



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 1

FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 2

**FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001**

I N D I C E

I N D I C E

	PAGINA
Introducción	4
Antecedentes Históricos	6
Marco Jurídico-Administrativo	10
Atribuciones	13
Organograma	16
Estructura Orgánica	18
Objetivos y Funciones por Area	20



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 4

**FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001**

INTRODUCCION

INTRODUCCION

En términos del Artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, se establece que el Titular de cada Secretaría de Estado, expedirá los manuales de organización para su funcionamiento, los que deberán contener información sobre la estructura orgánica de la Dependencia y las funciones de sus unidades administrativas, así como los principales procedimientos administrativos que se establezcan.

En este sentido el Manual de Organización Específico de la Dirección General de Comunicación Social, es el instrumento que precisa las funciones y los ámbitos en los cuales se desarrollan las labores de las áreas que la integran, evitando así una posible duplicidad en las funciones asignadas a cada puesto, proporcionando un medio práctico y oportuno de capacitación en el trabajo para el personal y contribuyendo a una mayor eficiencia y productividad de la Secretaría; con el propósito fundamental de coadyuvar a la consecución de los objetivos y metas a su cargo.

El presente Manual de Organización Específico esta dividido en apartados que proporcionan información sobre los Antecedentes Históricos, el Marco Jurídico-Administrativo, sus Atribuciones, el Organograma, la Estructura Orgánica y Objetivos y Funciones propias de cada una de las áreas que la conforman.

La información necesaria para la integración de este documento, fue proporcionada por la Dirección General de Comunicación Social, correspondiendo a la Dirección de Organización, dependiente de la Dirección General de Desarrollo Institucional y Coordinación Sectorial, compendiarla, validarla y darle uniformidad para su presentación.

Asimismo, con el propósito de cumplir con las disposiciones, lineamientos y normas que emitan las Dependencias Globalizadoras, la Dirección General de Comunicación Social, deberá mantener actualizado el presente manual.



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 6

FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001

ANTECEDENTES HISTORICOS

ANTECEDENTES HISTORICOS

1978

En el Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo, se detalla el funcionamiento de la Dirección General de Prensa, Difusión y Relaciones Públicas.

1982

En diciembre, se dio vida jurídica a la Dirección General de Comunicación Social que anteriormente eran de Prensa y Relaciones Públicas, funcionando en condiciones normales y con la coordinación directa de la Dirección General de Comunicación Social de Presidencia de la República.

1984

En el nuevo Reglamento Interior publicado el 6 de agosto, la Secretaría de Turismo quedo integrada con tres Subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, quince Direcciones Generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, dos Subcontralorías, el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las Delegaciones de Turismo y las Representaciones en el Extranjero.

1985

Conforme a los lineamientos de austeridad y racionalización del gasto público dictados por el Ejecutivo Federal, el 20 de agosto se publicó un nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, quedando integrada su estructura de organización de la siguiente manera: dos Subsecretarías, la Oficialía Mayor, la Contraloría Interna, 13 Direcciones Generales, entre las que se encontraba la de Comunicación Social, conservando las mismas atribuciones; el Centro de Estudios Superiores en Turismo, las Coordinaciones Regionales de Delegaciones de Turismo, las Delegaciones de Turismo y las Representaciones en el Extranjero.

1989

Con el cambio de la nueva administración y la publicación del Reglamento Interior en el Diario Oficial de la Federación de fecha 14 de febrero, se denomina a estas áreas como Unidades de Comunicación Social, quedando con las mismas atribuciones que anteriormente tenían encomendadas.

1993

De acuerdo con la Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1992, la Secretaría presentó un proyecto de reestructuración a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El 20 de octubre del mismo año, la Dependencia Globalizadora dictaminó favorablemente dicho proyecto, en el cual sigue quedando con el mismo nombre la Unidad de Comunicación Social.

1994

El día 22 de febrero, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el nuevo Reglamento Interior de la Secretaría, en el cual aparece oficialmente la Unidad de Comunicación Social y sus atribuciones.

1996

El 17 de abril, las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Contraloría y Desarrollo Administrativo, dictaminaron favorablemente la reestructuración orgánica de la Dependencia, la cual se basa en tres grandes procesos: desarrollo, promoción y servicios turísticos, quedando integrada por un total de 295 plazas de mando; de las cuales, 17 corresponden a la estructura orgánica básica, dentro de esta, queda adscrita en las oficinas de la C. Secretaría la Unidad de Comunicación Social.

Esta Unidad de Comunicación Social, cuenta con un total de 6 plazas de mando, conformadas por 4 de estructura y 2 puestos homólogos.

El día 31 de mayo se publicó en el Diario Oficial de la Federación el nuevo Reglamento Interior de la Secretaría, señalando en el artículo 12 las facultades asignadas a la mencionada Unidad de Comunicación Social.

2001

El 15 de junio de 2001, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, creándose la nueva estructura orgánica, que tiene como propósito fundamental, posicionar a la actividad turística como eje estratégico del desarrollo nacional del turismo. Dentro de esta nueva estructura la Unidad de Comunicación Social cambia de denominación por la Dirección General de Comunicación Social, conservando sus facultades que tiene asignadas y su adscripción a las oficinas de la C. Secretaria.



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 10

FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001

MARCO JURIDICO-ADMINISTRATIVO

MARCO JURIDICO- ADMINISTRATIVO

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
D.O.F. 5-II-1917 y sus reformas.

LEYES

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal
D.O.F. 29-XII-1976 y sus reformas.

Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal
D.O.F. 31-XII-1976 y sus reformas.

Ley General de Bienes Nacionales
D.O.F. 8-I-1982 y sus reformas

Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos
D.O.F. 31-XII-1982 y sus reformas.

Ley de Planeación
D.O.F. 5-I-1983

Ley Federal de Turismo
D.O.F. 31-XII-1992 y sus reformas.

Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
D.O.F. 4-I-2000 y sus reformas.

REGLAMENTOS

Reglamento de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal
D.O.F. 18-XI-1981 y sus reformas.

Reglamento de la Ley Federal de Turismo
D.O.F. 2-V-1994 y sus reformas.

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo
D.O.F. 15-V-2001

Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
D.O.F. 20-VIII-2001

DECRETOS

Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006
D.O.F. 30-V-2001

Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año correspondiente.

ACUERDO

Acuerdo por el que se adscriben orgánicamente las unidades administrativas y órgano desconcentrado a que se refiere el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo
D.O.F. 19-VI-2001

DOCUMENTOS NORMATIVOS-ADMINISTRATIVOS

Lineamientos para la Aplicación de los Recursos Federales Destinados a Publicidad y Difusión y en General, a las Actividades de Comunicación Social.
D.O.F. 22-XII-1992.

Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo
D.O.F. 14-IX-2001

A T R I B U C I O N E S

ATRIBUCIONES

Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, publicado en el D.O.F. el 15-VI-2001.

Artículo 15.- La Dirección General de Comunicación Social tendrá las siguientes facultades:

- I Instrumentar las políticas de comunicación social dictadas por el Titular de la Secretaría, así como difundir la imagen institucional de la Dependencia a través de los diversos medios de comunicación;
- II Formular sus programas de comunicación social con la intervención que corresponda a la Secretaría de Gobernación;
- III Formular y desarrollar los programas de información, difusión y prensa de la Secretaría;
- IV Informar de las actividades que lleve a cabo la Secretaría, así como de los eventos que realice o en los que participe;
- V Conducir las relaciones con los medios de comunicación;
- VI Organizar y supervisar entrevistas y conferencias con la prensa nacional e internacional y emitir boletines de prensa;
- VII Coordinar las acciones de edición e impresión de las publicaciones oficiales de la Secretaría;

- VIII Captar, analizar y difundir la información que sobre la Secretaría y la actividad turística en general se contenga en los medios de comunicación;
- IX Promover y gestionar la participación de la Secretaría en el tiempo que le corresponde al Estado en la radio y televisión, y
- X Apoyar a las unidades administrativas de la Secretaría y al Centro de Estudios Superiores en Turismo, en sus actividades de comunicación social.



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 16

**FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001**

ORGANOGRAMA



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 17

**FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001**

ESTRUCTURA ORGANICA

ESTRUCTURA ORGANICA

	Página
Dirección General de Comunicación Social	21
Secretario Particular	23
Dirección de Prensa y Relaciones Públicas	25
Subdirección de Información	27
Departamento de Prensa	29
Jefe de Proyecto de Mercadotecnia	30
Departamento de Difusión	31



**MANUAL DE ORGANIZACION ESPECIFICO DE
LA DIRECCION GENERAL DE
COMUNICACION SOCIAL**

PAGINA 20

FECHA DE ELABORACION
14 DE SEPTIEMBRE DE 2001

OBJETIVOS Y FUNCIONES POR AREAS

DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

OBJETIVO

Contribuir al fortalecimiento de la imagen turística, a través de la difusión de la información sobre los objetivos específicos, metas y logros de la institución, así como de los programas nacionales y regionales de desarrollo de la materia, a fin de propiciar la participación de los diversos sectores de la población y de los Servidores Públicos de la Secretaría en la consecución de los objetivos nacionales.

FUNCIONES

- Coordinar la planeación, orientación, autorización, supervisión y evaluación de los programas de promoción y comunicación que realice las diferentes áreas de la Secretaría;
- Establecer lineamientos para la construcción y preservación de la imagen institucional de la SECTUR;
- Ofrecer servicios de información de la Secretaría de Turismo;
- Informar oportunamente sobre las actividades que realiza la Titular de la Secretaría y proveer su eficaz divulgación;
- Elaborar y ejecutar los programas de difusión de la SECTUR;
- Analizar la información de los medios de comunicación referente a los acontecimientos de interés para las responsabilidades de la SECTUR;
- Establecer relación cotidiana con los representantes de la medios de comunicación, especialmente con la fuente que cubre las actividades de la Secretaría;
- Coordinar la organización de conferencias de prensa;

- Generar, recopilar y proporcionar información a funcionarios de la SECTUR para facilitarles la toma de decisiones;
- Organizar campañas de comunicación, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

SECRETARIO PARTICULAR

OBJETIVO

Coordinar el desarrollo de las áreas que integran las Oficinas de la Dirección General, con el fin de que se cuente con los elementos necesarios para la ejecución de sus actividades de manera eficaz y oportuna.

FUNCIONES

- Coordinar el sistema de control de gestión, canalizar y controlar los asuntos dirigidos al C. Director General con oportunidad, así como asegurar su atención;
- Integrar el registro y llevar el seguimiento de los acuerdos de las reuniones del C. Director General, audiencias, acuerdos con funcionarios, firma de convenios y todas las demás que se requieran;
- Mantener permanentemente informado al C. Director General sobre los asuntos más relevantes que requieren de su atención y aprobación;
- Coordinar el ejercicio del presupuesto de la Dirección General a fin de que se apegue a la normatividad establecida;
- Integrar, en acuerdo con el C. Director General la agenda diaria, así como el análisis y seguimiento de aquellas responsabilidades sustantivas que requieran su atención y seguimiento;
- Organizar y establecer prioridades para atender, las diferentes comunicaciones (escritas y telefónicas) inherentes a la labor diaria del C. Director General, así como revisar y analizar los documentos y peticiones para la atención procedente bajo un sistema de control de gestión eficiente;
- Dar seguimiento a los asuntos prioritarios y compromisos del C. Director General que tengan relación con la oficina de la Titular del Ramo;

- Preparar la documentación e informes para la C. Secretaria;
- Integrar la información y preparar los informes de las reuniones en que intervenga el C. Director General, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

DIRECCION DE PRENSA Y RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO

Lograr que los diferentes medios de comunicación del país y del extranjero, cuenten con la información turística en la cantidad y con la calidad requerida, que permitan proyectar a la opinión pública en forma oportuna y congruente los objetivos, actividades y logros de la Secretaría de Turismo.

FUNCIONES

- Coordinar las relaciones de comunicación social con los organismos de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como con las entidades del Sector, en materia turística;
- Establecer comunicación con agrupaciones y representantes de los medios de difusión nacionales e internacionales, acreditados en México;
- Fomentar las relaciones públicas con los representantes de los sectores privado y social, cuyas actividades sean afines con las de la Secretaría;
- Vigilar la atención adecuada a los Servidores Públicos de la Administración Pública y representantes de los medios de comunicación que asistan a los eventos que promueve la Secretaría;
- Evaluar e integrar la información pública sobre temas turísticos;
- Coordinar la difusión de las actividades de la Secretaría en los medios de comunicación masiva; así como, la inserción de desplegados en los diferentes diarios y revistas;
- Constatar y en su caso, corregir las notas a publicar por los medios impresos o que serán transmitidas por los medios electrónicos;

- Coordinar y supervisar la elaboración del material fotográfico, cinematográfico y videográfico de la información de la Secretaría;
- Organizar conferencias de prensa, reuniones y giras con periodistas y funcionarios de la Secretaría, previa autorización del Director General;
- Coordinar, supervisar y en su caso, dirigir la elaboración de boletines de prensa;
- Determinar la información que se difundirá a la opinión pública, así como también analizar el impacto que dicha información causará a la misma, acerca de las actividades de la Secretaría;
- Organizar y conducir las entrevistas y conferencias con la prensa nacional e internacional;
- Coordinar y supervisar la elaboración de la síntesis noticiosa;
- Determinar los programas que deberán transmitirse por la radio y la televisión, relacionados con la actividad turística;
- Verificar la difusión a través de la radio y televisión, de la información turística a nivel nacional;
- Coordinar con el área encargada de elaborar las estrategias de comunicación social del gobierno federal, los programas de la Secretaría de Turismo, relacionados con la comunicación social;
- Elaborar el calendario de actividades para desarrollar los programas de trabajo de la Secretaría de Turismo, referentes a información, difusión y prensa;
- Definir las estrategias para apoyar a los Servidores Públicos Superiores del Sector Turismo, en la difusión de eventos especiales turísticos;
- Supervisar la recopilación y selección del material de información periodística, que será difundida al interior y exterior de la Secretaría, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

SUBDIRECCION DE INFORMACION

OBJETIVO

Hacer llegar oportunamente la información nacional del acontecer noticioso de las actividades turísticas a los respectivos funcionarios a través de la elaboración del resumen informativo.

FUNCIONES

- Coordinar la integración de la información nacional e internacional difundida por los medios de comunicación masiva, relacionado con el Sector Turismo y elaborar la síntesis periodística del día;
- Captar la información emitida e integrar y controlar el acervo de la información difundida por la radio y televisión;
- Supervisar la distribución de los resúmenes a las unidades administrativas de la Secretaría de Turismo y entidades del sector;
- Seleccionar el material de audio y video que utilice la Secretaría, donde intervengan funcionarios o que se relacione con el Sector Turismo y proporcionarlos cuando así se requiera;
- Mantener actualizados los archivos de contenido noticioso, propiedad de la Secretaría;
- Monitorear los noticieros de radio y televisión en un horario de 6:00 a.m. a 12:00 p.m.
- Transcribir la información relativa al sector turismo, obtenida de los noticieros y elaborar el resumen correspondiente;

- Analizar y editar la información relativa al Sector y turnarla a los funcionarios superiores y terceros involucrados en el Sector Turístico;
- Tramitar ante la Dirección General de Asuntos Jurídicos, y la Subsecretaría de Innovación y Calidad, previa autorización de la Dirección General, los contratos de los diferentes medios de comunicación, para la obtención de los recursos etiquetados por parte de la Secretaría de Gobernación;
- Validar las facturas por concepto de publicidad a través de las ordenes de inserción, así como verificar que las mismas estén acompañadas de dos testigos o ejemplares y tramitar el pago correspondiente, ante la Dirección de Recursos Financieros, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

DEPARTAMENTO DE PRENSA

OBJETIVO

Asegurar la buena imagen de la actividad de la Secretaría de Turismo ante el público en general, mediante la vigilancia de las publicaciones en los medios impresos de información.

FUNCIONES

- Recopilar y difundir la información sobre las actividades de las distintas unidades administrativas de la Secretaría;
- Investigar y analizar la información de las unidades administrativas de la Secretaría, que será transmitida o publicada;
- Redactar los boletines de prensa y proporcionarlos a los medios de difusión, unidades administrativas de la Secretaría y entidades del Sector;
- Transcribir las grabaciones y distribuirlas a los medios de información, unidades administrativas de la Secretaría y las entidades del Sector;
- Asistir a los eventos de interés turístico y determinar su difusión periodística a la opinión pública;
- Difundir los eventos turísticos de interés noticioso a la opinión pública;
- Distribuir el material terminado a los diferentes medios de difusión, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

JEFE DE PROYECTO DE MERCADOTECNIA

OBJETIVO

Planear y ejecutar las actividades de diseño y promoción publicitaria en su aspecto creativo dentro del marco y los lineamientos establecidos por la Dirección General de Comunicación Social, y apoyar a las áreas de la Institución en la elaboración de sus publicaciones y otros materiales gráficos o productos promocionales.

FUNCIONES

- Diseñar las publicaciones, materiales gráficos o productos promocionales para las diferentes unidades administrativas de la Secretaría de Turismo;
- Elaborar los escenarios, cicloramas, stands y proscenios, así como su montaje, para las reuniones públicas que realizan las diferentes áreas de la SECTUR;
- Elaborar campañas de promoción o de difusión para los productos o actividades de las diversas instancias de la Secretaría;
- Diseñar, organizar y supervisar la producción de piezas de comunicación impresas para instrumentar las campañas de difusión de la SECTUR;
- Investigar, estudiar, evaluar y adaptar las nuevas corrientes del diseño gráfico y actualizar las posibilidades documentales y técnicas para aplicarlas en los productos que se elaboren para la SECTUR, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.

DEPARTAMENTO DE DIFUSION

OBJETIVO

Vigilar que la difusión de la información de la actividad turística, tanto a nivel nacional como internacional, se logre a través de los canales de comunicación masiva y que esta sea veraz y oportuna.

FUNCIONES

- Analizar y evaluar la información difundida por los sistemas periodísticos nacionales e internacionales, relacionados con el Sector Turismo;
- Analizar la información publicada y clasificarla por medio informativo;
- Compilar y analizar el contenido de las publicaciones nacionales e internacionales, relacionadas con la Secretaría y el Sector, que serán difundidas;
- Resumir la información de las notas nacionales e internacionales publicadas;
- Crear y mantener actualizado un banco de datos de periódicos y publicaciones especializados en la materia;
- Formular el informe de las publicaciones nacionales e internacionales difundidas, relacionadas con la actividad turística, y
- Las demás que expresamente determine la superioridad.