

COMUNICACIÓN

		Frecuencia			
		Ocas.	Diario	Sem.	Men.
Proceso:	Elaboración de campaña publicitaria				X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Diseñar, elaborar y promover a través de spots publicitarios los espectáculos, áreas comerciales y diversas actividades realizadas por Fiestas de Octubre.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<ol style="list-style-type: none"> 1. La Dirección de Comunicación será el área encargada de realizar la campaña publicitaria que considere adecuada al tema anual de la edición. 2. El Director de Comunicación será el responsable de realizar las gestiones pertinentes para la elaboración de los spots publicitarios. 3. El Director de Comunicación será el responsable de realizar las gestiones pertinentes para la utilización de espacios públicos o privados en la filmación de los spots publicitarios. 4. El Director de Comunicación será el responsable de gestionar el medio de transporte en el cual se trasladará el personal a su cargo a fin de realizar el spot publicitario. 					
Resultados esperados:					
Atraer la cantidad suficiente de visitantes a través de la difusión de los spots.					
Indicador de éxito:					
Invitar a través de spots publicitarios a todos los sectores poblacionales (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
1.	1. El Director de Comunicación en relación al tema anual de la edición de Fiestas de Octubre, realiza el proyecto para la producción de spots publicitarios a ejecutar durante la presente edición.	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Briefing • Guión • Presupuesto • Filmaciones • Spots
	2. Una vez que el Director de Comunicación realice el proyecto, lo presentará ante el Director General para su autorización.		
	3. El Director General revisa el proyecto, en caso de tener observaciones la señala y devuelve el proyecto al Director de Comunicación para su modificación.		
	4. El Director de comunicación realiza las modificaciones pertinentes y hace entrega del proyecto definitivo al Director General.		
	5. El Director General de nueva cuenta revisa el proyecto y autoriza.		
	6. Una vez que el proyecto se encuentra autorizado, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo se inicia la búsqueda de espacios, personalidades, temática del o los spots, entre otros aspectos para la elaboración de la campaña publicitaria.		
	7. Una vez que el Director de Comunicación determina que personalidades habrán de participar (artistas, deportistas, personas de la sociedad, entre otros) el Asistente Administrativo realiza una cita con los mismos, a fin de plantear el proyecto en el cual se desea que participen.		
	8. El Director de Comunicación plantea el proyecto y negocia con la persona para que colabore en la elaboración del spot.		
	9. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo realizará los guiones que se utilizarán para la elaboración de los		

	spots publicitarios acordes a los espacios (ambiente) en los cuales se ha de desarrollar el spot publicitario.		
	10. Una vez que el Director de Comunicación haya realizado las gestiones pertinentes a fin de que las personalidades acepten participar en el proyecto, el Director de Comunicación a través del Subcoordinador de Publicidad les proporcionará el guión a mencionar.		
	11. Una vez que a las personas participantes se les haya entregado el guión, el Director de Comunicación y el equipo necesario (materiales y personas) que elaborará el spot se trasladarán a las instalaciones en donde se grabará el spot.		
	12. Una vez que se encuentran en las instalaciones, el personal encargado de filmar el spot, realiza el montaje del equipo (cámaras, iluminación, entre otros aspectos) y montaje de la escenografía a utilizar.		
	13. El Director de Comunicación supervisa que los actores (personas participantes para la mencionar el guión) y equipo de filmación realicen conforme al guión la grabación del spot.		
	14. Una vez terminada la filmación del o los spots, el personal encargado de la filmación realizará la edición del material a fin de presentar los resultados finales de los spots.		
	15. El Director de Comunicación recibirá los spots editados para su difusión.		

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Contratación de medios de comunicación	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de comunicación				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Informar al público de los eventos y actividades realizados por Fiestas de Octubre a través de los medios contratados.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. La Dirección de Comunicación será el área responsable de realizar la contratación de espacios en los diversos medios de comunicación.</div> <div>2. El contrato deberá estar firmado por el Director General, Director de Comunicación y representante legal del medio de comunicación a fin de que sea valido.</div> <div>3. La contratación de los medios de comunicación deberán ser autorizados por el Director General.</div>					
Resultados esperados:					
Difundir de manera clara y oportuna las actividades de las Fiestas de Octubre.					
Indicador de éxito:					
Contar con el mayor número de medios de comunicación para la difusión de las diversas actividades y atractivos de Fiestas de Octubre.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
2.	1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo y Subcoordinador de Publicidad realizarán con tres meses de anticipación al mes de octubre un monitoreo de programas de radio, televisión, periódicos y revistas a fin de identificar los medios de comunicación con mayor popularidad entre las personas, relacionado directamente al programa general de espectáculos.	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Medio de Comunicación correspondiente • Coordinador de Proyectos Especiales • Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de compra • Contrato • Listado de medios de comunicación
	2. Una vez que hayan sido seleccionados los medios de comunicación en los cuales se pretende contratar espacios de publicidad, el Asistente Administrativo realizará un listado de medios de comunicación idóneos para la transmisión de los spots.		
	3. El Director de Comunicación revisará el listado, en caso de tener modificaciones y sugerencias, realizará las notas correspondientes.		
	4. El Asistente Administrativo realizará las modificaciones correspondientes y hará entrega del listado definitivo.		
	5. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo concertará citas con los ejecutivos de las estaciones de radio, televisión o prensa escrita correspondientes a fin de gestionar los espacios de contratación.		
	6. El Director de Comunicación se reúne con los ejecutivos del medio de comunicación correspondiente y expone la cantidad de espacios a contratar y los horarios.		
	7. Los ejecutivos aceptan los términos de la contratación de espacios y establecen el costo de las inserciones.		
	8. El Director de Comunicación acepta las condiciones, por lo que a través del Asistente Administrativo realizará la solicitud de compra.		
	9. El Director de Comunicación presenta la solicitud de compra al Director General para su autorización.		
	10. El Director General revisa la solicitud y firma en conformidad.		
	11. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo envía la información correspondiente al Coordinador de Proyectos Especiales para la elaboración del contrato.		
	12. El Coordinador de Proyectos Especiales realiza el contrato y lo envía al Director de Comunicación para recabar las firmas correspondientes.		
	13. El Director de Comunicación recaba las firmas del Director General, el representante legal del medio de comunicación contratado y el Director de Comunicación.		
	14. Una vez que el contrato cuenta con todas las firmas correspondientes, hace entrega de una copia al medio de comunicación contratado y el original es enviado al Director Administrativo para su archivo.		

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Elaboración de pautas publicitarias	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
			X		
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Elegir y determinar los horarios, programas y espacios en los que se insertarán los spots publicitarios de acuerdo a las características del evento o actividad a promover.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. La Dirección de Comunicación será la responsable de realizar las pautas publicitarias.</div> <div>2. La inserción de los spots publicitarios deberán ir autorizados por el Director General.</div> <div>3. La inserción de los spots deberán ser de acuerdo al programa general de artistas o eventos relevantes realizados por Fiestas de Octubre.</div> <div>4. Los spots publicitarios no deberán incluir información de medios de comunicación en específico a fin de promover los mismos en cualquiera de los medios de comunicación.</div>					
Resultados esperados:					
Cumplimiento por parte de los medios de comunicación de las pautas publicitarias entregadas.					
Indicador de éxito:					
Spots presentados de acuerdo a lo planeado.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
3.	1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará un cronograma de inserciones (pauta publicitaria) a fin de identificar la cantidad de spots publicitarios que aparecerán en un mismo horario en diferentes medios de comunicación (radiofónica o televisiva); así como, la cantidad de spots que aparecerán en un mismo medio de comunicación (radiofónica o televisiva) en diferentes horarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Comunicación • Asistente Administrativo • Responsable de Monitoreo 	<ul style="list-style-type: none"> • Pauta publicitaria
	2. Una vez que se haya realizado el cronograma (pauta publicitaria), el Director de Comunicación realizará la selección de spots a presentar por día en los diferentes medios de comunicación (radiofónicos y televisivos).		
	3. En relación a los spots publicitarios que serán presentados en medios de comunicación escrita (periódico y revista), el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo realizará un cronograma de inserciones (pauta publicitaria escrita), en la cual se especificará las pautas que deberán aparecer en los medios de comunicación escrita.		
	4. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo enviará a los medios de comunicación correspondiente los spots a presentar por día.		
	5. El Responsable de Monitoreo se comunicará con los responsables de las inserciones a fin de verificar que les haya llegado el material correspondiente; así mismo, se adjuntará el cronograma de inserciones a fin de determinar el spot a insertar y el horario en el que deberá aparecer		

Glosario:
<ul style="list-style-type: none"> • Pauta publicitaria: es un cronograma en el que se muestra los horarios, programas y tipo de spot que aparecerá en los medios de comunicación contratados y no contratados, el cual servirá de guía para los encargados de las inserciones.

Observaciones
Las pautas publicitarias serán programadas de acuerdo al artista que se presenta en el foro principal o palenque; así como también se tomará en consideración los diversos eventos (festival cultural, festivales barriales, asistencia social, entre otros) que son generados por la actividad propia del evento Fiestas de Octubre. Aun cuando se haya contratado medios de comunicación específicos, se procurará contratar espacios en todos los medios de comunicación necesarios.

		Frecuencia			
Proceso:	Certamen Reina Infantil	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Contar con un representante infantil digno a fin de fomentar los valores entre las familias.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. La Dirección de Comunicación será la responsable de desarrollar el evento de la Reina Infantil.</div> <div>2. El Director de Comunicación en colaboración del Coordinador de Comercialización realizarán las gestiones pertinentes para tramitar los permisos necesarios en la utilización de plazas públicas.</div> <div>3. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo serán los responsables de invitar personalidades de la moda, autoridades de la feria, entre otros que considere pertinentes para conformar el jurado del certamen.</div> <div>4. El Subcoordinador de Publicidad en colaboración del Coordinador de Comercialización serán los responsables de conseguir los patrocinios necesarios para el desarrollo del certamen.</div>					
Resultados esperados:					
A través de la Reina Infantil difundir los valores de la familia.					
Indicador de éxito:					
Contar con una representante digna.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
4.	1. El Director de Comunicación elaborará el concepto del evento y la convocatoria.	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Comunicación • Asistente Administrativo • Coordinador de Mantenimiento • Coordinador de Proyectos Especiales • Subcoordinador de Publicidad • Candidatas • Coordinador de Comercialización • Patrocinadores • Coordinador de Diseño Gráfico • Jueces e Invitados 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de inscripción • Documentación necesaria • Contratos • Oficios de solicitud de apoyo • Formatos de calificaciones
	2. El Director de Comunicación en coordinación del Coordinador de Diseño Gráfico determinarán el diseño del cartel y ficha de inscripción.		
	3. Una vez que se haya determinado las características del cartel y ficha de inscripción, el Director de Comunicación entregará los diseños al Director General para su autorización.		
	4. El Director de Comunicación determinará los requisitos necesarios para la participación de las niñas.		
	5. El Director General autoriza los diseños y requisitos. En caso de que tenga observaciones, entregará los diseños al Director de Comunicación para su modificación.		
	6. El Director de Comunicación en coordinación del Coordinador de Diseño Gráfico elaborarán las modificaciones pertinentes. Una vez realizadas las modificaciones el Director de Comunicación presentará de nueva cuenta los diseños al Director General para su autorización. El Director General autoriza los diseños.		
	7. Una vez que se encuentran autorizados los diseños, el Director de Comunicación a través del Subcoordinador de Publicidad en coordinación con el Coordinador de Comercialización se encargarán de buscar a los patrocinadores que apoyarán con el otorgamiento de premios a las ganadoras.		

<p>8. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo realiza la difusión de las fichas de inscripción; así mismo el Director de Comunicación se encargará en colaboración del Director de Mercadotecnia de hacer la difusión necesaria en los programas infantiles (radio, televisión y prensa escrita) a fin de hacer del conocimiento del sector de interés.</p>		
<p>9. Una vez que se haya realizado la difusión necesaria, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo se encargará de recibir a las candidatas para otorgar información general (en dado caso de que la solicitaran), recibir la ficha de inscripción y demás documentos necesarios para el trámite de participación en el certamen (fotografías, comprobante de estudios, entre otros).</p>		
<p>10. Una vez que se haya cumplido el tiempo de recepción de candidatas y dependiendo de la cantidad de candidatas registradas, el Director de Comunicación elaborará el plan de eliminatorias en cual se establecerá los lugares que se utilizarán para realizar los eventos de eliminación, los horarios, las personas que fungirán como jueces, selección del maestro de ceremonias, entre otros aspectos.</p>		
<p>11. Una vez que el Director de Comunicación determina los espacios que se utilizarán para realizar las eliminatorias, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo contactará al responsable de dichos lugares a fin de realizar las cotizaciones correspondientes de dichos espacios a fin de elegir las mejores opciones.</p>		
<p>12. Una vez que el Asistente Administrativo contacta al responsable del lugar, concertará una cita a fin de detallar las características de los servicios que ofrecen, los diferentes paquetes, entre otros aspectos.</p>		
<p>13. El Asistente Administrativo hace del conocimiento al Director de Comunicación de las citas programadas. El Director de Comunicación asiste a dichas citas, de las cuales descartará las que no sean convenientes.</p>		
<p>14. Una vez seleccionados los lugares, el Director de Comunicación en coordinación del Coordinador de Proyectos Especiales elaboraran los contratos correspondientes.</p>		
<p>15. Para la instalación de los escenarios en cada uno de los eventos de eliminatorias, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará los oficios necesarios dirigidos al Coordinador de Mantenimiento, para que este último designe al personal que apoyará en el montaje y desmontaje de las escenografías necesarias para los diversos eventos.</p>		
<p>16. El Director de Comunicación se encargará de buscar al maestro de ceremonias, que apoyará en los eventos de eliminatoria. Una vez que el Director de Comunicación determine quien será el maestro de ceremonia, se le entregará las fechas en las cuales se requerirá su participación para el desarrollo de los diversos eventos.</p>		
<p>17. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo se encargará de contactar y seleccionar a las personas que fungirán como jueces en los eventos de eliminatoria como en el evento final.</p>		
<p>18. El Asistente Administrativo contactará a los posibles jueces a fin de invitarlos a participar en el evento; así mismo, verificar la disponibilidad de dichas personas. Una vez que las personas tengan la disponibilidad de participar en el evento, se le hará llegar con anticipación las invitaciones necesarias, a fin de que participen en los eventos de eliminatoria como en el final.</p>		
<p>19. El Subcoordinador de Publicidad en colaboración del Coordinador de Comercialización confirmarán los patrocinadores que</p>		

	participarán en el certamen. Así mismo, el Coordinador de Comercialización a través del Coordinador de Proyectos Especiales elaborará los contratos correspondientes a fin de establecer los premios que otorgarán los patrocinadores a las ganadoras.		
	20. Paralelamente, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará el itinerario correspondiente a cada una de las eliminatorias a fin de establecer los tiempos de ejecución del evento.		
	21. Una vez que se haya realizado la cantidad de eliminatorias necesarias, en la eliminatoria final los jueces elegirán las 15 mejores candidatas.		
	22. Para el evento final, el Director de Comunicación solicitará apoyo al Coordinador de Comercialización a fin de que realice las gestiones pertinentes para la realización del evento en alguna plaza pública. El Coordinador de Comercialización realizará las gestiones pertinentes ante el H. Ayuntamiento de Guadalajara, H. Ayuntamiento de Zapopan o cualquier otro ayuntamiento que apoye para la elaboración del evento.		
	23. Una vez que se cuenta con el permiso, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo solicitará a través de oficio el apoyo al Coordinador de Mantenimiento para el montaje y desmontaje del escenario a colocar en la plaza pública correspondiente.		
	24. En el caso de la iluminación y sonorización el Director de Comunicación solicitará al Coordinador de Compras su apoyo para la contratación de dichos servicios a utilizar en el evento.		
	25. Una vez que el Director de Comunicación tiene establecido el día en que se llevará a cabo el evento, citará a las candidatas (15 niñas) a realizar ensayos generales a fin de preveer y coordinar los tiempos de ejecución del evento; así mismo, el orden de entrada y salida de cada una de las candidatas y lo que se debe o no hacer en la pasarela.		
	26. El Director de Comunicación solicitará apoyo al Coordinador de Relaciones Públicas a fin de que brinde la atención necesaria a los invitados.		
	27. El Director de Comunicación elaborará el itinerario del evento final.		
	28. El Director de Comunicación en colaboración del Asistente Administrativo y Subcoordinador de Publicidad ejecutan el evento. Los jueces califican diferentes aspectos y eligen a la candidata idónea.		

Glosario:

Observaciones
La cantidad de eventos eliminatorios esta directamente relacionado a la cantidad de aspirantes inscritas. Por ejemplo, si se inscribe un total de 400 aspirantes lo más apropiado es realizar "N" eliminatorias para reducir el número de aspirantes a fin de que dentro de un grupo de 50 u 80 se puedan elegir solo 15 para la final. Por lo tanto, el Director de Comunicación determinará la cantidad eliminatorias a realizar para reducir el número de aspirantes y sea más fácil de elegir a la representante infantil.

		Frecuencia			
Proceso:	Entrevistas de promoción en medios de comunicación	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
		X			X
Subproceso:					

Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Subcoordinador de Publicidad
Objetivo del proceso y/o subproceso:	
Dar a conocer a través de los medios de comunicación información relacionada a las Fiestas de Octubre y a sus diversos eventos.	
Políticas del proceso y/o subproceso:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. La Dirección de Comunicación es la responsable de llevar a cabo cualquier entrevista relacionada con el Patronato. 2. En caso de que cualquier otra área desee aparecer en alguna entrevista, deberá solicitar a través de oficio dicha petición a fin de que el Director de Comunicación realice las gestiones pertinentes. 3. Para la realización de cualquier entrevista deberá ser autorizada por el Director General. 4. La Dirección de Comunicación a través de la Forma 1 (Bitácora de Entrevistas en Medios de Comunicación COM-BEN-F1) llevará un control de entrevistas. 5. Para asistir a las entrevistas se deberá estar en el lugar especificado como mínimo 15 minutos antes de llevarse a cabo la entrevista. 6. En caso de haber cambios en la asistencia del personal a la entrevista, se deberá informar al Director de Comunicación como mínimo dos horas antes de la realización de la entrevista. 	
Resultados esperados:	
Informar al público en general de las renovaciones, nuevas atracciones, espectáculos e información general relacionada al evento Fiestas de Octubre.	
Indicador de éxito:	
Entrevistas realizadas.	

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
5.	1. El Director de Comunicación a través del Subcoordinador de Publicidad, contacta a los ejecutivos de los medios de comunicación (televisión, radio, prensa escrita) a fin de concertar citas de trabajo para solicitar entrevistas en diferentes programas.	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Comunicación • Subcoordinador de Publicidad • Asistente Administrativo • Personal encargado de los medios de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de programas • Horarios de entrevistas • Fechas de entrevistas • Forma 1 (Bitácora de Entrevistas en Medios de Comunicación COM-BEN-F1) • Grabación de la entrevista
	2. El Subcoordinador de Publicidad asiste a la cita con el ejecutivo del medio de comunicación correspondiente y plantea las necesidades de Fiestas de Octubre por hacer llegar información relevante.		
	3. El Director de Comunicación realizará las negociaciones pertinentes a fin de que los ejecutivos acepten brindarnos entrevistas en diversos programas.		
	4. El Director de Comunicación hará del conocimiento del Director General de las entrevistas a programar a fin de obtener su autorización.		
	5. El Director General verifica la información entregada y autoriza. En caso de tener observaciones, hará del conocimiento del Director de Comunicación a fin de que realice las gestiones necesarias ante los responsables de los programas a solicitar o conceder entrevista.		
	6. Una vez que los ejecutivos brinden las facilidades para que se realicen las entrevistas, se dirigirán con los responsables de los programas en los cuales aparecerán para que al Subcoordinador de Publicidad le señalen la fecha y hora en la cual se les realizará la entrevista; así mismo, el responsable del programa solicitará los nombres de quienes serán los entrevistados y cuantas personas serán a fin de que ellos elaboren su itinerario de preguntas.		
	7. El Director de Comunicación a través del Subcoordinador de Publicidad llenará la Forma 1 (Bitácora de Entrevistas en Medios de Comunicación COM-BEN-F1) en la cual determinan el número de entrevista a realizar, quién solicita la entrevista, tipo de entrevista a realizar, tipo de medio de comunicación que realizará la entrevista, requerimiento de material promocional, personal que asiste, el medio de transmisión (canal, emisora, publicación), nombre del programa que realizará la entrevista, persona		

	responsable, lugar, fecha y hora, resultados obtenidos y firmas (responsable y de quién asiste).		
	8. Una vez llena la Forma 1 (Bitácora de Entrevistas en Medios de Comunicación COM-BEN-F1) el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo rectificará la asistencia de las personas que participarán en la entrevista la fecha, horario y programa en el cual aparecerán.		
	9. El Director de Comunicación reunirá a las personas que asistirán a la entrevista para homogenizar información, es decir, que información será la que se de a conocer durante la entrevista, que aspectos no se deberán mencionar y que respuestas pueden dar a ciertas preguntas.		
	10. Una vez que el equipo de trabajo que asistirá a la entrevista cuenta con la misma información, se presentarán en las instalaciones del programa con el tiempo suficiente a fin de estar disponibles para recibir indicaciones del responsable del programa.		
	11. En caso de que exista cambios de último momento, que se hayan producido por cualquier circunstancia y los entrevistados no puedan asistir y hayan sido sustituidos, deberán informar con dos horas de anticipación a la entrevista al Director de Comunicación de dicha eventualidad a fin de que éste último informe al responsable del programa la rectificación de personas que asistirán a la entrevista.		
	12. El Director de Comunicación informará a los responsables del programa de los cambios realizados.		
	13. Los responsables del programa realizan las modificaciones pertinentes a la información anterior.		
	14. El Director de Comunicación y entrevistados asisten y los entrevistadores realizarán la entrevista correspondiente.		
	15. Paralelamente, en la Dirección de Comunicación el Responsable de Monitoreo realiza la grabación de la entrevista a fin de tener antecedentes de la misma.		

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Entrega de boletos de cortesía a los medios de comunicación	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Proporcionar a través de programas en vivo boletos de cortesía al público en general a fin de difundir y promover las diversas actividades de Fiestas de Octubre.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					

<ol style="list-style-type: none"> 1. El Director de Comunicación será el responsable de solicitar a través de oficio la cantidad suficiente de boletos de cortesía al Director General. 2. El Almacenista de boletos será el responsable de entregar los boletos autorizados. 3. La Dirección de Comunicación es la única área responsable de entregar boletos de cortesía a los medios de comunicación.
Resultados esperados:
Contar con un número mayor de visitantes.
Indicador de éxito:
Entrega de boletos de cortesía al público en general a través de los medios de comunicación.

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
6.	1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo sintoniza los programas que tengan mayor audiencia (ratings) a fin de identificar los mejores programas de televisión, radio y prensa escrita.	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Comunicación • Asistente Administrativo • Diversos programas en vivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Boletos de cortesía (adulto y niño) • Oficios
	2. Una vez identificados, selecciona y elabora un listado de programas, el cual es entregado al Director de Comunicación para su revisión.		
	3. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará un oficio dirigido al Director General para solicitar boletos de cortesía.		
	4. El Director General gira instrucciones al Coordinador de Taquillas para la cantidad exacta de boletos de cortesía de adultos como de niños.		
	5. El Coordinador de Taquillas a través del Almacenista de boletos hace de la entrega de los boletos de cortesía solicitados.		
	6. El Director de Comunicación revisa el listado, en caso de estar de acuerdo solicita al Asistente Administrativo que realice una distribución equitativa de boletos de cortesía (adultos y niños) para cada uno de los programas.		
	7. El Asistente Administrativo realiza los paquetes correspondientes a cada uno de los programas y presenta la propuesta al Director de Comunicación.		
	8. El Director de Comunicación autoriza la entrega. En caso de que tenga observaciones, se las hará saber al Asistente Administrativo a fin de que realice los cambios correspondientes.		
	9. Una vez que se tienen los paquetes de boletos elaborados, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará los oficios necesarios a fin de hacer del conocimiento a los responsables del programa (televisivo o radiofónico) para que realicen la entrega de los boletos en los programas transmitidos en vivo.		

Glosario:

Observaciones
Los responsables del programa determinarán la forma en la que entregarán los boletos.

		Frecuencia			
Proceso:	Monitoreo de prensa	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
			X		
Subproceso:	Prensa escrita				
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Responsable de Monitoreo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Verificar que las inserciones en la prensa escrita contratada hayan sido en tiempo y forma de acuerdo a lo pactado.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. El Director de Comunicación a través del responsable de Monitoreo será el responsable de verificar que las inserciones se hayan realizado de acuerdo a lo contratado.</div> <div>2. El Responsable de Monitoreo será el responsable de enviar la información adecuada a cada uno de los responsables de las inserciones en los periódicos.</div> <div>3. Las inserciones en los medios de prensa escrita deberán estar autorizados por el Director General.</div> <div>4. El Responsable de Monitoreo será el responsable de elaborar las síntesis informativas.</div>					
Resultados esperados:					
Informar en tiempo y forma a través de prensa escrita al público en general de las actividades y eventos de Fiestas de Octubre.					
Indicador de éxito:					
Inserción de spots impresos en los periódicos o revistas contratados.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
7.	1. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo envía el texto, imágenes y demás elementos al Coordinador de Diseño Gráfico para la elaboración del spot publicitario impreso que se insertará en periódicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Coordinador de Diseño Gráfico • Responsable de Monitoreo • Diversos programas 	<ul style="list-style-type: none"> • Spot publicitario impreso • Síntesis informativa
	2. El Coordinador de Diseño Gráfico realiza el trabajo y lo envía al Responsable de Monitoreo.		
	3. El Responsable de Monitoreo lo presenta al Director de Comunicación.		
	4. El Director de Comunicación los presenta al Director General para su autorización. En caso de que sea autorizado, el Director de Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo para su envío correspondiente.		
	5. En caso de que no sea autorizado, el Director General regresará el spot al Director de Comunicación para su modificación.		
	6. El Director de Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo los spots impresos para que lo presente al Coordinador de Diseño Gráfico para su modificación. Una vez modificado el Responsable de Monitoreo hace entrega de los spots impresos al Director de Comunicación para su validación.		
	7. El Director de Comunicación presenta al Director General los spots impresos, para su autorización. El Director General autoriza los spots impresos.		
	8. Una vez que son autorizados los spots impresos, el Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo envía a través de correo electrónico las pautas publicitarias a los encargados de las inserciones en los periódicos contratados y otros.		
	9. El Responsable de Monitoreo adquiere los periódicos en los cuales aparecerían las pautas, y revisa que efectivamente se encuentra la inserción correspondiente; así mismo, que no presente ningún error ortográfico.		

	10. Una vez revisados, el Responsable de Monitoreo elaborará una síntesis informativa en la cual recortará la inserción y la pegará en la síntesis informativa, anotará en que página se insertó, en que periódico apareció, la fecha de aparición y quien elaboró la síntesis informativa.		
--	---	--	--

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Monitoreo de prensa	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
			X		X
Subproceso:	Radio				
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Responsable de Monitoreo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Verificar que la presentación de los spots en las estaciones de radio sean de acuerdo a los horarios y espacios contratados.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. El Director de Comunicación a través del responsable de Monitoreo será el responsable de verificar que las inserciones se hayan realizado de acuerdo a lo contratado.</div> <div>2. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo será el responsable de la elaboración de textos o menciones para estaciones no contratadas.</div> <div>3. El Responsable de Monitoreo será el responsable de enviar la información adecuada a cada uno de los responsables de las inserciones en las estaciones de radio.</div> <div>4. Las inserciones en los medios radiofónicos deberán estar autorizados por el Director General.</div> <div>5. El Responsable de Monitoreo será el encargado de realizar la grabación de todos los programas en vivo, entrevistas y spots realizados.</div>					
Resultados esperados:					
Informar en tiempo y forma a través de radio al público en general de las actividades y eventos de Fiestas de Octubre.					
Indicador de éxito:					
Inserción de spots radiofónicos en las estaciones contratadas.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
8.	1. El Director de Comunicación proporcionará la información necesaria (pauta publicitaria) al Responsable de Monitoreo relativa a la cantidad de espacios contratados en los medios radiofónicos, los horarios y las estaciones en la que aparecerá dicho spot.	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Responsable de Monitoreo • Diversas estaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Spot publicitario radiofónico • Menciones (textos)
	2. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo elaborará las menciones para diversas estaciones (las que no hayan sido contratadas).		
	3. El Responsable de Monitoreo lo presenta al Director de Comunicación para su revisión.		
	4. El Director de Comunicación los presenta al Director General para su autorización. En caso de que sea autorizado, el Director de		

	Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo para su envío correspondiente.		
	5. En caso de que no sea autorizado, el Director General regresará el spot al Director de Comunicación para su modificación.		
	6. El Director de Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo los spots para su modificación. Una vez modificado el Responsable de Monitoreo hace entrega de los spots al Director de Comunicación para su validación.		
	7. El Director de Comunicación presenta al Director General los spots, para su autorización. El Director General autoriza los spots.		
	8. Una vez que son autorizados los spots, el Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo envía a través de correo electrónico las pautas publicitarias a los encargados de las inserciones en las estaciones de radio contratados y otros.		
	9. El Responsable de Monitoreo confirma con el responsable de las inserciones, la versión a pautar en dicho día y horario.		
	10. El Responsable de Monitoreo a través de la sintonización de las estaciones de radio a las que les fue entregado el spot, revisa que efectivamente se encuentra la inserción correspondiente de acuerdo a lo pactado (horario, estación y mención correcta).		
	11. El Responsable de Monitoreo realiza la grabación de la mención del spot. En caso de que no haya sucedido en el horario pactado o la mención haya sido equivocada, el Responsable de Monitoreo se comunicará con el responsable de realizar la mención a fin de que corrija dicha anomalía.		
	12. Los responsables de las inserciones en la estación de radio, verificará el error y corregirá dicha anomalía.		
	13. En caso de que haya sido entrevista, el Responsable de Monitoreo realizará la grabación de dicha entrevista		

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Monitoreo de prensa	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
			X		
Subproceso:	Televisión				
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Responsable de Monitoreo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Verificar que la presentación de los spots en los programas o espacios televisivos sean de acuerdo a los horarios y espacios contratados.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					

<ol style="list-style-type: none"> 1. El Director de Comunicación a través del responsable de Monitoreo será el responsable de verificar que las inserciones se hayan realizado de acuerdo a lo contratado. 2. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo será el responsable de la elaboración de textos o menciones para los programas no contratados. 3. El Responsable de Monitoreo será el responsable de enviar la información adecuada a cada uno de los responsables de las inserciones en los programas televisivos. 4. Las inserciones en los medios televisivos deberán estar autorizados por el Director General. 5. El Responsable de Monitoreo será el encargado de realizar la grabación de todos los programas en vivo, entrevistas y spots realizados.
Resultados esperados:
Informar en tiempo y forma a través de televisión al público en general de las actividades y eventos de Fiestas de Octubre.
Indicador de éxito:
Inserción de spots televisivos en los programas contratados.

Procedimiento	Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
<p>9.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Director de Comunicación proporcionará la información necesaria (pauta publicitaria) al Responsable de Monitoreo relativa a la cantidad de espacios contratados en los medios televisivos, los horarios y los canales en los que aparecerán los spots. 2. El Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo elaborará las menciones para diversos programas (los que no hayan sido contratados). 3. El Responsable de Monitoreo lo presenta al Director de Comunicación para su revisión. 4. El Director de Comunicación los presenta al Director General para su autorización. En caso de que sea autorizado, el Director de Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo para su envío correspondiente. 5. En caso de que no sea autorizado, el Director General regresará el spot al Director de Comunicación para su modificación. 6. El Director de Comunicación hace entrega al Responsable de Monitoreo los spots para su modificación. Una vez modificado el Responsable de Monitoreo hace entrega de los spots al Director de Comunicación para su validación. 7. El Director de Comunicación presenta al Director General los spots, para su autorización. El Director General autoriza los spots. 8. Una vez que son autorizados los spots, el Director de Comunicación a través del Responsable de Monitoreo envía a través de correo electrónico las pautas publicitarias a los encargados de las inserciones en los canales televisivos contratados y otros. 9. El Responsable de Monitoreo confirma con el responsable de las inserciones, la versión a pautar en dicho día y horario. 10. El Responsable de Monitoreo a través de la sintonización de los canales o programas a los que les fue entregado el spot, revisa que efectivamente se encuentra la inserción correspondiente de acuerdo a lo pactado (horario, canal y mención correcta). 11. El Responsable de Monitoreo realiza la grabación de la mención del spot. En caso de que no haya sucedido en el horario pactado o la mención haya sido equivocada, el Responsable de Monitoreo se comunicará con el responsable de realizar la mención a fin de que corrija dicha anomalía. 12. Los responsables de las inserciones en los canales o programas, verificará el error y corregirá dicha anomalía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Responsable de Monitoreo • Diversos programas 	<ul style="list-style-type: none"> • Spot publicitario televisivo • Menciones (textos)

	13. En caso de que haya sido entrevista, el Responsable de Monitoreo realizará la grabación de dicha entrevista		
--	---	--	--

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Memoria fílmica	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Contar con un amplio acervo fílmico fehaciente de las actividades más importantes desarrolladas durante cada edición de Fiestas de Octubre.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
<div>1. La Dirección de Comunicación será la responsable de entregar un calendario de actividades a la persona encargada de realizar la filmación.</div> <div>2. En caso de haber cambios en el calendario de actividades, el Director de Comunicación será el responsable de informarle a la persona encargada de realizar la filmación con 5 horas de anticipación al evento.</div> <div>3. El responsable de la filmación deberá entregar todas las filmaciones individuales realizadas.</div> <div>4. La elaboración de los videos finales de 30 y 15 minutos, se realizarán en base a la selección de grabaciones por parte del Director General y del Director de Comunicación.</div>					
Resultados esperados:					
Contar con el mayor número de memorias fílmicas relacionadas a los diferentes eventos realizados en Fiestas de Octubre.					
Indicador de éxito:					
Contar con las memorias fílmicas.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
10	1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo investigan por Internet, sección amarilla o cualquier medio que brinde información relativa a personas que se dediquen a realizar filmaciones de eventos.	<ul style="list-style-type: none"> Director de Comunicación Asistente Administrativo Coordinador de Proyectos Especiales Director General Contabilidad Proveedor del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Grabaciones Cheque Factura Contrato Cotización
	2. Una vez que el Asistente Administrativo identifica y selecciona a las personas que considere adecuadas, les llamará por teléfono a fin de solicitar una cotización.		
	3. Una vez recibidas las cotizaciones, el Asistente Administrativo seleccionará las mejores cotizaciones a fin de presentárselas al Director de Comunicación.		
	4. El Director de Comunicación verificará las cotizaciones y concretará citas con ellos a fin de valorar el trabajo que realizan.		
	5. El Director de Comunicación asiste a las citas a fin de verificar el tipo de material que utilizan, la calidad de las grabaciones y establecer costos reales.		
	6. Una vez que el Director de Comunicación valora los trabajos realizados por las personas a contratar, elige la mejor opción.		

7. El Director de Comunicación presentará la propuesta al Director General para su autorización.		
8. El Director General autoriza.		
9. El Director de Comunicación a través del Coordinador de Proyectos Especiales elaborará el contrato correspondiente.		
10. Una vez que el contrato se encuentra elaborado, el Coordinador de Proyectos Especiales entregará los contratos al Director de Comunicación a fin de recabar las firmas correspondientes.		
11. El proveedor encargado de realizar la filmación de los espectáculos en foro principal, algunos eventos en Festival Cultural y demás eventos derivados de Fiestas de Octubre, realizará la edición de las memorias fílmicas.		
12. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará un oficio dirigido al área de Contabilidad (previamente autorizado por el Director General) la expedición del cheque correspondiente al trabajo realizado.		
13. Una vez elaboradas (memorias fílmicas), serán entregadas al Director de Comunicación. El Director de Comunicación enviará al proveedor del servicio al área de Contabilidad para recoger su cheque. A cambio del cheque el proveedor entregará la factura correspondiente.		
14. El Director de Comunicación resguardará las memorias fílmicas, las cuales serán utilizadas para el desarrollo del Informe Anual de Actividades del PFO		

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Memoria fotográfica	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Contar con un amplio acervo fotográfico fehaciente de las actividades más importantes desarrolladas durante cada edición de Fiestas de Octubre.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
1. La Dirección de Comunicación será la responsable de entregar un calendario de actividades a la persona encargada de fotografiar los eventos. 2. En caso de haber cambios en el calendario de actividades, el Director de Comunicación será el responsable de informarle a la persona encargada de fotografiar el evento con 5 horas de anticipación. 3. El fotógrafo deberá entregar todas las fotografías individuales realizadas. 4. La elaboración de los videos finales de 30 y 15 minutos, se realizarán en base a la selección de fotografías por parte del Director General y del Director de Comunicación.					
Resultados esperados:					
Contar con el mayor número de memorias fotográficas relacionadas a los diferentes eventos realizados en Fiestas de Octubre.					

Indicador de éxito:
Contar con las memorias fotográficas.

Procedimiento	Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
11 <ol style="list-style-type: none"> 1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo investigan por Internet, sección amarilla o cualquier medio que brinde información relativa a fotógrafos de eventos. 2. Una vez que el Asistente Administrativo identifica y selecciona a las personas que considere adecuadas, les llamará por teléfono a fin de solicitar una cotización. 3. Una vez recibidas las cotizaciones, el Asistente Administrativo seleccionará las mejores cotizaciones a fin de presentárselas al Director de Comunicación. 4. El Director de Comunicación verificará las cotizaciones y concretará citas con ellos a fin de valorar el trabajo que realizan. 5. El Director de Comunicación asiste a las citas a fin de verificar el tipo de material que utilizan, la calidad de las fotografías y establecer costos reales. 6. Una vez que el Director de Comunicación valora los trabajos realizados por las personas a contratar, elige la mejor opción. 7. El Director de Comunicación presentará la propuesta al Director General para su autorización. 8. El Director General autoriza. 9. El Director de Comunicación a través del Coordinador de Proyectos Especiales elaborará el contrato correspondiente. 10. Una vez que el contrato se encuentra elaborado, el Coordinador de Proyectos Especiales entregará los contratos al Director de Comunicación a fin de recabar las firmas correspondientes. 11. El fotógrafo tomará fotografías de los espectáculos en foro principal, algunos eventos en Festival Cultural y demás eventos derivados de Fiestas de Octubre. 12. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo elaborará un oficio dirigido al área de Contabilidad (previamente autorizado por el Director General) la expedición del cheque correspondiente al trabajo realizado. 13. Una vez elaboradas (memorias fotográficas), serán entregadas al Director de Comunicación. El Director de Comunicación enviará al proveedor del servicio al área de Contabilidad para recoger su cheque. A cambio del cheque el proveedor entregará la factura correspondiente. 14. El Director de Comunicación resguardará las memorias fotográficas, las cuales serán utilizadas para el desarrollo del Informe Anual de Actividades del PFO 	<ul style="list-style-type: none"> • Director de Comunicación • Asistente Administrativo • Coordinador de Proyectos Especiales • Director General • Contabilidad • Proveedor del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Grabaciones • Cheque • Factura • Contrato • Cotización

Glosario:

Observaciones

		Frecuencia			
Proceso:	Elaboración del periódico mural de Fiestas de Octubre	Ocas.	Diario	Sem.	Men.
					X
Subproceso:					
Responsable del proceso:	Director de Comunicación y Asistente Administrativo				
Objetivo del proceso y/o subproceso:					
Presentar e informar de aspectos generales a los trabajadores del organismo.					
Políticas del proceso y/o subproceso:					
1. La Dirección de Comunicación será la responsable de elaborar el periódico mural. 2. La publicación del periódico mural deberá estar autorizado por el Director General. 3. El diseño del periódico mural es responsabilidad de la Coordinación de Diseño.					
Resultados esperados:					
Que el personal se encuentre identificado con algunos de los aspectos presentados o fomentar alguna actividad entre los trabajadores.					
Indicador de éxito:					
Personal informado.					

Procedimiento		Colaboración de otras áreas	Documentación necesaria
12	1. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo investiga en Internet, periódicos, revistas y demás artículos informativos, información relativa a uno o varios temas de importancia y efemérides.	<ul style="list-style-type: none"> • Director General • Director de Comunicación • Coordinador de Diseño Gráfico • Asistente Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Información relativa a temas generales • Efemérides • Listado de personal que cumple años • Entrevista y texto de la semblanza • Entrevista y texto de reseña • Imágenes • Fotografías
	2. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo solicita al área de Coordinación de Desarrollo Organizacional y Humano una relación de trabajadores que cumplen años en el mes que es publicado el periódico mural.		
	3. El Director de Comunicación determina la persona a la cual se le realizará la semblanza en el periódico mural.		
	4. El Asistente Administrativo realiza la entrevista con la persona designada por el director del área, a fin de obtener información relevante a su vida.		
	5. Una vez realizada la entrevista se realiza la redacción del texto de la semblanza a fin de verificar que la información escrita refleje adecuadamente la vida de la persona.		
	6. El Asistente Administrativo presenta el texto al Director de Comunicación para su revisión. El Director de Comunicación revisa el texto y realiza las modificaciones que considere pertinentes.		
	7. El Asistente Administrativo realiza las modificaciones y de nueva cuenta es entregado al director del área para su revisión. El Director de Comunicación valida el texto.		
	8. Una vez que se tenga la semblanza del mes, el Director de Comunicación menciona cual o cuales serán las áreas que aparezcan dentro de la reseña mensual.		
	9. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo realizará una entrevista con el o titulares de área que serán objeto de reseña mensual a fin de obtener información relativa al funcionamiento del área.		
	10. El Asistente Administrativo realiza el texto de la reseña y presenta al director del área para su revisión.		

11. El Director de Comunicación revisa el texto, y señala las modificaciones que considere pertinentes.		
12. El Asistente Administrativo realiza las modificaciones y de nueva cuenta presenta ante el director para su revisión. El Director de Comunicación lo validará.		
13. Una vez que el Director de Comunicación tiene los textos, imágenes y fotografías a publicar en el periódico mural, el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo enviará por oficio la información al Coordinador de Diseño Gráfico a fin de que realice el diseño del periódico.		
14. El Coordinador de Diseño Gráfico coloca las imágenes, textos y fotografías en el diseño predeterminado con anterioridad; le dará el orden adecuado a fin de que la información aparezca en orden. Una vez que este terminado el formato del periódico mural lo enviará al Director de Comunicación para su revisión.		
15. El Director de Comunicación realiza la revisión y modifica lo que crea conveniente.		
16. Una vez realizadas las modificaciones el Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo enviará el formato con las modificaciones señaladas.		
17. El Coordinador de Diseño Gráfico, realiza las modificaciones pertinentes y entrega al Director de Comunicación.		
18. El Director de Comunicación presenta ante el Director General el diseño para su autorización.		
19. El Director General revisa y realiza las modificaciones que considere pertinentes. El Director de Comunicación entrega el diseño al Coordinador de Diseño Gráfico para su modificación.		
20. Una vez realizadas las modificaciones, el Director de Comunicación entrega del diseño al Director General para su autorización. El Director General autoriza.		
21. El Director de Comunicación entrega al Coordinador de Diseño Gráfico el diseño autorizado a fin de elaborarlo en el formato adecuado (papel, calidad de impresión, entre otros aspectos).		
22. El Director de Comunicación a través del Asistente Administrativo realiza la colocación del periódico mural		

Glosario:

--

Observaciones

--

Elaborado por:	Revisado por:	Validado por:	Autorizado por:
	Coordinador de DO y H	Titular del área	Director Administrativo
			Director General

Fecha de elaboración	No. de revisiones