame de México?</p> <p>No.</p> <p>Continúa en la actividad No. 36.</p> <p>Si.</p>	Recurso educativo (electrónico).

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

91

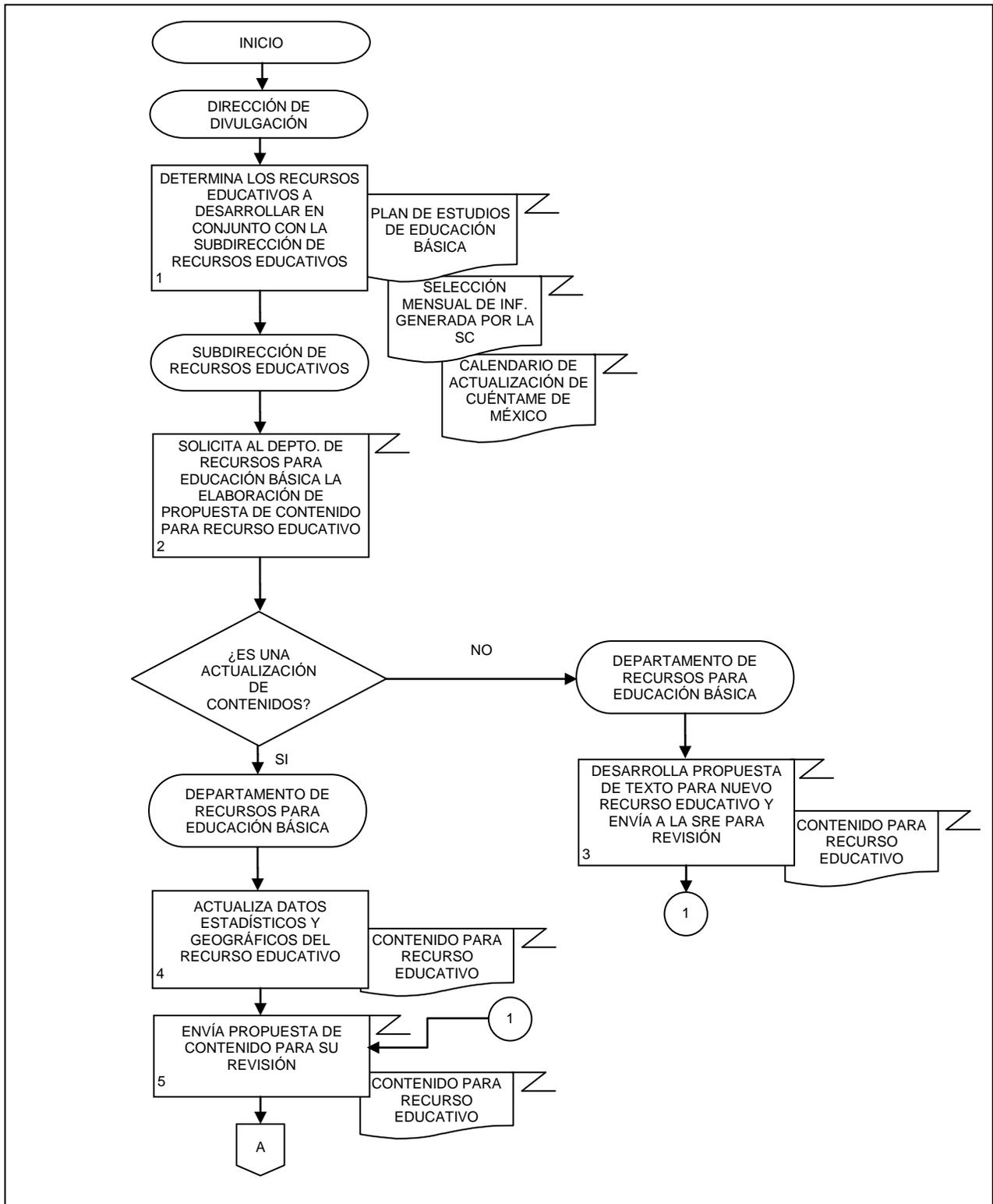
RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SRE	33.	Solicita mediante el SASI la réplica a la Coordinación General de Informática, para liberar el nuevo contenido o actualización de la sección Cuéntame de México.	
	34.	Solicita por correo electrónico al DRI y al DREB monitorear de manera permanente la disponibilidad e integridad de la información.	
	35.	Registra el nuevo contenido o actualización del tema en la Bitácora de Cuéntame de México, para monitorear su posterior actualización.	Bitácora de Cuéntame de México (electrónico).
	36.	Entrega Recurso educativo a la Secretaría de Educación Pública mediante nota; o para su incorporación en el Repositorio de Materiales de Comunicación; o para su reproducción y distribución a través de la Dirección de Producción Editorial.	Recurso educativo (electrónico). Nota (original).
		Fin de procedimiento.	

7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	
MES. 01	AÑO. 2017

PÁGINA:  
92

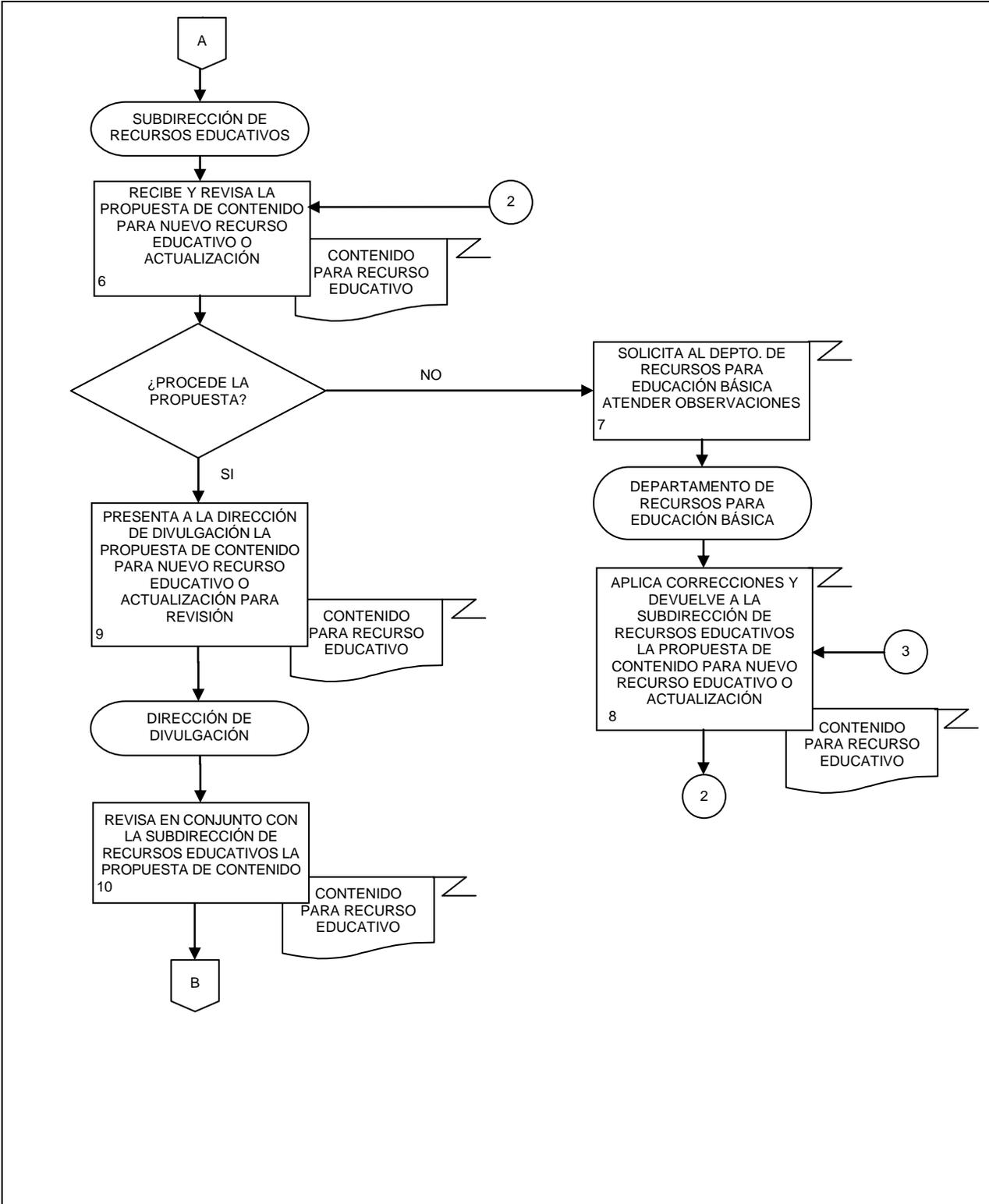
5. Diagrama de Flujo.-



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

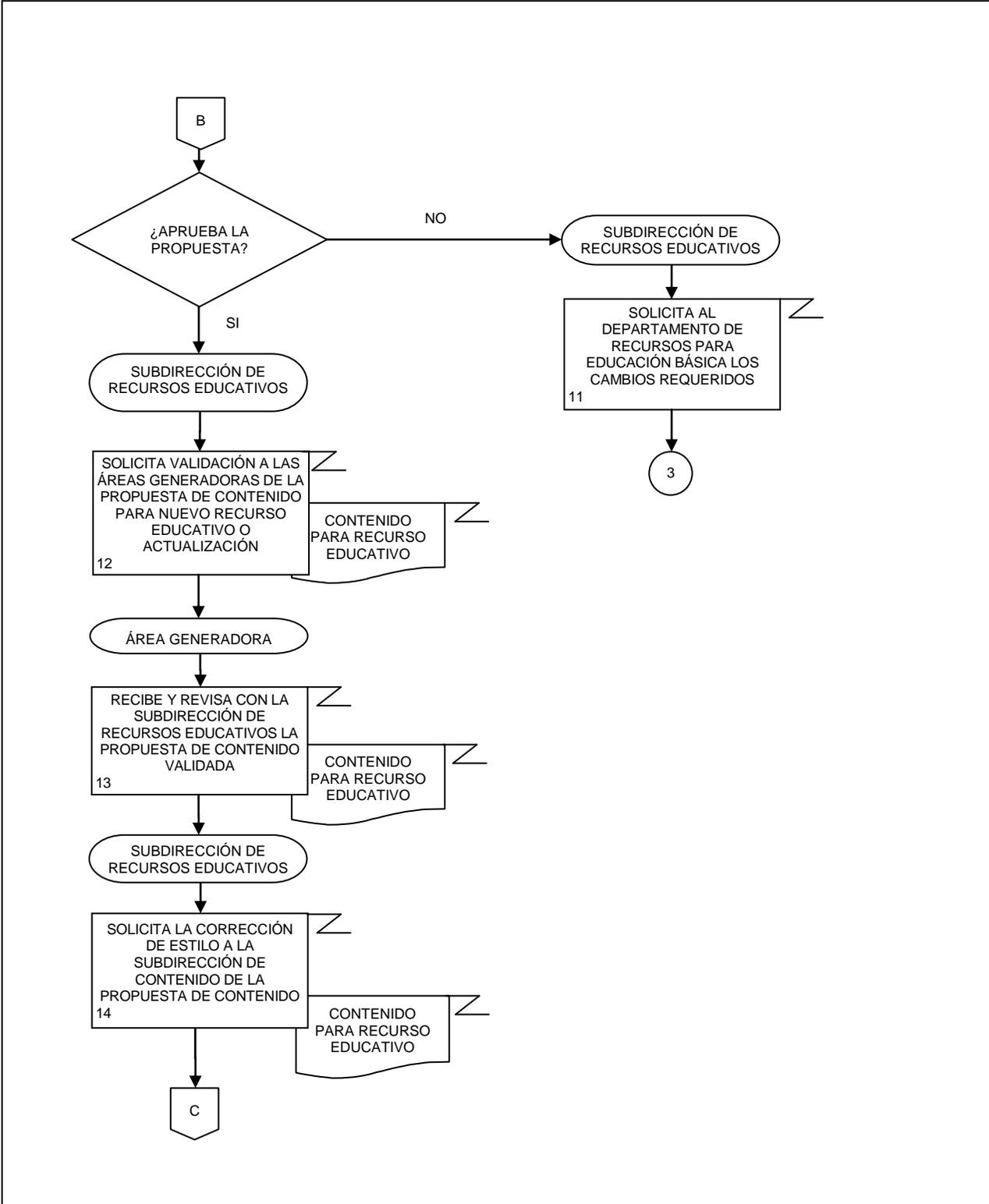
PÁGINA:  
 93



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

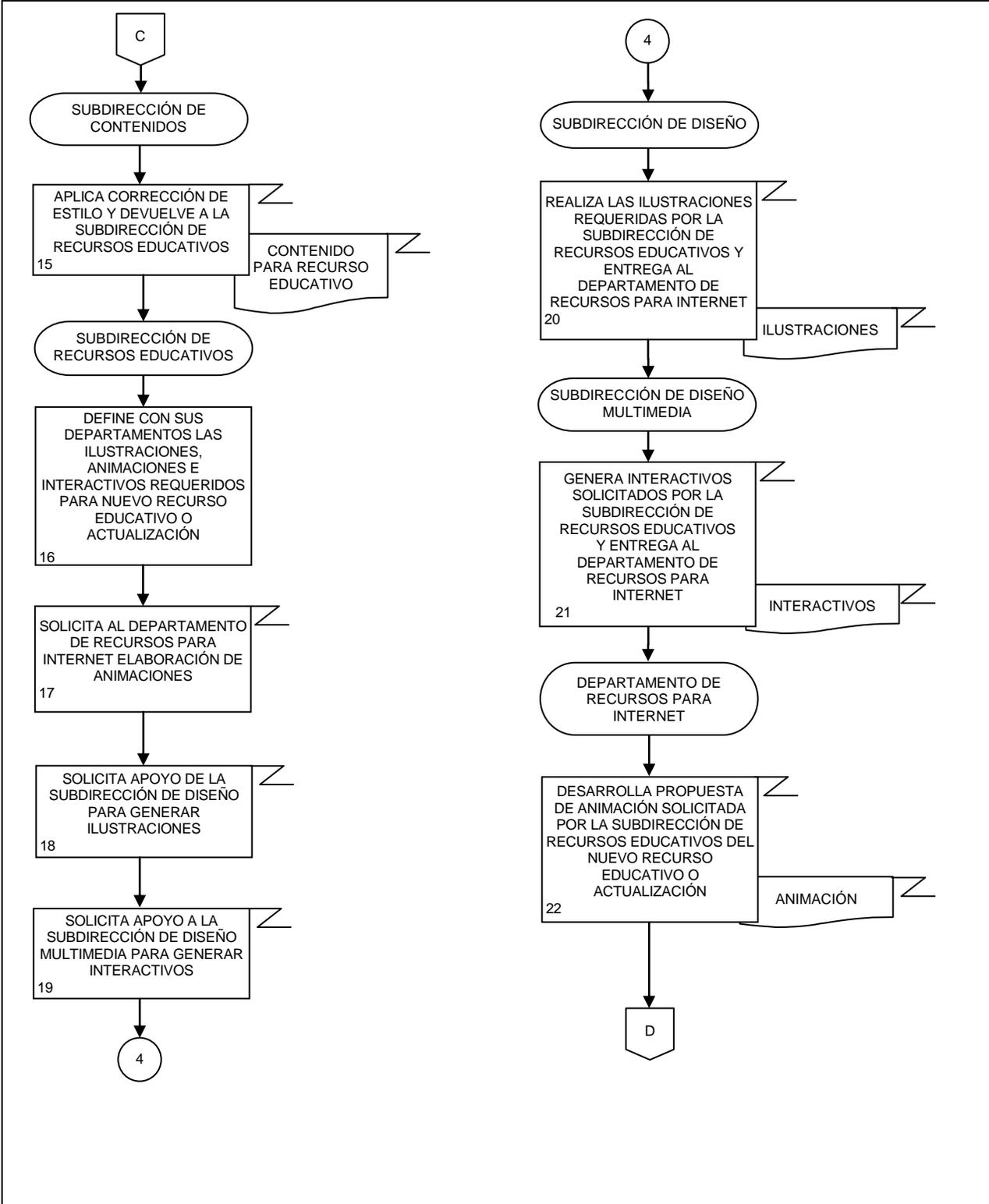
PÁGINA:  
 94



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

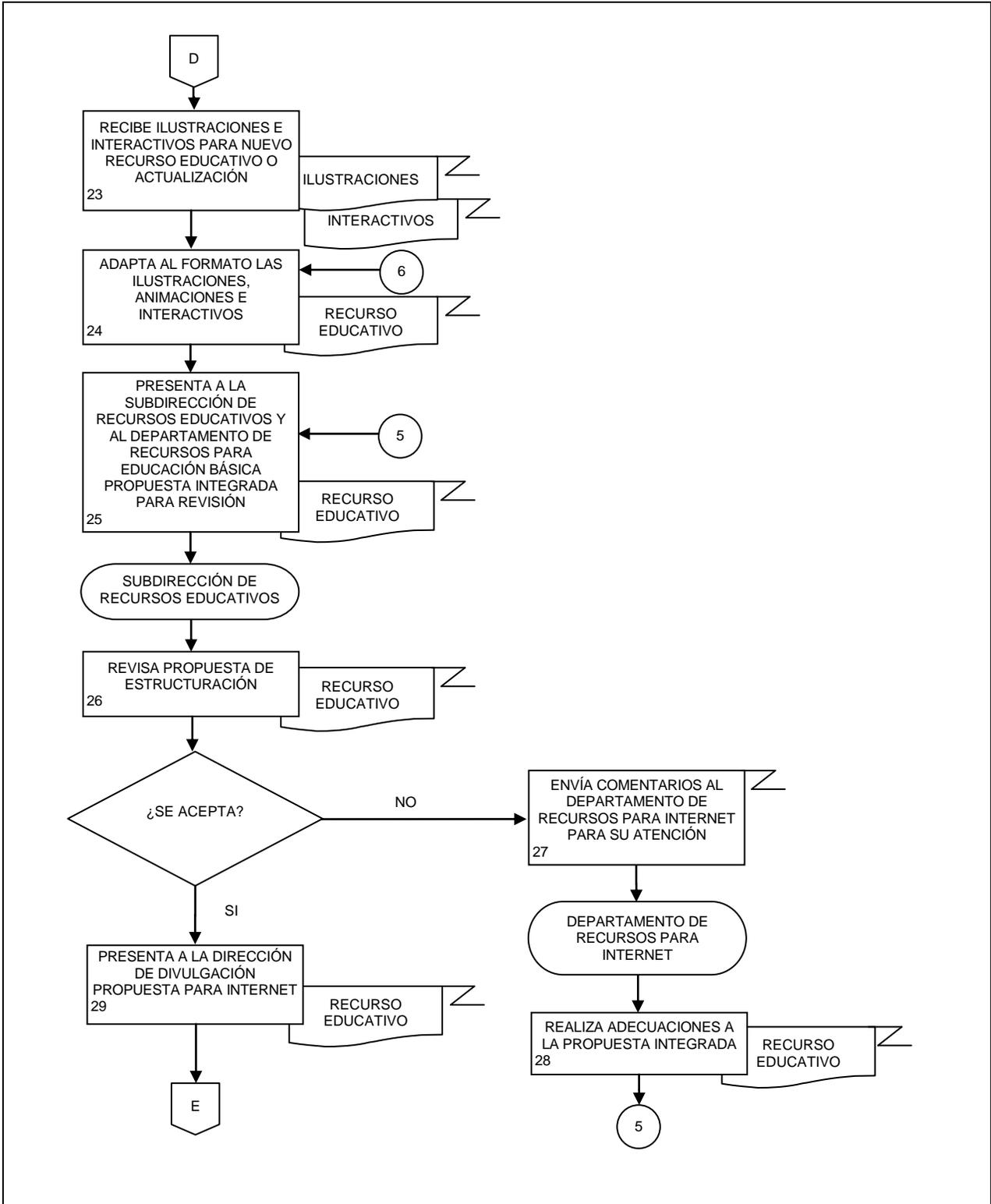
PÁGINA:  
 95



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

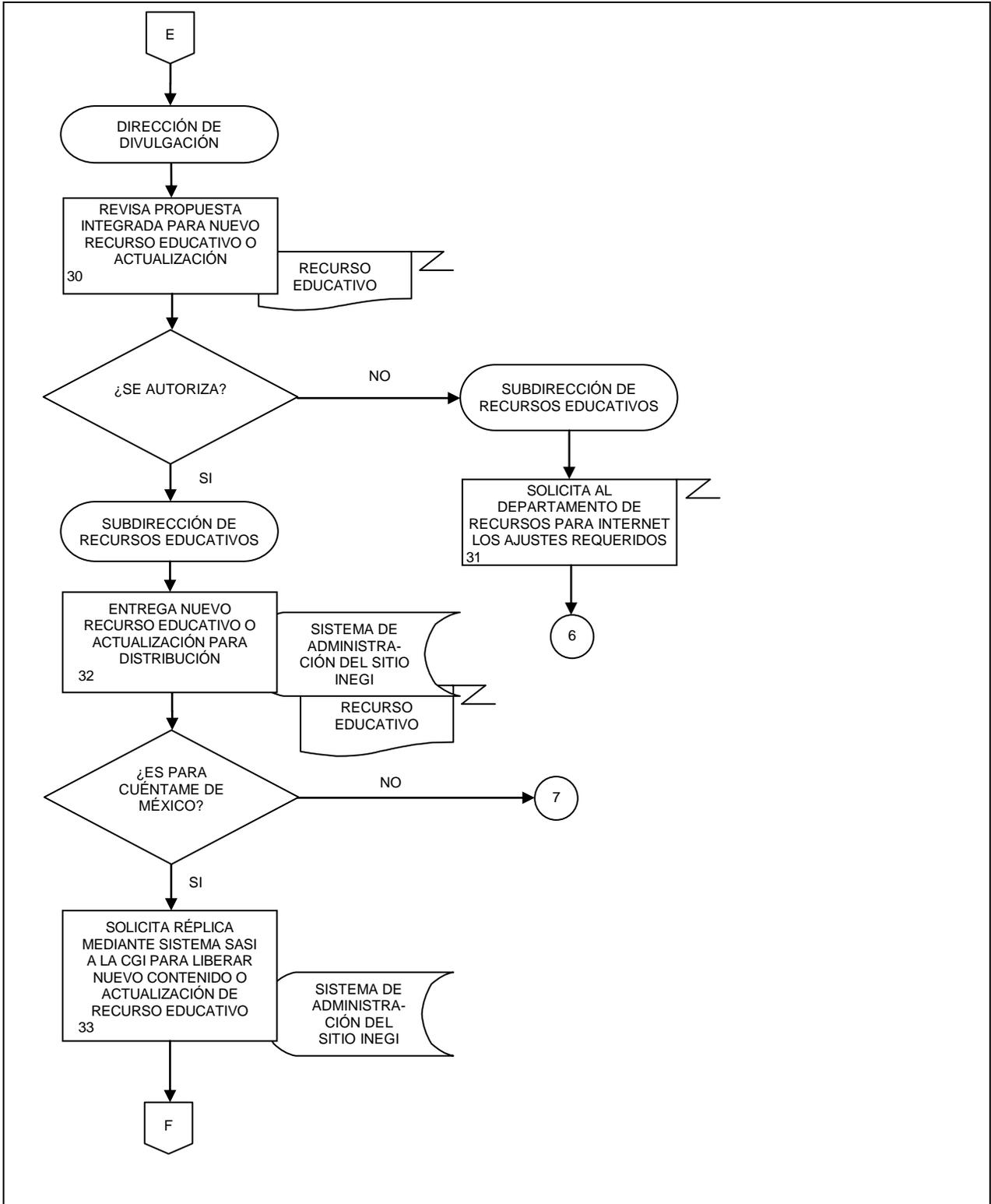
PÁGINA:  
 96



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

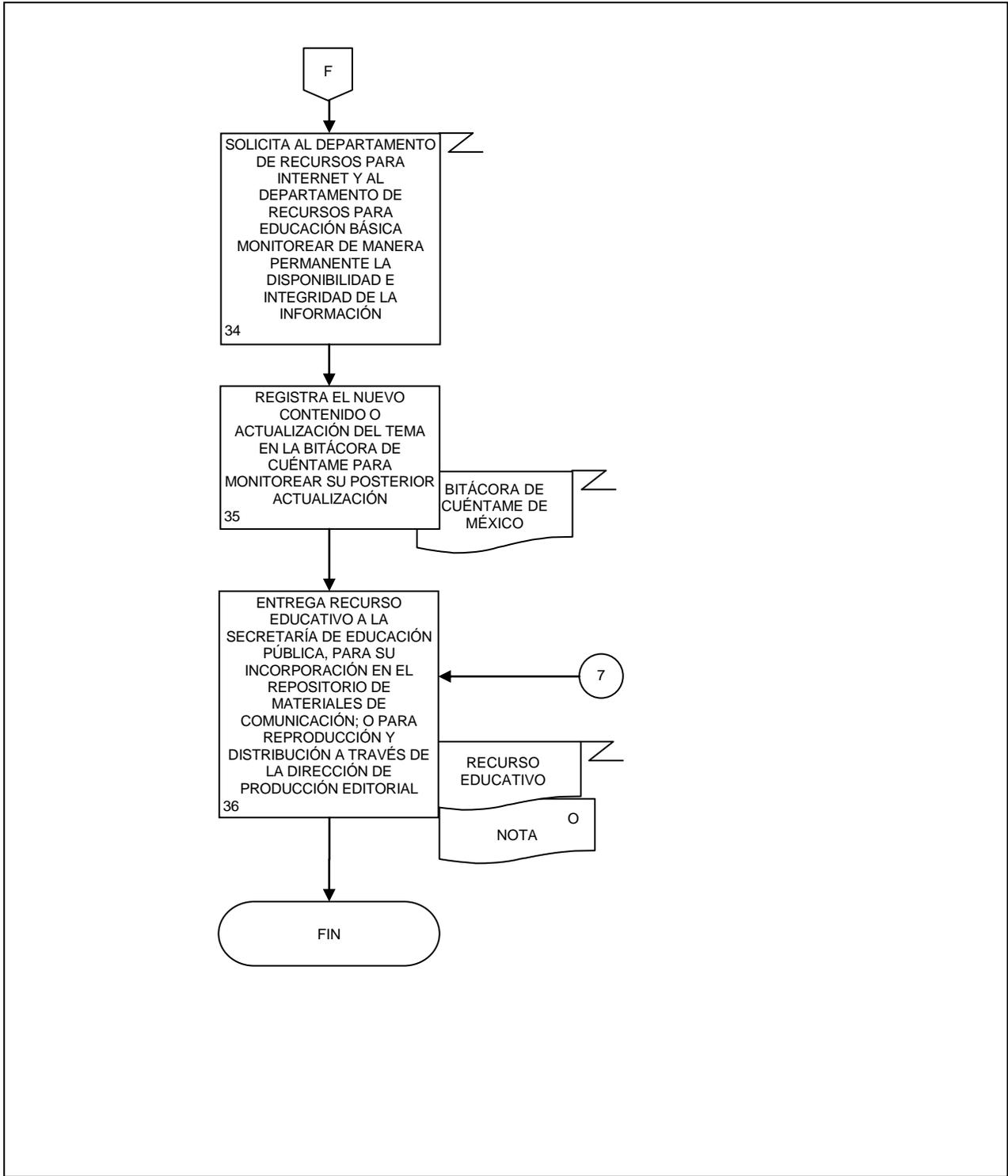
PÁGINA:  
 97



7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 98



8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

99

**1. Objetivo.-**

Promover el conocimiento y uso de la información estadística y geográfica en los sectores estratégicos a través de la presencia del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en ferias sectoriales.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información, a la Dirección General Adjunta de Comunicación, a la Dirección de Administración de la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información, a la Dirección de Divulgación, a la Subdirección de Diseño, a la Subdirección de Diseño Multimedia, a la Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales, y a las Unidades Administrativas.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. El Programa Anual de Ferias se deberá integrar cada año por las ferias estratégicas internacionales, nacionales y estatales, que representen a los sectores económicos del país.

3.b. La participación del Instituto en ferias deberá de ser homogénea y con calidad de acuerdo al modelo de stand establecido a fin de fortalecer la imagen del Instituto.

3.c. Las Unidades Administrativas (UA) deberán buscar la gratuidad por concepto de renta de los espacios para los stands del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en virtud de que el Instituto provee la información de manera gratuita a la sociedad. Asimismo, se busca que el espacio designado se ubique donde haya una mayor afluencia de personas.

3.d. Los ejecutivos de cuenta proporcionarán la información que requieran las o los usuarios, así como la asesoría sobre la información que les pueda ser útil.

3.e. En eventos con ciclo de conferencias la UA gestionará espacios de preferencia magistrales para la presentación de especialistas del INEGI.

3.f. El presupuesto transferido a la UA solicitante deberá ser ejercido conforme a la Norma para el Ejercicio del Presupuesto del INEGI y quedando bajo su responsabilidad la realización de los trámites correspondientes.

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

100

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección General Adjunta de Comunicación (DGAC)	1.	Solicita mediante circular a las Unidades Administrativas (UA) las propuestas de ferias estratégicas para la conformación del Programa Anual de Ferias del INEGI (PAF), conforme a los Lineamientos para la participación del INEGI en Ferias, Exposiciones, Museos y Eventos afines.	Circular (original). Formato de ferias (electrónico).
Dirección de Divulgación (DD)	2.	Recibe el formato de ferias de las UA y en conjunto con la Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales (SSFPP) integra la versión preliminar del PAF.	Formato de ferias (electrónico). Programa Anual de Ferias preliminar (electrónico).
DGAC	3.	Envía por correo electrónico a la Dirección General Adjunta de Comunicación (DGAC) la versión preliminar de PAF.	Programa Anual de Ferias preliminar (electrónico).
DGAC	4.	Recibe de la Dirección de Divulgación (DD) y entrega vía correo electrónico a la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI) la versión preliminar del PAF.	Programa Anual de Ferias preliminar (electrónico).
Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI)	5.	Recibe PAF preliminar y en coordinación con la Dirección General de Coordinación del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (DGCSNIEG), define y lo aprueba conforme a Lineamientos y envía a la DGAC.	Programa Anual de Ferias aprobado (electrónico).
DGAC	6.	Recibe PAF aprobado y lo da a conocer mediante circular dirigida a las o los titulares de las Direcciones y Coordinaciones Generales, Direcciones Regionales y Coordinaciones Estatales (CE), para conocimiento y atención; con copia a la DD y a la SSFPP, para seguimiento.	Circular (original).
Subdirección de Seguimiento a Ferias y Productos Promocionales (SSFPP)	7.	Envía por correo electrónico a las UA o CE la Guía de instalación y operación de estands en ferias en apoyo de la ejecución del PAF en tiempo y forma.	Guía de instalación (electrónico).

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

101

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Unidad Administrativa (UA)	8.	<p>¿La UA requiere la adición de una nueva feria al PAF?</p> <p>No.</p> <p>Continúa en la actividad No. 14.</p> <p>Si.</p> <p>Solicita mediante nota a la DGVSPI la adición de una nueva feria al PAF, indicando que dispone de recursos para su realización.</p>	Nota (original).
DGVSPI	9.	<p>Recibe de la UA la solicitud de adición de nueva feria al PAF y consulta con la DGCSNIEG para en conjunto aprobar la adición.</p>	Nota (original).
SSFPP	10.	<p>¿Se aprueba la adición?</p> <p>No.</p> <p>Notifica por correo electrónico a la UA que no procede la adición de la feria, indicando los motivos.</p> <p>Fin.</p> <p>Si.</p>	
UA	11.	<p>Realiza la transferencia de recursos a la Dirección de Administración (DA) de la DGVSPI para la realización de la nueva feria que se adiciona al PAF y comunica a la DD, por correo electrónico.</p>	
DD	12.	<p>Solicita mediante nota a la DA de la DGVSPI gestionar la autorización de ampliación del techo presupuestal del PAF.</p>	Nota (original).
Dirección de Administración (DA) de la DGVSPI	13.	<p>Gestiona ante la Dirección General de Administración la autorización de ampliación de techo presupuestal.</p>	Nota (original).
UA	14.	<p>Solicita mediante nota a la DD la transferencia de recursos para la realización de la feria.</p>	Nota (original).

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

102

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DD	15.	Envía nota de solicitud de transferencia de recursos para la realización de la feria a la DA de la DGVSPI con copia a la UA solicitante y la SSFPP.	Nota (original y 2 copias).
DA de la DGVSPI	16.	Realiza la transferencia de recursos a la CE a través de la Subdirección de Recursos Financieros y avisa por correo electrónico a la SSFPP.	
SSFPP	17.	Solicita mediante correo electrónico apoyo a la Subdirección de Diseño (SD) para la adecuación al modelo de stand establecido, con base en el espacio asignado. Asimismo, solicita el diseño de los productos promocionales impresos.	
	18.	Solicita mediante correo electrónico apoyo a la Subdirección de Diseño Multimedia (SDM), para la elaboración de los productos promocionales multimedia para el stand.	
Subdirección de Diseño	19.	Elabora propuesta de adecuación al modelo de stand y diseño de productos promocionales impresos, envía por correo electrónico a la DD para validación.	Modelo de stand (electrónico). Diseño de productos promocionales impresos (electrónico).
Subdirección de Diseño Multimedia	20.	Elabora diseño de productos promocionales multimedia y envía mediante correo electrónico a la DD para validación.	Diseño de productos promocionales multimedia (electrónico).
DD	21.	Recibe por correo electrónico de la SD y de la SDM las propuestas de adecuación al modelo de stand establecido y productos promocionales impresos; así como productos promocionales multimedia, respectivamente, para su validación.  ¿Valida las propuestas?  No.	Modelo de stand (electrónico). Diseño de productos promocionales impresos (electrónico). Diseño de productos promocionales multimedia (electrónico).
	22.	Solicita vía correo electrónico a la SD y/o SDM aplicar cambios a la propuesta de adecuación al modelo de stand establecido, archivos de productos promocionales impresos y multimedia.	

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

103

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DD		Continúa en la actividad No. 19.	
		Si.	
	23.	Valida la adecuación al modelo de estand establecido, diseño de productos promocionales impresos y multimedia y solicita por correo electrónico a la SD y SDM su entrega a la SSFPP.	Modelo de estand (electrónico). Diseño de productos promocionales impresos (electrónico) Diseño de productos promocionales multimedia (electrónico).
SSFPP	24.	Recibe por correo electrónico de la SD y SDM la adecuación al modelo de estand establecido, diseño de productos promocionales impresos y multimedia; envía por correo electrónico a la CE para su aplicación en el montaje del estand.	Modelo de estand (electrónico). Diseño de productos promocionales impresos (electrónico) Diseño de productos promocionales multimedia (electrónico).
UA	25.	Informa por correo electrónico a la DD sobre disponibilidad de espacio, fecha y hora para la participación de conferencista del INEGI, con base en la Guía de instalación y operación de estands en ferias.	
	26.	Propone en conjunto con la DD el conferencista adecuado para representar al INEGI en el programa de conferencias y gestiona su participación.	
SSFPP	27.	Acuerda con la CE equipamiento requerido y lo envía debidamente empaquetado.	Formatos de resguardo (electrónico).
UA	28.	Recibe equipamiento y coordina el montaje del estand, así como la atención de las y los usuarios durante la feria.	
SSFPP	29.	Solicita por correo electrónico ante la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (DIEM) la evaluación del estand durante la feria.	
	30.	Solicita información por correo electrónico a la UA o CE sobre el costo final del estand al término de la feria.	

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

104

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
UA	31.	Envía a la SSFPP el equipamiento utilizado en el estand, debidamente empaquetado, una vez terminada la feria.	Formatos de resguardo (electrónico).
	32.	Informa por correo electrónico a la SSFPP el costo total del montaje del estand; en caso de no haber ejercido la totalidad de los recursos económicos los reintegra a la DA de la DGVSPI en un plazo no mayor a 15 días hábiles.	
SSFPP	33.	Recibe y resguarda el equipamiento utilizado y en caso de requerir mantenimiento lo coordina con la Subdirección de Recursos Materiales y Servicios Generales de la DGVSPI.	Formato de resguardo (electrónico).
	34.	Confirma por correo electrónico la devolución de recursos económicos de la UA a la DA de la DGVSPI.	
	35.	Recibe de la UA o CE por correo electrónico el Reporte de Feria y de la DIEM el Reporte de Evaluación.	Reporte de feria de la Unidad Administrativa (electrónico). Reporte de evaluación de la Dirección de Investigación y Estrategias de Mercado (electrónico).
	36.	Elabora los reportes mensuales de ferias para SIA metas.	
		Fin de procedimiento.	Reporte mensual de ferias (electrónico).

8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

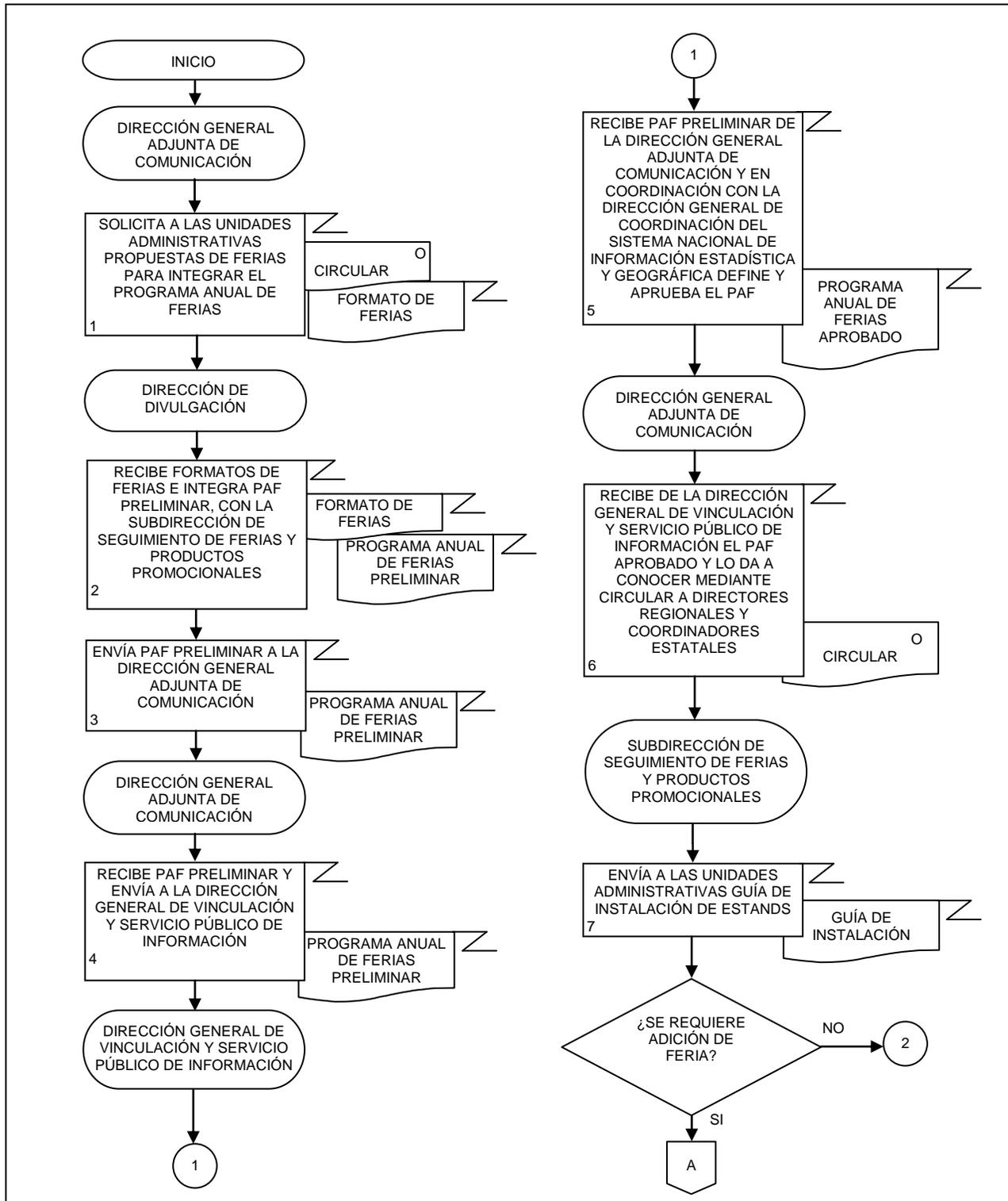
MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

105

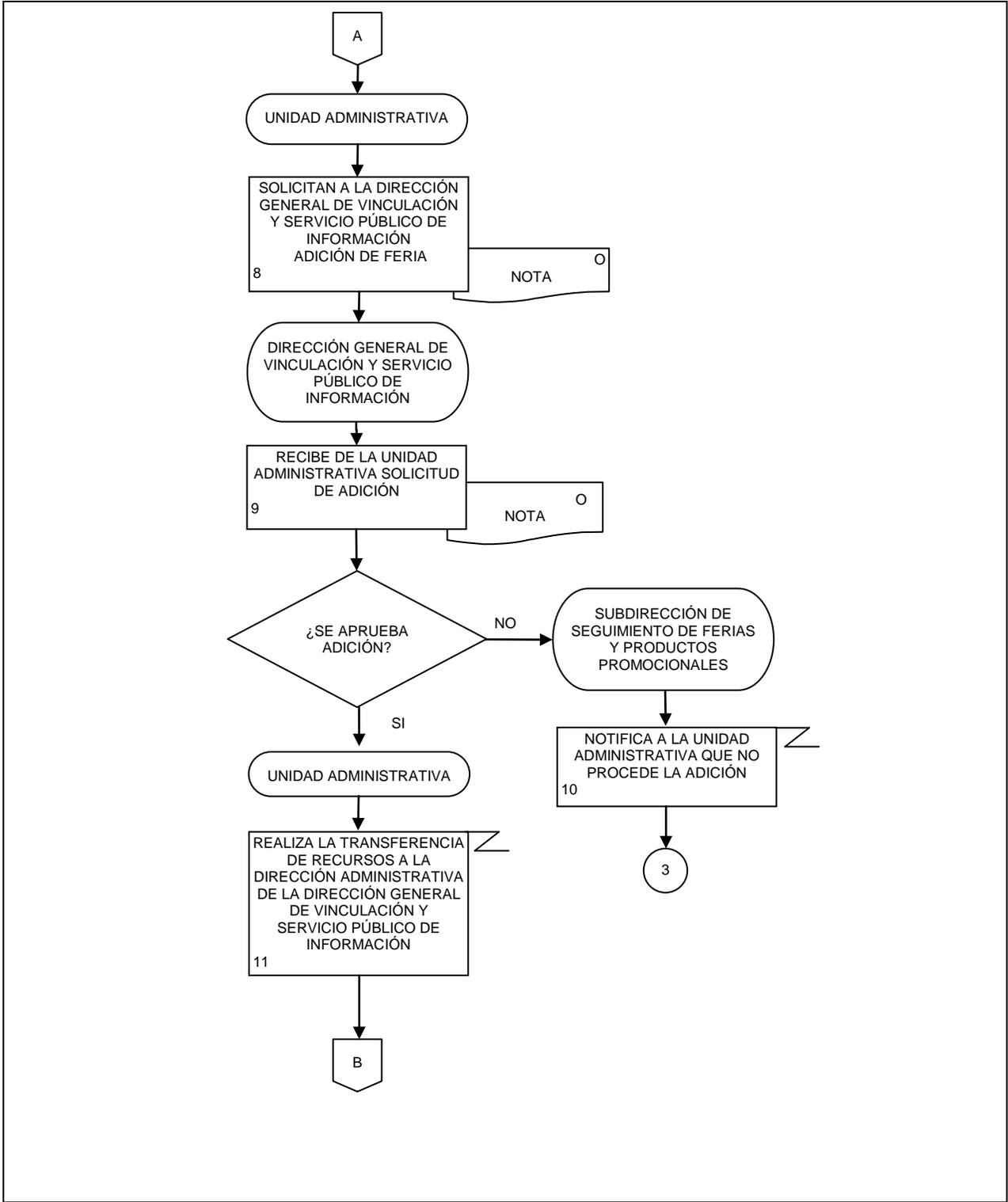
5. Diagrama de Flujo.-



8. Programa Anual de Ferias (PAF).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 106



8. Programa Anual de Ferias (PAF).

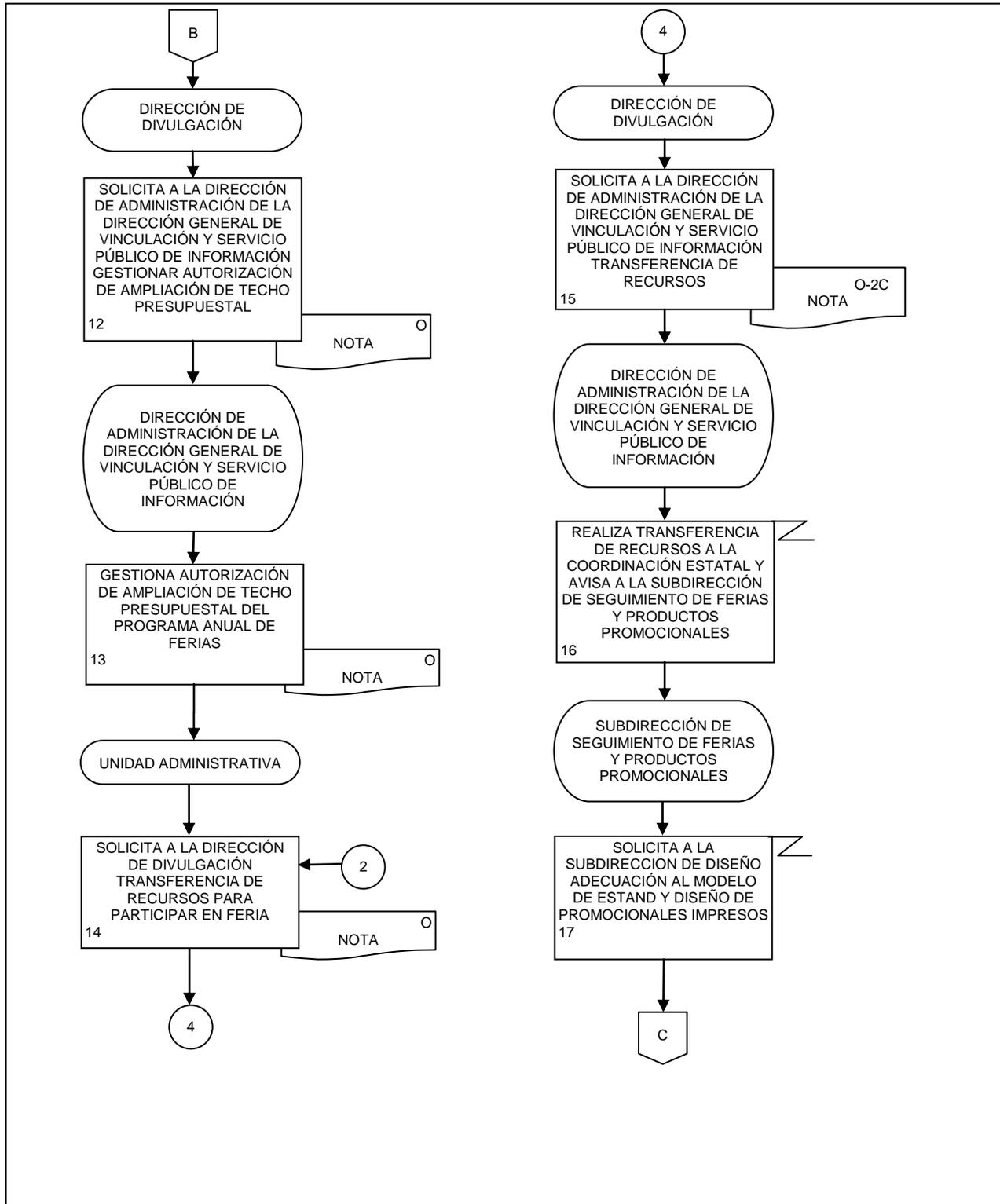
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

107



8. Programa Anual de Ferias (PAF).

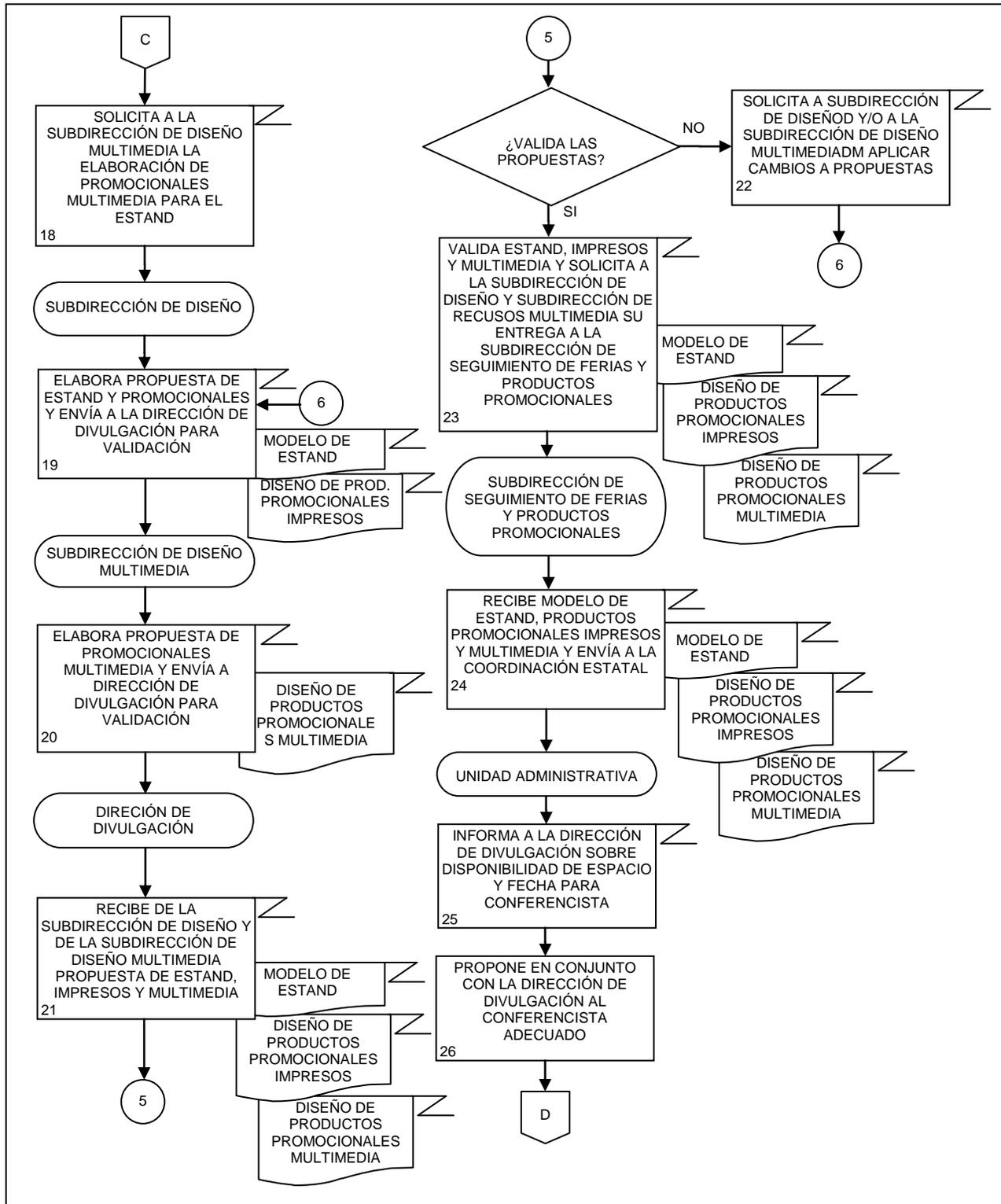
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

108



8. Programa Anual de Ferias (PAF).

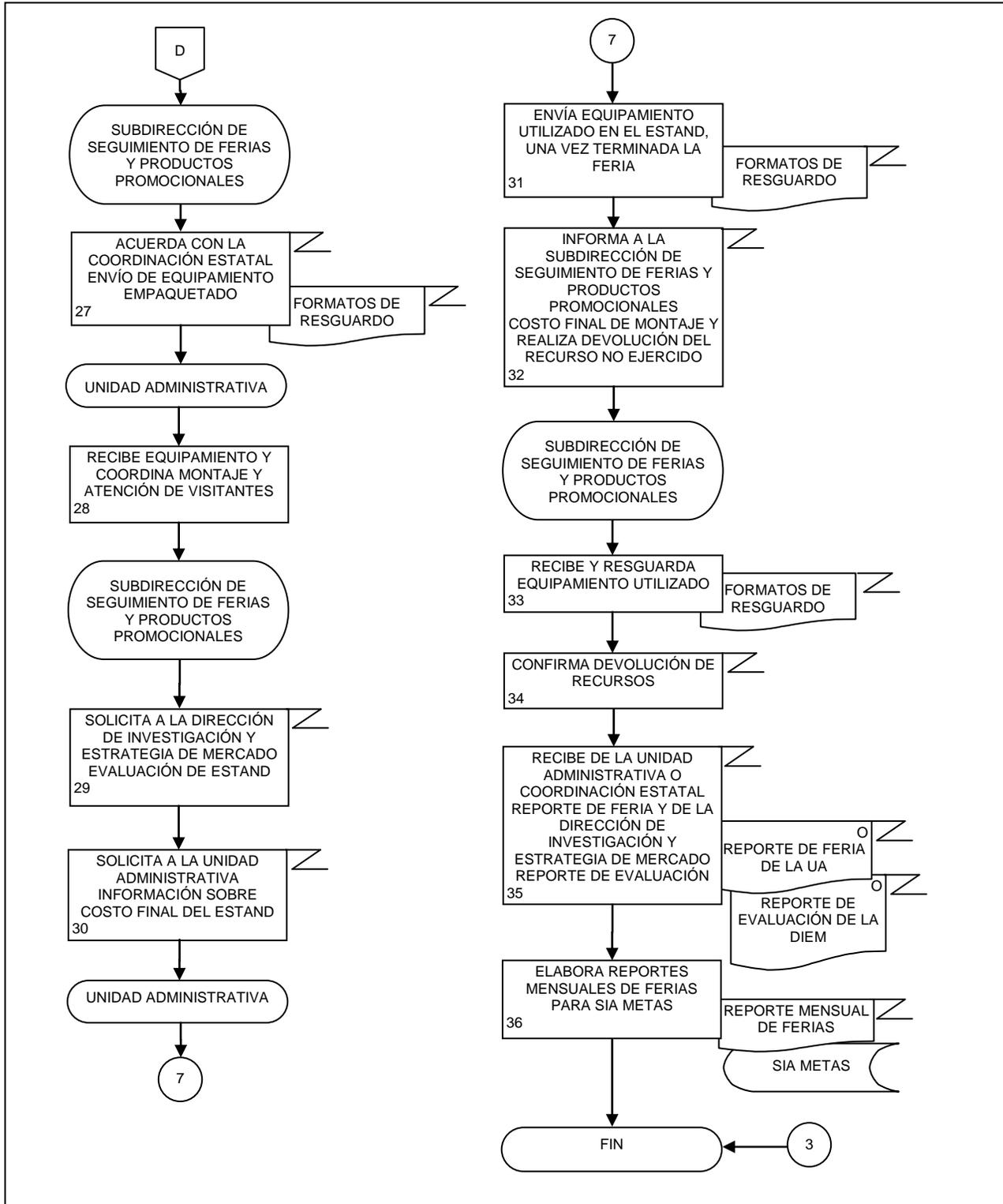
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

109



9. Validación de portadas y publicación de productos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

110

**1. Objetivo.-**

Validar los elementos bibliográficos de las portadas de las publicaciones y documentos metodológicos y llevar a cabo su publicación, así como la de los productos cartográficos e imágenes del territorio generados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, para ponerlos a disposición de las o los usuarios en la sección de Productos del Sitio.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable al Departamento de Administración de la Biblioteca Digital y a las Unidades Administrativas.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Para la incorporación de publicaciones, documentos metodológicos, productos cartográficos e imágenes del territorio en la Biblioteca Digital, las Unidades Administrativas del Instituto deberán solicitar su publicación mediante el Sistema Automatizado de Control de la Producción y Ventas (CONPROVE), al Departamento de Administración de la Biblioteca Digital (DABD).

3.b. El DABD deberá verificar que las publicaciones, documentos metodológicos, productos cartográficos e imágenes del territorio que se requieren publicar en el Sitio, cumplan con la normatividad establecida en los Lineamientos para el desarrollo y publicación de productos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y en el Manual de directrices editoriales y bibliográficas para la generación de publicaciones, mapas, formatos y cuestionarios en el INEGI, publicados en la Normateca Institucional.

3.c. Las validaciones de portadas y la notificación de publicación de los productos en el Sitio, deberán realizarse a través del CONPROVE.

3.d. Las tareas específicas para la validación de elementos bibliográficos de las portadas y la incorporación de los productos, estarán documentadas en las guías técnicas emitidas por la Dirección de Servicios de Información.

9. Validación de portadas y publicación de productos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

111

#### 4. Descripción Narrativa.-

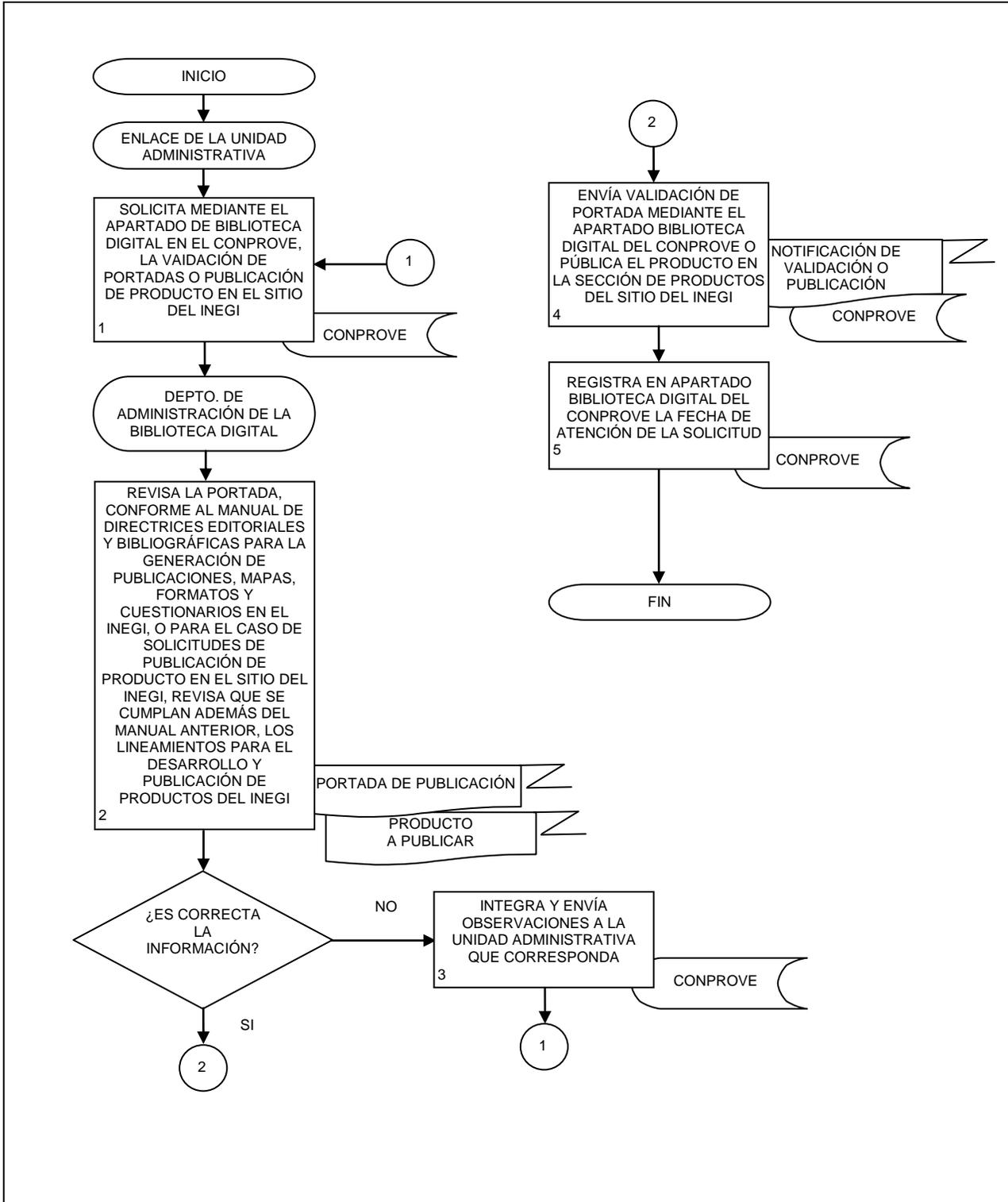
RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Enlace de la Unidad Administrativa	1.	Solicita mediante el apartado Biblioteca Digital del Sistema Automatizado de Control de la Producción y Ventas (CONPROVE), la validación de portadas o la publicación de un producto en el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).	
Departamento de Administración de la Biblioteca Digital	2.	Revisa la portada en formato digital, conforme a lo establecido en el Manual de Directrices Editoriales y Bibliográficas para la Generación de Publicaciones, Mapas, Formatos y Cuestionarios en el INEGI, o para el caso de solicitudes de publicación de producto en el Sitio del INEGI, revisa que se cumplan además del Manual anterior, los Lineamientos para el desarrollo y publicación de productos del INEGI.  ¿Es correcta la información?  No.	Portada de Publicación (electrónico). Producto a Publicar (electrónico).
	3.	Integra y envía observaciones a la Unidad Administrativa que corresponda, a través del apartado Biblioteca Digital del CONPROVE.  Continúa en la actividad No. 1.  Si.	
	4.	Envía validación de portada mediante el apartado Biblioteca Digital del CONPROVE o publica el producto en la sección de Productos del Sitio del INEGI.	Notificación de validación o publicación (electrónico).
	5.	Registra en apartado Biblioteca Digital del CONPROVE la fecha de atención de la solicitud.  Fin de procedimiento.	

9. Validación de portadas y publicación de productos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 112

5. Diagrama de Flujo.-



**10. Organización de Información para su Publicación en Internet.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

113

**1. Objetivo.-**

Organizar temáticamente la información estadística y geográfica, así como las páginas Web que se incorporan al Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, con la finalidad de facilitar el acceso a la información a las o los usuarios y a los buscadores de Internet.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable al Departamento de Organización de la Información en el Sitio del INEGI.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Para la organización de la información estadística y geográfica publicada en Internet, se deberá considerar lo establecido en la Norma Técnica para el acceso y publicación de Datos Abiertos de la Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional y el Manual de Implementación para el acceso y publicación de Datos Abiertos de la Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional vigentes, mismos que pueden localizarse en el Sitio del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica.

3.b. Este procedimiento será aplicable únicamente a la Información Estadística y Geográfica; así como a la de Interés Nacional que genera el Instituto.

3.c. Las tareas específicas que deberán llevar a cabo para organizar temáticamente la información y las páginas Web, estarán documentadas en las guías técnicas emitidas para tal fin, por la Dirección de Servicios de Información.

10. Organización de Información para su Publicación en Internet.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

114

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Departamento de Organización de la Información en el Sitio del INEGI (DOISI)	1.	Recibe los conjuntos de datos a organizar mediante un ftp o correo electrónico, o identifica en el Sitio del INEGI, los Recursos Electrónicos a organizar bibliográficamente.	Conjunto de Datos (electrónico). Recursos Electrónicos (electrónico).
	2.	Establece los metadatos de los recursos a organizar, en Excel, conforme a la Norma Técnica para el acceso y publicación de Datos Abiertos de la Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional y el Manual de Implementación para el acceso y publicación de Datos Abiertos de la Información Estadística y Geográfica de Interés Nacional, o asigna los metadatos a las páginas Web del Sitio.	Metadatos (electrónico).
	3.	Envía por correo electrónico los metadatos de los recursos a la Unidad Administrativa (UA) que los requiere o solicita mediante correo electrónico a la Coordinación General de Informática (CGI), la incorporación de los metadatos en las páginas Web del Sitio correspondientes.	Metadatos (electrónico).
	4.	Verifica que la UA haya publicado el conjunto de datos en el Sitio e incorpora los metadatos de los recursos a la plataforma de datos abiertos datos.gob.mx y a Google libros.	Metadatos (electrónico).
	5.	Recibe notificación por correo electrónico de la CGI de la incorporación de los metadatos de las páginas web y verifica que los metadatos se hayan incorporado correctamente en las páginas del Sitio correspondientes.  ¿Es correcta la incorporación de los metadatos?  No.	Metadatos (electrónico).
	6.	Prepara correo electrónico a la CGI con las observaciones necesarias, para la correcta incorporación de los metadatos.  Continúa en la actividad No. 3.	Metadatos (electrónico).

**10. Organización de Información para su Publicación en Internet.**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DOISI	7.	<p>Si.</p> <p>Registra la publicación de los metadatos en el control correspondiente.</p> <p>Fin de procedimiento.</p>	Control de publicación de metadatos (electrónico).

10. Organización de Información para su Publicación en Internet.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

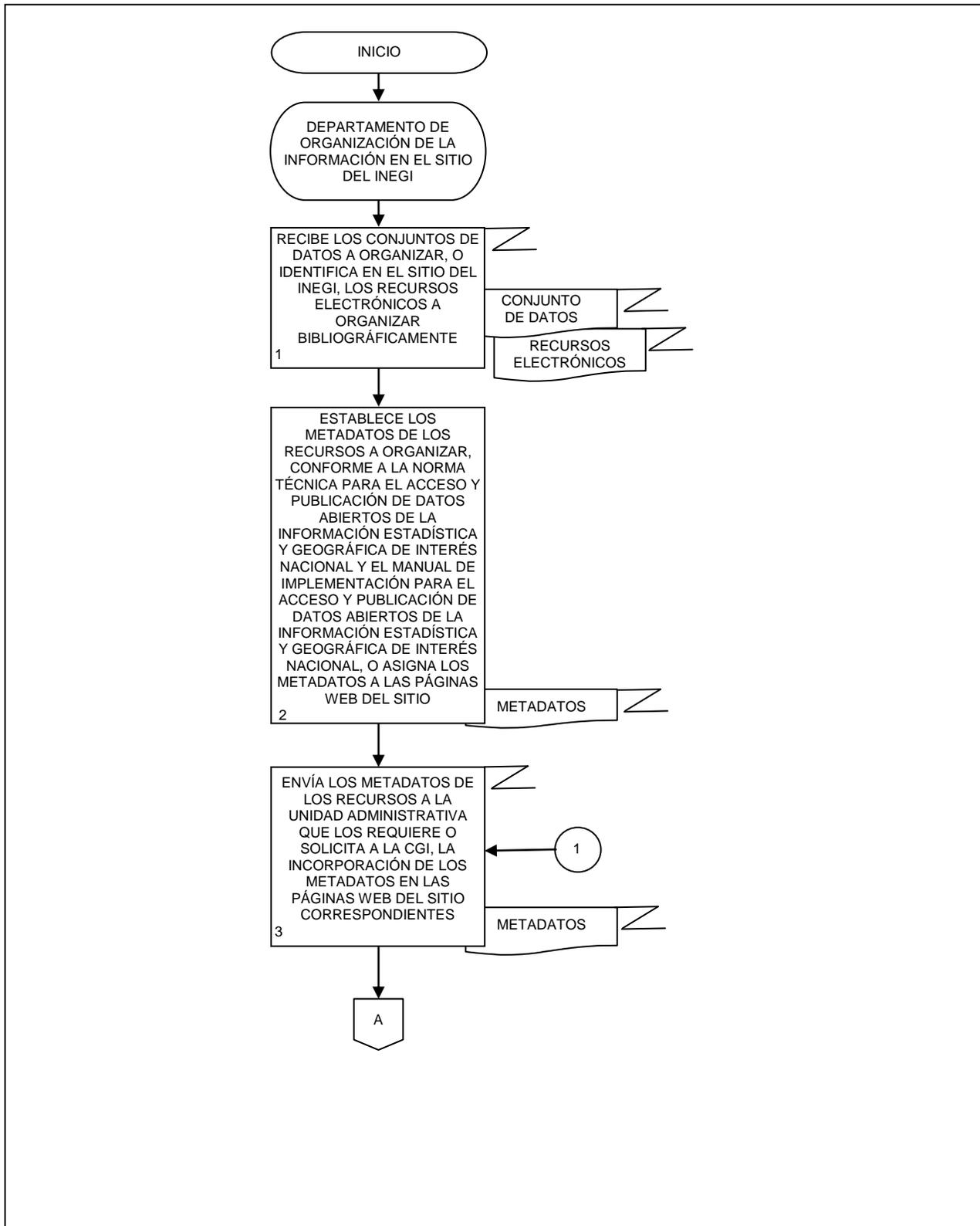
MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

116

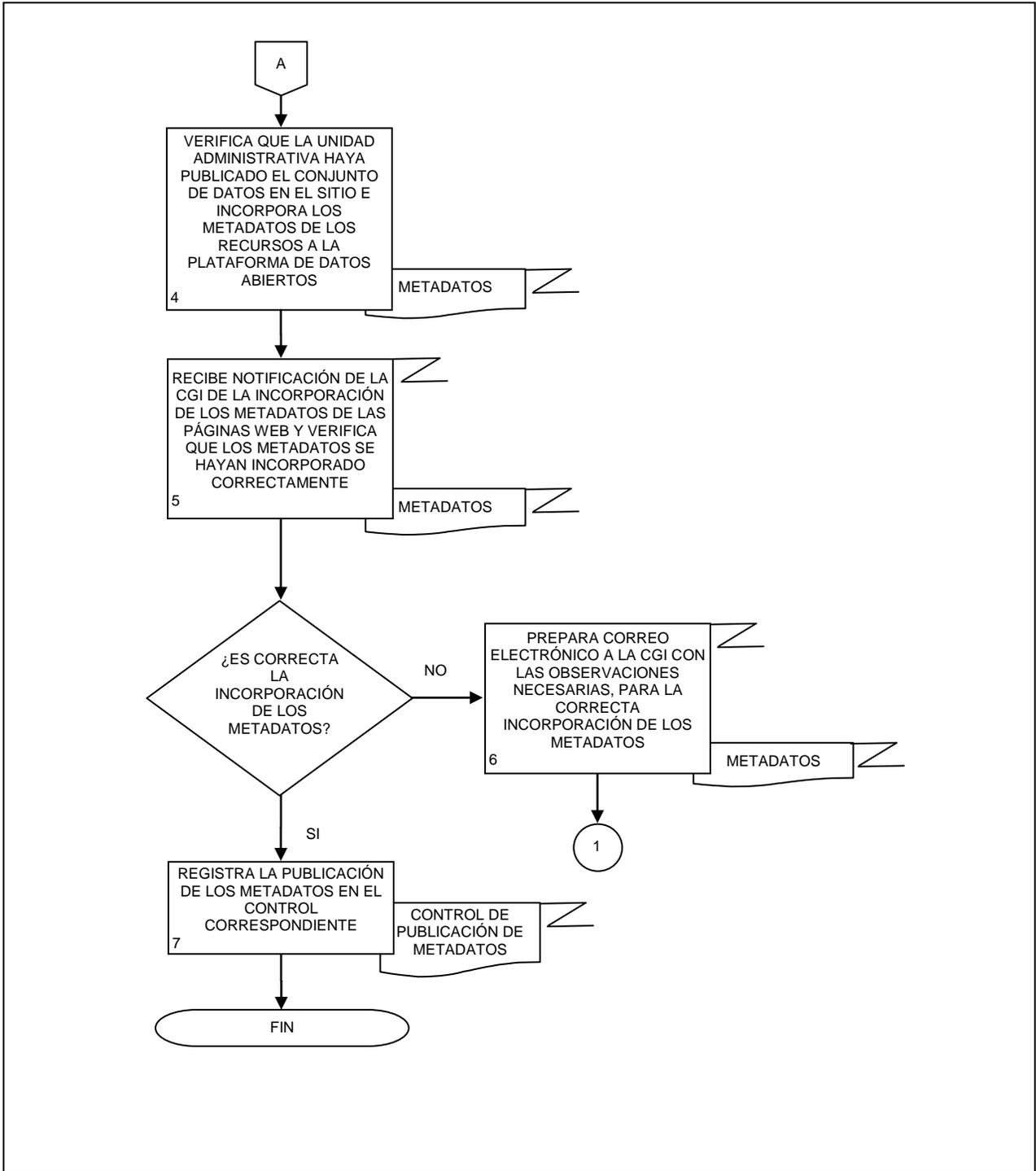
5. Diagrama de Flujo.-



10. Organización de Información para su Publicación en Internet.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 117



11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

118

### 1. Objetivo.-

Publicar en el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en Internet, los nuevos contenidos de la Información Estadística y Geográfica del Instituto o sus actualizaciones, a fin de facilitar a las o los usuarios la consulta y uso de dicha información.

### 2. Ámbito de Aplicación.-

2.a. Este procedimiento es aplicable a las Unidades Administrativas, a la Subdirección de Difusión por Internet, al Departamento de Validación de Contenidos en el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al Departamento de Incorporación de Contenidos en el Sitio del INEGI y al Departamento de Administración de Contenidos en el Sitio del INEGI.

### 3. Políticas de Operación.-

3.a. Sólo se podrán considerar como nuevo contenido aquel que no está o ha estado disponible en el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en Internet.

3.b. Sólo podrá considerarse como actualización de contenido cuando se encuentre en alguno de los siguientes casos:

3.b.1. Actualización de la presentación;

3.b.2. Incorporación de nuevos elementos a un proyecto, y/o

3.b.3. Cambios en la información.

11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

119

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Unidad Administrativa (UA)	1.	Envía por correo electrónico la solicitud de publicación de contenidos en el Sitio del INEGI.	Solicitud de publicación (electrónico).
Subdirección de Difusión por Internet (SDI)	2.	Recibe solicitud de publicación de contenidos en el Sitio del INEGI por parte de la Unidad Administrativa (UA) y la turna al Departamento de Validación de Contenidos en el Sitio del INEGI (DVCSI).	Solicitud de publicación (electrónico).
Departamento de Validación de Contenidos en el Sitio del INEGI (DVCSI)	3.	Revisa la solicitud de publicación de contenidos conforme a los Lineamientos para el desarrollo y publicación de productos del INEGI.  ¿Son correctos los contenidos?  No.	Solicitud de publicación (electrónico).
	4.	Envía por correo electrónico las observaciones a la UA.  Continúa en la actividad No. 1.  Si.	Solicitud de publicación (electrónico).
	5.	Identifica el tema de la solicitud y lo canaliza por correo electrónico al departamento correspondiente para su atención.  ¿Son contenidos estadísticos Económicos o Sociodemográficos?  No.	Solicitud de publicación (electrónico).
Departamento de Administración de Contenidos en el Sitio del INEGI (DACSI)	6.	Prepara página en el Sitio de Desarrollo correspondiente, los contenidos Geográficos y del Medio Ambiente o del Gobierno, Seguridad Pública e Impartición de Justicia y notifica por correo electrónico la liberación al DVCSI.  Continúa en la actividad No. 8.  Si.	

11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

120

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Departamento de Incorporación de Contenidos en el Sitio del INEGI (DICSÍ)	7.	Prepara página en el Sitio de Desarrollo correspondiente, los contenidos Sociodemográficos o Económicos y notifica por correo electrónico la liberación.	
	DVCSI	8.	Revisa la publicación de los contenidos en el servidor del Sitio de Desarrollo.  ¿Son correctos los contenidos preparados en el servidor del Sitio de Desarrollo?  No.
UA	9.	Notifica por correo electrónico al Departamento de Incorporación de Contenidos en el Sitio del INEGI (DICSÍ) o al Departamento de Administración de Contenidos en el Sitio del INEGI (DACSI), para su ajuste o corrección.  Continúa en la actividad No. 6 o 7 según corresponda.  Si.	
	10.	Notifica por correo electrónico a la UA que los contenidos se encuentran en el servidor del Sitio de Desarrollo, para su revisión.	
	11.	Revisa los contenidos preparados en el servidor del Sitio de Desarrollo.  ¿Procede el visto bueno para su publicación en el Sitio del INEGI?  No.	
DVCSI	12.	Informa por correo electrónico al DVCSI que no son correctos los contenidos preparados en el Sitio de Desarrollo.	
	13.	Solicita por correo electrónico al DICSÍ o al DACSI, la corrección de los contenidos preparados en el Sitio de Desarrollo.  Continúa en la actividad No. 6 o 7 según corresponda.	

11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

121

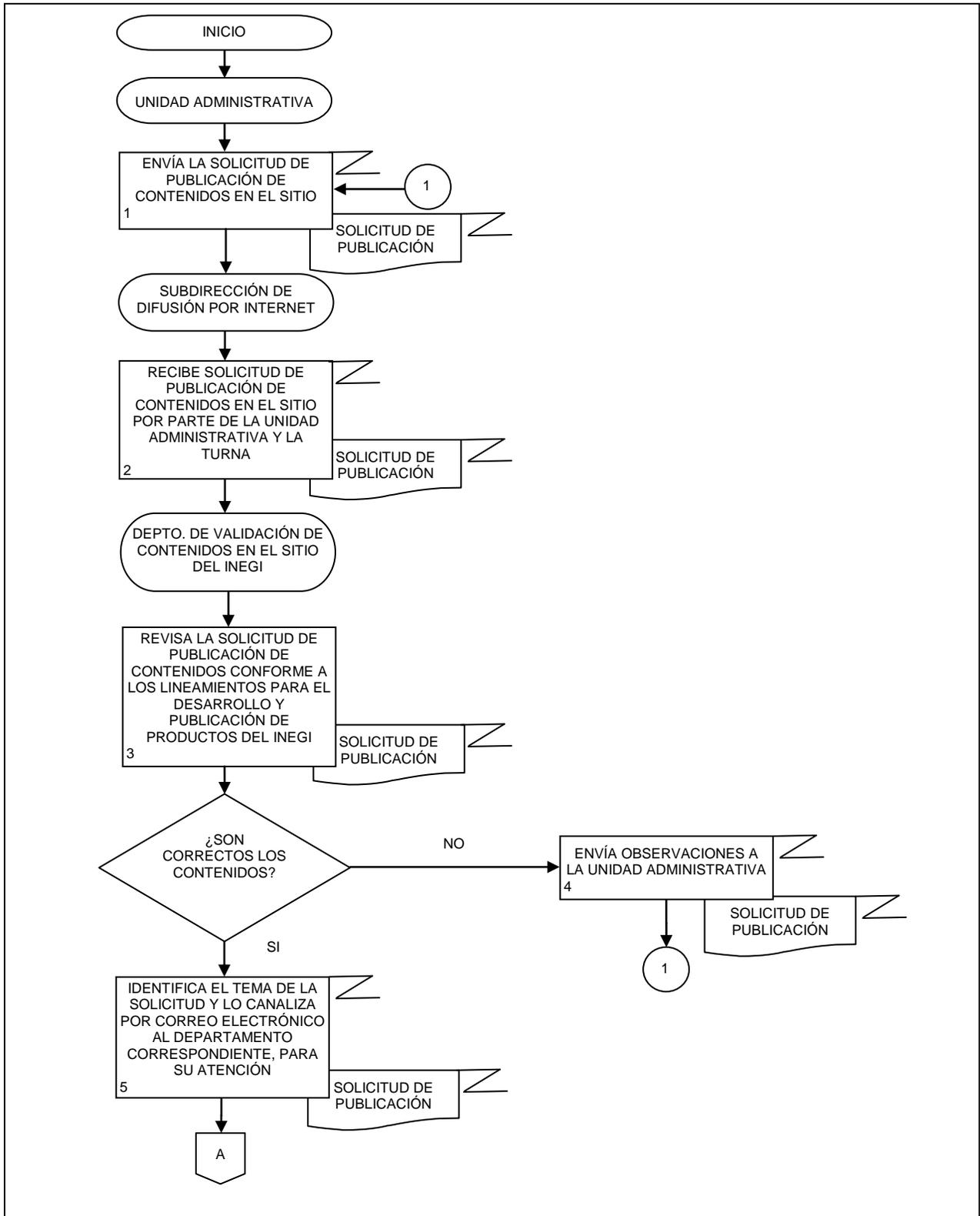
RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DVCSI	14.	Si. Solicita por correo electrónico al DICSI o al DACSI, la publicación de los contenidos en el Sitio del INEGI.	
DACSI o DICSI	15.	Libera la publicación de los contenidos en el Sitio de reproducción y producción y notifica por correo electrónico a la Subdirección de Difusión por Internet.	
SDI	16.	Revisa la correcta publicación de los contenidos y notifica vía correo electrónico a la UA.  Fin de procedimiento.	

11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
 122

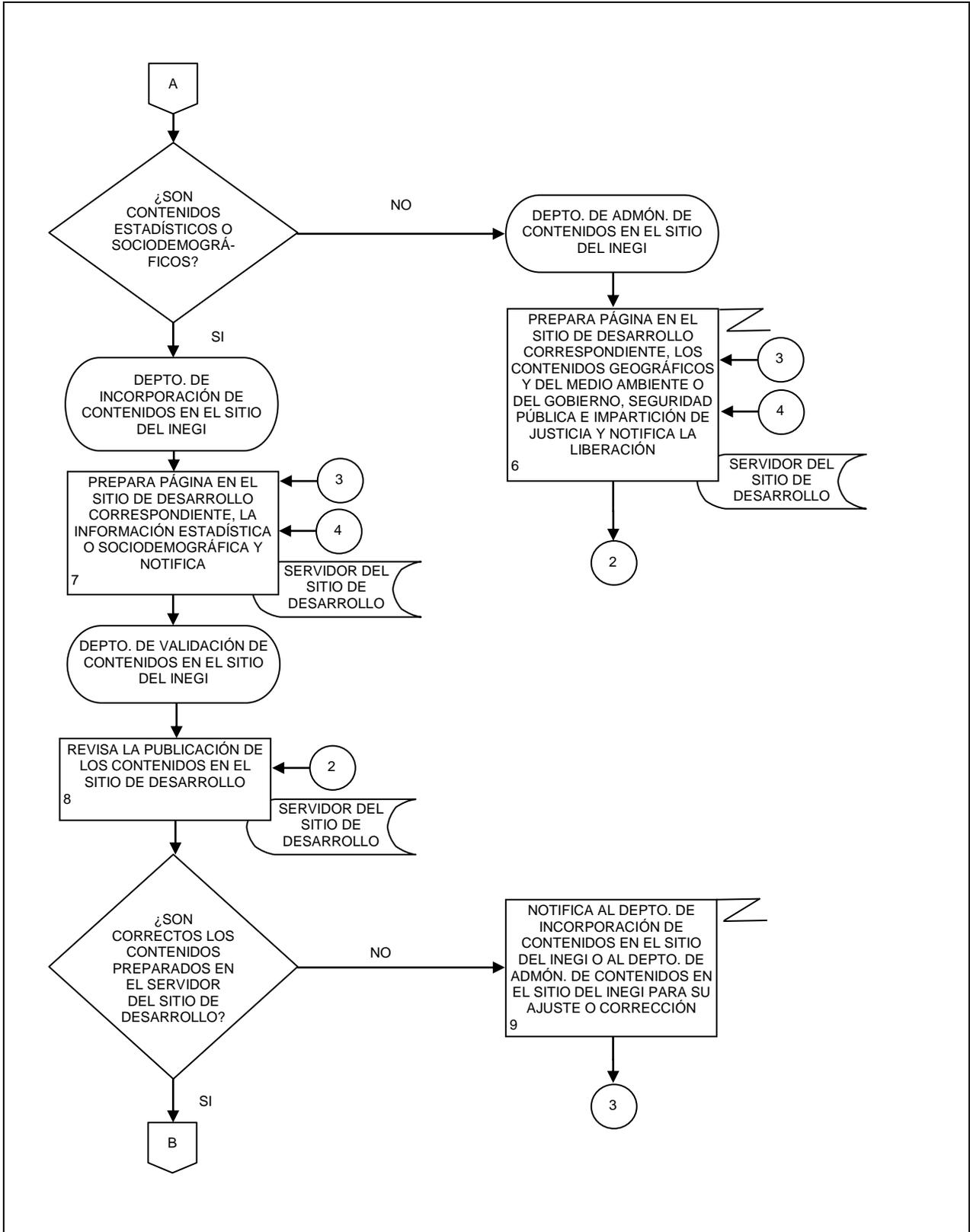
5. Diagrama de Flujo.-



11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

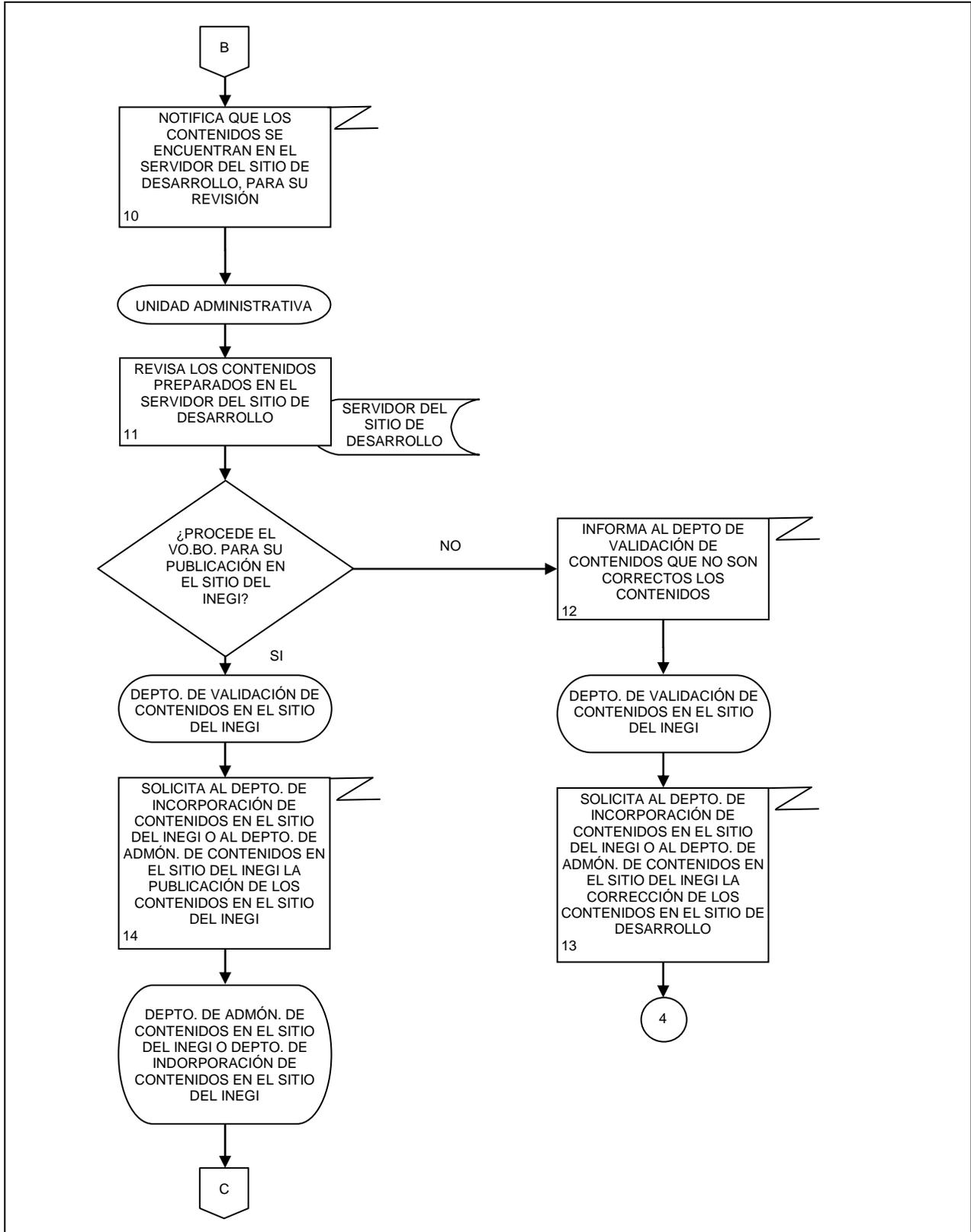
PÁGINA:  
 123



11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01 AÑO. 2017

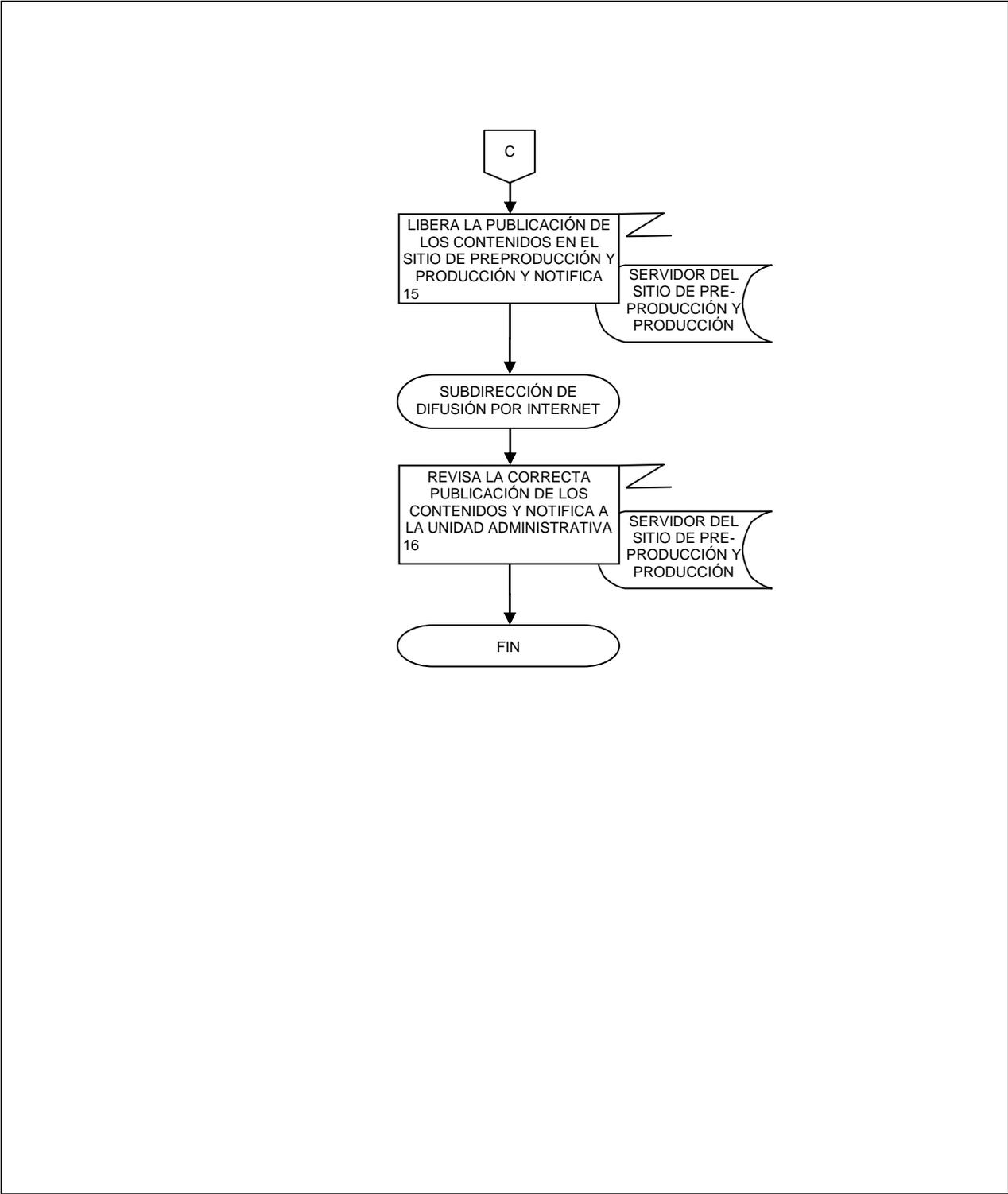
PÁGINA:  
 124



11. Publicación o actualización de contenidos en el Sitio del INEGI.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
125



12. Monitoreo de redes sociales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

126

**1. Objetivo.-**

Identificar los comentarios que las o los usuarios hacen del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en las distintas redes sociales en las que el Instituto tiene presencia, a través del monitoreo permanente con herramientas especializadas, que permiten obtener la percepción que las o los usuarios tienen del Instituto, así como sus necesidades de información, para dar a conocer estos comentarios a las áreas que correspondan y se realicen las acciones que consideren convenientes.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable al Departamento de Atención en Redes Sociales.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Para llevar a cabo las actividades de este procedimiento se utilizará de manera permanente el documento “Criterios de monitoreo y gestión”, que se elabora y se actualiza constantemente, con base en la propuesta del Departamento de Atención en Redes Sociales (DARS).

3.b. El DARS podrá llevar a cabo las actividades de monitoreo a través de Enlaces.

3.c. El monitoreo en redes sociales se realizará de manera permanente durante el horario laboral de las personas asignadas como Enlace de Monitoreo, quienes de manera coordinada cubrirán la revisión de la totalidad o parcialidad de los mensajes, según sea establecido en el documento de “Criterios de monitoreo y gestión”.

3.d. El monitoreo se realizará en las redes sociales directamente o por medio de herramientas especializadas, identificando los comentarios relacionados al Instituto, mediante la búsqueda de la palabra “INEGI” y otras palabras clave que se establezcan de manera permanente o temporal, en los “Criterios de monitoreo y gestión”.

3.e. De los comentarios que se identifiquen en las redes sociales con referencia al INEGI, se enviarán aquellos que se consideren relevantes por su posible impacto en la imagen institucional a las áreas que, con base en el contenido del mensaje, se identifiquen como involucradas, además de los comentarios que cumplan con otros criterios que se establezcan en el documento “Criterios de monitoreo y gestión”.

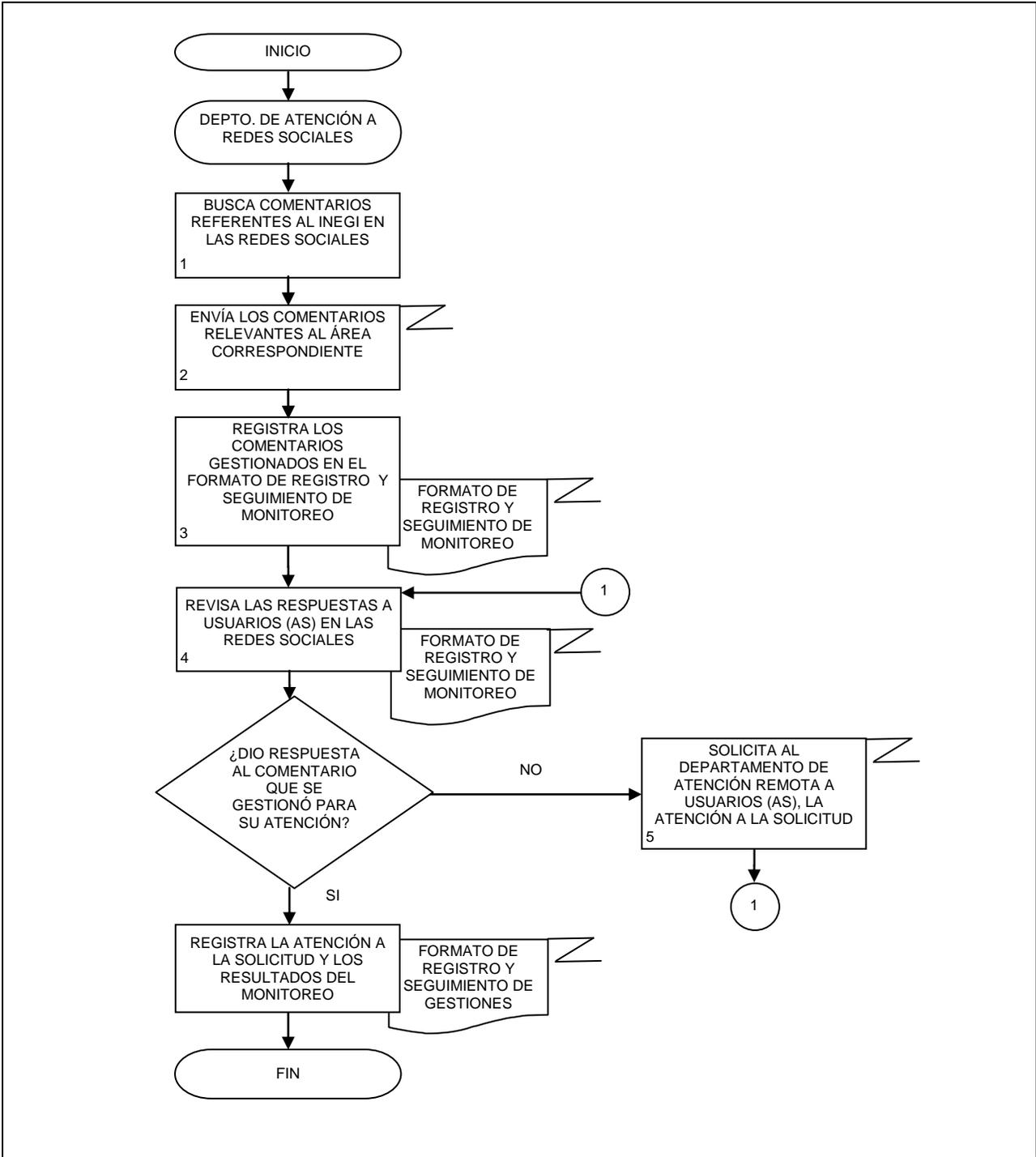
3.f. El DARS realizará los reportes e informes correspondientes, a fin de dar a conocer el comportamiento de las cuentas del Instituto en las redes sociales.

3.g. En cualquier momento del procedimiento, el o la titular de la DARS podrá realizar las actividades de la o el Enlace de Monitoreo, de acuerdo a las necesidades.

3.h. El DARS podrá publicar comunicados institucionales que le soliciten las áreas definidas por la Dirección de Servicios de Información, a través de las cuentas del INEGI en las redes sociales.



5. Diagrama de Flujo.-



13. Atención a Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

129

**1. Objetivo.-**

Dar seguimiento a la atención de las solicitudes de información de las o los usuarios estratégicos y usuarios del Centro de Atención de Llamadas, para proporcionar la información estadística y geográfica del Instituto a fin de satisfacer sus necesidades de información.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Subdirección de Atención a Usuarios, al Departamento de Atención Remota a Usuarios, al Departamento de Atención a Usuarios Estratégicos y a las Unidades Administrativas.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Para el caso del Departamento de Atención Remota a Usuarios, las solicitudes de información se recibirán mediante los siguientes medios: teléfono, chat, correo electrónico, y las cuentas en las redes sociales que participe el Instituto, recibidas en el Centro de Atención de Llamadas.

3.b. Para el caso del Departamento de Atención a Usuarios Estratégicos las solicitudes de información se recibirán mediante los siguientes medios: correo electrónico y correspondencia oficial.

3.c. El personal encargado de la atención a las y los usuarios, deberá aplicar las actividades citadas en las Guías para la atención a usuarios, establecidas por la Dirección de Servicios de Información.

3.d. La Subdirección de Atención a Usuarios, supervisará los resultados obtenidos en las actividades de atención a las y los usuarios, mediante los reportes generados por el Sistema de Información de Atención a Usuarios, para detectar áreas de mejora.

13. Atención a Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

130

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Departamento de Atención Remota a Usuarios (DARU) o Departamento de Atención a Usuarios Estratégicos (DAUE)	1.	<p>Recibe y revisa la solicitud de información de las o los usuarios de acuerdo al tema de su competencia.</p> <p>¿La información es competencia del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)?</p> <p>No.</p>	<p>Solicitud de información (electrónico u original). Correspondencia oficial, en su caso (electrónico u original).</p>
	2.	<p>Informa a la o el usuario (de acuerdo al canal de atención) que la información no es competencia del INEGI y en su caso lo orienta, conforme a lo establecido en la Guía para la atención a usuarios(as) correspondiente.</p> <p>Continúa en la actividad No. 7.</p> <p>Si.</p>	
	3.	<p>Identifica si puede atender la solicitud de información.</p> <p>¿Puede atender la solicitud?</p> <p>No.</p>	
	4.	<p>Gestiona la atención de la solicitud con la Unidad Administrativa correspondiente, conforme a lo establecido en la Guía para la atención a usuarios(as).</p>	
	5.	<p>Atiende la solicitud de información las o los usuarios y la envía al departamento solicitante, conforme a lo establecido en la Guía para la atención a usuarios(as) correspondiente.</p> <p>Continúa en la actividad No. 6.</p> <p>Si.</p>	
	6.	<p>Recibe, revisa y redacta respuesta para su envío a la o el usuario, conforme a la Guía para la atención a usuarios(as) correspondiente.</p>	
Unidad Administrativa			
DARU o DAUE			

13. Atención a Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

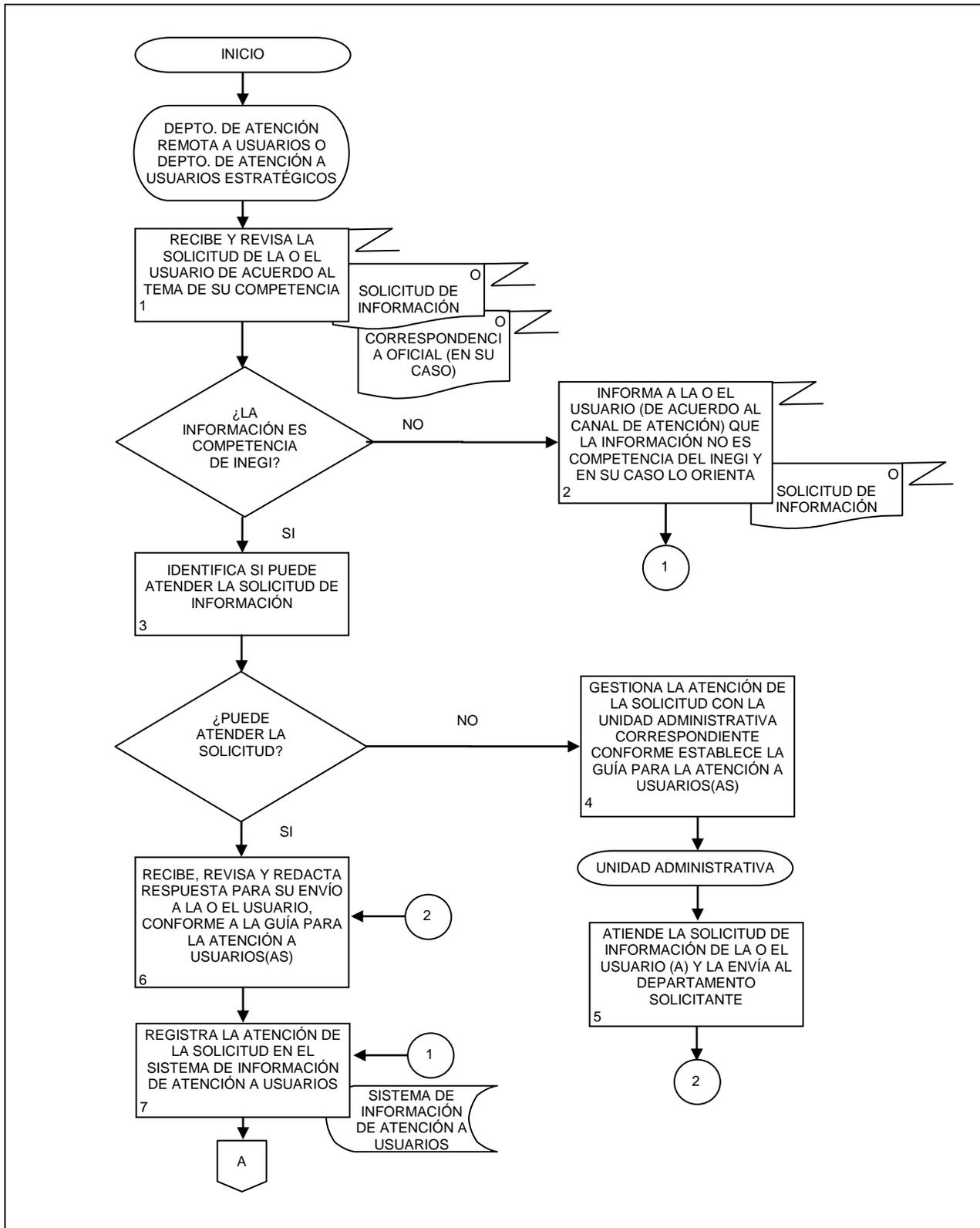
AÑO.  
2017

PÁGINA:

131

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DARU o DAUE	7.	Registra la atención de la solicitud en el Sistema de Información de Atención a Usuarios (SIAU), conforme a lo establecido en la Guía para la atención a usuarios(as) correspondiente.	Reportes (electrónico).
Subdirección de Atención a Usuarios	8.	<p>Genera reportes en el Sistema de Información de Atención a Usuarios y supervisa los resultados de la atención proporcionada.</p> <p>Fin de procedimiento.</p>	

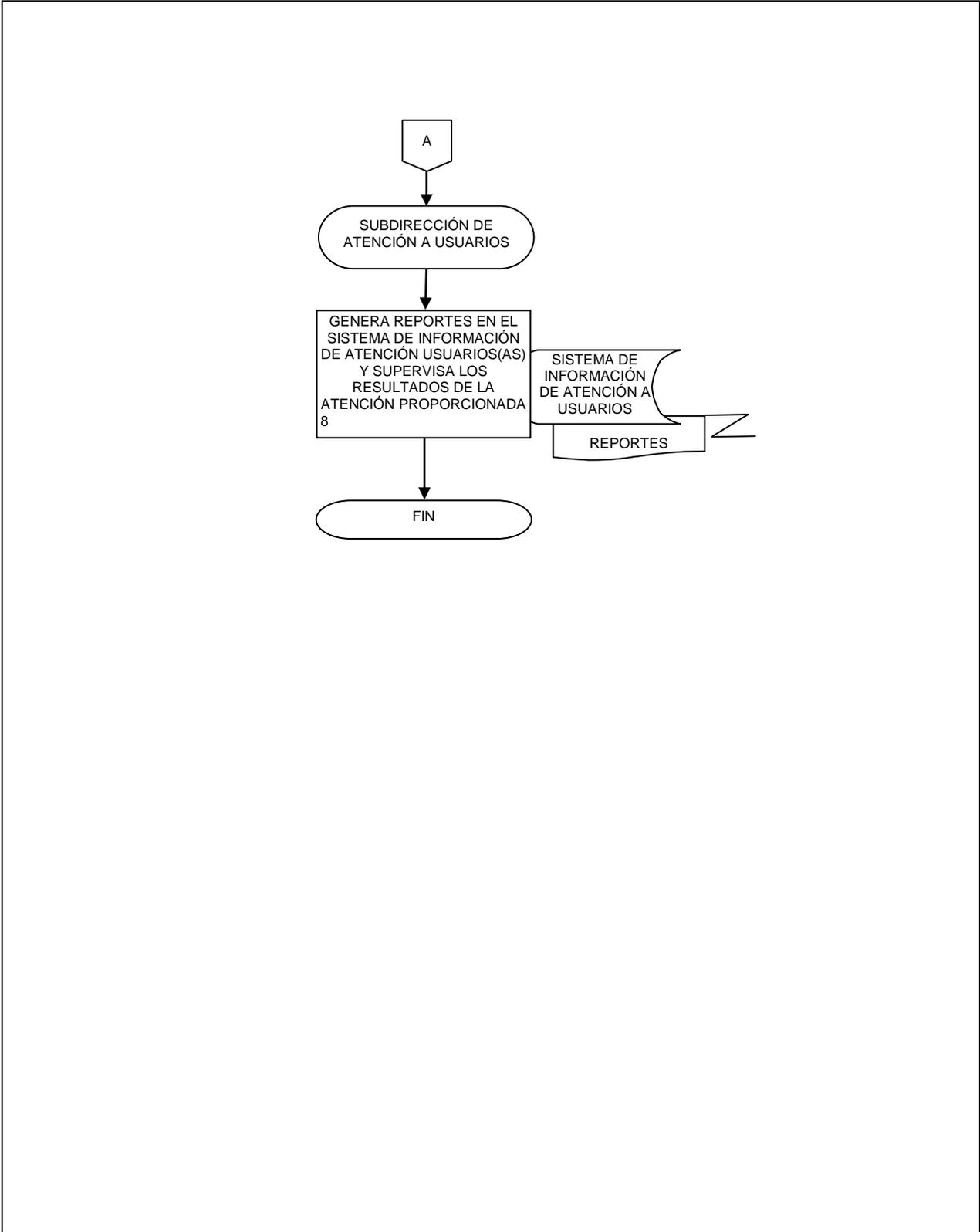
5. Diagrama de Flujo.-



13. Atención a Usuarios (as).

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
133



14. Producción Editorial.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

134

**1. Objetivo.-**

Atender en tiempo y forma la reproducción de los requerimientos de productos del Programa Anual de Productos, a fin de que sean utilizados en los procesos de difusión y promoción de la información estadística y geográfica, así como para la capacitación de personal y del levantamiento de datos que apoyen a cubrir las necesidades del Instituto.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Producción Editorial, a la Subdirección de Planeación y Control de la Producción, a la Subdirección de Edición y Reproducción Electrónica, al Departamento de Planeación y Control Editorial, al Departamento de Control y Análisis de Procesos Editoriales, al Área de Encuadernación y al Área de Abastecimiento de Productos Editoriales.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Las Unidades Administrativas, generadoras de productos institucionales, deberán realizar el contenido y edición de los mismos, de acuerdo al ámbito de su competencia y apegándose a la normatividad vigente, y realizarán la petición de reproducción de sus productos, a través de la Solicitud de Edición e Impresión en el Sistema de Control de Producción y Ventas (CONPROVE).

3.b. La Solicitud de Edición e Impresión deberá operar mediante los mecanismos establecidos en las herramientas modulares del CONPROVE.

4. Descripción Narrativa. -

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Producción Editorial (DPE)	1.	Recibe mediante correo electrónico de las Unidades Administrativas generadoras de productos institucionales, la solicitud de los requerimientos de edición, impresión y publicación; así como los materiales (documentos metodológicos y liberación de portada), validados por el Comité de Productos, a través del Módulo de Programa Anual de Productos (PAP); y turna por correo electrónico para su atención.	Solicitud de edición, impresión y publicación (electrónico). Documentos metodológicos (electrónico). Liberación de portada (electrónico).
Subdirección de Planeación y Control de la Producción (SPCP)	2.	Recibe la solicitud de los requerimientos de edición, impresión y publicación; así como los materiales (documentos metodológicos y liberación de portada); analiza y envía para generar la orden de productos y/u orden de trabajo menor.	Solicitud de edición, impresión y publicación (electrónico). Documentos metodológicos (electrónico) Liberación de portada (electrónico).
Departamento de Planeación y Control Editorial (DPCE)	3.	Recibe mediante correo electrónico la instrucción de elaborar la orden de productos y/o trabajo menor, y genera el expediente correspondiente.	Solicitud de edición, impresión y publicación (electrónico). Documentos metodológicos (electrónico). Liberación de portada (electrónico). Orden de productos y/o trabajo menor (electrónico). Expediente (original).
	4.	Envía vía módulo (sistema), la orden de productos y/o trabajo menor, para su revisión ortotipográfica.	Orden de productos y/o trabajo menor (electrónico).
Subdirección de Edición y Reproducción Electrónica (SERE)	5.	Recibe la orden de productos y/o trabajo menor para realizar la muestra de impresión digital o impresa, considerando una revisión ortotipográfica, editorial, (Preprensa) e impresión.	Orden de productos y/o trabajo menor (electrónico). Muestra (original o electrónico).
	6.	Envía la muestra de los materiales (documentos metodológicos y liberación de portada); y la orden de productos y/o trabajo menor, físicamente y en archivo por correo electrónico o depositado en ftp, a la Subdirección de Recursos Materiales y Servicios Generales (SRMSG); y registra la requisición correspondiente en el Módulo de	Muestras de materiales (original y electrónico). Orden de productos y/o trabajo menor (original y electrónico). Requisición (electrónico).

14. Producción Editorial.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

136

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Recursos Materiales y Servicios Generales (SRMSG)		Adjudicaciones Directas por Internet (MADI).	
	7.	Recibe en físico y por correo electrónico el archivo y la muestra de los materiales (documentos metodológicos y liberación de portada); y la orden de productos y/o trabajo menor; analiza la requisición registrada MADI, y da inicio al proceso de adjudicación y determinación del proveedor.	Muestras de materiales (original y electrónico). Orden de productos y/o trabajo menor (original y electrónico). Requisición (electrónico).
	8.	Envía al proveedor adjudicado en físico y por correo electrónico el archivo y la muestra de los materiales (documentos metodológicos y liberación de portada); y la orden de productos y/o trabajo menor para su impresión.	Muestras de materiales (original y electrónico). Orden de productos y/o trabajo menor (original y electrónico).
		¿La recepción de productos al proveedor, se realiza en la Subdirección de Edición y Reproducción Electrónica (SERE)?  No.	
	9.	Recibe del proveedor adjudicado el producto terminado, mediante Constancia de Entrega y captura datos en el Módulo de Almacén, del Sistema Integral de Administración, verificando que se cumplan con las condiciones técnicas establecidas en la requisición.	Producto terminado (original o electrónico). Constancia de Entrega (original).
SERE	10.	Entrega el producto terminado a la SERE para su distribución.  Continúa en la actividad No. 11.  Si.	
	11.	Recibe y revisa producto terminado impreso, captura la fecha de recepción en el Módulo Tablero de Seguimiento (M.T.S.), y Programa el acabado final; calcula las horas-hombre e insumos utilizados en el proceso productivo, a través de una orden de productos y/o trabajo menor.	Producto terminado (original). Orden de productos y/o trabajo menor (original y electrónico).

14. Producción Editorial.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

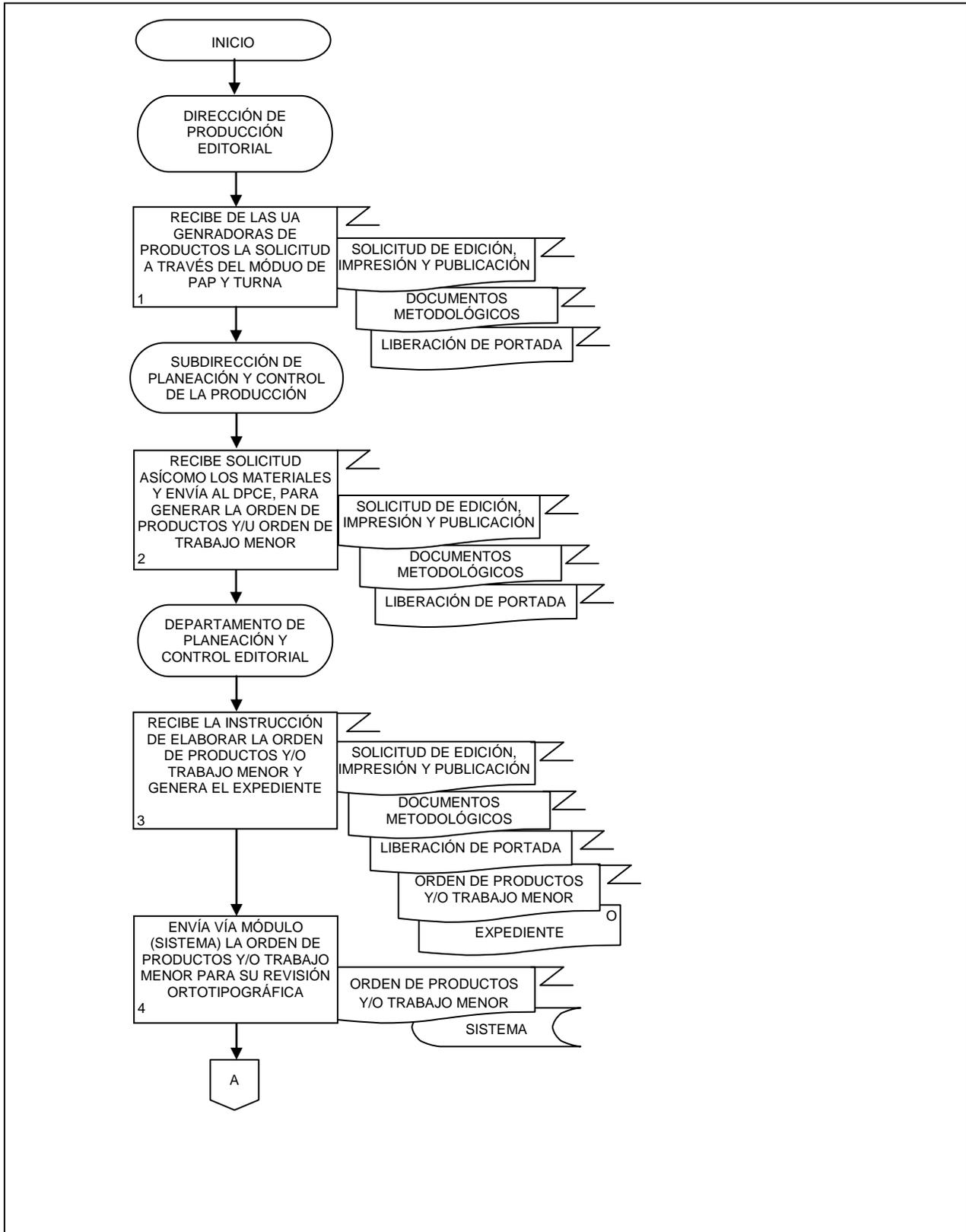
AÑO.  
2017

PÁGINA:

137

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
SERE	12.	Distribuye el producto terminado según el esquema de distribución, mediante el formato movimiento de almacén, capturando la fecha en el Módulo de Almacén.  Fin de procedimiento.	Producto terminado (original o electrónico). Formato movimiento de almacén (original).

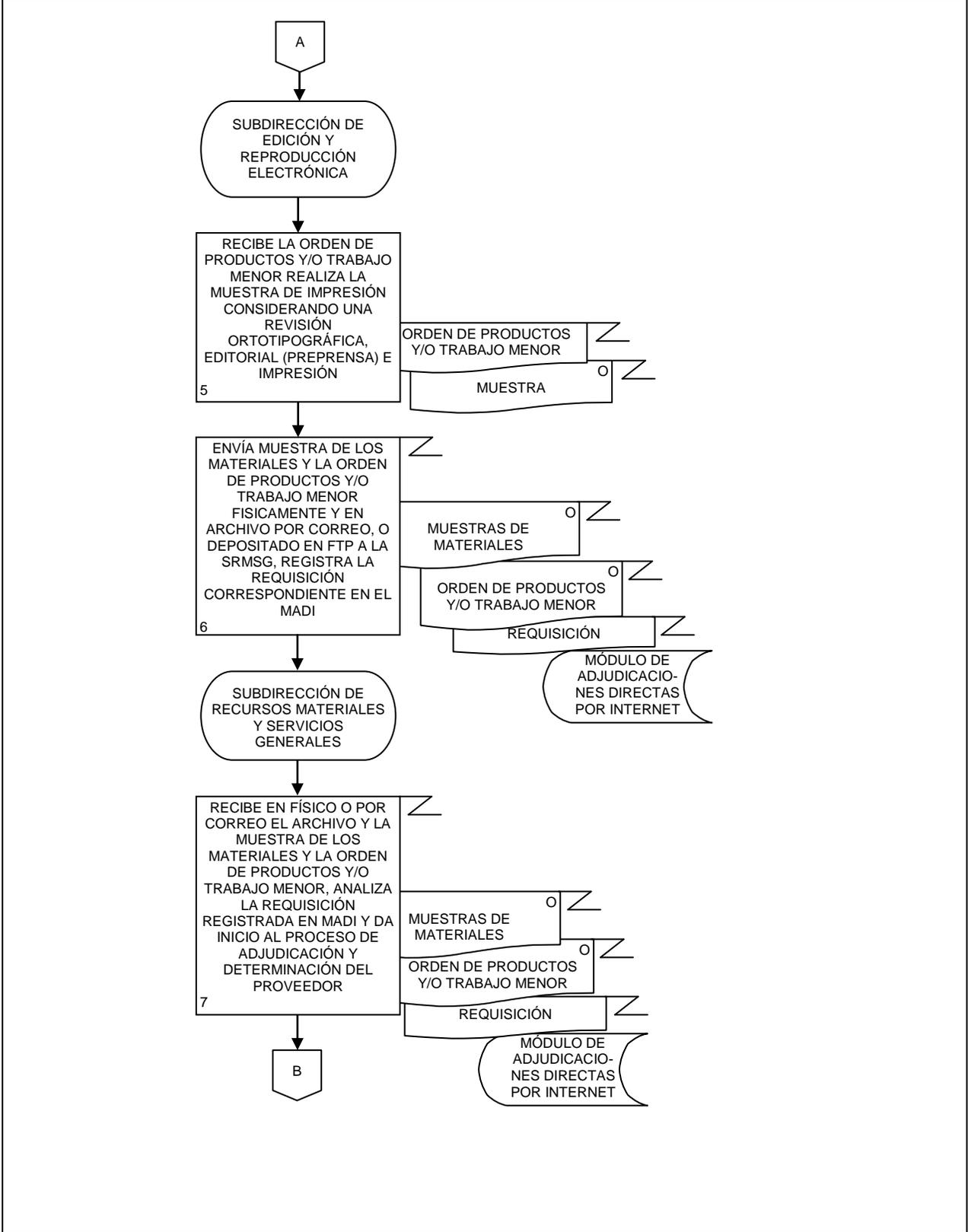
5. Diagrama de Flujo.-



**14. Producción Editorial.**

**FECHA DE ACTUALIZACIÓN:**  
 MES. **01**      AÑO. **2017**

**PÁGINA:**  
 139



14. Producción Editorial.

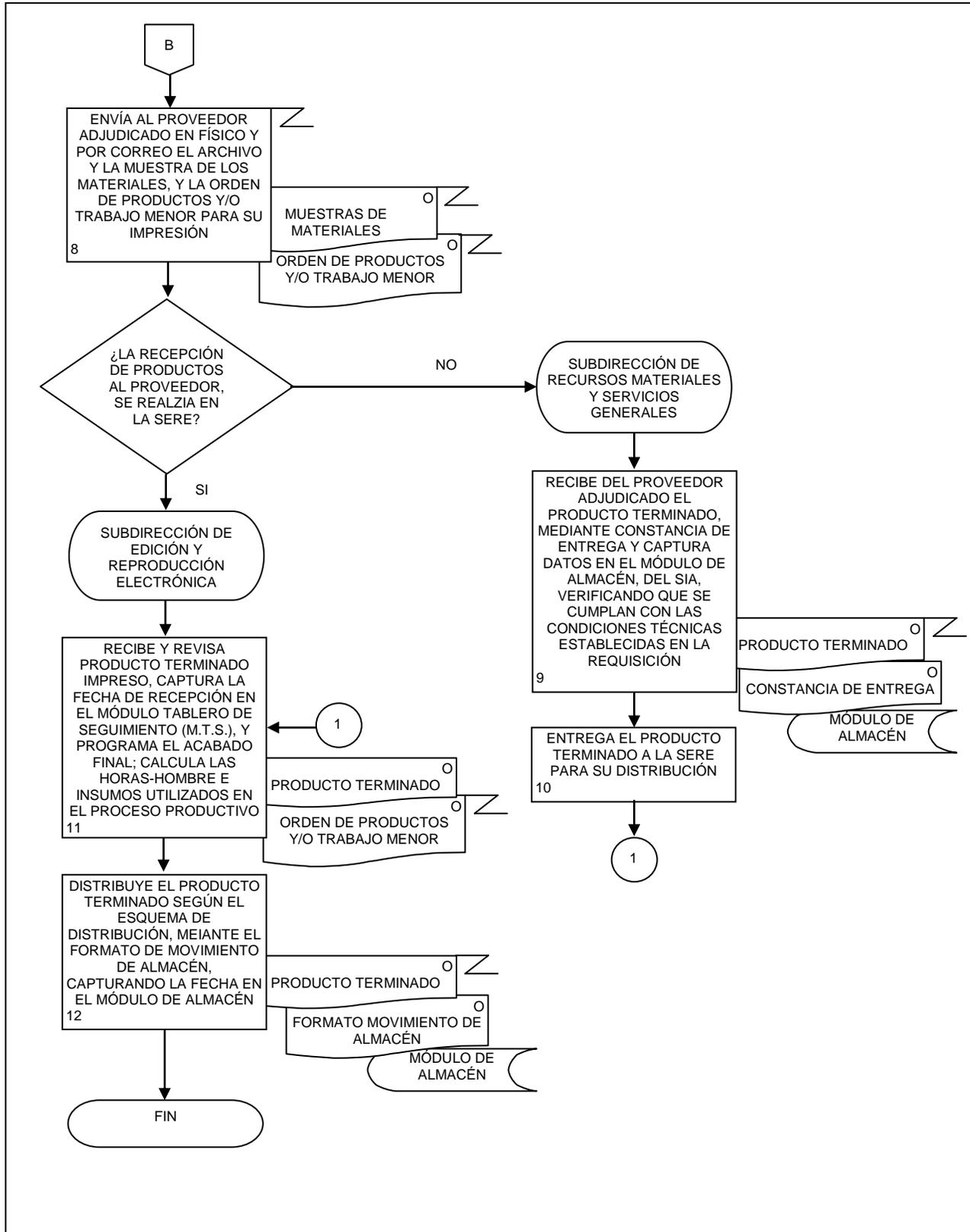
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

140



15. Seguimiento Editorial a Libro Electrónico.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

141

**1. Objetivo.-**

Verificar que las publicaciones electrónicas cumplan con las Directrices Editoriales y reglas gramaticales, para su posterior publicación en el sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en Internet.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Subdirección de Edición y Reproducción Electrónica y al Departamento de Revisión Ortotipográfica.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Es responsabilidad del Área Generadora:

3.a.1. Editar textos, cuadros y gráficas e imágenes, que integran el libro electrónico, y

3.a.2. Asegurar la aplicación de las Directrices Editoriales y reglas gramaticales, así como atender las observaciones detectadas por el área que revisó los materiales editoriales que conforma al libro electrónico.

3.b. La o el Enlace de la Dirección General correspondiente, gestionará a través del Sistema de Control de Producción y Ventas, la solicitud de diseño de portada, así como la orden de trabajo para Internet, para el seguimiento editorial del libro electrónico.

15. Seguimiento Editorial a Libro Electrónico.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

142

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Edición y Reproducción Electrónica	1.	Recibe notificación vía correo electrónico del Departamento de Planeación y Control Editorial (DPCE), generado en el Sistema de Control de Producción y Ventas (CONPROVE), para la atención de una solicitud de revisión de Orden de Trabajo para Internet (OTI) y turna mediante correo electrónico al Departamento de Revisión Ortotipográfica.	Orden de trabajo (electrónico). Libro (electrónico).
Departamento de Revisión Ortotipográfica (DRO)	2.	Recibe notificación vía correo electrónico del DPCE, para la atención de una solicitud de revisión de OTI.	Orden de trabajo (electrónico) Libro (electrónico).
	3.	Respalda archivo del libro electrónico en Portable Document Format (PDF).	Libro (electrónico).
	4.	Revisa ortografía, verifica aplicación de Directrices Editoriales y marca observaciones.	
	5.	Deposita libro electrónico en PDF, con marcaje editorial, en CONPROVE y envía vía correo electrónico al Enlace de la Unidad Administrativa (Enlace) la notificación generada para atender observaciones de ajustes por parte del área generadora.	Libro (electrónico).
	6.	Recibe el libro electrónico del Enlace, vía correo electrónico, lo respalda y revisa aplicación de Directrices Editoriales y ortografía.	Libro (electrónico).
	7.	Registra en CONPROVE el seguimiento, con notificación de ajustes realizados por el Área generadora.	Libro (electrónico).
	8.	Solicita vía correo electrónico al Enlace de la Unidad Administrativa la información de obras afines.	Libro (electrónico).
	9.	Recibe de la o el Enlace la solicitud de ficha catalográfica e información de obras afines y solicita al Departamento de Atención a la Red de Consulta Interna, ficha catalográfica vía CONPROVE.	Correo (electrónico). Solicitud de ficha catalográfica (electrónico).

15. Seguimiento Editorial a Libro Electrónico.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

143

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DRO	10.	Recibe notificación de ficha catalográfica liberada mediante correo electrónico generado en CONPROVE por el Departamento de Administración de la Biblioteca Digital.	Ficha catalográfica (electrónico).
	11.	Integra la ficha catalográfica al libro electrónico, lo respalda y lo libera en CONPROVE.  Fin de procedimiento.	Libro (electrónico).

15. Seguimiento Editorial a Libro Electrónico.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

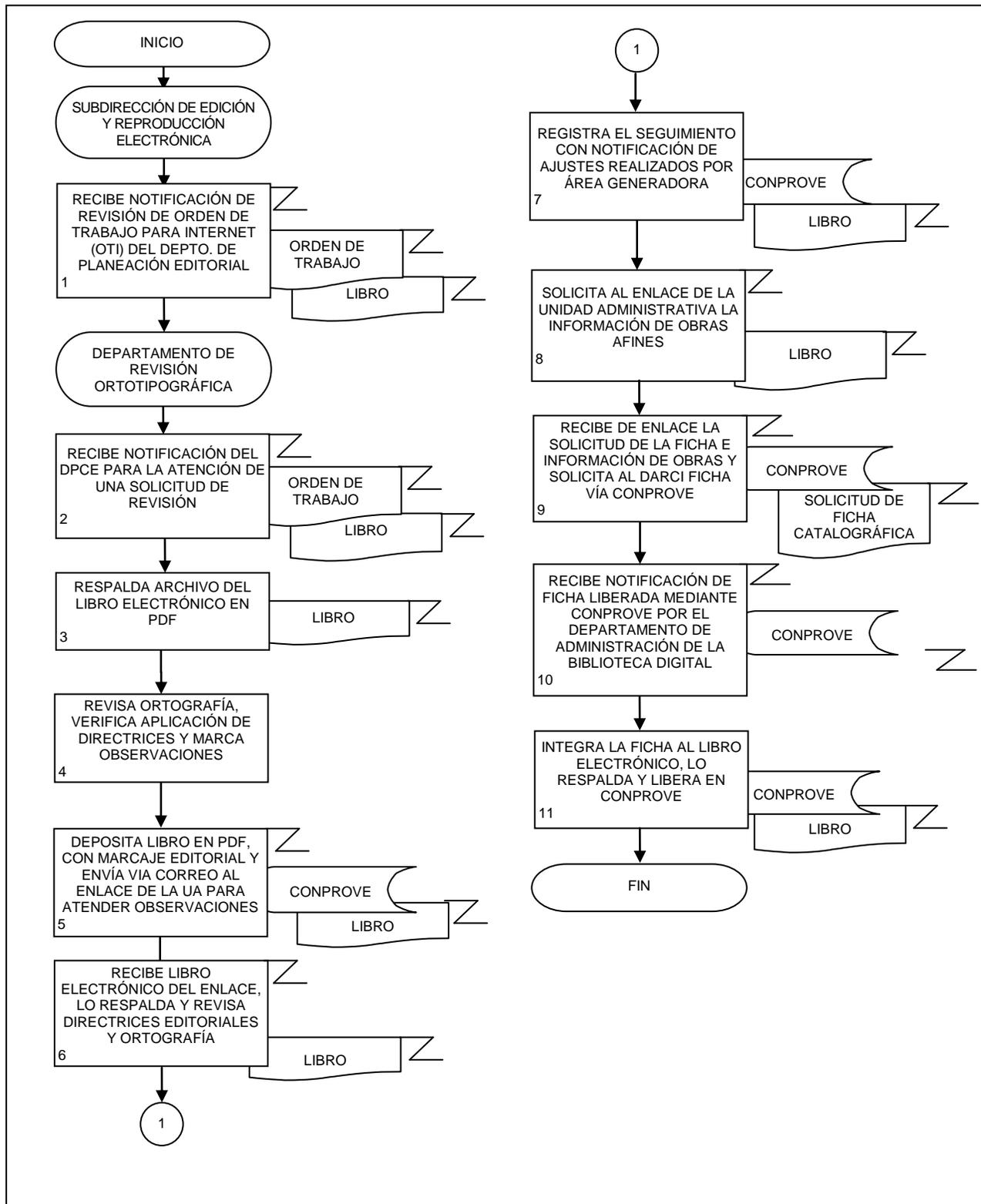
AÑO.

2017

PÁGINA:

144

5. Diagrama de Flujo.-



**16.** Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

145

**1. Objetivo.-**

Coordinar y dirigir las acciones de comunicación social del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) para asegurar la puntual y debida entrega y publicación de toda la información y servicios que genera el INEGI, tanto en el Sitio institucional como a los o las representantes de los medios de comunicación, a fin de fortalecer la imagen del Instituto.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

- 2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Comunicación Social, a la Subdirección de Atención a Medios de Comunicación y al Departamento de Servicios de Información a Medios de Comunicación.

**3. Políticas de Operación.-**

- 3.a. No se enviará la información a ningún medio de comunicación si no se cuenta con la autorización de la Dirección de Comunicación Social.
- 3.b. Toda la información que el INEGI dé a conocer será homogénea y esta tarea es responsabilidad de la Dirección de Comunicación Social.

16. Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

146

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Comunicación Social	1.	Recibe mediante correo electrónico por parte de las Unidades Administrativas la nota técnica o el borrador del boletín de prensa, con temas de interés nacional, que se difundirá a través de los medios de comunicación y lo turna por correo electrónico para su atención.	Nota técnica o propuesta de boletín de prensa (electrónico).
Subdirección de Atención a Medios de Comunicación	2.	Recibe la nota técnica o borrador de boletín y redacta la versión con los ajustes y requerimientos periodísticos necesarios.	Nota técnica o Boletín de prensa (electrónico).
	3.	Envía mediante correo electrónico el borrador del boletín y nota técnica a la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI) y a la Dirección de Comunicación Social (DCS), para su autorización.  ¿La información es correcta?  No.	Propuesta de boletín de prensa (electrónico). Nota técnica (electrónico).
	4.	Recibe vía electrónica las correcciones y observaciones realizadas por la DGVSPI y la DCS, las atiende e integra en el borrador del boletín.  Continúa en la actividad No. 3.  Si.	Propuesta de boletín de prensa (electrónico). Nota técnica (electrónico).
	5.	Recibe mediante instrucción verbal (y en algunas ocasiones por correo electrónico) de la DCS la autorización del boletín y nota técnica para su publicación en la página institucional.	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica (electrónico).
Departamento de Servicios de Información a Medios de Comunicación (DSIMC)	6.	Envía el archivo vía correo electrónico al personal responsable de la programación, a cargo del Departamento de Servicios de Información a Medios de Comunicación.	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica autorizada (electrónico).

**16. Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

147

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DSIMC	7.	Programa el archivo con el boletín y nota técnica en los apartados Noticias y Sala de prensa, del Sitio del Instituto, y lo pública (en su mayoría, los boletines se difunden a las 08:00 horas. Existen boletines, clasificados como “especiales” que pueden publicarse en horario distinto al habitual).	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica (electrónico).
	8.	Envía el archivo con el boletín y nota técnica, vía correo electrónico, a las Direcciones Regionales y Coordinaciones estatales a las 08:00 (o en el caso de los boletines especiales, a la misma hora en que hayan sido programados por la DCS). Estos a su vez, reenvían dichos archivos a sus respectivos medios de comunicación locales.	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica autorizada (electrónico).
	9.	Envía el archivo con boletín y nota técnica, vía correo electrónico, a reporteros, jefes de información, productores, redactores, editores y todos aquellos representantes de los medios de comunicación identificados, acreditados y registrados en la base de datos que resguarda la Subdirección de Atención a Medios de Comunicación.	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica autorizada (electrónico).
	10.	Revisar que el Boletín de Prensa se haya colocado mediante sistema en Sala de Prensa sin errores, en caso de que existiera algún error se comunica vía telefónica con los responsables del Sistema le comunican el error para que procedan a corregirlo.	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica autorizada (electrónico).
	11.	Respalda y resguarda el boletín (en disco duro y disco compacto).	Boletín de prensa autorizado (electrónico). Nota técnica autorizada (electrónico).
	Fin de procedimiento.		

16. Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

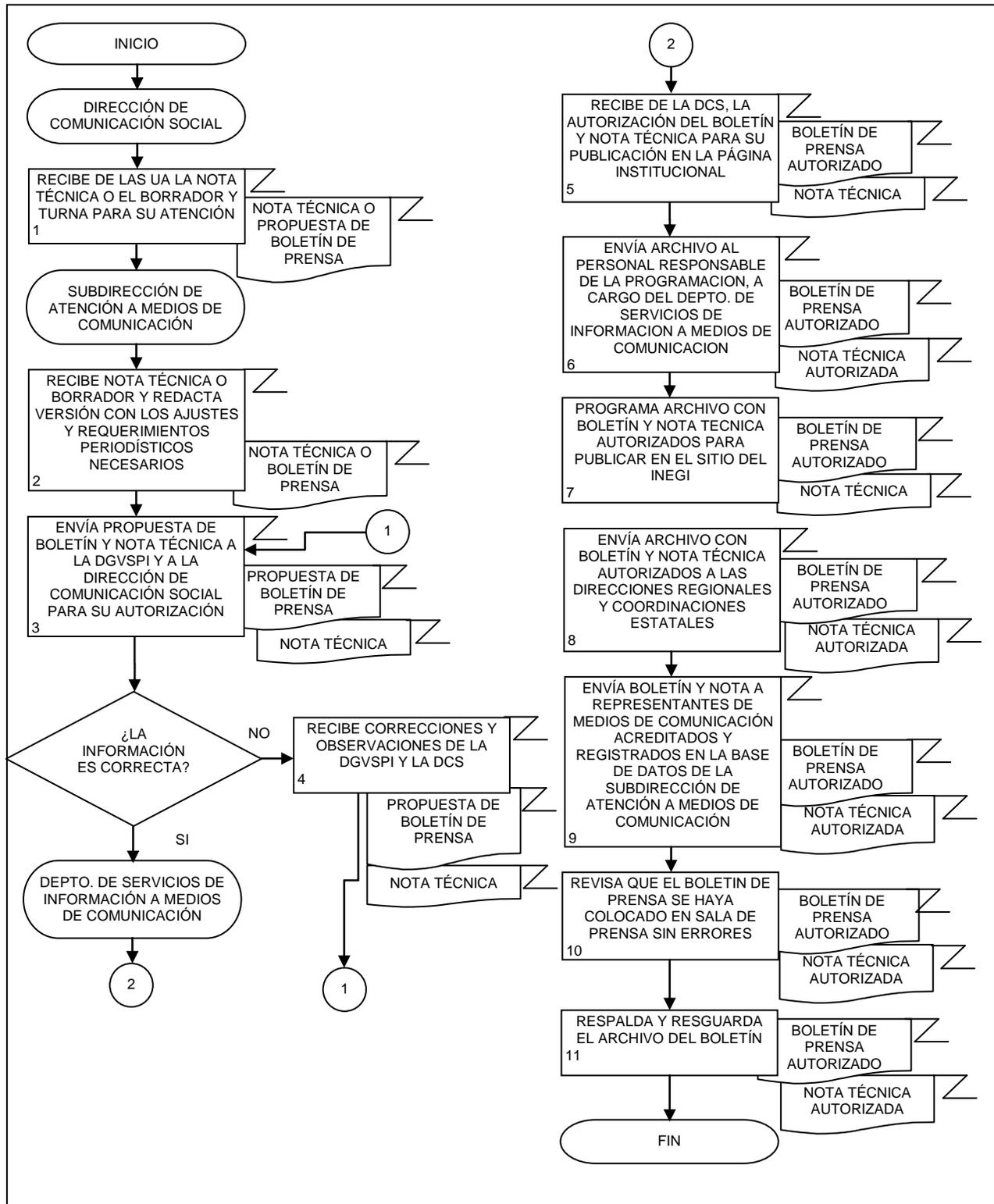
AÑO.

2017

PÁGINA:

148

5. Diagrama de Flujo.-



17. Elaboración de Síntesis Informativa.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

149

**1. Objetivo.-**

Elaborar diariamente una Síntesis Informativa a través de la revisión de periódicos y revistas de circulación nacional, el monitoreo de programas informativos de radio y televisión, así como portales de Internet, con el objeto de seleccionar la información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), así como otros temas de interés nacional, para integrarla y distribuirla entre el personal autorizado, de mandos medios y superiores del Instituto.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Comunicación Social y a la Subdirección de Análisis.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Dirección de Comunicación Social operará a través de la selección de notas de diferentes periódicos y revistas de circulación nacional, así como de la información de los programas noticiosos de radio y televisión y de las páginas de Internet, para contar con la información más completa sobre las acciones del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

3.b. La distribución de la síntesis informativa deberá ser oportuna para el personal autorizado, de mandos medios y superiores del Instituto.

17. Elaboración de Síntesis Informativa.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

150

**4. Descripción Narrativa.-**

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Análisis	1.	Ingresa al sitio en Internet de monitoreo para revisar las notas en PDF con mención del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), así como las de interés nacional, difundidas en periódicos y revistas de circulación nacional.	Notas periodísticas (electrónico).
	2.	Revisa en el sitio en Internet de monitoreo, las notas difundidas en programas de radio, televisión y portales de noticias en formato Word para jerarquizar y realizar archivo digital a efecto de incluir en la síntesis informativa.	Transcripciones de notas informativas (electrónico).
	3.	Clasifica y jerarquiza las notas con mención del INEGI, así como las notas con información de interés nacional para su digitalización.	Notas periodísticas (electrónico).
	4.	Selecciona y revisa en sitio en Internet de monitoreo, las columnas, cartones y primeras planas publicadas en los principales periódicos de circulación nacional para generar archivos en formato PDF.	Archivos (electrónico).
	5.	Envía por correo electrónico los archivos con las menciones del INEGI, Información de Interés Nacional, columnas, primeras planas y cartones a personal del Instituto.	Síntesis Informativa (electrónico).
	6.	Resguarda el personal del Departamento de Análisis las notas con mención del INEGI para posterior consulta.	Archivos (electrónico).
		Fin de procedimiento.	

17. Elaboración de Síntesis Informativa.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

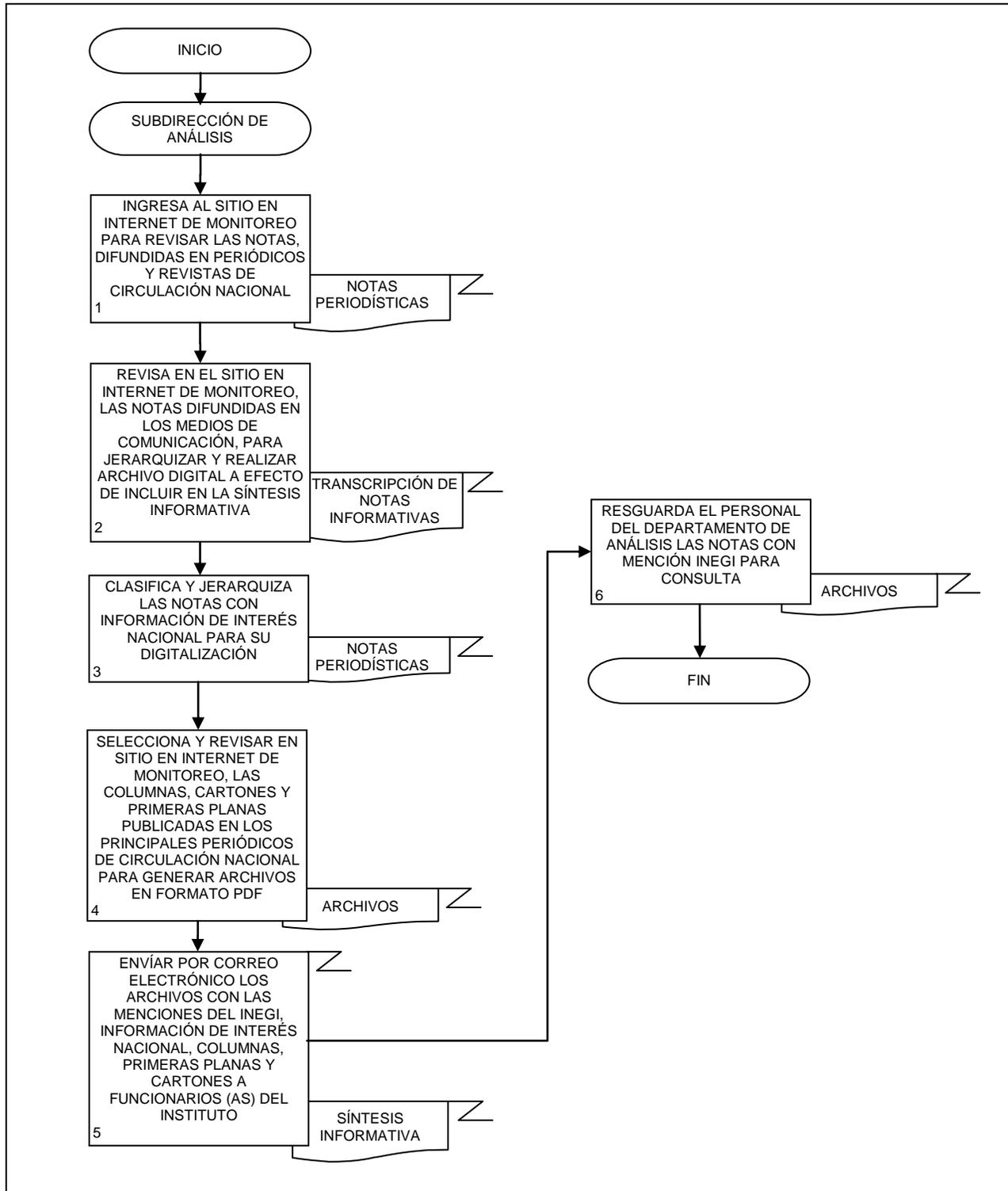
MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

151

5. Diagrama de Flujo.-



18. Difusión de Productos y Servicios.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:

152

**1. Objetivo.-**

Integrar y ejecutar las campañas de difusión en medios de comunicación de los censos, programas y productos de interés nacional del Instituto Nacional de Estadística y Geografía; con el objeto de informar a la sociedad sobre las acciones y resultados del Instituto.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Comunicación Social y a la Subdirección de Atención a Medios de Comunicación.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. La Campaña de Difusión se deberá operar a través de la selección de los mejores espacios publicitarios para la difusión de los censos, programas y productos, en función del presupuesto programado y asignado para dicha actividad.

3.b. El mecanismo y los medios seleccionados deberán ser los idóneos para la difusión de la campaña de publicidad.

18. Difusión de Productos y Servicios.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

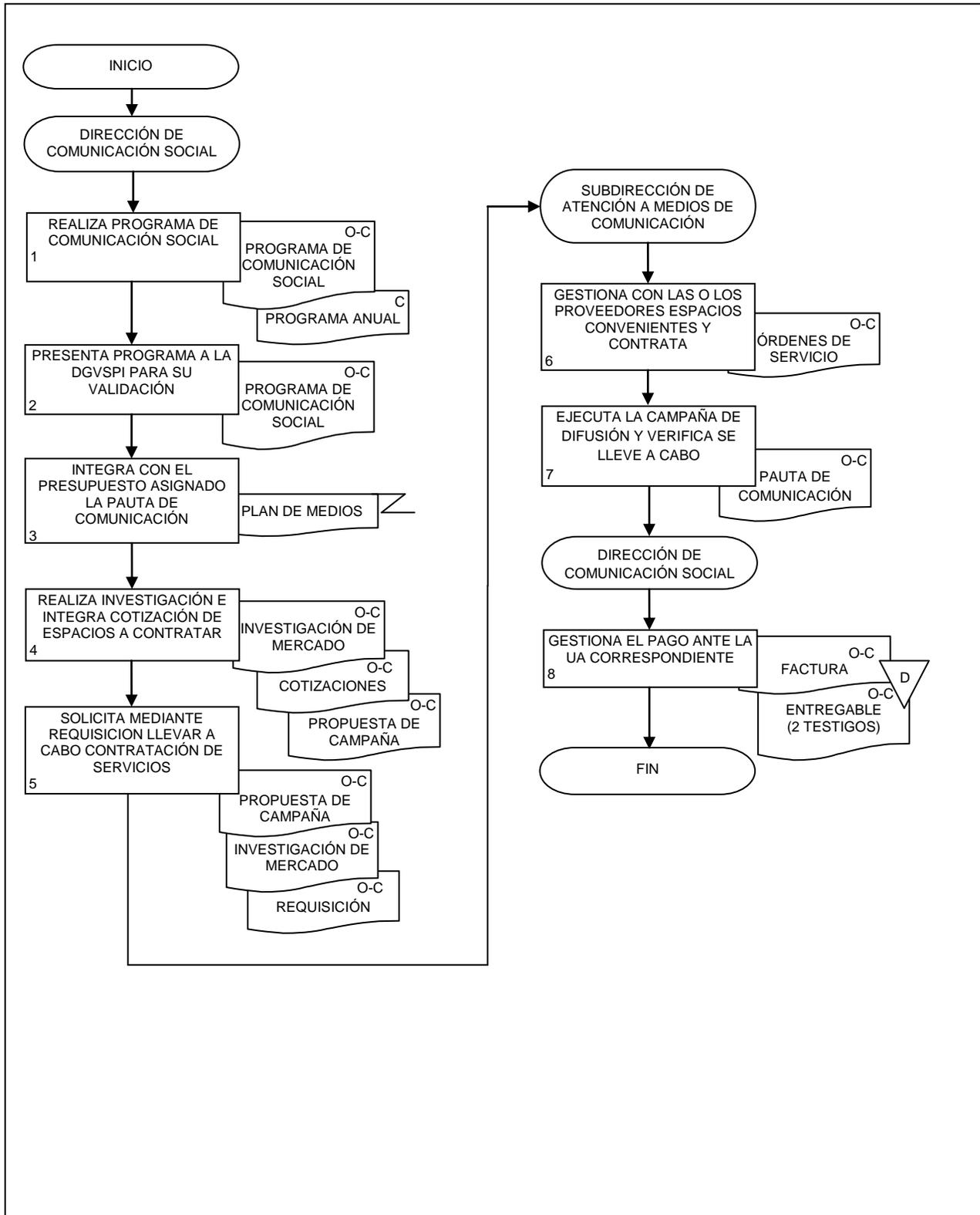
PÁGINA:

153

4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Comunicación Social (DCS)	1.	Realiza el Programa de Comunicación Social, con base en el Programa Anual de Trabajo del Instituto.	Programa de Comunicación Social (original y copia). Programa de Anual de Trabajo (copia).
	2.	Presenta programa a la o el Titular de la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información (DGVSPI), para su validación.	Programa de Comunicación Social (original y copia).
	3.	Integra, con el presupuesto asignado, la pauta de comunicación que incluye los medios propuestos para la difusión del tema.	Plan de medios (electrónicos).
	4.	Realiza investigación e integra las cotizaciones de los espacios a contratar para la difusión del tema y realiza propuesta preliminar.	Investigación de mercado (original y copia). Cotizaciones (original y copia). Propuesta de la Campaña (original y copia)
	5.	Solicita mediante requisición a la Dirección de Administración de la DGVSPI, llevar a cabo la contratación de los servicios respectivos.	Propuesta de la campaña (original y copia). Investigación de mercado (original y copia). Requisición (original y copia).
Subdirección de Atención a Medios de Comunicación	6.	Gestiona con las o los proveedores los espacios más convenientes para la campaña y contrata.	Órdenes de servicio (original y copia).
	7.	Ejecuta la campaña de difusión y verifica que se lleve a cabo, conforme a lo establecido en la pauta de comunicación.	Pauta de comunicación (original y copia).
DCS	8.	Gestiona el pago ante la Unidad Administrativa correspondiente, recibe los entregables del servicio y archiva.	Factura (original y copia). Entregable (2 Testigos) (original y copia).
		Fin de procedimiento.	

5. Diagrama de Flujo.-



19. Solicitud de tiempos oficiales ante RTC.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:  
155

**1. Objetivo.-**

Gestionar los trámites ante la Dirección de radio, televisión y cinematografía, con el fin de solicitar tiempos oficiales para la transmisión de spots de las campañas de difusión del Instituto.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Subdirección de Análisis.

**3. Políticas de Operación.-**

- 3.a. Los tiempos oficiales solo podrán destinarse a actividades de difusión, información o promoción de los programas y acciones del Instituto.
- 3.b. Se deberán respetar los tiempos estipulados, con el fin de transmitir las campañas de acuerdo a las necesidades del Instituto.
- 3.c. El oficio de solicitud para la transmisión de spots por tiempos fiscales o de estado, deberá ser autorizado por la Dirección de Comunicación Social y la entrega personal del material quedará a cargo de la Subdirección de Análisis.

19. Solicitud de tiempos oficiales ante RTC.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.  
01

AÑO.  
2017

PÁGINA:  
156

**4. Descripción Narrativa.-**

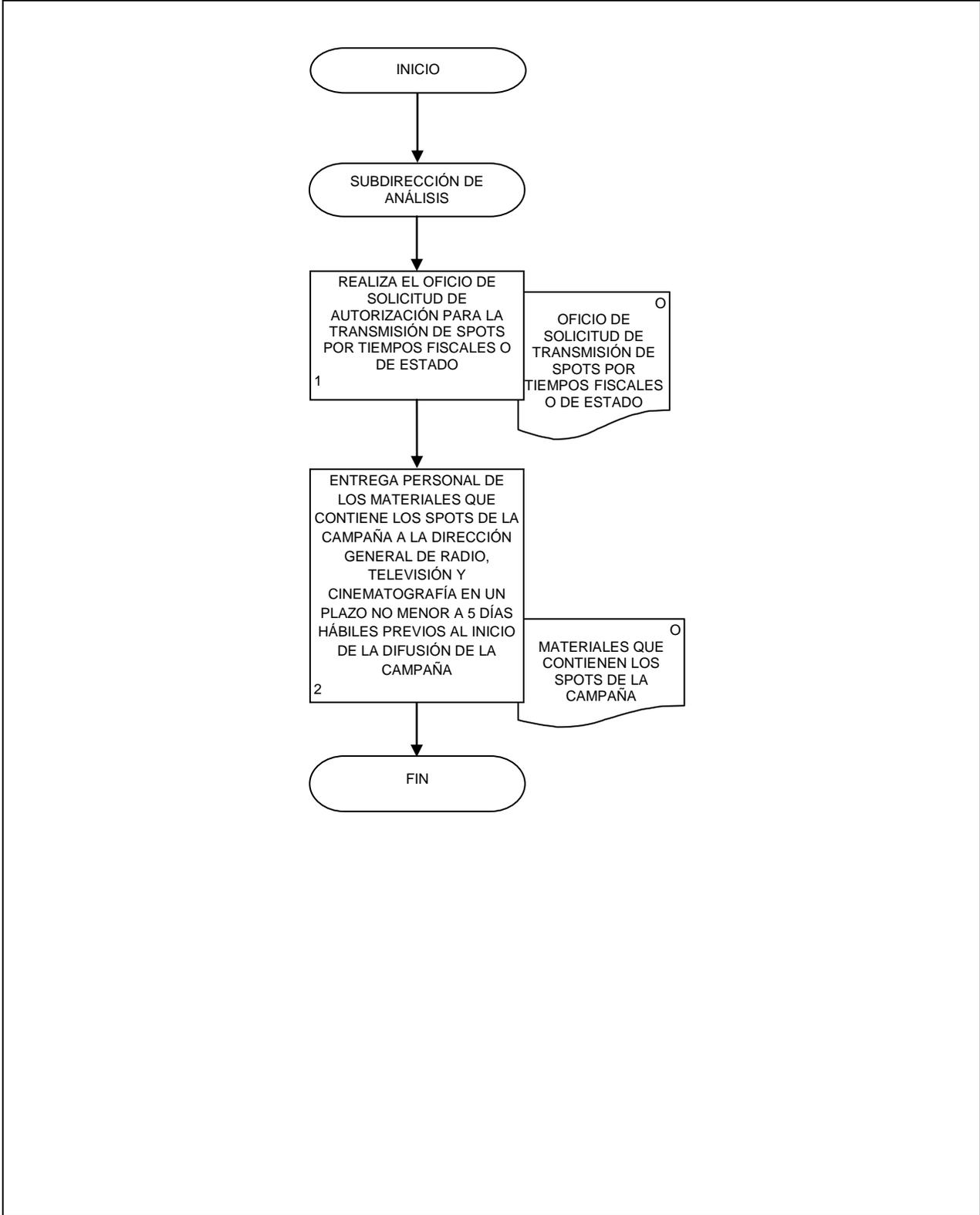
RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Análisis	1.	Realiza el oficio de solicitud de autorización para la transmisión de spots por tiempos fiscales o de estado.	Oficio de solicitud de autorización para la transmisión de spots por tiempos fiscales o de estado (original).
	2.	Entrega personalmente los materiales que contienen los spots de la campaña, a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, en un plazo no menor a 5 días hábiles, previos al inicio de la difusión de la campaña.  Fin de procedimiento.	Materiales que contienen los spots de la campaña (original).

19. Solicitud de tiempos oficiales ante RTC.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
 MES. 01      AÑO. 2017

PÁGINA: 157

5. Diagrama de Flujo.-



**20.** Revisión de Transmisión en tiempos oficiales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

158

**1. Objetivo.-**

Supervisar la transmisión en tiempos oficiales de spots de las campañas de difusión del Instituto, solicitados a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Subdirección de Análisis.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Los tiempos oficiales solo podrán destinarse a actividades de difusión, información o promoción de los programas y acciones del Instituto.

3.b. Se deberán respetar los tiempos estipulados, con el fin de transmitir las campañas de acuerdo a las necesidades del Instituto.

20. Revisión de Transmisión en tiempos oficiales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

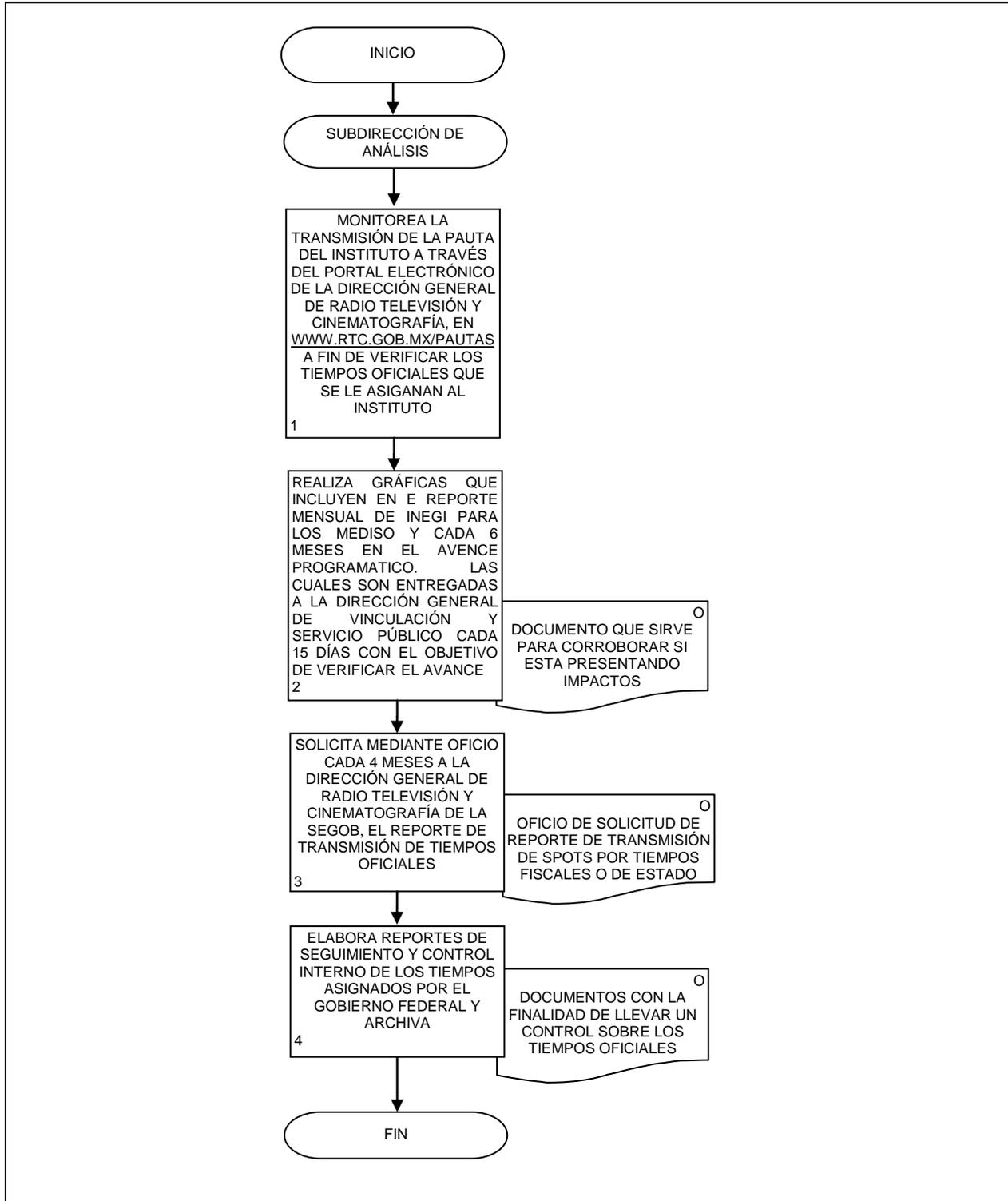
PÁGINA:

159

#### 4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Subdirección de Análisis	1.	Monitorea la transmisión de la pauta del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), a través del portal electrónico de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, con base en los datos capturados en <a href="http://www.rtc.gob.mx/pautas/">www.rtc.gob.mx/pautas/</a> en la pestaña radio y televisión, a fin de verificar los tiempos oficiales que se le asignan al Instituto.	
	2.	Realiza gráficas en excel que incluye en el reporte mensual de INEGI para los medios y cada 6 meses en el avance programático. Las cuales son entregadas a la Dirección General de Vinculación y Servicio Público cada 15 días con el objetivo de verificar el avance.	Documento para corroborar si se están presentando impactos (original).
	3.	Solicita cada 4 meses, mediante oficio a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de la Secretaría de Gobernación, el reporte de transmisión de tiempos oficiales.	Oficio de solicitud de reporte de transmisión de spots de radio y televisión por tiempos fiscales o de estado (original).
	4.	Elabora reportes en excel de seguimiento y control interno de los tiempos asignados por el Gobierno Federal y archiva.	Documentos de control sobre los tiempos oficiales (original).
		Fin de procedimiento.	

5. Diagrama de Flujo.-



21. Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

161

### 1. Objetivo.-

Atender las solicitudes de información de microdatos, mediante el servicio de Laboratorio de Microdatos o Procesamiento remoto, con el fin de satisfacer las necesidades de información con mayor grado de desagregación que la publicada de las o los usuarios especializados que lo soliciten a través del sitio del INEGI en Internet.

### 2. Ámbito de Aplicación.-

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección de Acceso a Microdatos del Instituto.

### 3. Políticas de Operación.-

3.a. La Dirección de Acceso a Microdatos (DAM) revisará las solicitudes de acceso a microdatos de los proyectos de investigación que envíen las o los usuarios especializados a través de la sección de microdatos del sitio del INEGI en Internet.

3.b. La DAM coordinará con enlaces de las áreas generadoras la atención de los servicios de Laboratorio de Microdatos y de Procesamiento remoto.

3.c. La DAM validará la documentación requerida a las o los usuarios especializados para la solicitud de acceso a microdatos que son: copia de identificación oficial, Currículum Vitae y documento que acredite filiación institucional.

3.d. En caso de requerir alguna aclaración con la o el usuario, la DAM la solicitará mediante correo electrónico.

3.e. La DAM, en coordinación con las Áreas generadoras, deberá analizar cada una de las solicitudes para determinar si se debe atender mediante acceso al Laboratorio de Microdatos o Procesamiento remoto; asimismo, las Áreas generadoras validaran que los resultados no violenten los principios de confidencialidad y reserva de acuerdo a la normatividad vigente.

3.f. Antes de entrar a su primera sesión de trabajo en el Laboratorio de Microdatos las o los usuarios tendrán que tomar una capacitación que imparte el personal de la DAM.

3.g. La DAM llevará a cabo la gestión y resguardo de la atención de las solicitudes de acceso a microdatos y documentos solicitados a través del Sistema de Gestión Automatizado.

21. Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

162

#### 4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Acceso a Microdatos (DAM)	1.	Recibe de la o el usuario mediante correo electrónico la solicitud de acceso a microdatos, valida que en efecto se requiere acceso a microdatos y revisa la documentación requerida, e imprime documentos.	Formato de solicitud de acceso a microdatos (electrónico). Identificación (electrónico). Documento de filiación institución (electrónico).
	2.	Envía mediante correo electrónico la solicitud a la o el Enlace del Área generadora, para definir la vía de atención.  ¿La solicitud se atenderá por Laboratorio de Microdatos?  No.	
	3.	Solicita a la o el usuario, por correo electrónico, que envíe algoritmos para atender el servicio a través de procesamiento remoto.	
	4.	Solicita el procesamiento remoto y envía a la o el Enlace del Área generadora, por correo electrónico, la ruta file transfer protocol (ftp), si el volumen de la información es muy grande para depositar el resultado del procesamiento.  Continúa en la actividad No. 13.  Si.	
	5.	Valida si la Institución de donde procede la o el usuario especializado cuenta con convenio de acreditación.  ¿La o el usuario requiere ser acreditado?  No.  Continúa en la actividad No. 10.  Si.	

**21.** Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		PÁGINA:
MES. <b>01</b>	AÑO. <b>2017</b>	163

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DAM	6.	Notifica a la o el usuario especializado mediante correo electrónico que requiere estar acreditado y envía formato de convenio para atención mediante Laboratorio de Microdatos.	Formato de convenio (electrónico).
	7.	Coordina mediante correo electrónico, la integración del convenio de acreditación con la Institución.	
	8.	Envía mediante correo electrónico con archivo anexo a la Coordinación General de Asuntos Jurídicos, el convenio para su validación.	Convenio de acreditación (electrónico).
	9.	Coordina la firma del convenio con la Institución y envía mediante correo electrónico las condiciones de uso a la o el usuario especializado, para su firma.	Condiciones de uso (electrónico).
	10.	Coordina mediante correo electrónico, la fecha de capacitación o acceso al Laboratorio de Microdatos.	
	11.	Atiende los requerimientos de la o el usuario durante su estancia en el Laboratorio de Microdatos.	
	12.	Recibe, mediante correo electrónico, notificación de la o el usuario especializado de que ya concluyó su procesamiento y envía mediante correo electrónico a la o el Enlace del Área generadora el procedimiento para revisar que los resultados no violenten los principios de confidencialidad y reserva, y envía mediante correo electrónico el "ftp" para depositar el resultado del procesamiento.	
	13.	Recibe los resultados del procesamiento mediante correo electrónico y notifica a la o el usuario mediante correo electrónico que la información está lista para su descarga del "ftp", y solicita mediante correo electrónico confirmar la recepción.	

**21.** Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.

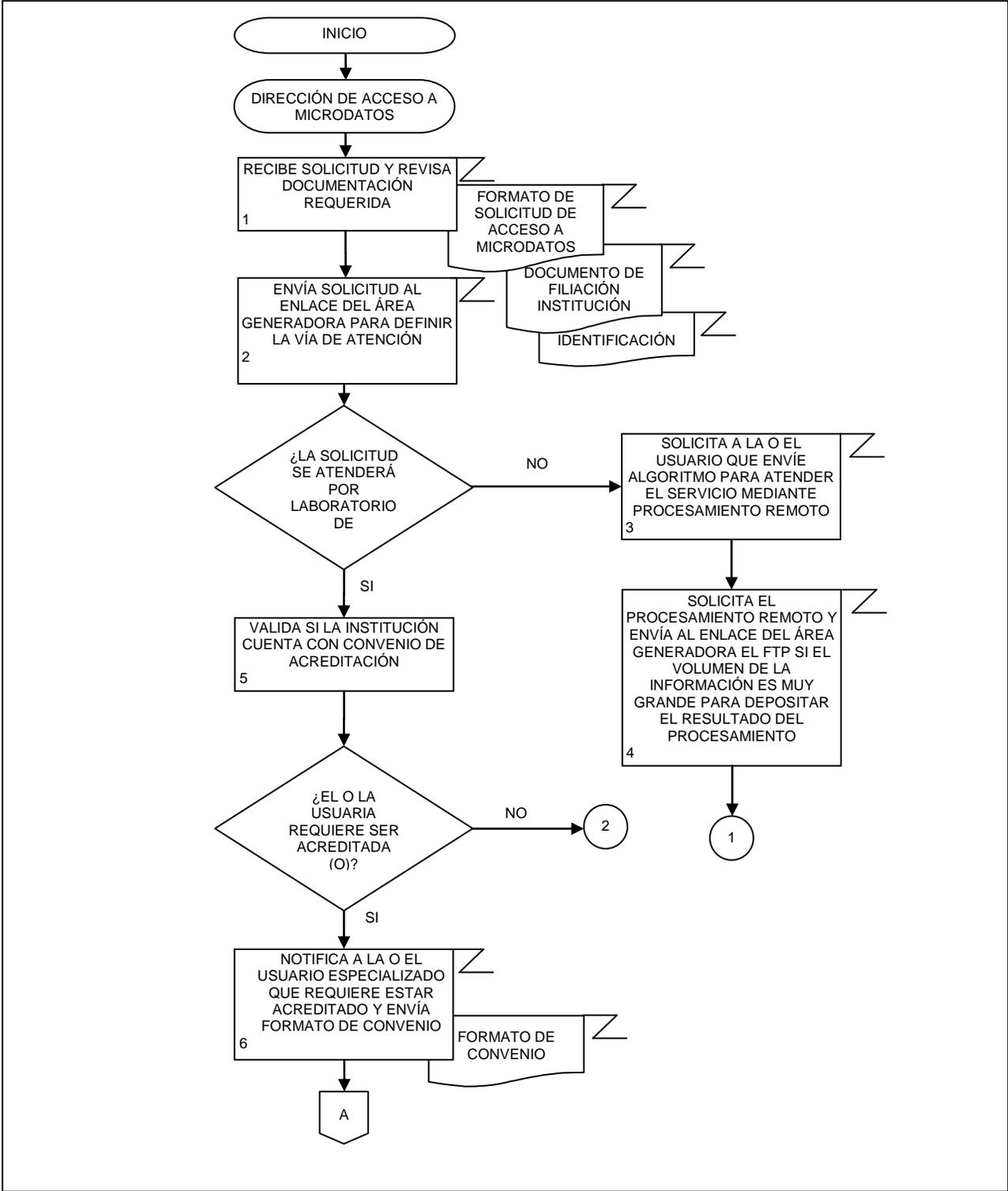
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		PÁGINA:
MES.	AÑO.	164
01	2017	

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
DAM	14.	Recibe mediante correo electrónico confirmación de la o el usuario de la correcta recepción de la información y solicita mediante correo electrónico la retroalimentación de los datos entregados, copia del resultado de la investigación y el metadato.	
	15.	Recibe mediante correo electrónico retroalimentación y envía mediante correo electrónico la retroalimentación al área generadora para que ésta la considere en su proceso, si así consideraran que es factible y conveniente.	
		Fin de procedimiento.	

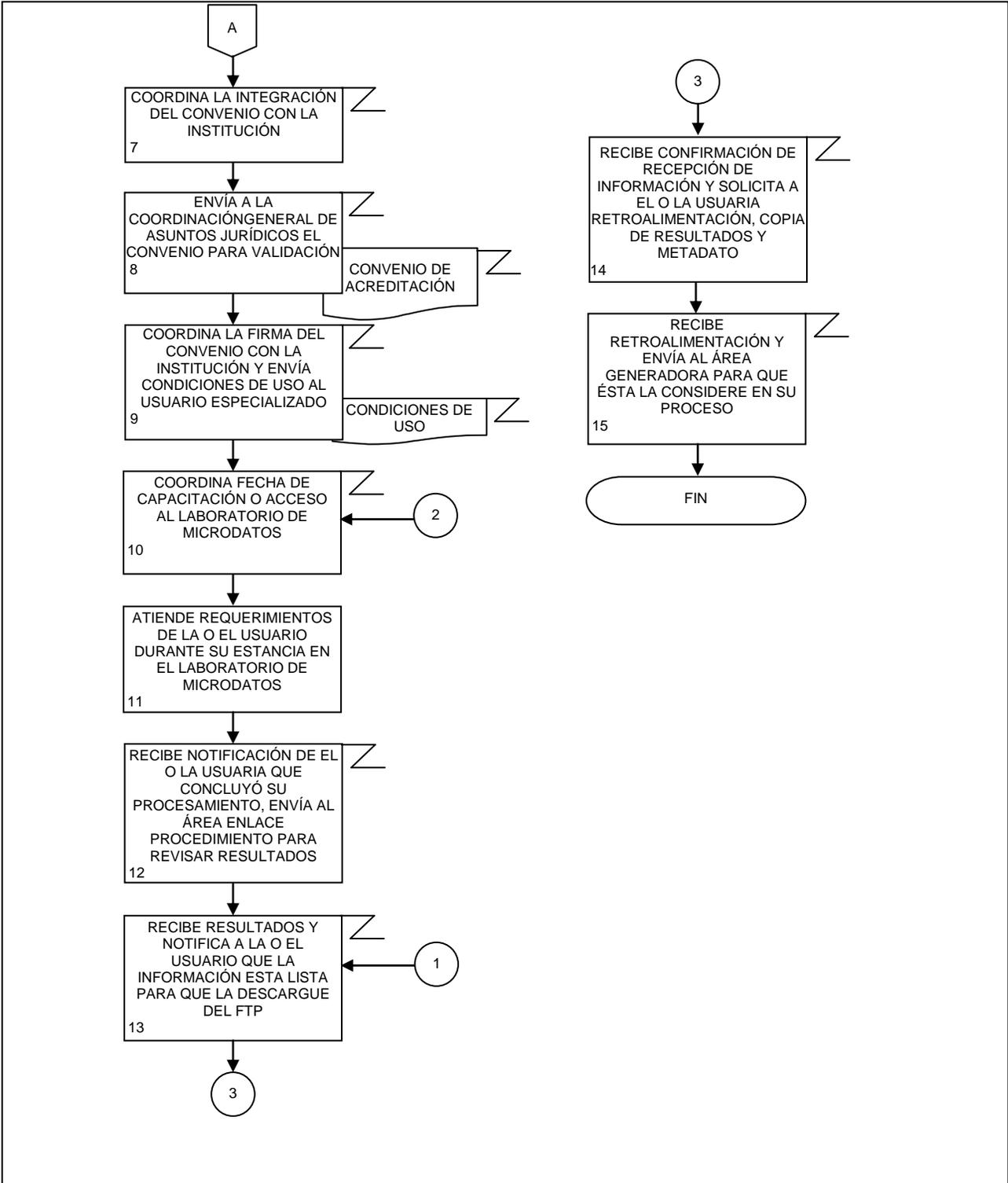
**21.** Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		PÁGINA:
MES.	AÑO.	165
01	2017	

**5. Diagrama de Flujo.-**



**21. Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto.**



**22. Desarrollo de Productos Audiovisuales.**

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

PÁGINA:

167

**1. Objetivo.-**

Elaborar Productos Audiovisuales tales como Video Boletines de Prensa, Tutoriales o Videos Educativos y Materiales para el Sitio del Instituto Nacional de Estadística y Geografía en Internet “Conociendo México”, así como atender las solicitudes de proyectos especiales, conforme a la normatividad vigente de identidad institucional.

**2. Ámbito de Aplicación.-**

2.a. El procedimiento es aplicable a la Dirección General Adjunta de Comunicación, y a la Dirección de Producción.

**3. Políticas de Operación.-**

3.a. Los datos estadísticos utilizados en los productos audiovisuales serán validados por las áreas responsables de la información estadística y geográfica a nivel central, regional y estatal, según sea el caso.

3.b. Para el desarrollo de productos audiovisuales se considerará la calendarización vigente.

3.c. Los productos audiovisuales que se desarrollen deberán de tener contenidos sintetizados y en lenguaje coloquial y atendiendo a la equidad de género para su mejor comprensión entre el público objetivo.

3.d. Se desarrollarán productos audiovisuales, siempre de acuerdo al Manual de Identidad Institucional y la normatividad vigente.

3.e. La Dirección de Producción será el área facultada para autorizar el diseño y desarrollo productos audiovisuales, así como la liberación de los mismos en la Dirección General Adjunta de Comunicación (DGAC).

3.f. El Diseño y desarrollo de productos audiovisuales deberá ser respaldado por el director del área solicitante (que proporciona los datos estadísticos) y autorizada por la DGAC.

22. Desarrollo de Productos Audiovisuales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

MES.

01

AÑO.

2017

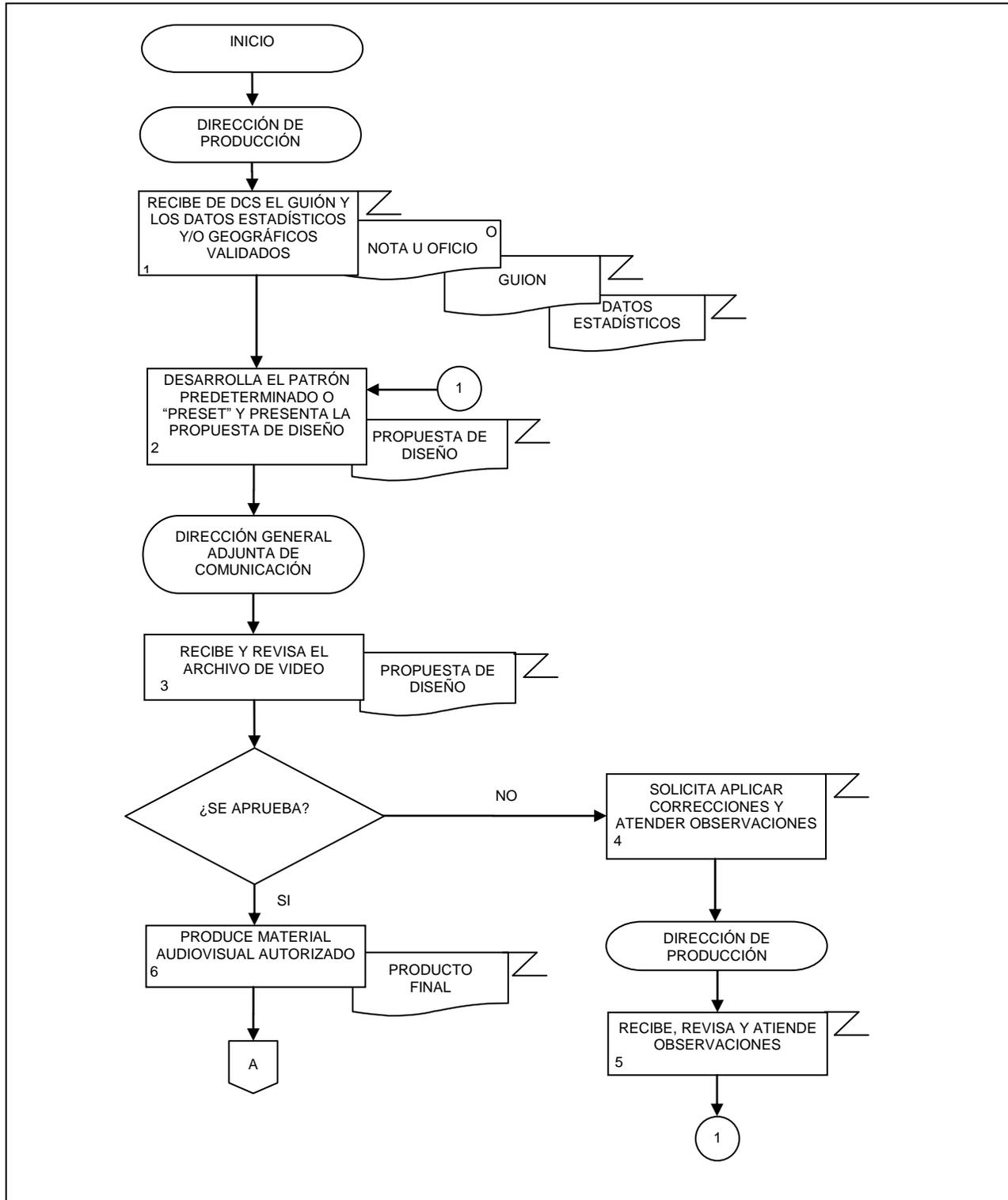
PÁGINA:

168

#### 4. Descripción Narrativa.-

RESPONSABLE	ACTIVIDAD		DOCUMENTOS INVOLUCRADOS
	No.	DESCRIPCIÓN	
Dirección de Producción (DP)	1.	Recibe de la Dirección de Comunicación Social, mediante nota, oficio o correo electrónico, el guion y los datos estadísticos y/o geográficos validados.	Nota u Oficio (original). Guion (electrónico). Datos Estadísticos (electrónico).
	2.	Desarrolla el patrón predeterminado o "preset" y presenta a la Dirección General Adjunta de Comunicación, la propuesta de diseño que comunique visualmente los contenidos.	Propuesta de Diseño (electrónico).
Dirección General Adjunta de Comunicación	3.	Recibe y revisa el archivo de video.  ¿Se aprueba?  No.	Propuesta de Diseño (electrónico).
	4.	Solicita vía correo electrónico, aplicar correcciones y atender observaciones.	
DP	5.	Recibe vía correo electrónico y atiende las observaciones.  Continúa en la actividad No. 2.  Si.	
	6.	Produce material audiovisual autorizado.	Producto Final (electrónico).
	7.	Deposita las diferentes versiones del material audiovisual en el servidor establecido (NAS) para la descarga de las o los usuarios autorizados.	Producto Final (electrónico).
	8.	Realiza la entrega oficial del video mediante un correo electrónico a las áreas involucradas, incluyendo diferentes formatos para publicación digital, tanto en redes sociales como en otros medios.  Fin de procedimiento.	Producto Final (electrónico).

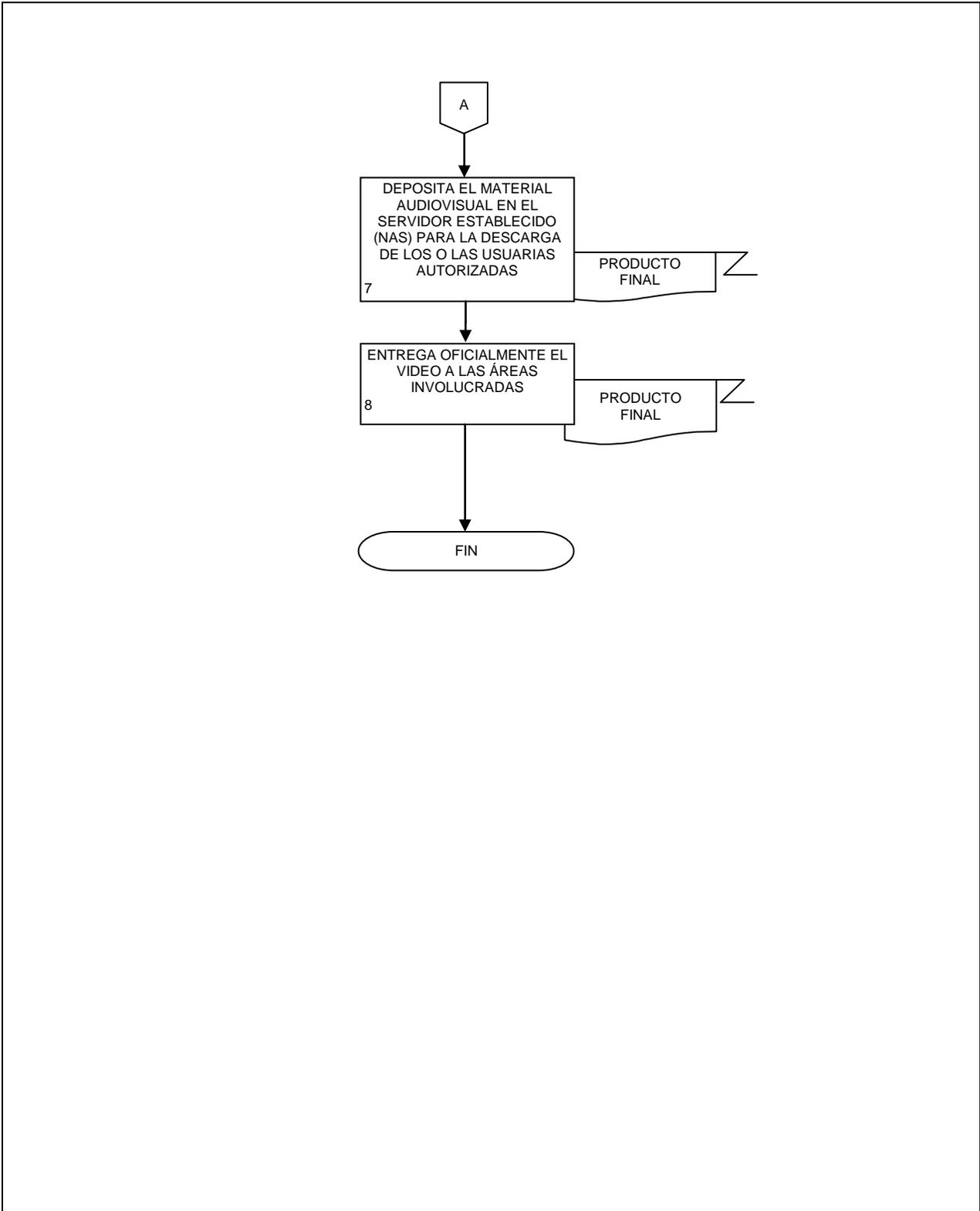
**5. Diagrama de Flujo.-**



22. Desarrollo de Productos Audiovisuales.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:  
MES. 01 AÑO. 2017

PÁGINA:  
170



**VII. CONTROL DE CAMBIOS.-**

CAPÍTULO	FECHA DE ACTUALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
INTRODUCCIÓN	Enero 2017.	Se actualiza la introducción.
II. MARCO JURÍDICO NORMATIVO.-	Enero 2017.	Se actualiza el Marco Jurídico.
III. GLOSARIO.-	Enero 2017.	<p><b>Se eliminan los conceptos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Accesos al Sitio.</li> <li>2. Actualización de contenidos.</li> <li>3. Áreas de oportunidad.</li> <li>4. CALL.</li> <li>5. CI.</li> <li>6. Cliente interno.</li> <li>7. Contenidos del Sitio.</li> <li>8. DARI.</li> <li>9. DARSÍ.</li> <li>10. DGAC.</li> <li>11. DIEM.</li> <li>12. DSI.</li> <li>13. Eliminación de contenidos.</li> <li>14. Estándares Técnicos.</li> <li>15. Evento.</li> <li>16. Formato de solicitudes de información Estadística y Geográfica.</li> <li>17. Hashtag.</li> <li>18. Indautor.</li> <li>19. Insumos.</li> <li>20. Modificación de contenidos.</li> <li>21. PAP.</li> <li>22. Poner en Línea.</li> <li>23. Pruebas de estrés.</li> <li>24. Recursos Graficos.</li> <li>25. RCE.</li> <li>26. SASE.</li> <li>27. Secciones del sitio.</li> <li>28. Servicios de Procesamiento.</li> <li>29. SIA.</li> <li>30. SCDMD.</li> <li>31. SICONIN.</li> <li>32. Sistema de estadísticas de visitas al Sitio.</li> <li>33. Sitio de pre-producción.</li> <li>34. Sitio de producción.</li> <li>35. Talleres de formación de usuarios.</li> <li>36. Usuario Especializado.</li> </ol>

CAPÍTULO	FECHA DE ACTUALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
III. GLOSARIO.-	Enero 2017.	<p><b>Se agregan al glosario los conceptos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Dummy.</li> <li>Productos de Difusión.</li> <li>Productos promocionales.</li> <li>Recursos Electrónicos.</li> <li>RTC.</li> <li>Testigo.</li> </ol> <p><b>Se modifican los siguientes términos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Biblioteca Digital del Sitio del INEGI en Internet cambia a Biblioteca Digital.</li> <li>Contenido a Contenido (s).</li> <li>LM a Laboratorio de Microdatos.</li> <li>Usuario a Usuarios.</li> </ol> <p><b>Se modifican los siguientes conceptos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Área solicitante.</li> <li>Interactivo.</li> </ol>
VI. POLÍTICAS GENERALES.-	Enero 2017.	Se modificaron.
VI. PROCEDIMIENTOS.-	Enero 2017.	<p><b>Se modifican los siguientes procedimientos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Detección de Necesidades y Satisfacción de Usuarios (as).</li> <li>Elaboración de Campañas de Comunicación.</li> <li>Análisis de la Oferta (antes Procedimiento 5).</li> <li>Desarrollo de Productos Promocionales.</li> <li>Validación de Portadas y Publicación de Productos en el Sitio del INEGI.</li> <li>Publicación o Actualización de contenidos en el Sitio del INEGI (antes Procedimiento 18).</li> <li>Monitoreo de redes sociales.</li> <li>Producción Editorial;</li> <li>Seguimiento editorial a Libro Electrónico;</li> <li>Envío de Boletín de Prensa a Medios de Comunicación;</li> <li>Elaboración de Síntesis Informativa;</li> <li>Atención a solicitudes de Microdatos mediante el acceso al Laboratorio de Microdatos o a través de Procesamiento Remoto (antes Procedimiento 29).</li> </ol> <p><b>Se adicionan los procedimientos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis de la Demanda de Usuarios (as) Externos (as) en el Sitio del INEGI en Internet.</li> <li>Clasificación de la Información de Interés Nacional solicitada en los canales de atención y difusión.</li> </ol>

CAPÍTULO	FECHA DE ACTUALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
VI. PROCEDIMIENTOS.-	Enero 2017.	<p>7. Desarrollo y Actualización de Recursos Educativos. 8. Programa Anual de Ferias (PAF). 10. Organización de Información para su publicación en Internet. 13. Atención a Usuarios (as). 19. Solicitud de Tiempos Oficiales ante RTC. 20. Revisión de Transmisión en tiempos oficiales. 22. Desarrollo de Productos Audiovisuales.</p> <p><b>Se eliminan los procedimientos:</b></p> <p>3. Validación de Ficha Técnica de Productos Institucionales. 4. Definición de Tiraje, Reimpresión y asignación de Precio de Producto y Servicio Institucional. 7. Atención Presencial: Visitas Guiadas y Talleres de Formación de Usuarios. 8. Incorporación de publicaciones a la Biblioteca Digital. 11. Incorporación de unidades de información e institucionales a la Red de Consulta Externa. 12. Publicación de actividades de promoción de los Centros de Información en el Sistema de Eventos de Divulgación. 13. Evaluación del Servicio de Atención a Usuarios del Centro de Atención de Llamadas. 14. Evaluación de los conocimientos del personal del Centro de Atención de Llamadas. 15. Difusión de Información Estadística y Geográfica. 16. Entrega de Información Estadística y Geográfica a usuarios de Sectores Estratégicos. 17. Incorporación o modificación de contenidos en el Sitio del INEGI. 19. Eliminación de contenidos en el Sitio del INEGI. 20. Incorporación de Aplicaciones en el Sitio del INEGI. 21. Modificación o Actualización de Aplicaciones en el Sitio del INEGI. 22. Estadísticas de acceso al Sitio del INEGI en Internet. 23. Registro de Obras ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor.</p>
VII. INSTRUCTIVOS Y FORMATOS.-	Enero 2017.	Se eliminaron.
TRANSITORIOS.-	Enero 2017.	Se actualiza.



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

Dirección General Adjunta de Comunicación.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN:

PÁGINA:

MES:  
01

AÑO:  
2017

174

**VIII. INTERPRETACIÓN.-**

La interpretación del presente Manual de Procedimientos de la Dirección General Adjunta de Comunicación, para efectos administrativos corresponderá a la o el Titular de dicha Área Administrativa, así como la atención de los casos no previstos en el mismo y las consultas que sobre el contenido del presente documento sean planteadas.

**TRANSITORIOS.-**

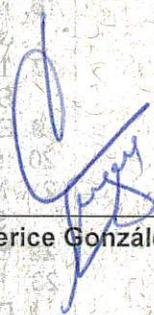
**PRIMERO.-** El presente Manual de Procedimientos de la Dirección General Adjunta de Comunicación, de la Dirección General de Vinculación y Servicio Público de Información, entrará en vigor a partir de su publicación en la Normateca Interna del Instituto.

**SEGUNDO.-** El presente Manual deja sin efecto el Manual de Procedimientos de la Dirección General Adjunta de Comunicación del 18 de diciembre de 2013.

El Manual fue aprobado por el Director General de Administración, en ejercicio de la atribución que le confiere lo dispuesto por la fracción VIII, del artículo 41, del Reglamento Interior del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Aguascalientes, Ags., a 30 de Enero de 2017.

**El Director General de Administración,**

  
\_\_\_\_\_  
**Marcos Benerice González Tejeda.**

*Handwritten mark*