



Comisión Estatal del Agua de Jalisco / actualización: noviembre de 2012

manual de
procesos
versión 2.0



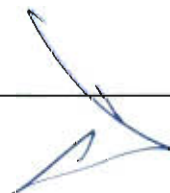


Dirección de
Comunicación
Institucional

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL

ELABORÓ:	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
FECHA DE ELABORACIÓN:	ENERO DE 2009
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	NOVIEMBRE DE 2012
CÓDIGO:	DCI-MP-002

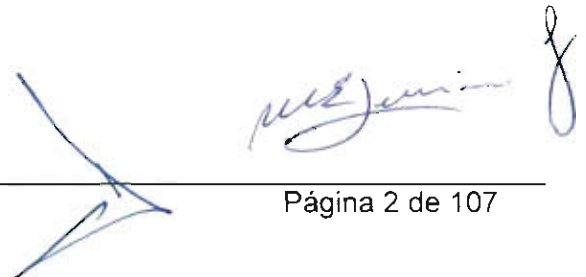
CONTROL DE REVISIONES Y CAMBIOS

NO. DE REVISIÓN	FECHA DE REVISIÓN Y CAMBIO	RESPONSABLE DEL CAMBIO	CAMBIO REALIZADO	VERSIÓN
0	ENERO 2009	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	MANUAL DE NUEVA CREACIÓN AUTORIZADO Y PUBLICADO.	1.0
1	NOVIEMBRE 2012	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	SE ACTUALIZARON SUBPROCESOS Y SE ELABORARON FLUJOGRAMAS POR PUESTO. SE AGREGO EL SUBPROCESO DEL CONSEJO EDITORIAL EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN. SE AGREGO A LA HOJA DE FIRMAS AL CONTRALOR INTERNO PARA VALIDACIÓN DE MANUAL.	2.0

1. ÍNDICE

CONTROL DE REVISIONES Y CAMBIOS.	1
1. ÍNDICE.	2
2. PRESENTACIÓN.	3
3. OBJETIVOS DEL MANUAL.	4
4. RUMBO DE LA CEA.	5
5. INVENTARIO GENERAL DE LOS PROCESOS Y SUBPROCESOS.	6
6. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS, SUBPROCESOS Y PROCEDIMIENTOS.	7
7. GLOSARIO.	100
8. ANEXOS.	102
9. ELABORACIÓN, APROBACIÓN, DICTAMINACIÓN, VALIDACIÓN Y AUTORIZACIÓN.	106



2. PRESENTACIÓN

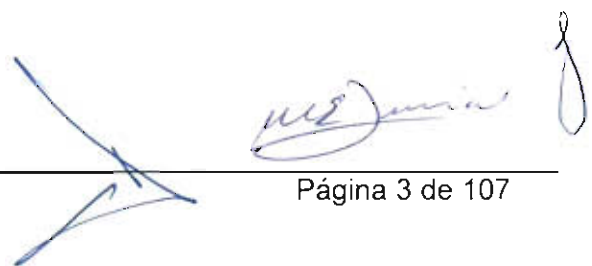
Es responsabilidad del titular de cada unidad administrativa la expedición de los manuales de organización, procedimientos y servicios, se emite éste manual de procesos el cual es un instrumento que facilita la descripción clara de los procesos sustantivos que proporciona la **Dirección de Comunicación Institucional**.

Este manual facilita la identificación de los elementos básicos de los procesos; especifica los procedimientos que lo integran; los insumos; los clientes o usuarios de los servicios o productos; los responsables del proceso; la normatividad; así como los indicadores de éxito que determinan si el resultado de la dependencia está o no cumpliendo con los estándares de calidad especificados.

El Manual de Procesos de la **Dirección de Comunicación Institucional**, será de gran utilidad ya que permitirá:

- Estandarizar los criterios de operación
- Evitar duplicidad de funciones
- Asegurar la continuidad y coherencia en los procedimientos
- Servir como medio de capacitación para el personal de nuevo ingreso

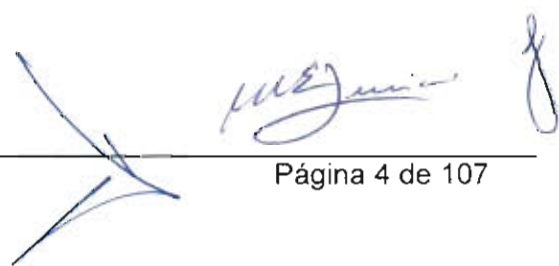
El presente Manual quedará al resguardo de la **Dirección de Comunicación Institucional**. Las revisiones y actualizaciones se harán anualmente.



3. OBJETIVOS DEL MANUAL

El Manual de Procesos en su calidad de instrumento administrativo, tiene los siguientes objetivos:

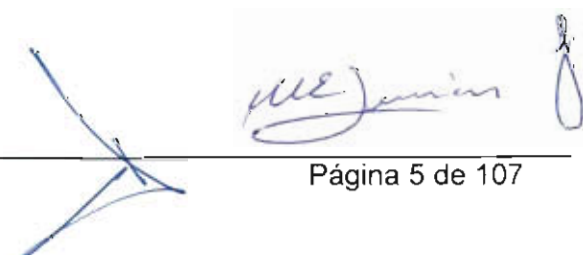
- Describir los procesos sustantivos de las dependencias especificando los procedimientos que lo conforman.
- Extractar de forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones que se desarrollan en los procesos y los diferentes procedimientos que lo integran.
- Delimitar las responsabilidades operativas para la ejecución, control y evaluación del proceso.
- Definir los estándares de calidad de los procesos de trabajo.
- Establecer las políticas y lineamientos generales que deberán observarse en el desarrollo de los procesos.
- Apoyar en la inducción, adiestramiento y capacitación del personal responsable de los procesos.



4. RUMBO DE LA CEA

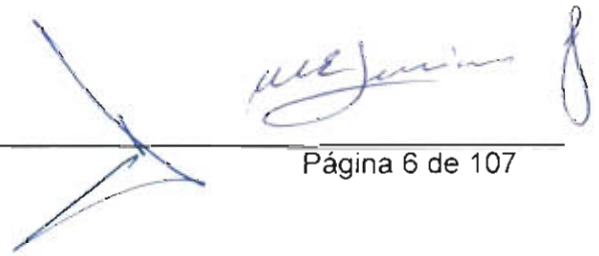
Para el Gobierno de Jalisco, la gestión del agua es una prioridad fundamental y para la Comisión Estatal del Agua de Jalisco (CEA) es su razón de ser, lo que exigió la atención de todos los frentes en la búsqueda de una gestión integrada orientada a conseguir el bienestar de los habitantes del estado y garantizar la sustentabilidad de recursos en cantidad y calidad. Así como impulsar la formación de Organismos Operadores autosuficientes, para los servicios de agua potable, alcantarillado y saneamiento en todos los municipios del estado así como fortalecer y eficientar los servicios para toda la población incluyendo la rural y la de menores recursos económicos. La presente administración se ha planteado los siguientes objetivos 2007- 2013.

1. Ampliar la cobertura del servicio de agua potable.
2. Ampliar la cobertura del servicio de alcantarillado.
3. Ampliar la cobertura de saneamiento en el Estado e implementar la reutilización de agua residual tratada.
4. Crear, desarrollar, fortalecer y consolidar Organismos Operadores de los servicios de agua y saneamiento.
5. Formular, evaluar y actualizar la planeación y programación hídrica.
6. Promover una cultura del agua orientada a reconocer el valor económico, social y ambiental de la misma.
7. Tener una estructura laboral tecnológicamente preparada, con una cultura organizacional enfocada a resultados, observando la normatividad.



5. INVENTARIO GENERAL DE LOS PROCESOS Y SUBPROCESOS

PROCESO SUSTANTIVO	SUBPROCESO
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
1. Mercadotecnia	01. Mercadotecnia Social.
2. Comunicación	01. Consejo Editorial. 02. Análisis Periodístico. 03. Comunicación Interna. 04. Contratación de Medios de Comunicación. 05. Eventos Institucionales. 06. Coordinación de Entrevistas. 07. Síntesis Informativa. 08. Ruedas de Prensa. 09. Giras de Trabajo.
3. Diseño e Imagen	01. Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos. 02. Diseño Interno y Externo.



6. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS, SUBPROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

MERCADOTECNIA

Fecha de actualización: Noviembre de 2012

Normatividad.

1) Fundamentos legales.

- ❖ Manual de Identidad Gráfica de la CEA.

2) Políticas Generales.

1. La Jefatura de Mercadotecnia deberá establecer las políticas y lineamientos referentes a la mercadotecnia social con la cual podrán llevarse a cabo los proyectos que desarrollen desde su concepción hasta su ejecución.
2. Es responsabilidad de la Dirección de Comunicación Institucional a través de la Jefatura de Mercadotecnia analizar los proyectos medulares de la institución, orientados por el Director General, e intervenir en los que requieran el apoyo de una estrategia de mercadotecnia social.
3. Todas las campañas referentes a la CEA deberán ser autorizadas por la Dirección de Comunicación Institucional a través de la Jefatura de Mercadotecnia, y en algunos casos por la Dirección General.

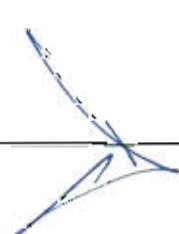
INVENTARIO DEL PROCESO: SUBPROCESOS Y PROCEDIMIENTOS.

SUBPROCESO	PROCEDIMIENTOS
1. Mercadotecnia Social.	<ol style="list-style-type: none">1. Análisis de Áreas de Oportunidad.2. Investigación de Mercado (s).3. Selección de Estrategias de Mercadotecnia Social.4. Formulación del o los Programa (s) de Acción.5. Ejecución del o los Programa (s) de Acción.6. Evaluación del o los Programa (s) de Acción.

DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

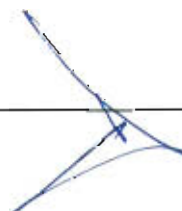
NOMBRE DEL PROCESO:	Mercadotecnia.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Mercadotecnia Social.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección General, Direcciones de Área, Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Mercadotecnia, Personal de la CEA, Proveedores, Ciudadanía, Instituciones Públicas y Privadas.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Incrementar la participación social a través de la difusión de ideas desarrollando vínculos sostenibles de valor agregado.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Para realizar una campaña de difusión se deberá contar con la validación del enfoque mercadológico. 2. Es responsabilidad del Auxiliar de Mercadotecnia integrar el expediente, clasificar y mantener la información actualizada de cada una de las etapas del proyecto. 3. Todo proyecto de la Jefatura de Mercadotecnia deberá ser presentado a los integrantes de la Dirección de Comunicación Institucional una vez autorizado por el Director de la misma. 4. Es responsabilidad de la Jefatura de Mercadotecnia revisar diariamente el análisis o síntesis informativa, que arrojen las tendencias mediáticas de la institución. 5. La Dirección de Comunicación Institucional en coordinación con la Jefatura de Mercadotecnia deberán analizar los proyectos de comunicación medulares de la institución y emitir los lineamientos mercadológicos. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Lograr el posicionamiento de la Institución a través de la participación social.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • No. de participantes involucrados en las campañas • No. de personas que identifiquen a la Institución por campaña o proyecto • No. de proyectos con Mercadotecnia Social. • Nivel de posicionamiento de la institución. (Share of mind y Top of mind) 	





DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:

- Anteproyectos de las áreas.
- Notas informativas de los medios de comunicación.
- Redes sociales
- Movimientos de participación social. (Estrategias documentadas)



2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Mercadotecnia.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Mercadotecnia Social.
GERENCIA RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

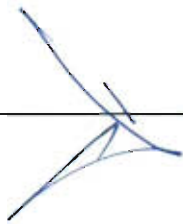
NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
ANÁLISIS DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD		
1	Recibe del Director General o Directores de Área petición de aplicar la mercadotecnia social sobre una necesidad planteada o identifica la necesidad por medio de la ciudadanía y/o medios de comunicación.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
2	Solicita al Jefe de Mercadotecnia análisis situacional de la necesidad planteada o identificada.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
3	Recibe petición y solicita al Auxiliar de Mercadotecnia apoyo para la búsqueda y recopilación de información.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
4	Realiza búsqueda y recopilación de información y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
5	Recibe, realiza análisis situacional referente al sector, institución, servicios (programas), usuarios (mercado), estrategias de comunicación, factores medioambientales, la legislación y todos los elementos que se requieran considerar según la necesidad en coordinación del Auxiliar de Mercadotecnia.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
6	Identifica áreas de oportunidad y elabora diagnóstico para la factibilidad en la formulación de proyectos, acorde a los objetivos institucionales.	
7	Presenta diagnóstico y entrega al Director de Comunicación Institucional.	
8	Recibe, emite opinión y evalúa si requiere profundizar en la información.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
	¿Requiere profundizar?	
9	Si requiere profundizar, solicita al Jefe de Mercadotecnia complemente la información.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
10	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia la búsqueda de la información requerida.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia

11	Realiza búsqueda de información y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
12	Recibe, depura información, complementa diagnóstico, presenta al Director de Comunicación Institucional. Regresa a la actividad No. 8	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
13	Si no requiere profundizar, solicita al Jefe de Mercadotecnia elabore escenarios a partir de los entornos del marketing.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
14	Elabora escenarios a partir de los entornos del marketing y presenta al Director de Comunicación Institucional.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
15	Recibe, analiza información y en coordinación con el Jefe de Mercadotecnia determina el alcance, necesidades y objetivos de la investigación.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
16	Instruye al Jefe de Mercadotecnia para que lleve a cabo la investigación de mercado (s).	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
INVESTIGACIÓN DE MERCADO (S)		
17	Identifica la información que requiere el estudio de mercado y determina las fuentes a las que se necesita acceder.	
18	Define la metodología de investigación, técnicas y elabora el instrumento para la recolección de información.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
19	Presenta vitrina metodológica al Director de Comunicación Institucional para su validación y aprobación.	
20	Recibe, evalúa y define si valida y aprueba.	
	¿Valida y aprueba?	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
21	Si no valida o aprueba, solicita al Jefe de Mercadotecnia modificaciones o profundizar en la investigación de los temas con potencial o mayor injerencia para la institución.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
22	Adecua el alcance del proyecto, traza los objetivos de investigación y prepara la metodología. Regresa a la actividad No. 19	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
23	Si valida y aprueba, solicita al Jefe de Mercadotecnia continúe con la investigación de mercados.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
24	Gestiona las fuentes de información y analiza si requiere contratar la investigación de mercado.	
	¿Requiere contratar?	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
25	Si requiere contratar, solicita el servicio al área de Adquisiciones de acuerdo a la normatividad aplicable.	

26	Recibe solicitud, realiza contratación e informa al Jefe de Mercadotecnia del proveedor asignado.	Jefe de Adquisiciones Jefatura de Adquisiciones
27	Contacta al proveedor y da seguimiento a la investigación de mercado de acuerdo a lo contratado.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
28	Recibe informe final y verifica la veracidad de la información de acuerdo a lo contratado. ¿Información veraz?	
29	Si la información no es veraz, solicita al proveedor realice las correcciones necesarias de acuerdo a lo contratado.	
30	Realiza las correcciones solicitadas de acuerdo a lo contratado y entrega al Jefe de Mercadotecnia. Regresa a la actividad No. 28	Proveedor
31	Si la información es veraz, autoriza informe, recaba firma del Director de Comunicación Institucional en factura original.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
32	Envía factura original a la Jefatura de Adquisiciones y recaba acuse de recibo. Continúa en la actividad No. 36	
33	Si no requiere contratar, solicita al Auxiliar de Mercadotecnia llevar a cabo la Investigación de Mercado.	
34	Investiga, recaba la información y presenta primer análisis al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
35	Recibe análisis, depura, analiza y elabora informe de resultados.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
36	Presenta informe de resultados de la investigación de mercado al Director de Comunicación Institucional.	
37	Recibe, analiza información, emite comentarios y define si se requiere continuar con el proyecto. ¿Requiere continuar con el proyecto?	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
38	Si no se requiere continuar con el proyecto, informa al Jefe de Mercadotecnia.	
39	Recibe notificación y archiva información generada en el proceso. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
40	Si requiere continuar con el proyecto, instruye al Jefe de Mercadotecnia para que lleve a cabo la selección de estrategias de mercadotecnia.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA SOCIAL		
41	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia recabe información, materiales de apoyo y elabore reporte con el marco contextual.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia

42	Elabora informe con el marco contextual, revisa la bibliografía, recaba materiales de apoyo y presenta al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
43	Verifica en conjunto con el Auxiliar de Mercadotecnia los documentos recabados, la vigencia y autenticidad de la información.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
44	Elabora las matrices de evaluación de factores externos (EFE), internos (EFI) y la matriz del perfil Institucional.	
45	Estudia las opciones, resume la información básica para la selección de estrategias y evalúa.	
46	Selecciona la estrategia, evalúa y prepara los argumentos.	
47	Realiza presentación y entrega reporte al Director de Comunicación Institucional.	
48	Recibe el reporte, analiza la información, emite opinión sobre la estrategia y aporta elementos.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
49	Analiza si autoriza la ejecución de la estrategia.	
	¿Autoriza?	
50	Si no autoriza, solicita al Jefe de Mercadotecnia realice los ajustes necesarios o modificación de estrategia.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
51	Realiza los ajustes necesarios o modificación de estrategia. Regresa a la actividad No. 47	
52	Si autoriza, solicita al Jefe de Mercadotecnia, calendario y manuales de supervisión.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
53	Elabora calendario y manuales de supervisión y entrega al Director de Comunicación Institucional.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
54	Recibe e instruye al Jefe de Mercadotecnia para que formule el o los programa (s) de acción.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
FORMULACIÓN DEL O LOS PROGRAMA (S) DE ACCIÓN		
55	Diseña plan estratégico de marketing.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
56	Detalla los elementos del plan, las ventajas e inconvenientes a tomar en consideración.	
57	Define el proceso, la estructura para el desarrollo del plan estratégico y elabora el o los programa (s) de acción.	
58	Presenta el o los programa (s) de acción al Director de Comunicación Institucional.	

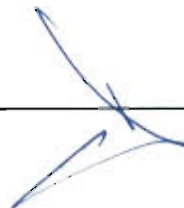
59	Recibe programa de acción y verifica si requiere ajustes o modificaciones.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
	¿Requiere ajustes o modificaciones?	
60	Si requiere ajustes o modificaciones, solicita al Jefe de Mercadotecnia realice los ajustes necesarios.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
61	Realiza los ajustes o modificaciones al o los programa (s) de acción y regresa a la actividad No. 58	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
62	Si no requiere ajustes o modificaciones solicita al Jefe de Mercadotecnia presentar a los integrantes de la Dirección de Comunicación Institucional.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
63	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia convocar a reunión a los integrantes de la Dirección para la presentación del o los programa (s) de acción.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
64	Convoca a reunión a la Dirección de Comunicación Institucional y/o áreas externas involucradas para la presentación del o los programa (s) de acción.	Área involucrada
65	Prepara los materiales de trabajo para los participantes en la reunión e informa al Jefe de Mercadotecnia.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
66	Lleva a cabo la reunión, presenta programa (s) de acción, explica el modelo de ejecución estratégica y su participación en el proyecto.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
67	Solicita a las áreas involucradas elaboren su plan de trabajo de acuerdo al objetivo planteado.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
68	Elabora plan de trabajo de acuerdo a su participación en el o los programa (s) de acción y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
69	Recibe y analiza si requiere ajustes de acuerdo al programa de acción.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
	¿Requiere ajustes?	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
70	Si requiere ajustes, regresa al área responsable y solicita realice los ajustes necesarios.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
71	Recibe, realiza ajustes al plan y entrega al Jefe de Mercadotecnia. Regresa a la actividad No. 69	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
72	Si no requiere ajustes, integra propuestas, elabora plan estratégico y presenta al Director de Comunicación Institucional.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
73	Recibe, analiza si requiere modificaciones o complementar la información del Plan Estratégico.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
	¿Requiere modificar o complementar?	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional





74	Si requiere modificar o complementar, solicita al Jefe de Mercadotecnia realice las modificaciones necesarias.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
75	Realiza las modificaciones o complementa información en el Plan Estratégico y presenta al Director de Comunicación Institucional. Regresa a la actividad No. 73	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
76	Si no requiere modificar o complementar, autoriza el Plan Estratégico e instruye al Jefe de Mercadotecnia para la ejecución del o los programa (s) de acción.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
EJECUCIÓN DEL O LOS PROGRAMA (S) DE ACCIÓN		
77	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia prepare los requerimientos técnicos necesarios para implementar el o los programa (s) de acción.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
78	Prepara los requerimientos técnicos para la ejecución del o los programa (s) de acción documenta la participación de las áreas involucradas y realiza reporte diario.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
79	Presenta al Jefe de Mercadotecnia los requerimientos técnicos para la ejecución del o los programa(s) de acción.	
80	Analiza si requiere contratar proveedor externo para la ejecución de las acciones ¿Requiere proveedor externo?	
81	Si no requiere contratar proveedor externo continúa en la actividad No. 105	
82	Si requiere contratar proveedor externo solicita al Auxiliar de Mercadotecnia inicie el proceso de contratación de proveedores de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Manual de Políticas y Lineamientos de Adquisiciones y Enajenaciones de la CEA.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
83	Realiza la selección de proveedores, contacta y cita a los proveedores seleccionados de acuerdo a los lineamientos establecidos.	
84	Presenta a los proveedores seleccionados el proyecto y solicita cotizaciones, en coordinación de la Jefatura de Adquisiciones.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
85	Recibe cotizaciones, elabora informe y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	
86	Recibe, asigna proveedor de acuerdo a los requerimientos en coordinación con la Jefatura de Adquisiciones.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia

87	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia contacte proveedor.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
88	Contacta proveedor en coordinación con la Jefatura de Adquisiciones, solicita muestras, prototipos de los materiales y/o servicios para la ejecución de las acciones.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
89	Entrega al Auxiliar de Mercadotecnia muestras, prototipos de los materiales y/o propuesta de servicios para la ejecución de las acciones.	Proveedor
90	Recibe y presenta al Jefe de Mercadotecnia para su validación.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
91	Recibe y revisa si está de acuerdo con lo solicitado.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
	¿De acuerdo?	
92	Si no está de acuerdo, solicita al Auxiliar de Mercadotecnia se realicen los ajustes o modificaciones.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
93	Recibe y solicita al Proveedor realice los ajustes o modificaciones necesarias.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
94	Realiza los ajustes o modificaciones necesarias y regresa a la actividad No. 90	Proveedor
95	Si está de acuerdo, valida y solicita al Auxiliar de Mercadotecnia se ejecute la orden de producción y/o se realice el servicio, y da seguimiento.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
96	Solicita al Proveedor ejecute la orden de producción y/o realice el servicio, e informa al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
97	Ejecuta la orden de producción y/o realiza servicio y entrega o informa al Auxiliar de Mercadotecnia.	Proveedor
98	Recibe producción o servicio solicitado y verifica contra factura si es correcto.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
	¿Es correcto?	
99	Si no es correcto solicita al proveedor los ajustes o corrección.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
100	Realiza los ajustes solicitados y entrega al Auxiliar de Mercadotecnia. Regresa a la actividad No. 98.	Proveedor
101	Si es correcto, recibe factura y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
102	Recibe factura y solicita a la Secretaria de Dirección realice los trámites de pago al proveedor correspondientes de acuerdo al Manual Políticas y Lineamientos de Adquisiciones y Enajenaciones de la CEA.	Secretaria de Dirección Dirección de Comunicación Institucional



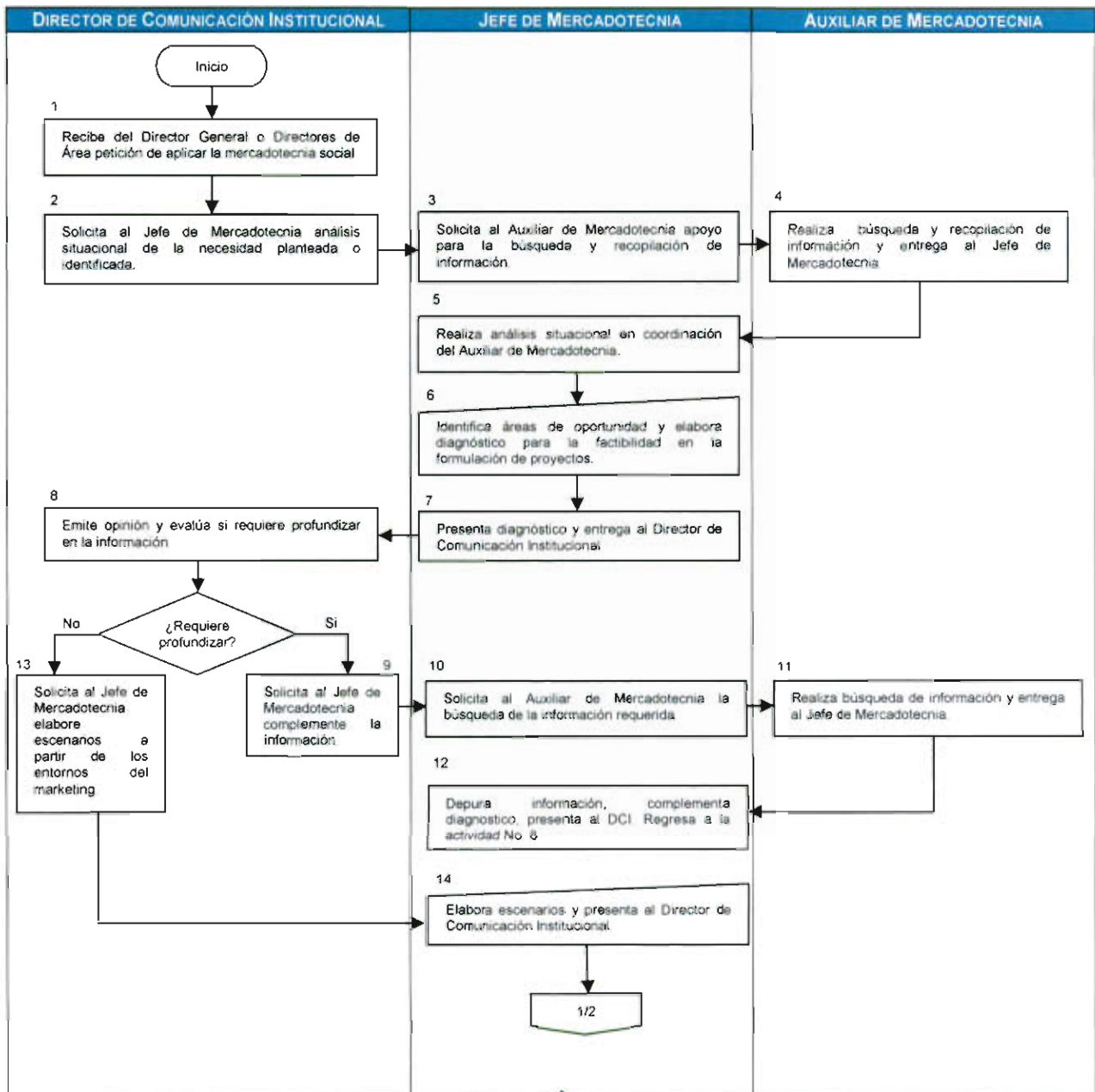


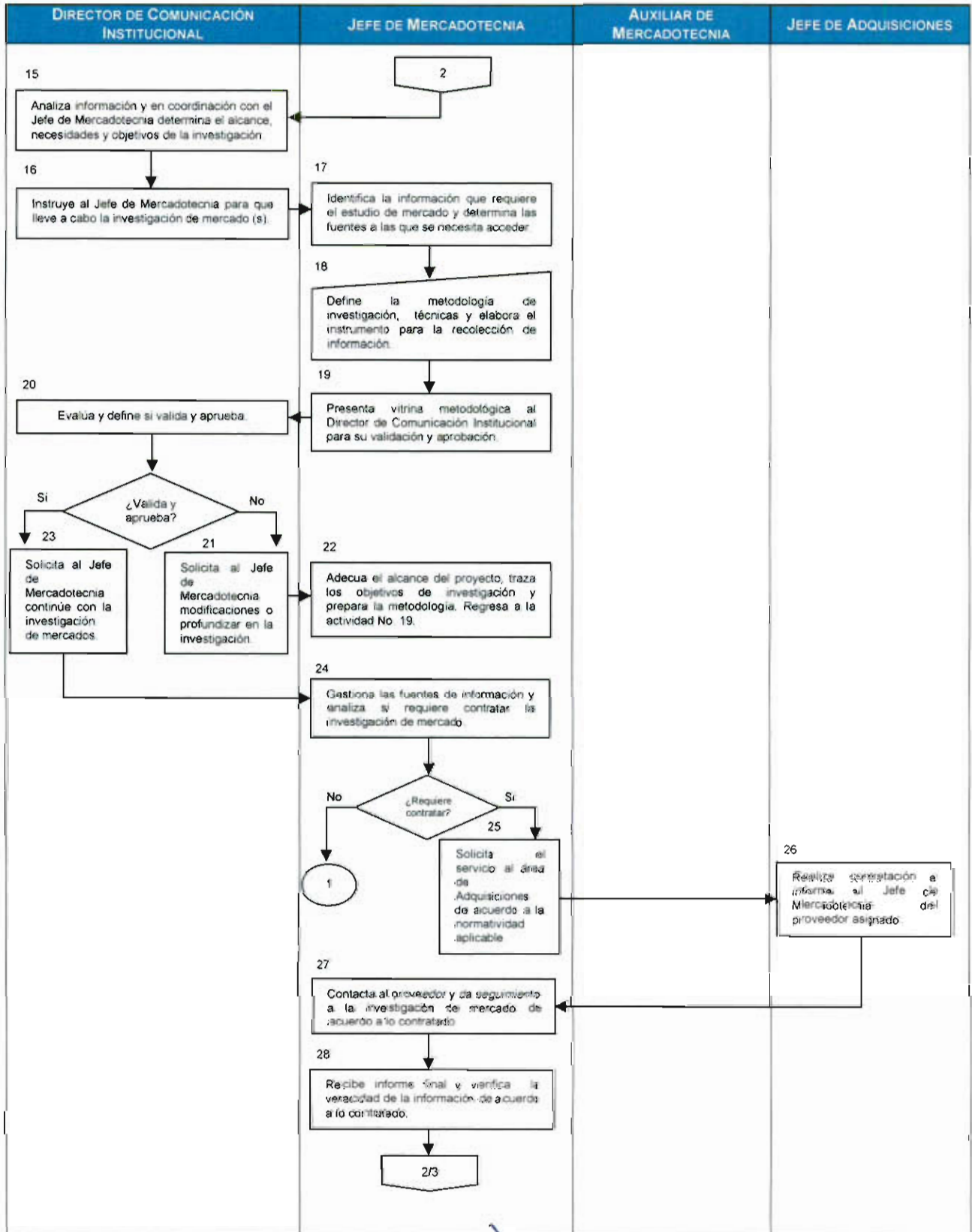
103	Realiza el trámite de pago de la factura y notifica al Jefe de Mercadotecnia del trámite realizado y entrega copia de la documentación del trámite.	Secretaria de Dirección Dirección de Comunicación Institucional
104	Recibe y archiva en la carpeta correspondiente. Continúa en la actividad No. 111	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
105	Si no requiere proveedor externo, instruye al Auxiliar de Mercadotecnia lleve a cabo la logística para la capacitación.	
106	Recibe instrucción, prepara materiales y lleva a cabo la logística para la capacitación e informa al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
107	Capacita al personal asignado en las acciones específicas del o los programa (s).	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
108	Coordina la implementación de las acciones e informa al Director de Comunicación Institucional.	
109	Supervisa, da seguimiento a la operación de las tácticas, soluciona imprevistos y gestiona información.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
110	Solicita al Jefe de Mercadotecnia elabore informe de resultados	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
111	Elabora informe de resultados y convoca a reunión	
112	Presenta informe de resultados y entrega impreso al Director de Comunicación Institucional.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
113	Recibe información, analiza, evalúa, emite postura y verifica hay observaciones y/o modificaciones. ¿Observaciones y/o modificaciones?	
114	Si hay observaciones y/o modificaciones las comenta con el Jefe de Mercadotecnia y/o le solicita hacer las modificaciones	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
115	Recibe observaciones y/o realiza las modificaciones y entrega información al Director de Comunicación Institucional. Regresa a la actividad No. 113.	
116	Si no hay observaciones y/o modificaciones solicita al Jefe de Mercadotecnia evalúe el o los programa (s) de acción.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
EVALUACIÓN DEL O LOS PROGRAMA (S) DE ACCIÓN		
117	Instruye al Auxiliar de Mercadotecnia para que inicie con la evaluación del o los programa (s) de acción.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
118	Recibe instrucción, analiza la estructura del o los programa (s) de acción, realiza el diagnostico del funcionamiento y registra la evidencia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
119	Elabora reporte con los hallazgos más significativos y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	

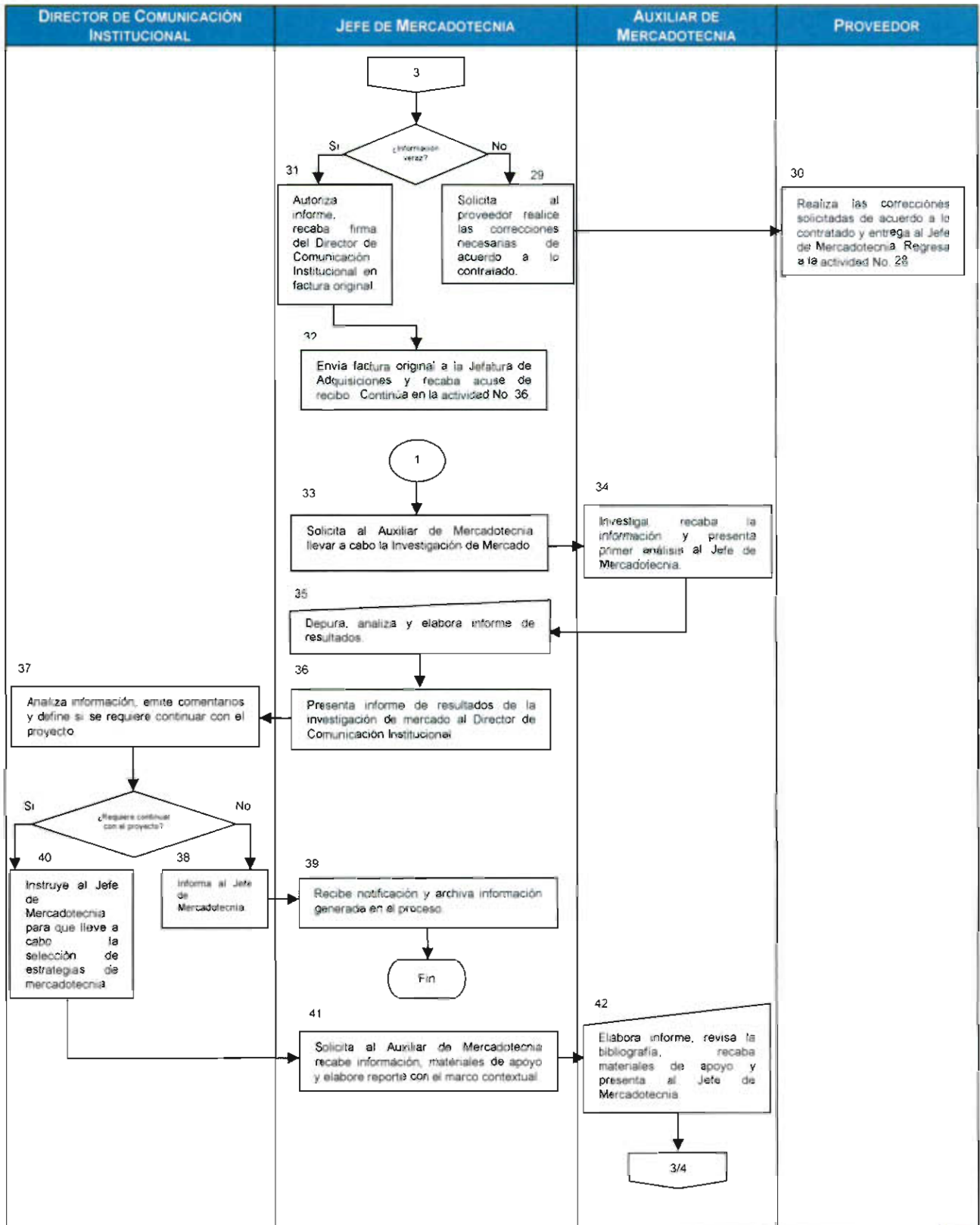
120	Recibe informe, elabora el control del plan anual de mercadotecnia, el control de rentabilidad (ROI) del o los programa (s) de acción y el control estratégico.	
121	Propone al Director de Comunicación Institucional las herramientas para la evaluación del o los programa (s) de acción, explica su funcionamiento y detalla los indicadores.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
122	Solicita al Auxiliar de Mercadotecnia recabar información de acuerdo al mercado meta	
123	Recaba información del mercado meta de acuerdo a los indicadores establecidos para el o los programa (s) de acción, elabora informe y entrega al Jefe de Mercadotecnia.	Auxiliar de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
124	Recibe informe, analiza los resultados y adecua las estrategias según el comportamiento del o los programa (s) de acción.	
125	Realiza las acciones para mejorar el desempeño.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
126	Elabora los reportes base de planeación y reportes especiales por programa (s) de acción y presenta resultados al Director de Comunicación Institucional.	
127	Recibe información, analiza, evalúa, emite postura y verifica si hay observaciones y/o modificaciones. ¿Observaciones y/o modificaciones?	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
128	Si hay observaciones y/o modificaciones las comenta con el Jefe de Mercadotecnia y/o le solicita hacer las modificaciones	
129	Recibe observaciones y/o realiza las modificaciones y entrega información al Director de Comunicación Institucional. Regresa a la actividad No. 127.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación
130	Si no hay observaciones y/o modificaciones presenta informe al Director General.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
131	Recibe informe y hace comentarios al Director de Comunicación Institucional.	Director General Dirección General
132	Recibe comentarios, entrega información al Jefe de Mercadotecnia y solicita archive documento.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
133	Recibe información y archiva documento en el expediente correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Comunicación

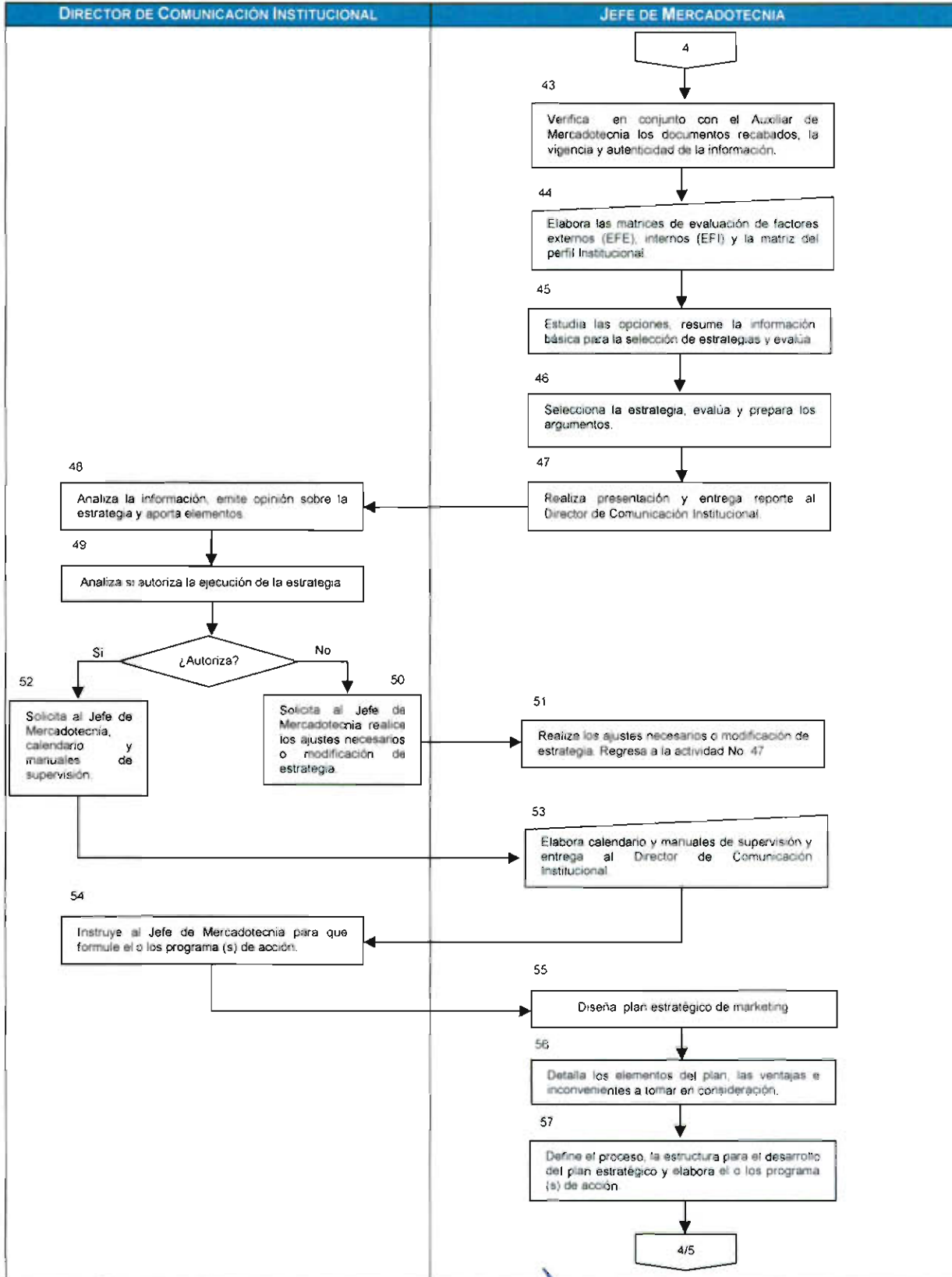
3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

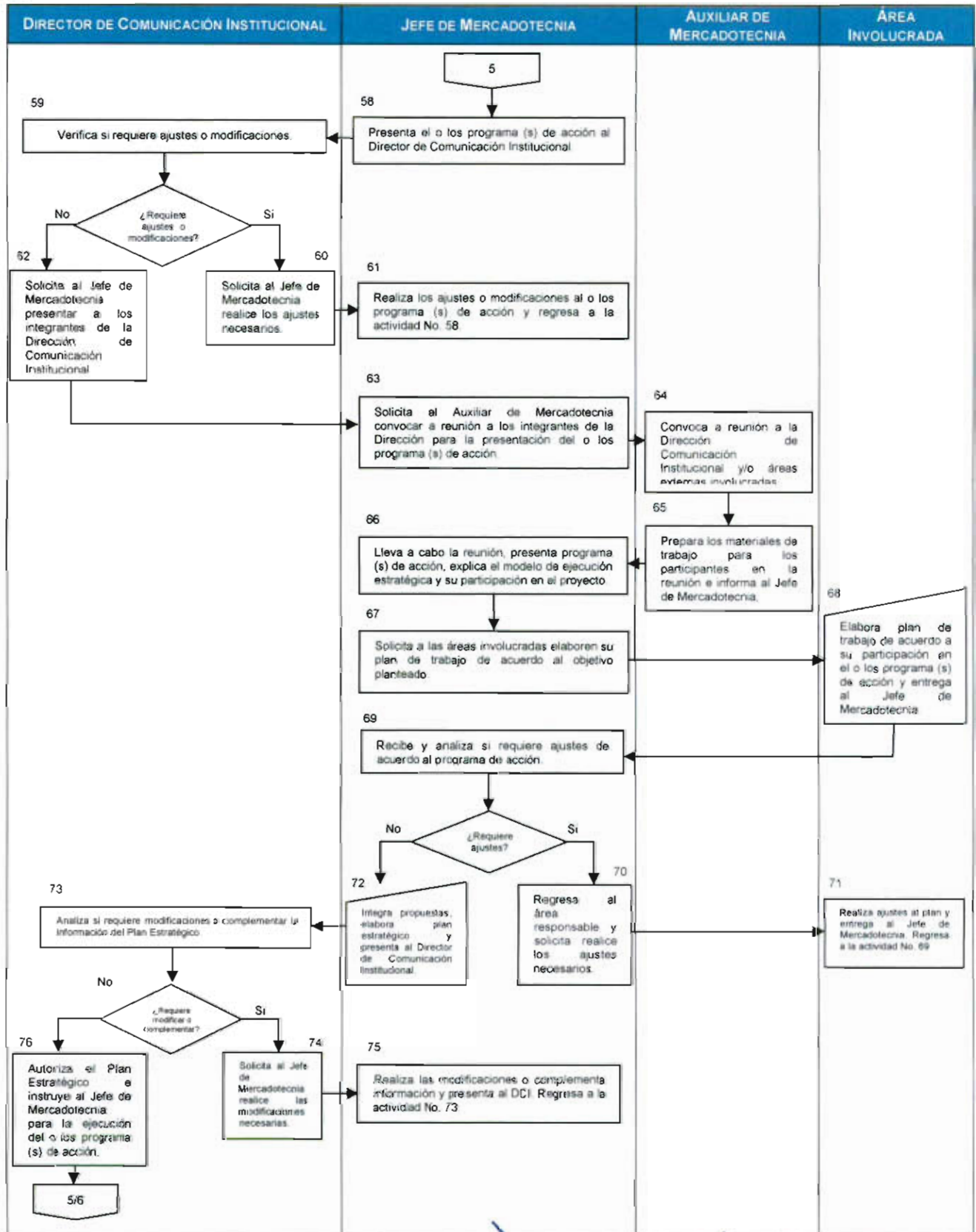
NOMBRE DEL PROCESO:	Mercadotecnia.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Mercadotecnia Social.
GERENCIA RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

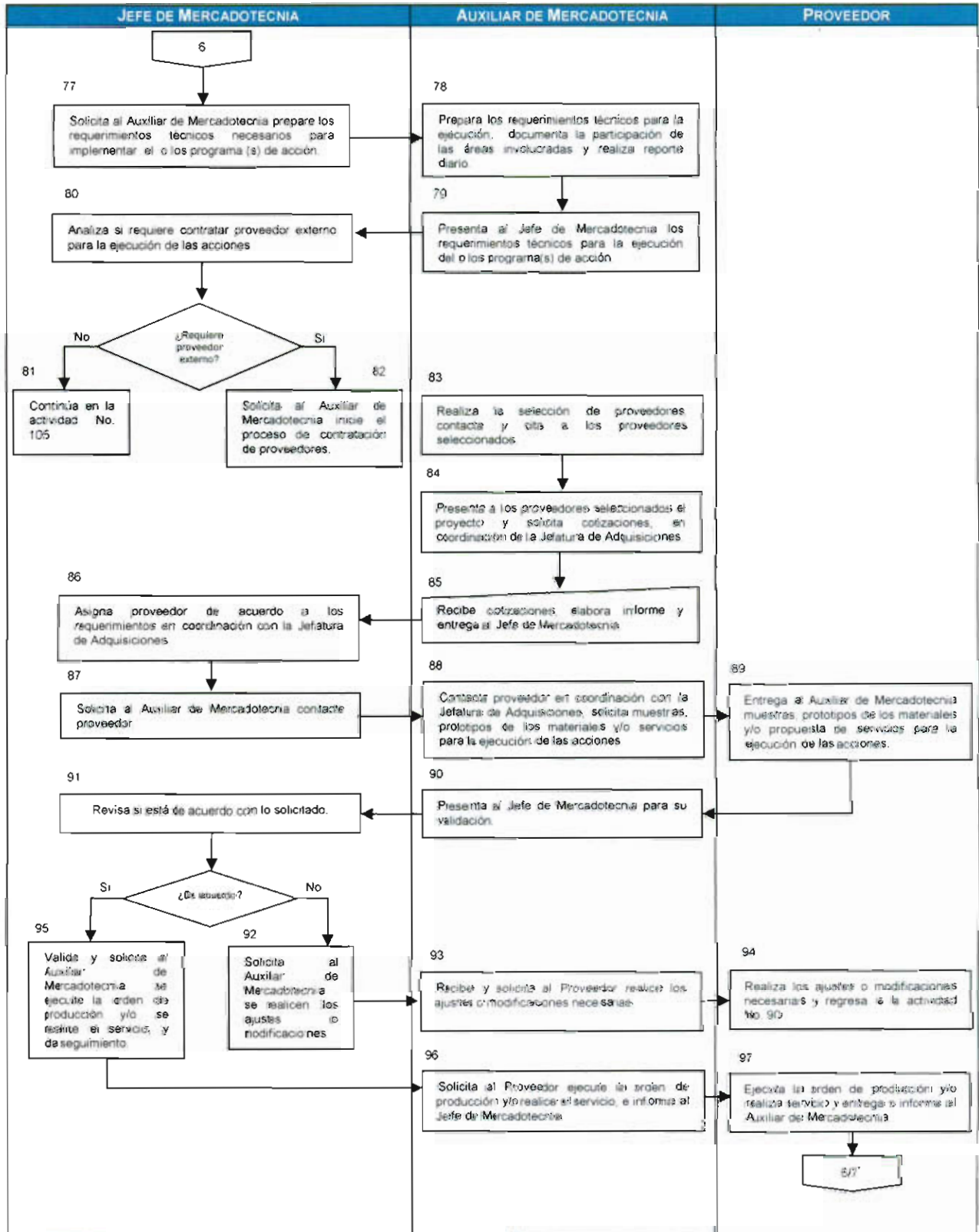


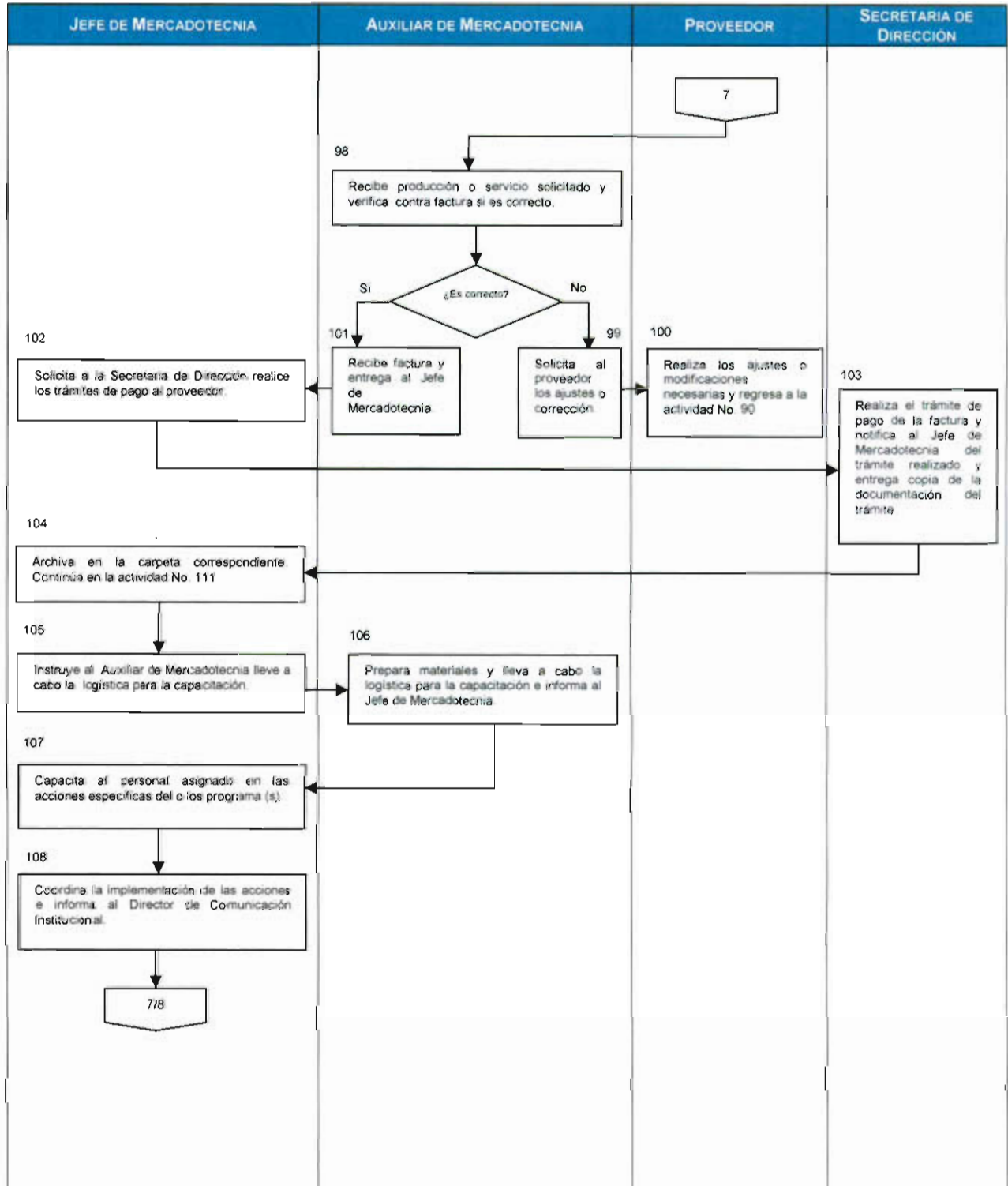


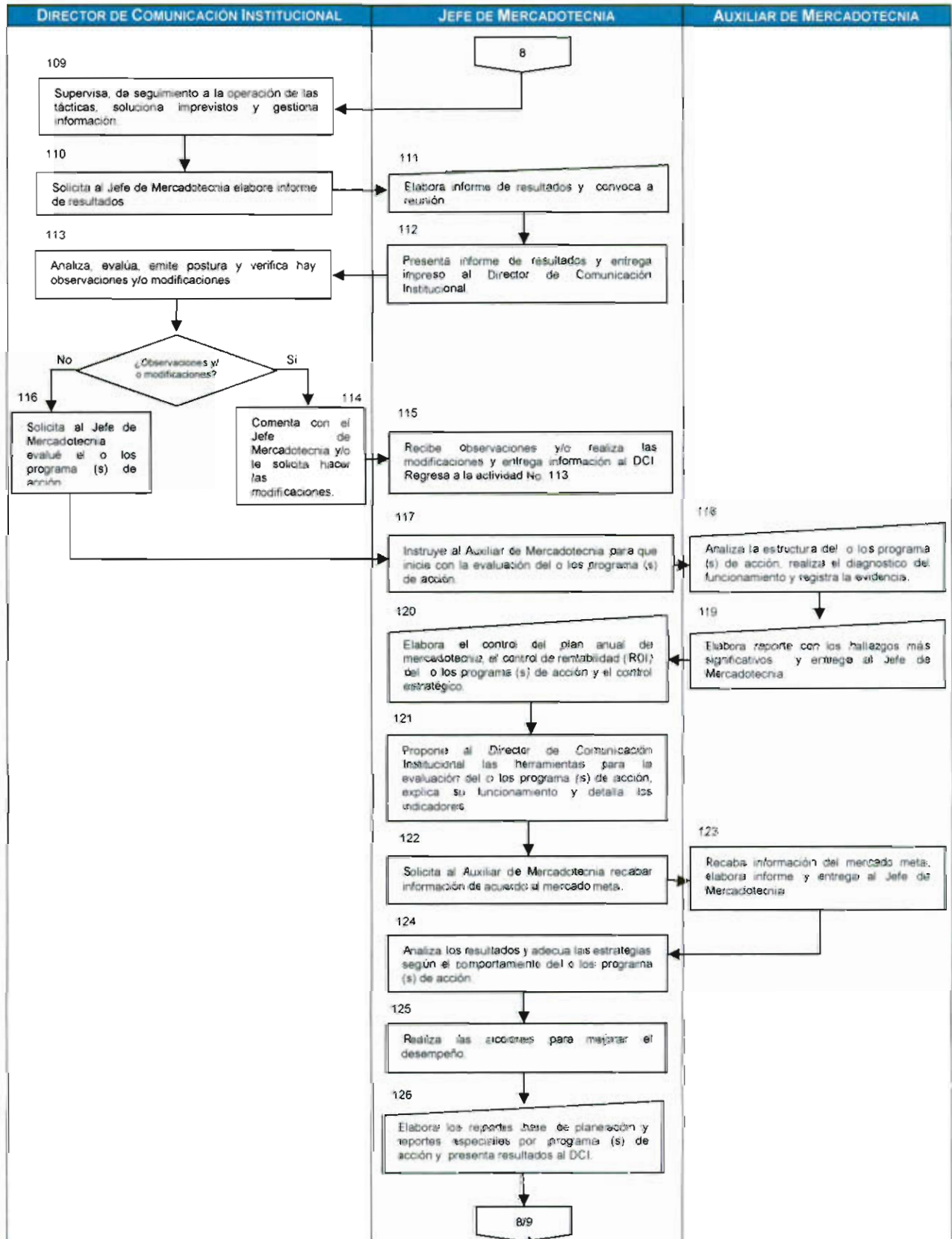


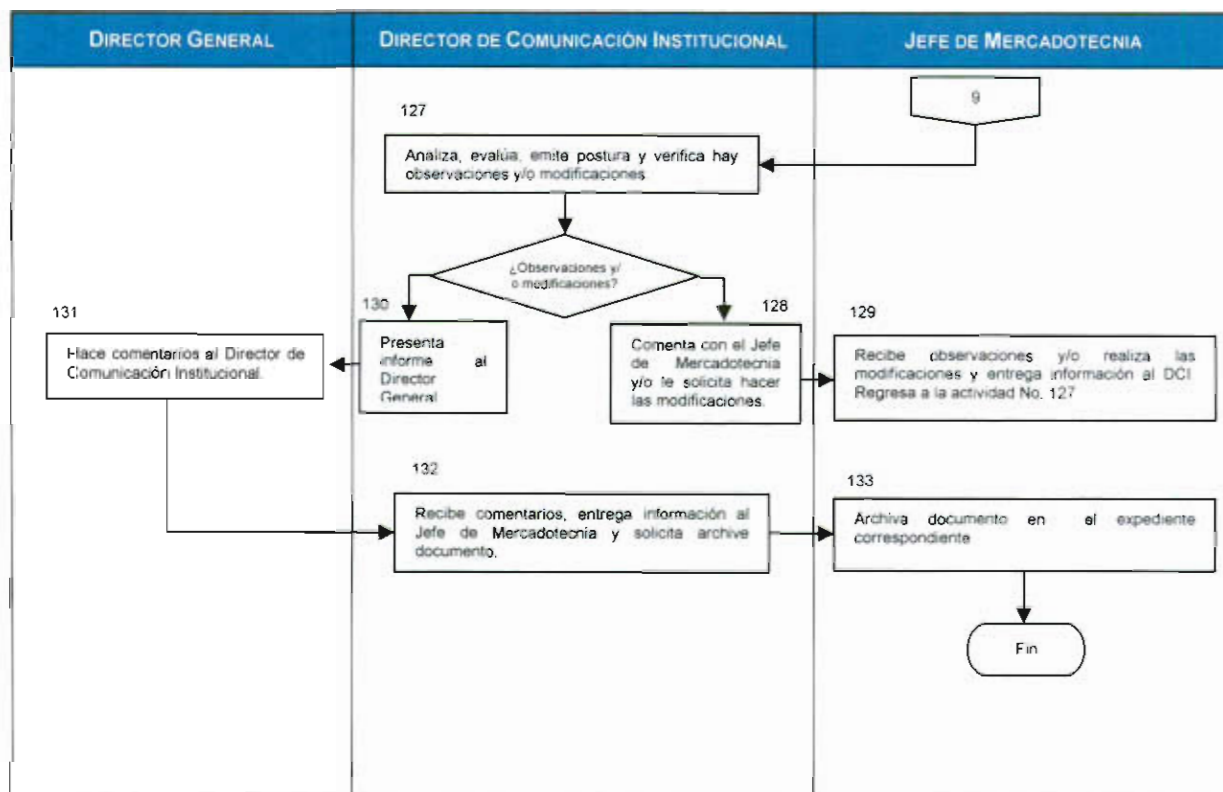












COMUNICACIÓN

Fecha de actualización: Noviembre de 2012

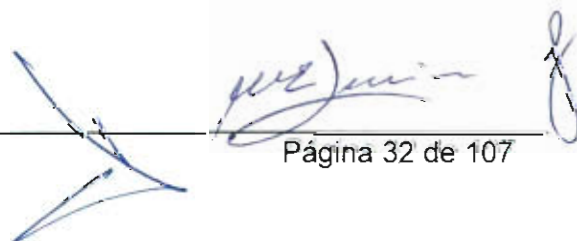
Normatividad.

1) Fundamentos legales.

- ❖ Manual de Identidad Gráfica.

2) Políticas Generales.

1. Toda la información que se genere y que se requiera dar a conocer a través de alguna estrategia de comunicación deberá ser previamente analizada, autorizada y canalizada por el Consejo Editorial de la Comisión Estatal del Agua.
2. Todos los diseños que contengan el logotipo, información e imágenes referentes a la CEA deberá ser revisados, elaborados y autorizados por la Dirección de Comunicación Institucional.
3. Toda publicación en medios de comunicación deberá de solicitarse a la Dirección de Comunicación Institucional.
4. Toda entrevista que soliciten los medios directamente a los funcionarios deberán de ser canalizadas a la Dirección de Comunicación Institucional para su atención.
5. Se podrán elaborar notas informativas cuando el tema lo amerite, independientemente de las notas informativas programadas y las que se realicen en las ruedas de prensa, giras de trabajo y eventos institucionales.



Página 32 de 107

INVENTARIO DEL PROCESO: SUBPROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

SUBPROCESO	PROCEDIMIENTOS
01. Consejo Editorial	1. Consejo Editorial
02. Análisis Periodístico	1. Análisis Periodístico.
03. Comunicación Interna.	1. Comunicación Interna.
04. Contratación de Medios de Comunicación.	1. Contratación de Medios de Comunicación.
05. Eventos Institucionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de la Solicitud para el Evento. 2. Logística del Evento. 3. Difusión del Evento. 4. Ejecución del Evento. 5. Publicación de la Información. 6. Evaluación del Evento. 7. Trámite de Pago.
06. Coordinación de Entrevistas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de Solicitud de Entrevista y Programación. 2. Elaboración de Informe de la Entrevista.
07. Síntesis Informativa.	1. Síntesis Informativa
08. Ruedas de Prensa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de Información de la Rueda de Prensa. 2. Convocatoria a Medios de Comunicación. 3. Ejecución de la Rueda de Prensa. 4. Elaboración y Publicación de Nota Informativa.
09. Giras de Trabajo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de Solicitud de la Gira de Trabajo. 2. Convocatoria a Medios de Comunicación. 3. Ejecución de la Gira de Trabajo. 4. Elaboración y Publicación de Nota Informativa.

DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Consejo Editorial.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección General, Dirección de Comunicación Institucional, Direcciones de Área, Jefatura de Comunicación y Jefatura de Mercadotecnia.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Concentrar la información de la Institución que se va dar a conocer y analizar las estrategias de comunicación que se utilizarán tanto interna y externamente para la difusión de la misma.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El Consejo Editorial será presidido por el Director de Comunicación Institucional y fungirá como Secretario el Jefe de Comunicación. 2. Las reuniones del Consejo Editorial se llevarán a cabo quincenalmente y extraordinariamente cuando el tema lo amerite. 3. Las reuniones deberán llevarse a cabo el mismo día que sesione la Junta de Directores, a fin de que sean autorizados los temas propuestos. 4. El lugar donde se lleven a cabo las reuniones del Consejo Editorial podrá ser en las oficinas de Brasilia o Francia. 5. Cuando por razones de fuerza mayor no pueda asistir el Vocal podrá enviar en su lugar al Vocal Suplente. 6. La convocatoria a la reunión del Consejo Editorial se deberá enviar por correo electrónico a los integrantes con una semana de anticipación. 7. Los miembros del Consejo Editorial deberán asistir puntualmente a las reuniones convocadas por el Secretario del mismo. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Ser la única vía de comunicación por la cual se dé a conocer la información generada por la CEA al público objetivo.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • No. estrategias propuestas por el Consejo Editorial • No. de estrategias concretadas vs. estrategias propuestas 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Acta de conformación del Consejo Editorial. ○ Información proporcionada por las Direcciones para la difusión. ○ Minutas de las reuniones. 	

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

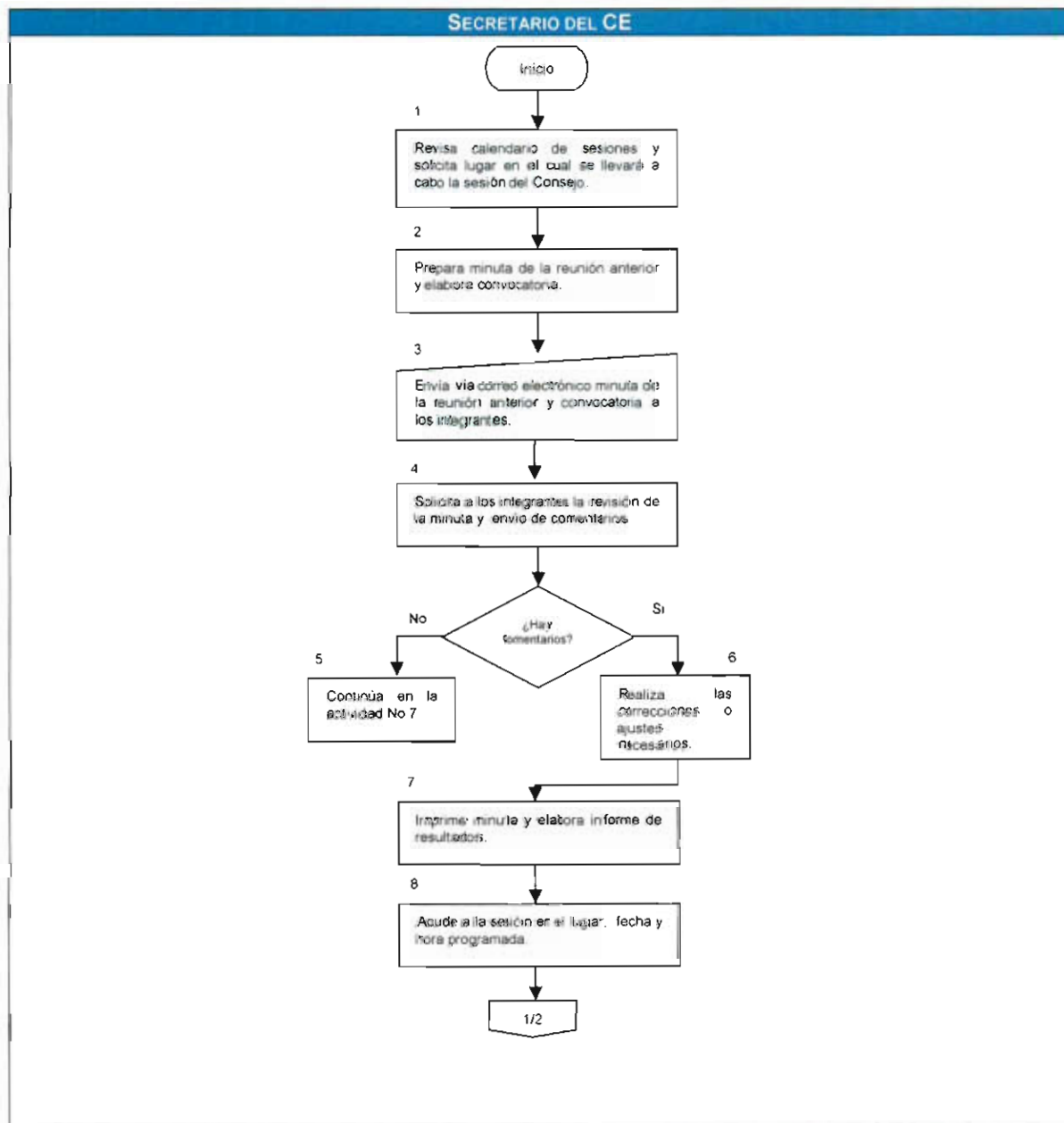
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Consejo Editorial.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

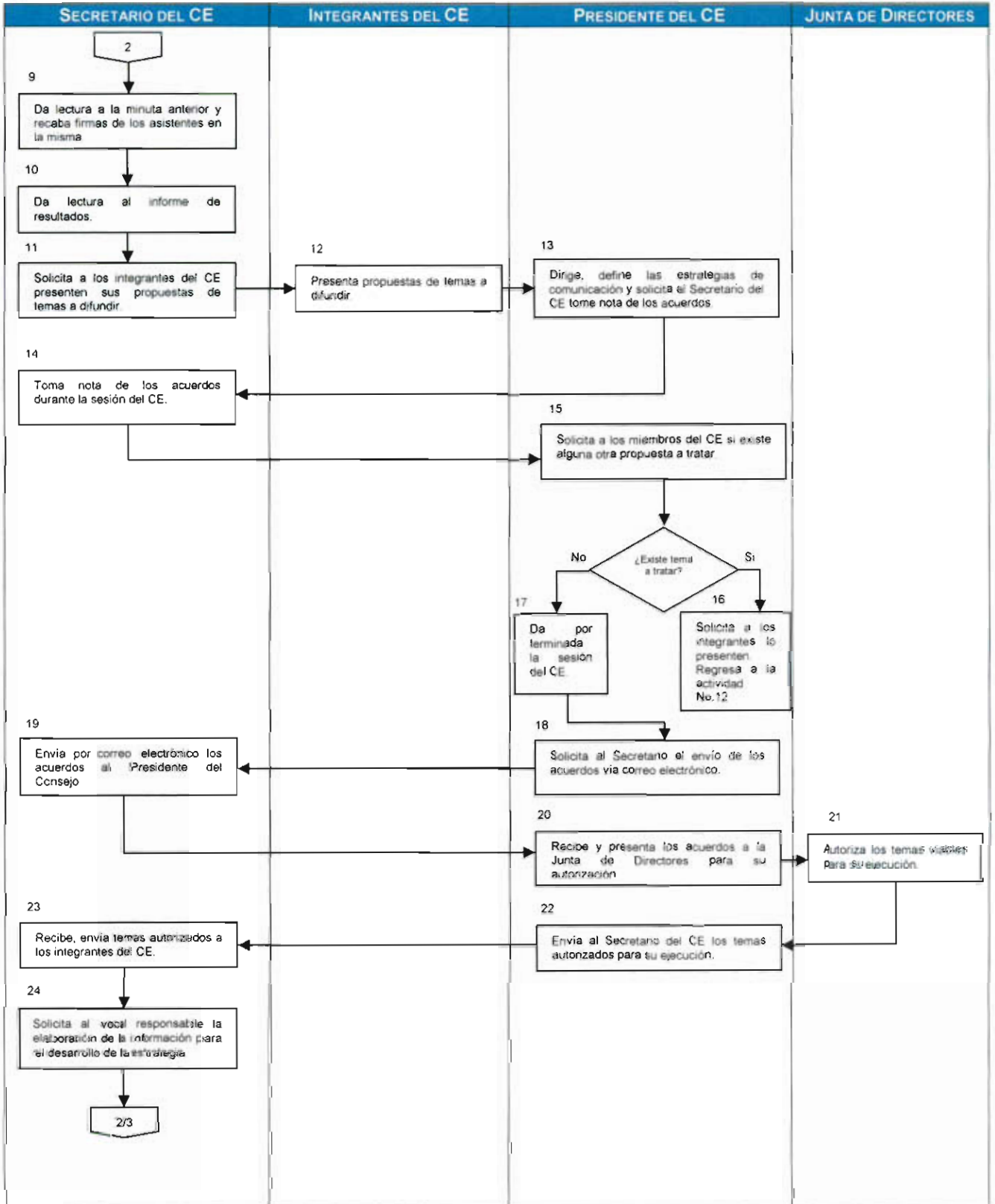
No.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA	
CONSEJO EDITORIAL			
1	Revisa calendario de sesiones y solicita lugar en el cual se llevará a cabo la sesión del Consejo Editorial (CE).	Secretario del CE	
2	Prepara minuta de la reunión anterior y elabora convocatoria para reunión del CE.		
3	Envía vía correo electrónico minuta de la reunión anterior y convocatoria a cada uno de los integrantes del CE.		
4	Solicita a los integrantes la revisión de la minuta y envío de comentarios.		
	¿Hay comentarios?		
5	Si no hay comentarios continua en la actividad No.7		
6	Si hay comentarios, realiza las correcciones o ajustes necesarios.		
7	Imprime minuta y elabora informe de resultados.		
8	Acude a la sesión en el lugar, fecha y hora programada.		
9	Da lectura a la minuta anterior y recaba firmas de los asistentes en la misma.		
10	Da lectura al informe de resultados.		
11	Solicita a los integrantes del CE presenten sus propuestas de temas a difundir.	Integrantes del CE	
12	Presenta propuestas de temas a difundir.		
13	Dirige la discusión de temas propuestos, define las estrategias de comunicación para la difusión de la información y solicita al Secretario del CE tome nota de los acuerdos.		Presidente del CE
14	Toma nota de los acuerdos durante la sesión del CE.		Secretario del CE
15	Solicita a los miembros del CE si existe alguna otra propuesta a tratar.		Presidente del CE

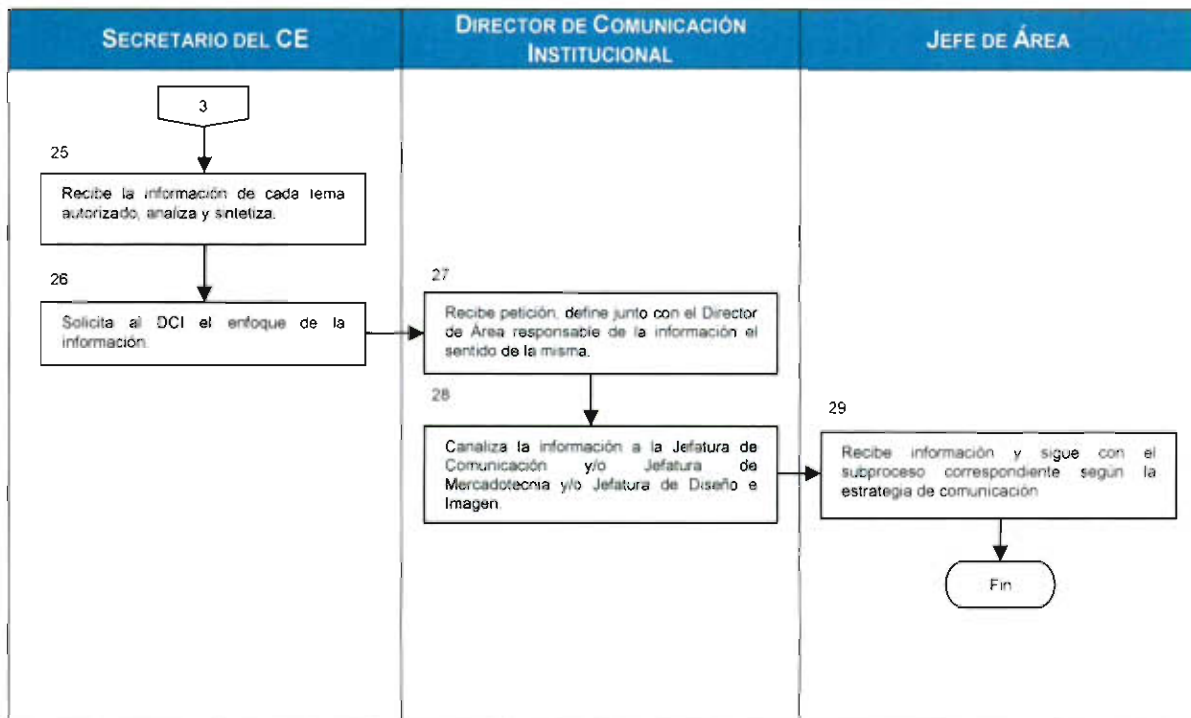
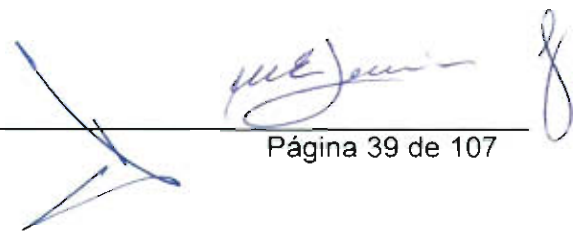
	¿Existe tema a tratar?	
16	Si existe tema a tratar, solicita a los integrantes lo presenten. Regresa a la actividad No.12	Presidente del CE
17	Si no existe tema a tratar, da por terminada la sesión del CE.	
18	Solicita al Secretario el envío de los acuerdos vía correo electrónico.	
19	Envía por correo electrónico los acuerdos al Presidente del Consejo.	Secretario del CE
20	Recibe y presenta los acuerdos a la Junta de Directores para su autorización.	Presidente del CE
21	Autoriza los temas viables para su ejecución.	Junta de Directores
22	Envía al Secretario del CE los temas autorizados para su ejecución.	Presidente del CE
23	Recibe, envía temas autorizados a los integrantes del CE.	Secretario del CE
24	Solicita al vocal responsable la elaboración de la información para el desarrollo de la estrategia.	
25	Recibe la información de cada tema autorizado, analiza y sintetiza.	
26	Solicita al Director de Comunicación Institucional el enfoque de la información.	
27	Recibe petición, define junto con el Director de Área responsable de la información el sentido de la misma.	Director de Comunicación Institucional
28	Canaliza la información a la Jefatura de Comunicación y/o Jefatura de Mercadotecnia y/o Jefatura de Diseño e Imagen.	Dirección de Comunicación Institucional
29	Recibe información y sigue con el subproceso correspondiente según la estrategia de comunicación. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Área correspondiente Dirección de Comunicación Institucional

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Consejo Editorial.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.



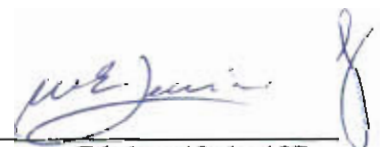


DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Análisis Periodístico.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	Dirección de Comunicación Institucional y Jefatura de Comunicación.
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	Obtener información de los diferentes enfoques y perfiles de los medios de comunicación.
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. La revisión de los periódicos deberá realizarse diariamente. 2. La agencia de monitoreo deberá enviar diariamente las notas informativas referentes a la CEA de radio y televisión. 3. El Director de Comunicación Institucional deberá presentar la información a las Direcciones involucradas en las notas informativas.
RESULTADOS ESPERADOS:	Identificar la tendencia del medio de comunicación respecto a la CEA.
INDICADOR DE ÉXITO:	<ul style="list-style-type: none"> • No. de análisis periodísticos por mes
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Notas Periodísticas ○ Periódico

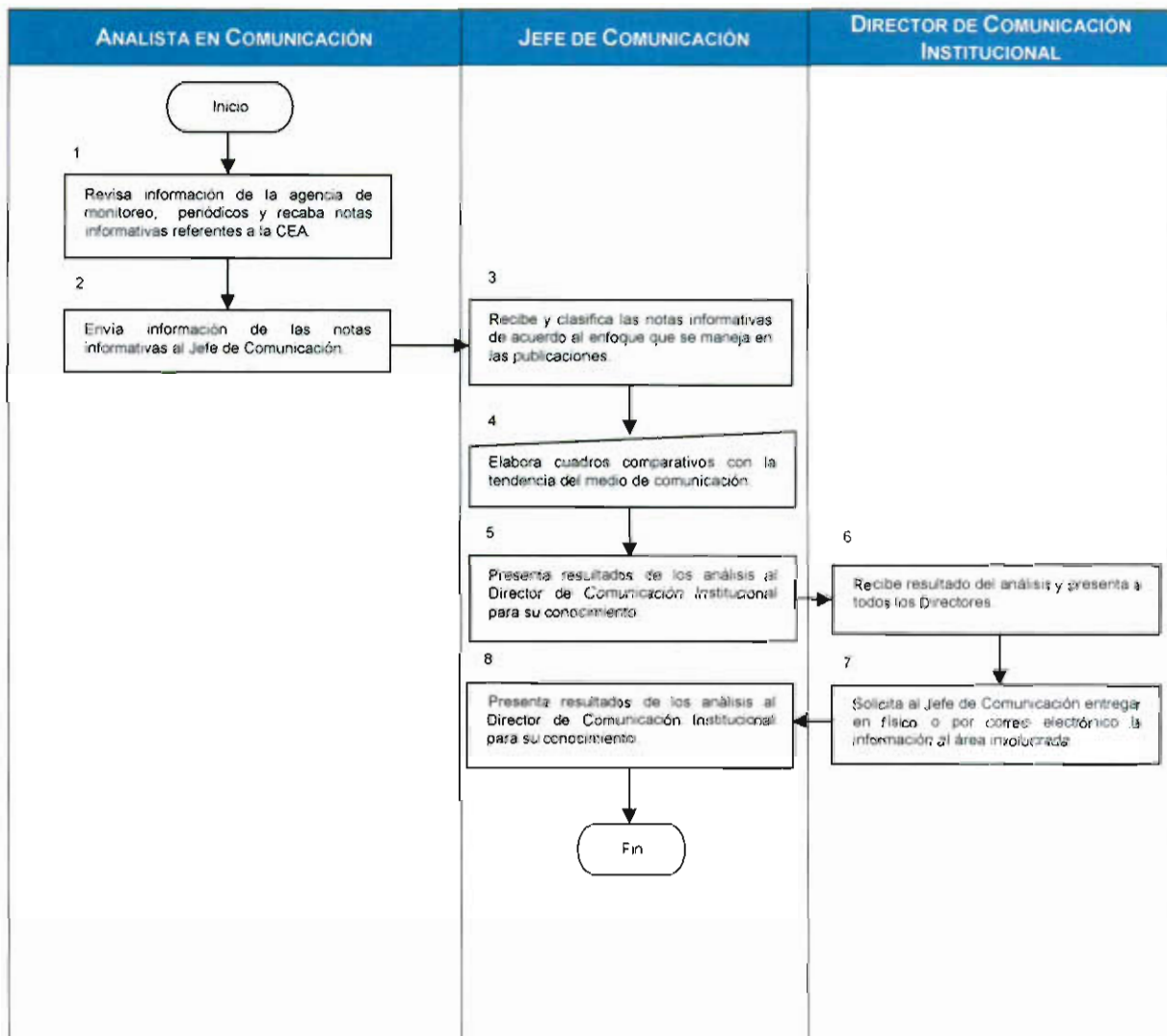
2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Análisis Periodístico.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
ANÁLISIS PERIODÍSTICO		
1	Revisa la información enviada por la agencia de monitoreo, los periódicos y recaba notas informativas referentes a la CEA.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
2	Envía información de las notas informativas al Jefe de Comunicación.	
3	Recibe y clasifica las notas informativas de acuerdo al enfoque que se maneja en las publicaciones.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
4	Elabora cuadros comparativos con la tendencia del medio de comunicación.	
5	Presenta resultados de los análisis al Director de Comunicación Institucional para su conocimiento.	
6	Recibe resultado del análisis y presenta en Junta de Directores.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
7	Solicita al Jefe de Comunicación entregar en físico o por correo electrónico la información al área involucrada.	
8	Recibe, entrega o envía resultado del análisis al área involucrada, archiva resultado en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

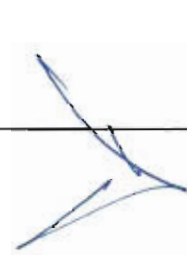


NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Análisis Periodístico.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.



DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Comunicación Interna.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Comunicación y a todo el personal de la CEA.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Dar a conocer al personal de la CEA información referente a diferentes temas de interés.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
1. Las campañas de comunicación interna solicitadas por el Director General a la Dirección de Comunicación Institucional y que por su naturaleza así se requiera, podrán ser desarrolladas en su totalidad por la Jefatura de Comunicación.	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Que el personal de la CEA participe activamente en las campañas promovidas por la Dirección de Comunicación Institucional.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de participantes en las campañas. • Número de campañas realizadas vs. Número de campañas programadas. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Cronograma de actividades. 	

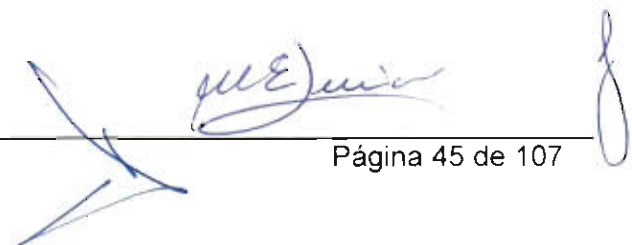




2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Comunicación Interna.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

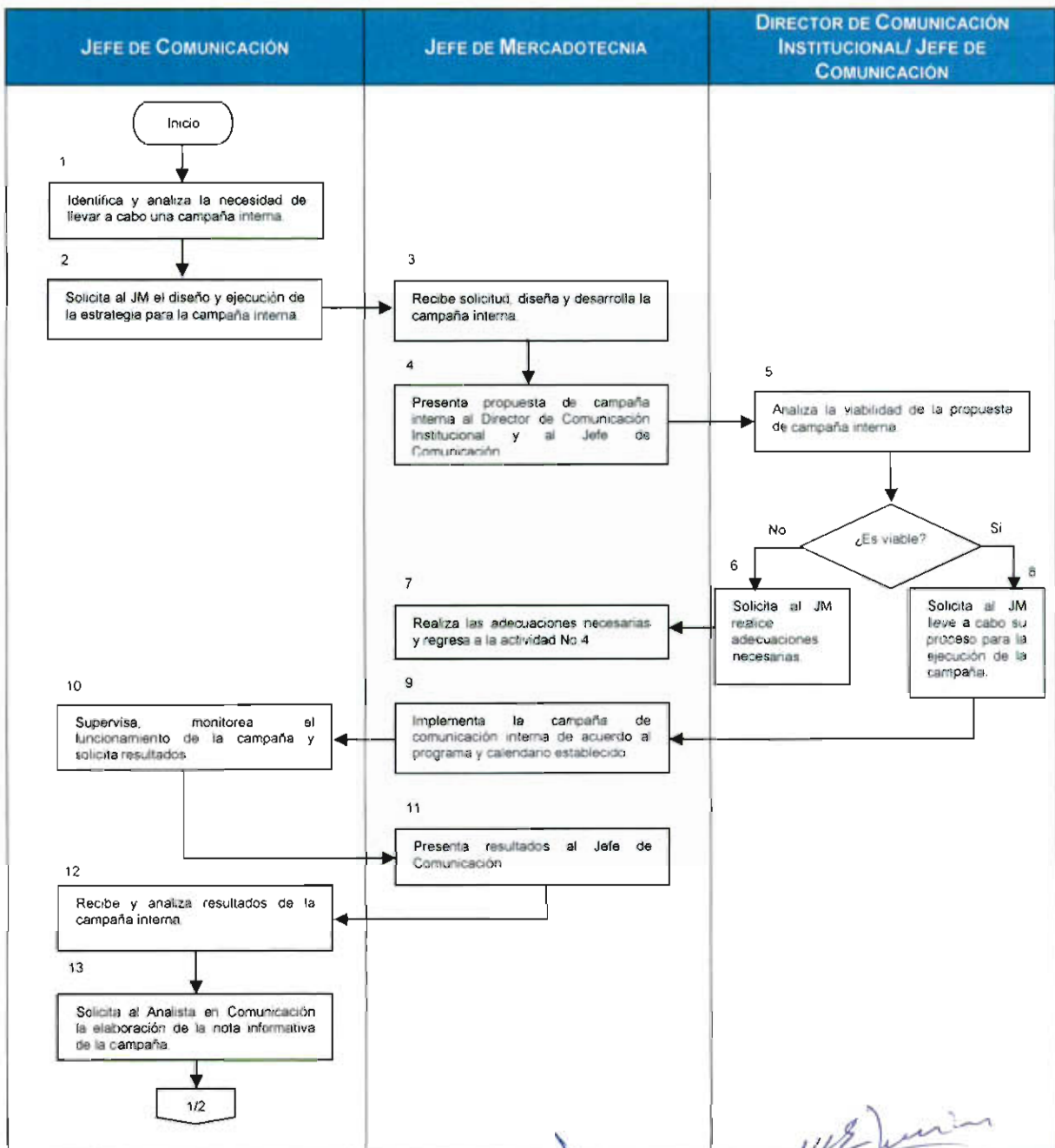
NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
COMUNICACIÓN INTERNA		
1	Identifica y analiza la necesidad de llevar a cabo una campaña interna.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
2	Solicita al Jefe de Mercadotecnia el diseño y ejecución de la estrategia para la campaña interna.	
3	Recibe solicitud, diseña y desarrolla la campaña interna.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
4	Presenta propuesta de campaña interna al Director de Comunicación Institucional y al Jefe de Comunicación.	
5	Analiza la viabilidad de la propuesta de campaña interna.	Director de Comunicación Institucional /Jefe de Comunicación
	¿Es viable?	
6	Si no es viable, solicita realice adecuaciones necesarias a la campaña interna.	
7	Realiza las adecuaciones necesarias y regresa a la actividad No.4	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
8	Si es viable, solicita al Jefe de Mercadotecnia lleve a cabo su proceso para la ejecución de la campaña.	Director de Comunicación Institucional /Jefe de Comunicación
9	Implementa la campaña de comunicación interna de acuerdo al programa y calendario establecido.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
10	Supervisa, monitorea el funcionamiento de la campaña y solicita al Jefe de Mercadotecnia resultados de la campaña.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
11	Presenta resultados al Jefe de Comunicación.	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
12	Recibe y analiza resultados de la campaña interna.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
13	Solicita vía correo electrónico al Analista en Comunicación la elaboración de la nota informativa de la campaña.	
14	Elabora nota informativa referente a la campaña.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
15	Entrega nota informativa la Jefatura de Comunicación.	

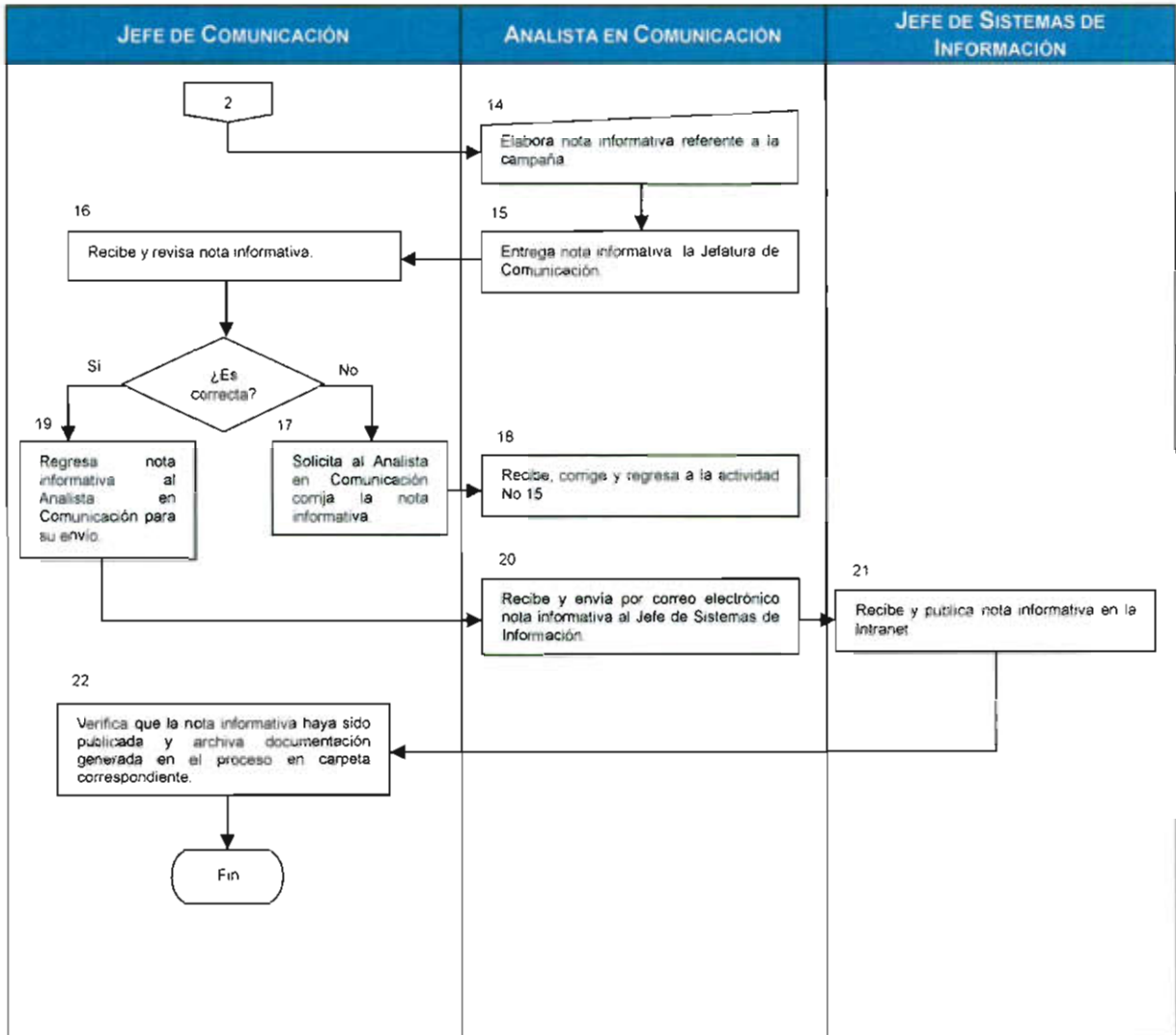
16	Recibe y revisa nota informativa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
	¿Es correcta?	
17	Si no es correcta, solicita al Analista en Comunicación corrija la nota informativa.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
18	Recibe, corrige y regresa a la actividad No.15	
19	Si es correcta, regresa nota informativa al Analista en Comunicación para su envío.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
20	Recibe y envía por correo electrónico nota informativa al Jefe de Sistemas de Información para su publicación en la intranet.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
21	Recibe y publica nota informativa en la Intranet.	Jefe de Sistemas de Información Jefatura de Sistemas de Información
22	Verifica que la nota informativa haya sido publicada y archiva documentación generada en el proceso en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación



3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Comunicación Interna.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.





[Handwritten signature]

DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

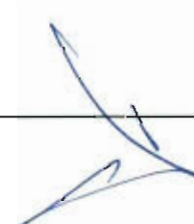
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Contratación de Medios de Comunicación.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Direcciones de Área, Jefatura de Comunicación y Jefatura de Mercadotecnia.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Contratar el medio de comunicación de acuerdo a las necesidades de la información que se pretenda publicar de la CEA.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
1. Para la contratación de los medios de comunicación se deberá seguir el procedimiento establecido en el Manual de Políticas y Lineamientos de Adquisiciones y Enajenaciones.	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Dar a conocer a la opinión pública las acciones de la CEA.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de publicaciones en el mes. • Número de medios contratados por mes. • <i>Inversión por mes en medios.</i> 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Directorio de medios de comunicación. 	

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.


NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Contratación de Medios de Comunicación.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
CONTRATACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
1	Solicita vía correo electrónico la publicación de información referente a la CEA.	Director o Gerente de Área
2	Recibe la solicitud para la publicación.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
3	Turna a la Jefatura de Comunicación para su seguimiento.	
4	Recibe y analiza la información a publicar.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
5	Analiza cual es el medio de comunicación más factible para publicar la información.	
6	Contacta al medio de comunicación.	
7	Solicita cotizaciones para la publicación.	
8	Envía cotización de la publicación.	Medio de Comunicación
9	Recibe cotización del medio de comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
10	Envía cotización al Director o Gerente responsable de la información para su autorización.	
11	Recibe, autoriza y regresa a la Jefatura de Comunicación.	Director o Gerente de Área
12	Recibe y solicita al Analista en Comunicación envíe la información al medio de comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
13	Recibe notificación y envía información para la publicación.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
14	Publica información.	Medio de Comunicación
15	Verifica que la información se publicó e informa al Jefe de Comunicación que fue publicada dentro de los términos de contratación establecidos.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
16	Recibe notificación y solicita vía telefónica factura al medio de comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
17	Envía factura.	Medio de Comunicación
18	Recibe y saca copia de la factura.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
19	Turna factura al área que solicitó la publicación para el trámite del pago.	

20	Recorta y pega información de la publicación.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
21	Archiva nota en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	

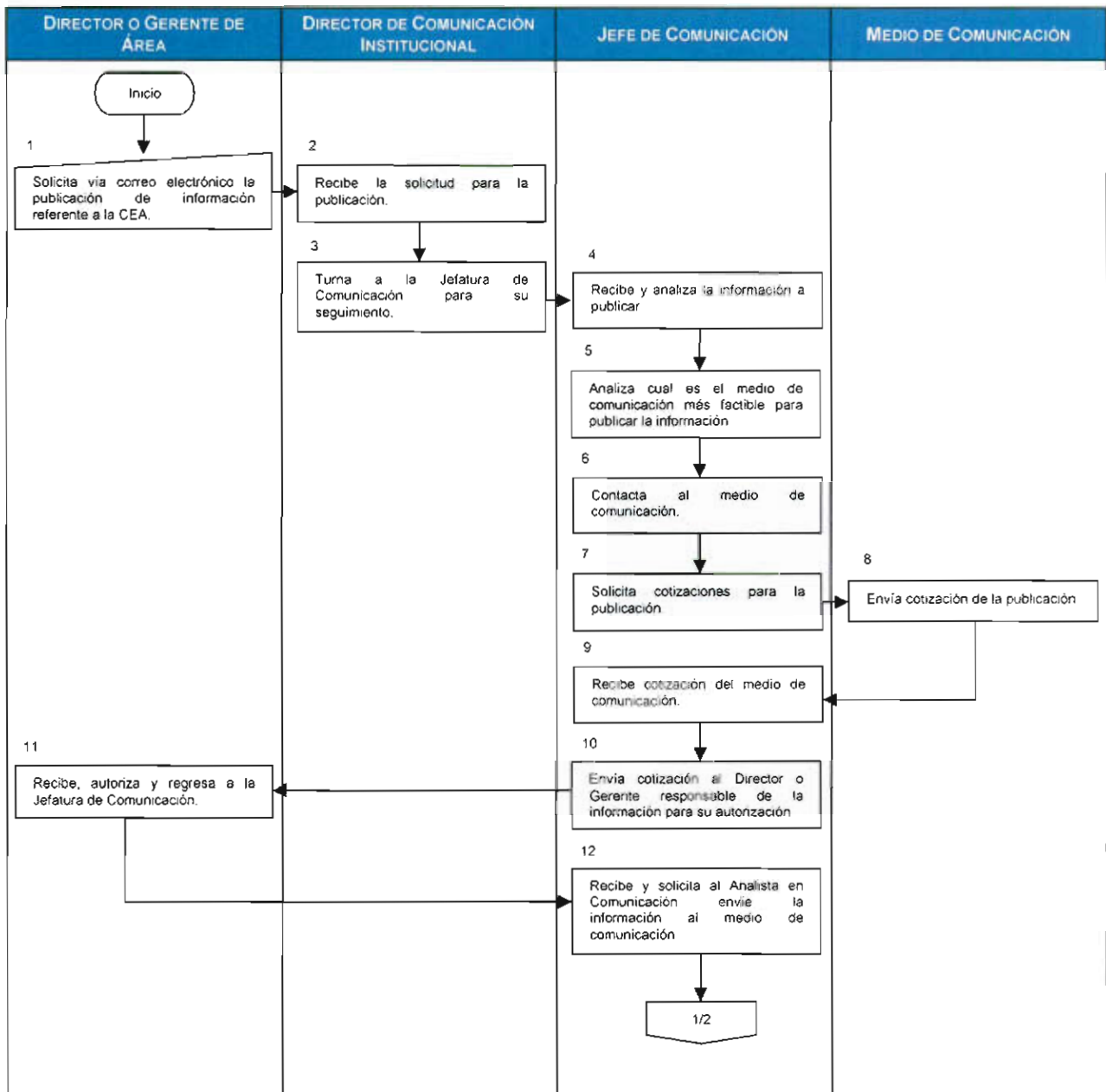


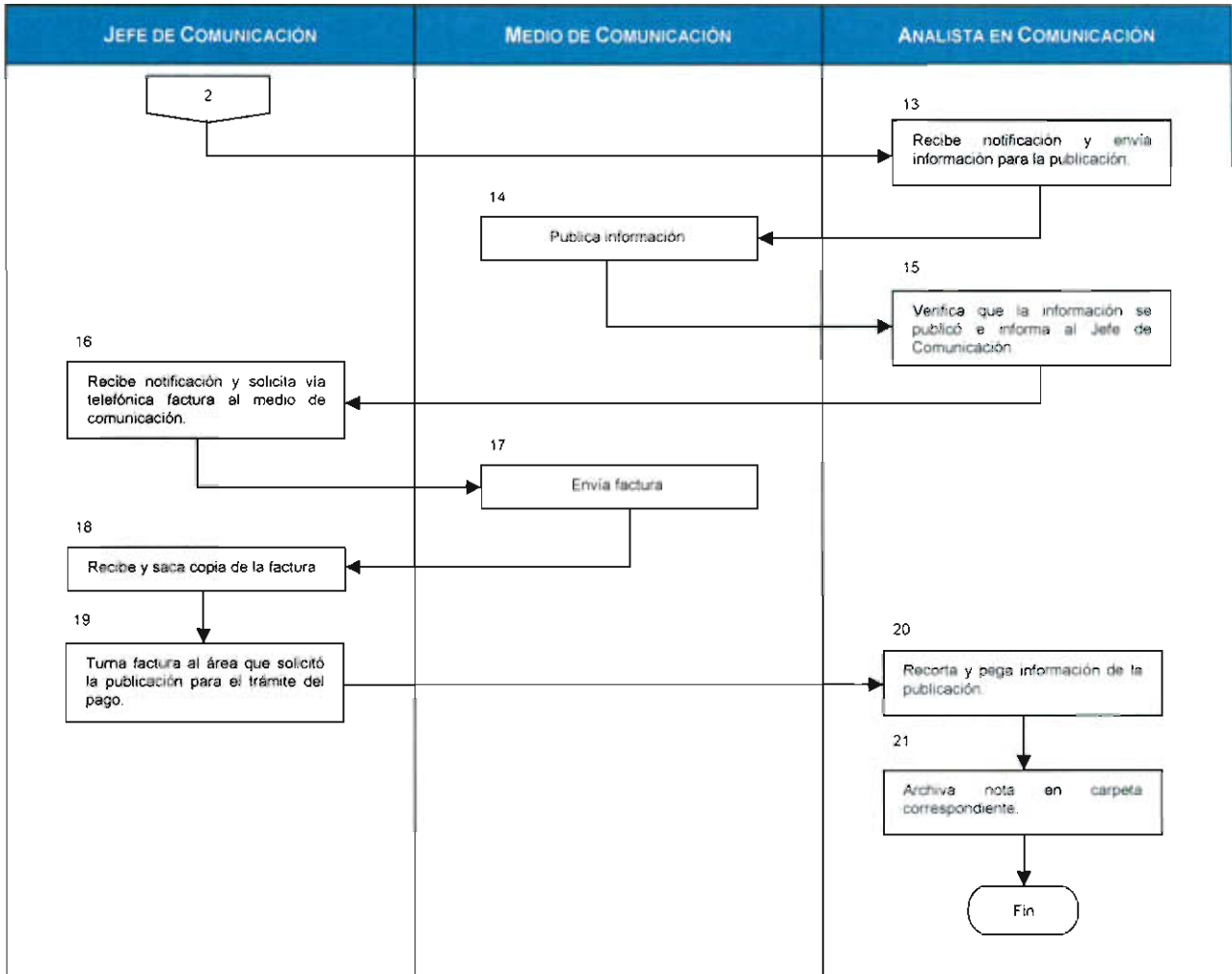
Manuel Jiménez



3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Contratación de Medios de Comunicación.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.





[Handwritten signature]

DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

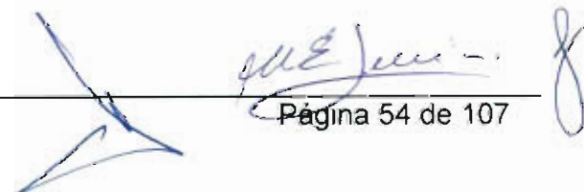
1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Eventos Institucionales.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Comunicación, Jefatura de Mercadotecnia, Jefatura de Diseño e Imagen y Direcciones de Área.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Desarrollar eventos institucionales de acuerdo a lo solicitado por las Direcciones.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuando se requiera contratar un lugar especial para el evento se deberá solicitar tres cotizaciones. 2. Cuando se trate de un evento temático la Dirección de Comunicación Institucional deberá solicitar verbalmente a la Jefatura de Mercadotecnia participe en la selección del lugar y desarrollo de la temática. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Llevar a cabo el evento de acuerdo a lo planeado.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de eventos realizados vs. Número de eventos solicitados. • Desarrollar al 100% los eventos solicitados. • Número de eventos por mes. • Número de publicaciones gratuitas del evento en medios de comunicación. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Cotización del evento. ○ Contrato del evento. 	

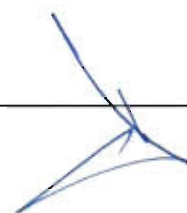

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Eventos Institucionales.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD PARA EL EVENTO		
1	Recibe solicitud de evento vía telefónica o por correo electrónico.	Director de Comunicación Dirección de Comunicación
2	Torna solicitud a la Jefatura de Comunicación para su seguimiento.	
3	Recibe la solicitud y analiza la información.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
4	Programa entrevista con el responsable del evento y revisa requerimientos.	
LOGÍSTICA DEL EVENTO		
5	Analiza si el evento requiere desarrollo temático.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
	¿Desarrollo temático?	
6	Si requiere desarrollo temático solicita al Jefe de Mercadotecnia la visita al lugar y desarrollo de la misma.	
7	Recibe solicitud y acuerda con el Jefe de Comunicación la visita. Continúa en la actividad No.9	Jefe de Mercadotecnia Jefatura de Mercadotecnia
8	Si no requiere desarrollo temático, revisa los requerimientos del evento y sugiere lugares para el evento.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
9	Visita los lugares propuestos para verificar los requerimientos solicitados en compañía del Jefe de Mercadotecnia.	
	¿Cumple con los requerimientos?	
10	Si no cumple con los requerimientos, regresa a la actividad No. 9	
11	Si cumple con los requerimientos, solicita via telefónica cotizaciones al o los proveedores de acuerdo a las necesidades de cada evento.	



12	Envía cotizaciones a la Jefatura de Comunicación.	Proveedor
13	Recibe y analiza las cotizaciones.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
14	Contacta y programa cita con el o los proveedores para verificar el servicio que otorgan.	
15	Decide el o los proveedores con los que va trabajar en el evento.	
16	Notifica al proveedor asignado del requerimiento de sus servicios.	
17	Da seguimiento al servicio solicitado.	
18	Identifica y elabora listado de los miembros del presidium e invitados.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
19	Solicita al Jefe de Diseño e Imagen la elaboración de las invitaciones.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
20	Recibe solicitud, elabora invitaciones de acuerdo a lo solicitado y entrega en digital e impreso al Jefe de Comunicación.	
21	Recibe invitaciones y solicita al Analista en Comunicación y a la Secretaría de la Dirección el envío de las invitaciones y confirmación de asistencia al evento.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
22	Recibe, envía invitaciones, confirma asistencia y notifica al Jefe de Comunicación el número de asistentes al evento.	Analista en Comunicación/ Secretaria de Dirección
23	Elabora orden del día e identifica a los funcionarios que intervendrán durante el evento.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
24	Define la orientación de la intervención con cada uno de los funcionarios que intervendrán durante el evento.	
25	Solicita al área de Diseño e Imagen mediante formato correspondiente la toma de fotografías y/o video, e informa fecha y hora el evento.	
DIFUSIÓN DEL EVENTO		
26	Analiza si requiere convocar a medios de comunicación. ¿Requiere convocar?	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
27	Si no requiere convocar continúa en la actividad No. 33	
28	Si requiere convocar elabora invitación a los medios de comunicación.	
29	Turna vía correo electrónico la invitación al Analista en Comunicación para que sea enviada a los medios.	

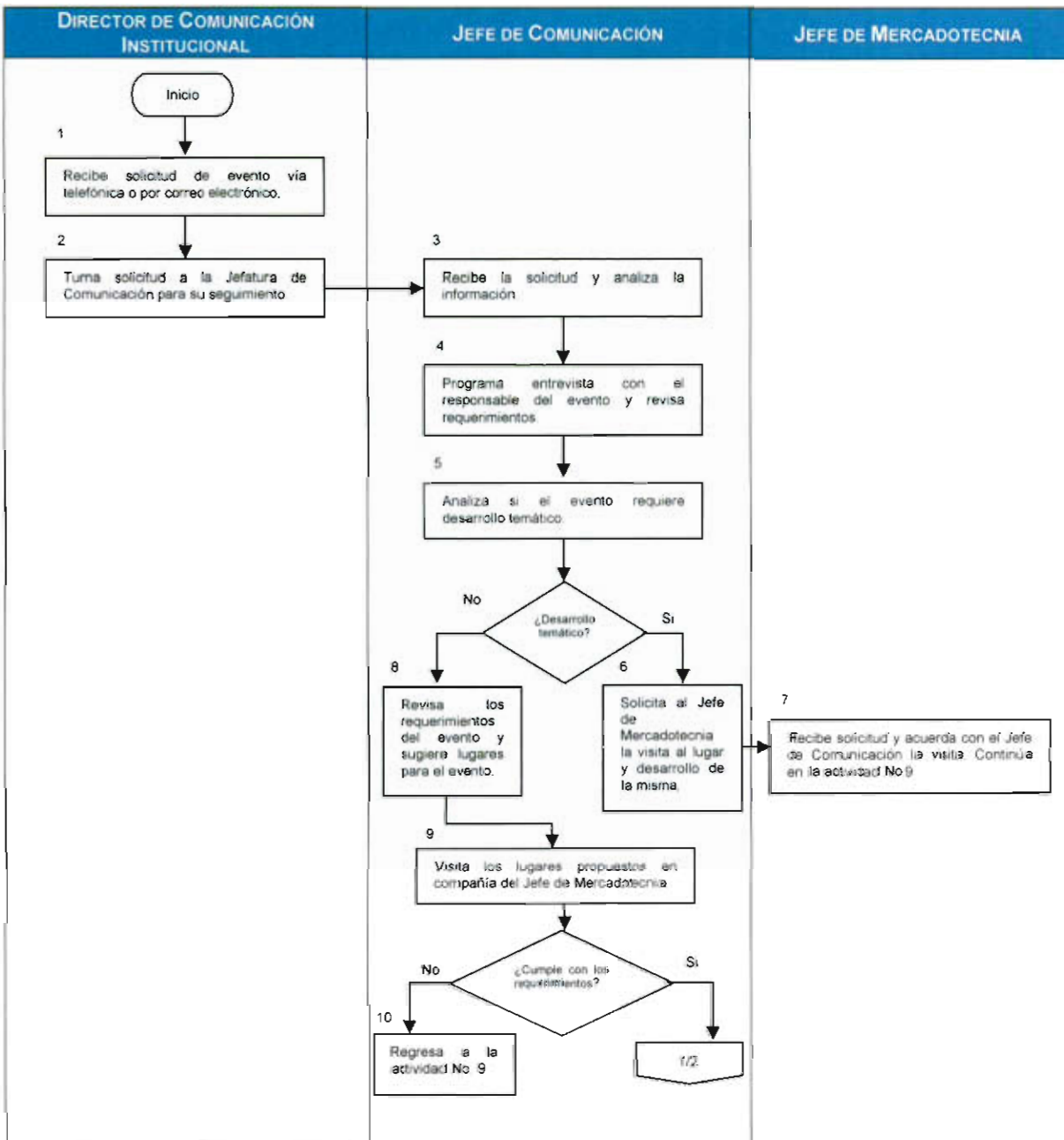



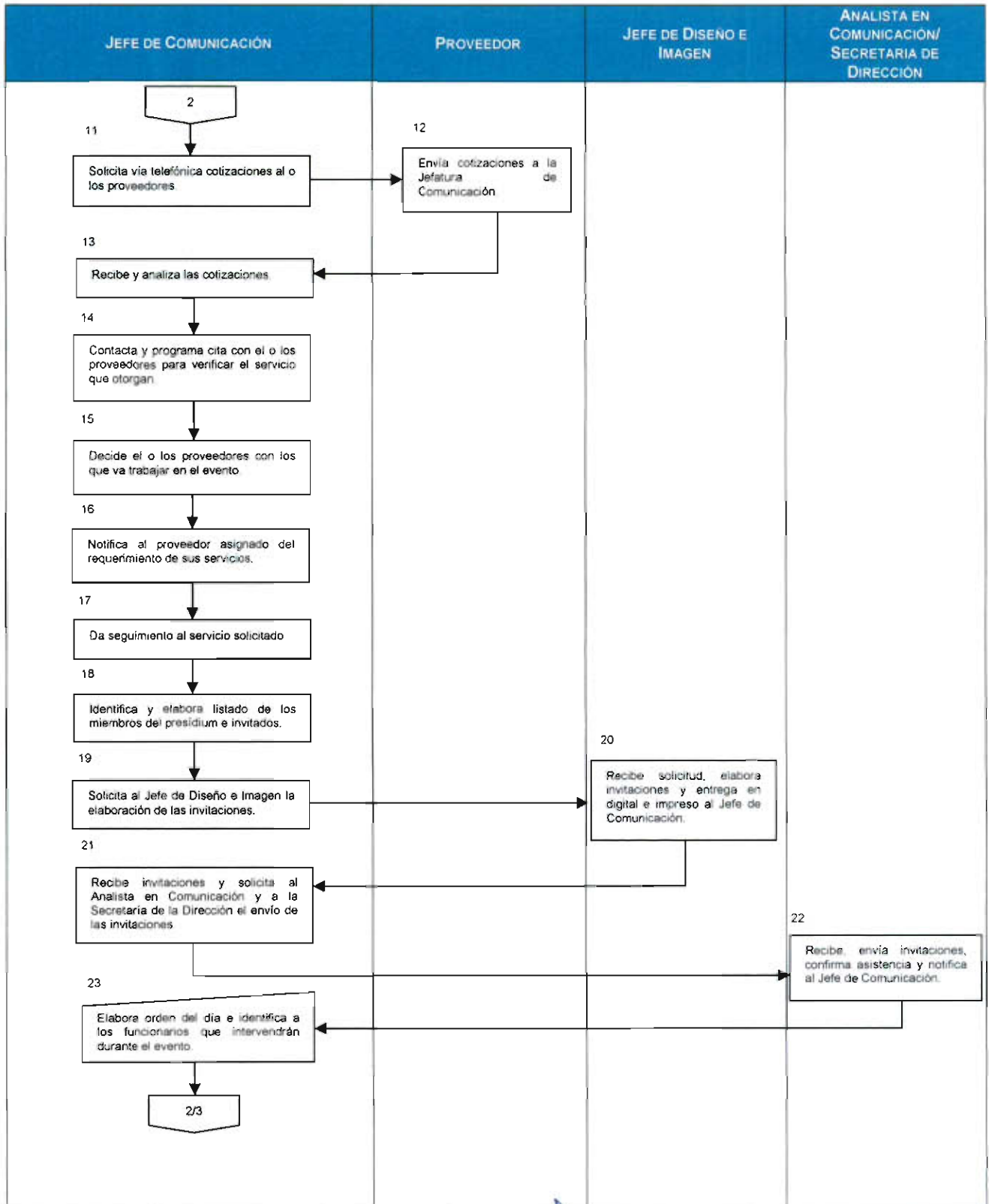

30	Recibe y envía invitación vía correo electrónico a los medios de comunicación.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
31	Confirma vía telefónica la recepción de la invitación y asistencia al evento.	
32	Notifica al Jefe de Comunicación sobre los asistentes al evento.	
EJECUCIÓN DEL EVENTO		
33	Acude al evento una hora antes para ver detalles del mismo.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
34	Coordina y supervisa la logística y protocolo del evento.	
35	Participa en el desarrollo del evento.	
36	Desmonta lo requerido durante el evento con apoyo del Analista en Comunicación.	
PUBLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
37	Solicita al área de Diseño e Imagen las fotografías, audio y video del evento realizado.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
38	Entrega al Analista en Comunicación las fotografías, audio y video del evento.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
39	Recibe las fotografías, audio y video del evento.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
40	Solicita vía correo electrónico al Analista en Comunicación la elaboración de la nota informativa del evento.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
41	Elabora nota informativa referente del evento.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
42	Entrega nota informativa a la Jefatura de Comunicación.	
43	Recibe y revisa nota informativa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
	¿Es correcta?	
44	Si no es correcta, solicita al Analista en Comunicación corrija la nota informativa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
45	Recibe, corrige y regresa a la actividad No.42	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
46	Si es correcta, regresa nota informativa al Analista en Comunicación para su publicación en la página WEB de la CEA, el Portal Jalisco y Facebook.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
47	Publica nota informativa del evento en el Portal Jalisco y Facebook.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
48	Envía vía correo electrónico nota informativa al Jefe de Sistemas de Información para su publicación en la página WEB de la CEA.	
49	Recibe y publica nota informativa en la página WEB de la CEA.	

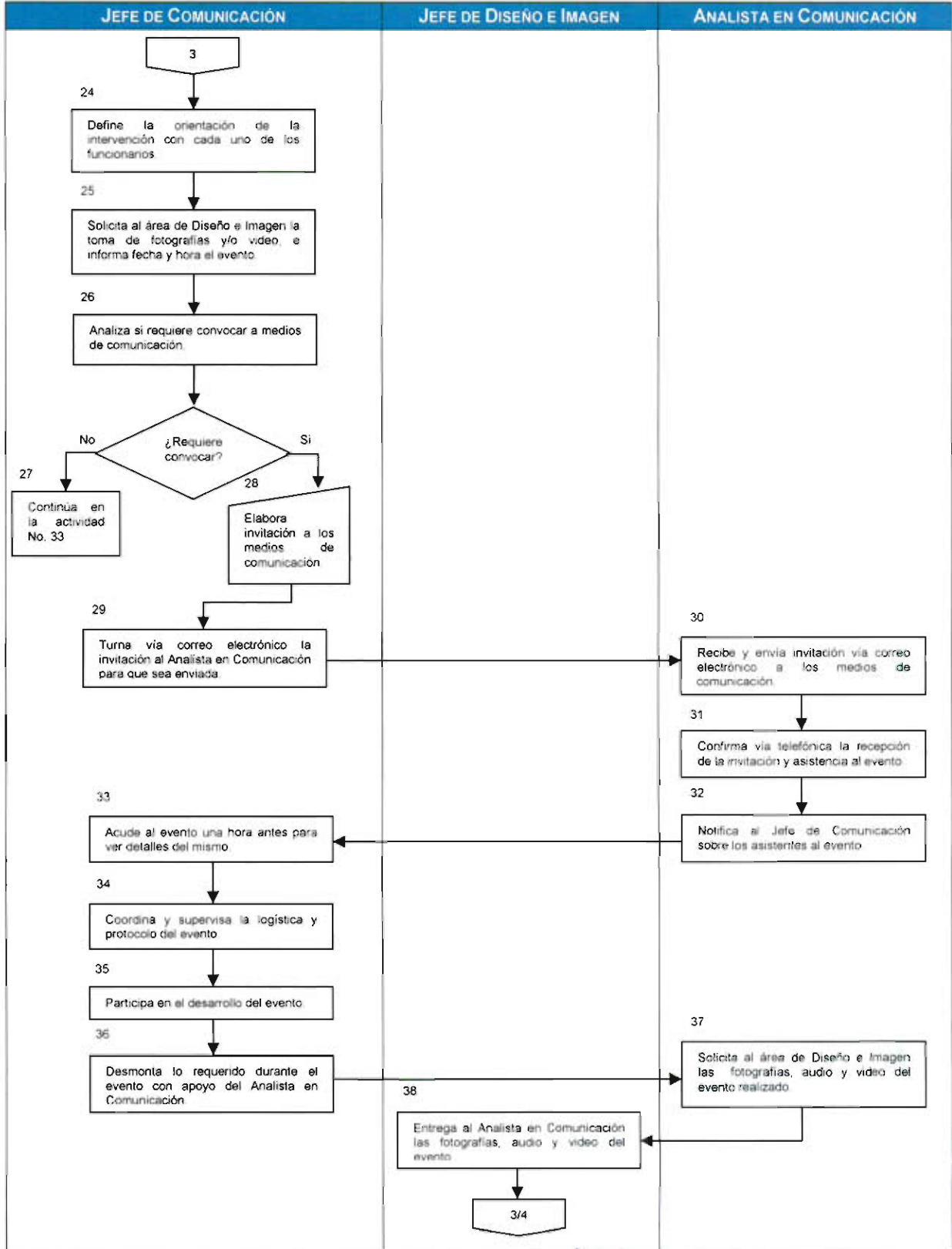
50	Verifica que la nota informativa haya sido publicada en los medios solicitados.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
EVALUACIÓN DEL EVENTO		
51	Convoca al Director de Comunicación Institucional y al personal involucrado en el evento para la reunión de evaluación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
52	Acude a la reunión y solicita al Director de Comunicación Institucional dirija la evaluación del evento.	
53	Solicita la opinión de los participantes sobre el desarrollo del evento.	Director de Comunicación Institucional
54	Cierra reunión con una retroalimentación al personal sobre las mejoras del evento.	Dirección de Comunicación Institucional
TRÁMITE DE PAGO		
55	Solicita al Jefe de Comunicación recabe las facturas para el trámite de pago.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
56	Solicita al proveedor las facturas para tramitar el pago de las mismas.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
57	Entrega facturas a la Jefatura de Comunicación.	Proveedor
58	Recibe facturas y solicita a la Secretaria de Dirección realice los trámites de pago a proveedores correspondientes de acuerdo al Manual Políticas y Lineamientos de Adquisiciones y Enajenaciones de la CEA.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
59	Realiza el trámite de pago de las facturas y notifica al Jefe de Comunicación del trámite realizado.	Secretaria de Dirección Dirección de Comunicación Institucional
60	Archiva Información referente al evento en la carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

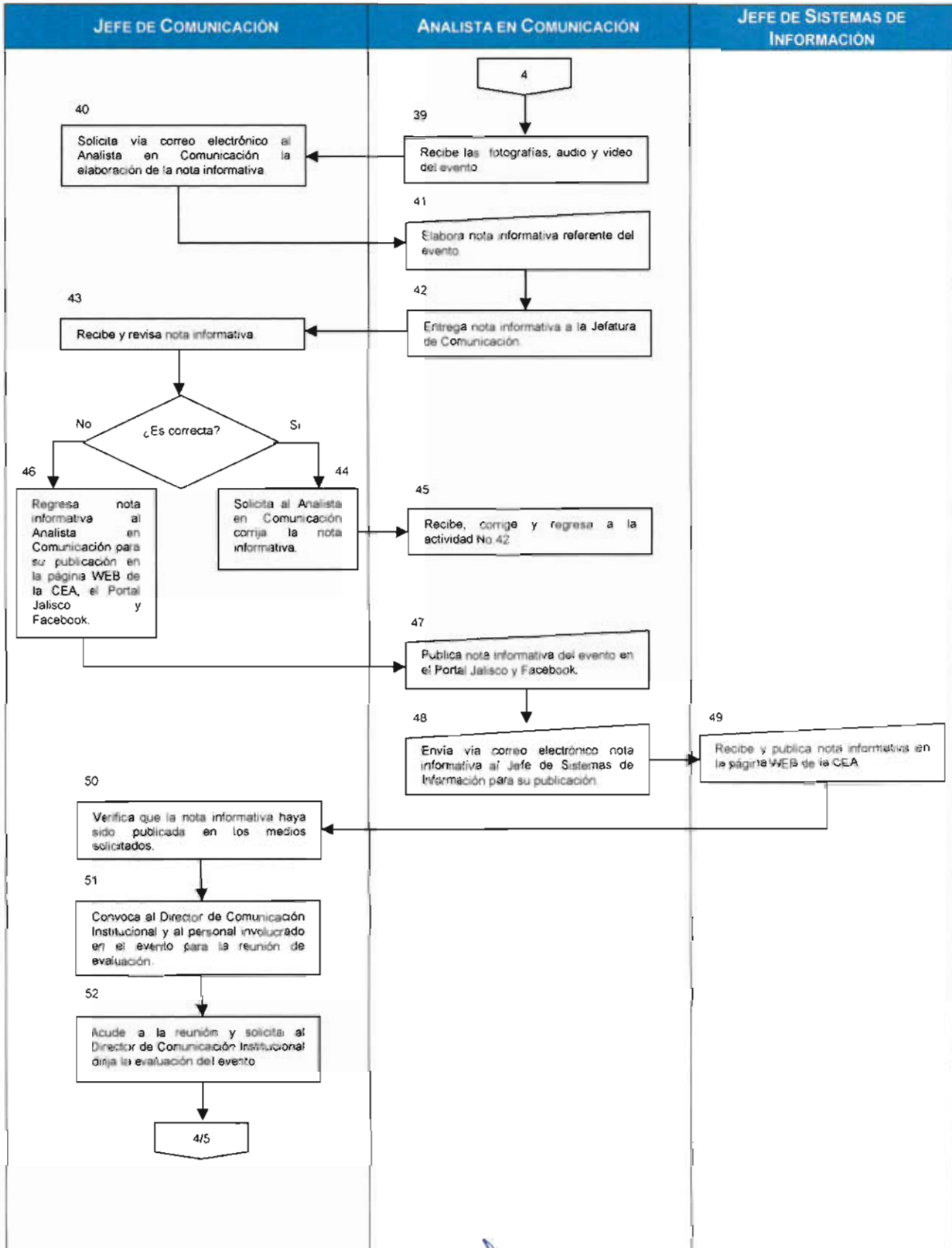
3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

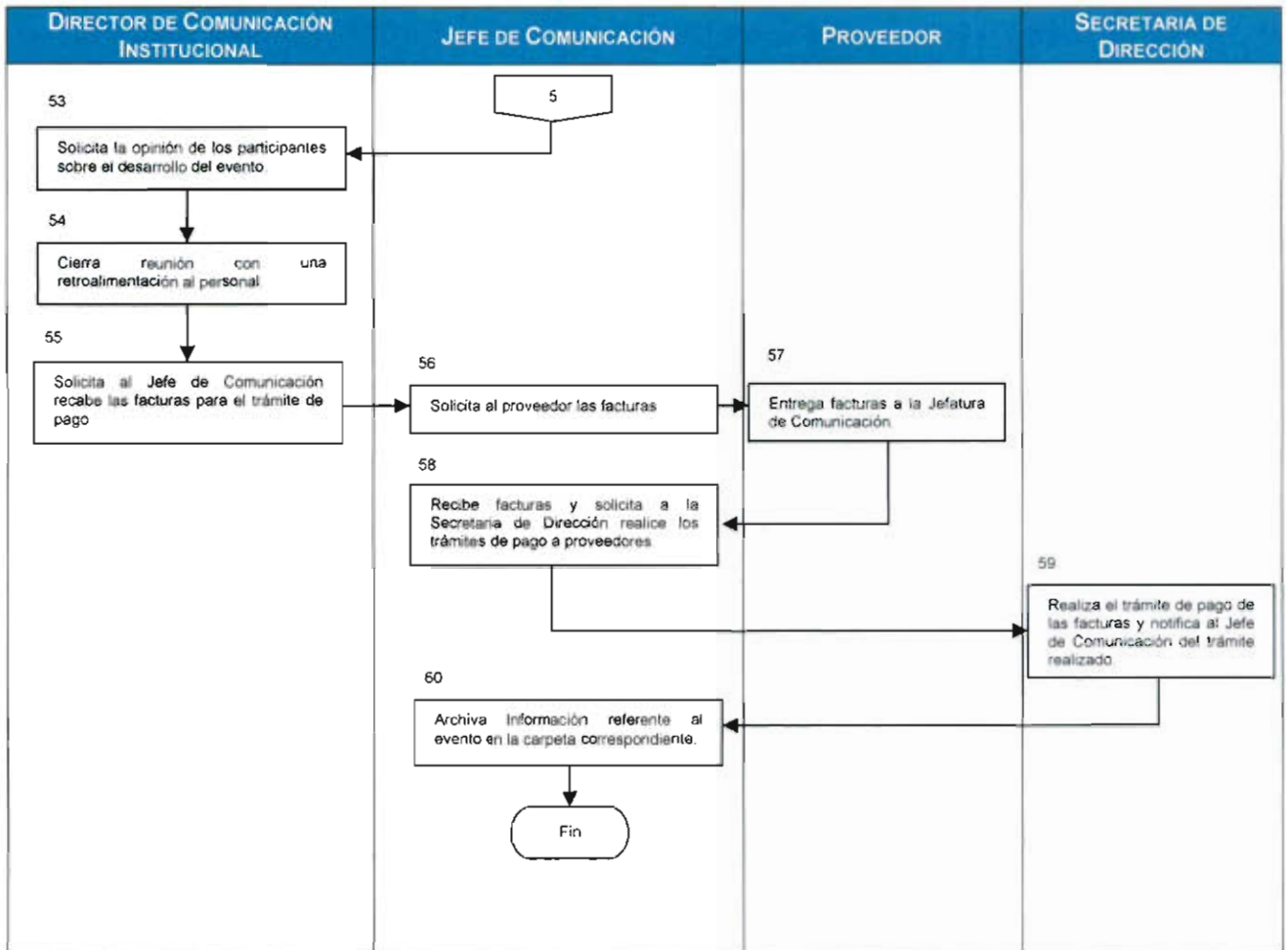
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Eventos Institucionales.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.












Handwritten signature



DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Coordinación de Entrevistas.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Directores y Jefatura de Comunicación.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Coordinar las entrevistas para proporcionar información veraz y oportuna a los Medios de Comunicación.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
1. Toda entrevista que soliciten los medios directamente a los funcionarios deberán de ser canalizadas a la Dirección de Comunicación Institucional para su atención.	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Que las entrevistas que se realizan sean publicadas de acuerdo a la información que el directivo proporcione.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de entrevistas realizadas vs. Número de entrevistas publicadas. • Número de entrevistas por mes vs. Número de entrevistas al año. • Número de entrevistas publicadas en su totalidad por mes vs. Número de entrevistas publicadas en su totalidad por año. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Solicitud de la entrevista. ○ Grabación de la entrevista. ○ Medio de comunicación en el cual se publicó la entrevista. 	

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

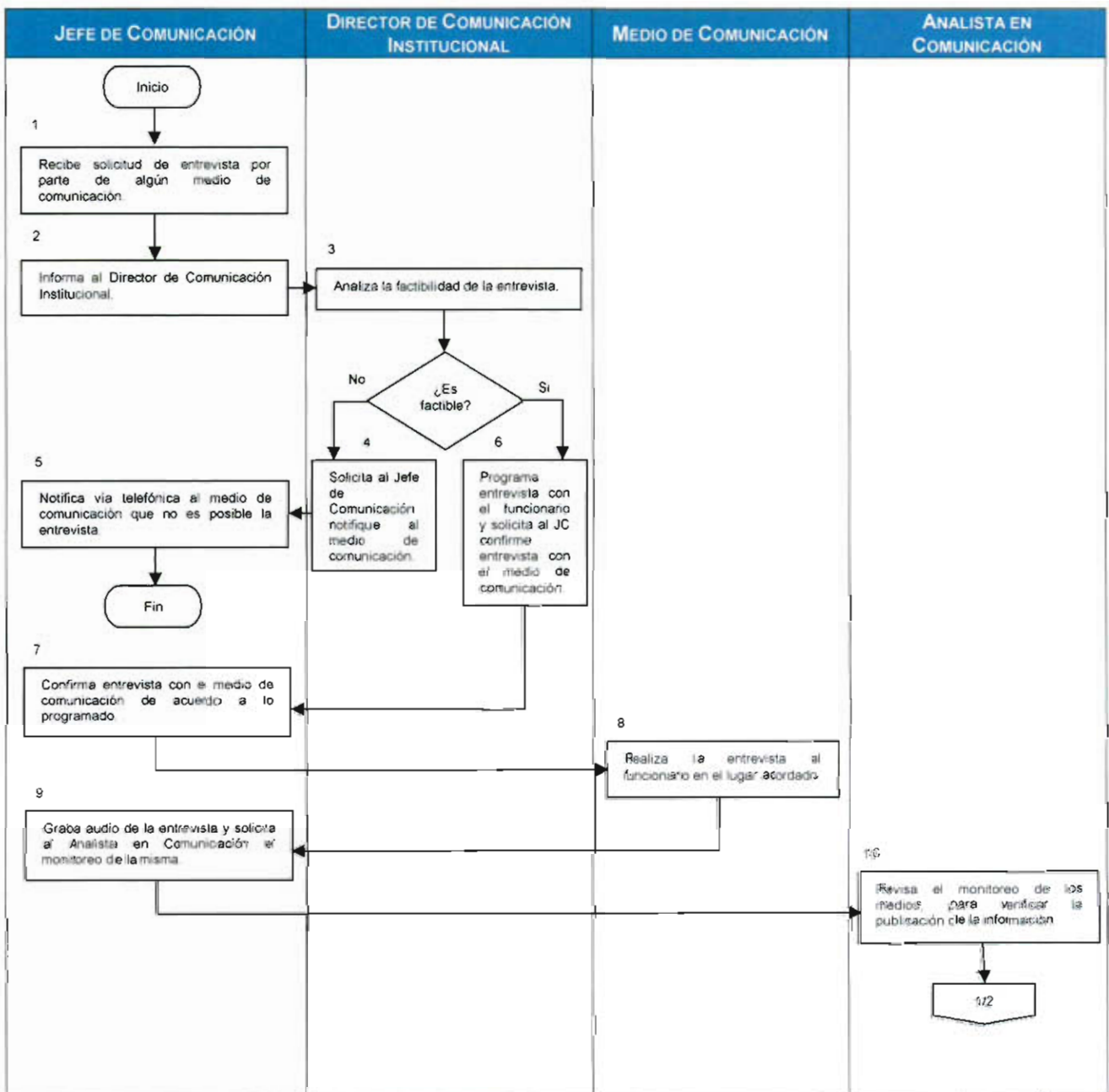
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Coordinación de Entrevistas.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

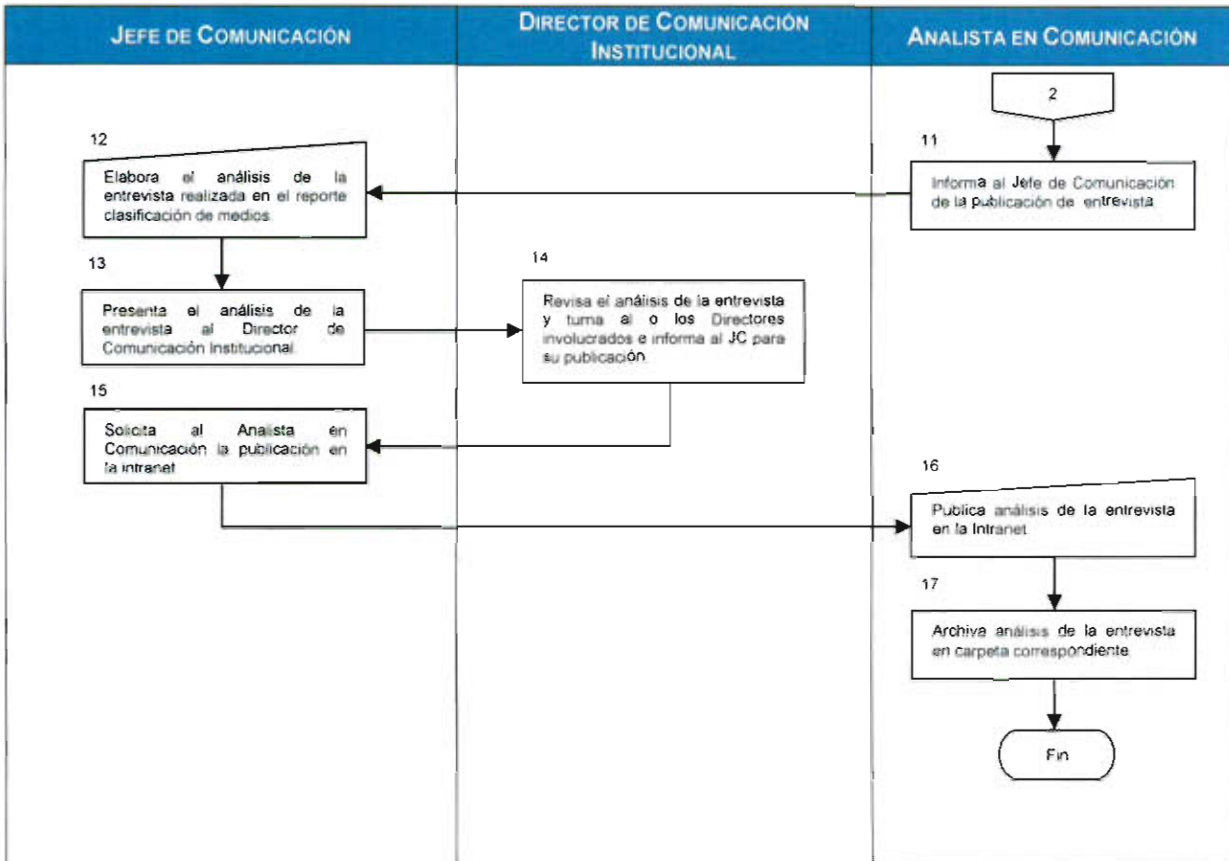
NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
RECEPCIÓN DE SOLICITUD DE ENTREVISTA Y PROGRAMACIÓN		
1	Recibe solicitud de entrevista por parte de algún medio de comunicación vía telefónica o personalmente.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
2	Informa al Director de Comunicación Institucional de la petición de Información.	
3	Analiza la factibilidad de la entrevista.	
	¿Es factible?	Director de Comunicación Institucional
4	Si no es factible, solicita al Jefe de Comunicación notifique al medio de comunicación.	Dirección de Comunicación Institucional
5	Notifica vía telefónica al medio de comunicación que no es posible la entrevista. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
6	Si es factible, programa entrevista con el funcionario que atenderá al medio de comunicación y solicita al Jefe de Comunicación confirme entrevista con el medio de comunicación.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
7	Confirma entrevista con el medio de comunicación de acuerdo a lo programado.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
8	Realiza la entrevista al funcionario en el lugar acordado.	Medio de Comunicación
9	Graba audio de la entrevista y solicita al Analista en Comunicación el monitoreo de la misma.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
ELABORACIÓN DE INFORME DE LA ENTREVISTA		
10	Revisa el monitoreo de los medios, para verificar la publicación de la información.	
11	Informa al Jefe de Comunicación de la publicación de entrevista.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación

12	Elabora el análisis de la entrevista realizada en el reporte clasificación de medios.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
13	Presenta el análisis de la entrevista al Director de Comunicación Institucional.	
14	Revisa el análisis de la entrevista y turna al o los Directores involucrados para su conocimiento e informa al Jefe de Comunicación para su publicación.	Director de Comunicación Institucional Dirección de Comunicación Institucional
15	Solicita al Analista en Comunicación la publicación del análisis de la entrevista en la intranet.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
16	Publica análisis de la entrevista en la Intranet.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
17	Archiva análisis de la entrevista en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Coordinación de Entrevistas.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.





DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Síntesis Informativa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional y Jefatura de Comunicación.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Mantener informados a los Directivos de la CEA de los temas hídricos que se publiquen en los medios de comunicación.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las notas informativas referentes a temas hídricos deberán publicarse en su totalidad en la Intranet. 2. Las notas informativas exclusivas de la CEA deberán publicarse en la página WEB en el link CEA en los medios. 3. La síntesis de las notas informativas deberá estar elaborada a las 9 de la mañana en días hábiles. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Que todos los Directores y Gerentes estén informados sobre temas hídricos, en el momento oportuno.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • No. de síntesis informativas elaboradas y publicadas en el tiempo establecido. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Periódicos. ○ Agencia de Monitoreo. 	

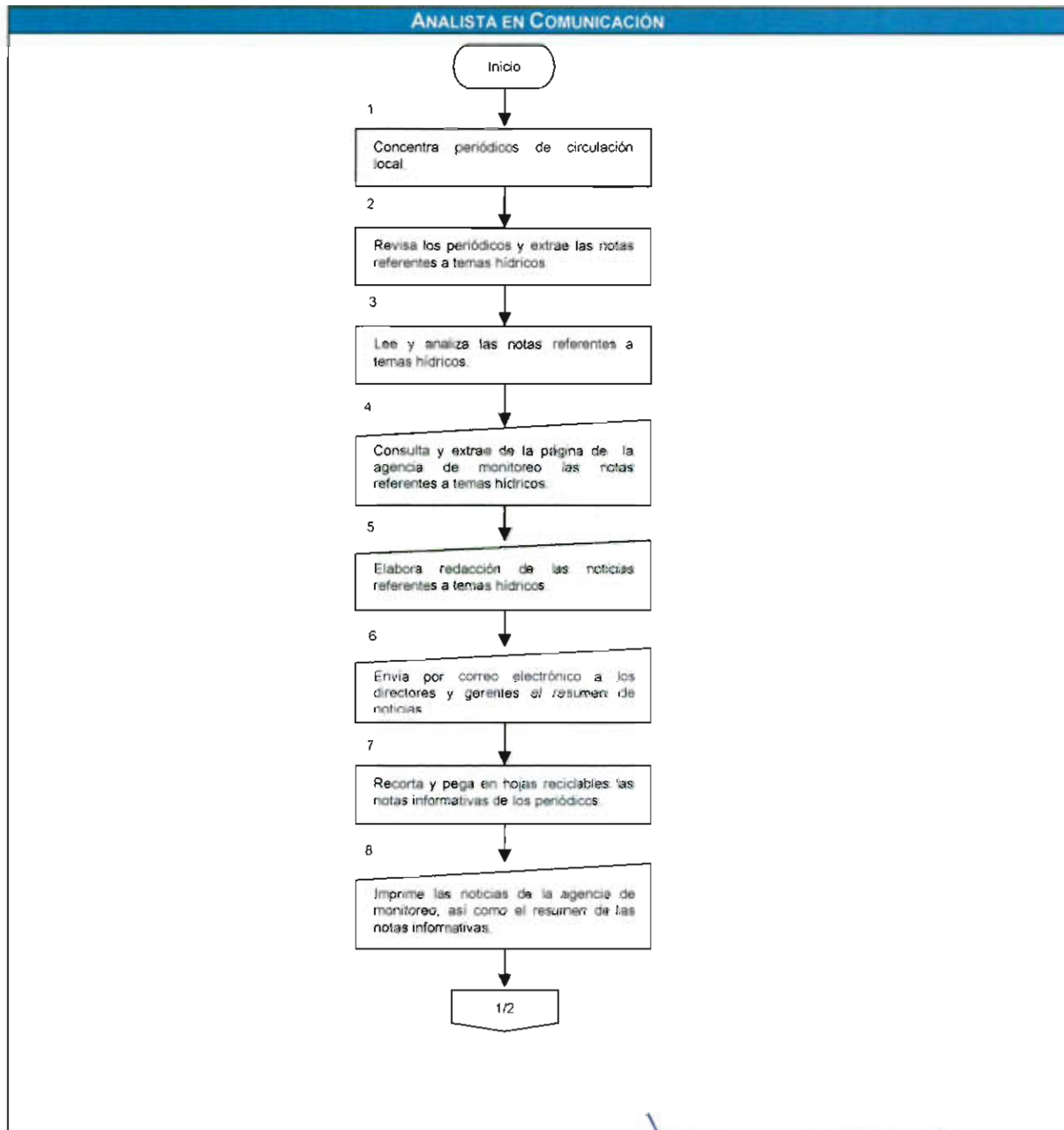
2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

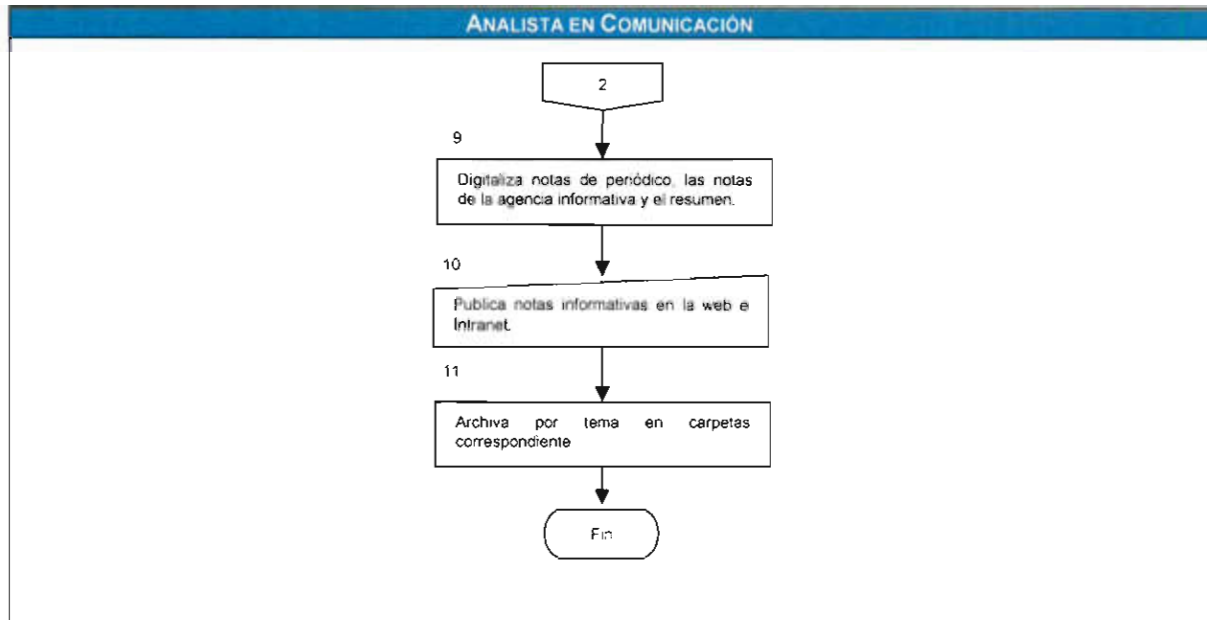
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Síntesis Informativa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
SÍNTESIS INFORMATIVA		
1	Concentra todos los periódicos de circulación local los cuales llegan por suscripción a las instalaciones de la CEA.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
2	Revisa los periódicos y extrae las notas referentes a temas hídricos.	
3	Lee y analiza las notas referentes a temas hídricos.	
4	Consulta y extrae de la página de la agencia de monitoreo las notas referentes a temas hídricos de radio y televisión.	
5	Elabora redacción de las noticias referentes a temas hídricos de los periódicos y de la agencia de monitoreo.	
6	Envía por correo electrónico a los directores y gerentes el resumen de noticias referentes a temas hídricos.	
7	Recorta y pega en hojas reciclables las notas informativas de los periódicos.	
8	Imprime las noticias de la agencia de monitoreo, así como el resumen de las notas informativas.	
9	Digitaliza las notas de periódico, las notas de la agencia informativa y el resumen para ser publicados en la intranet y página web.	
10	Publica notas informativas en la web e Intranet.	
11	Archiva por tema en carpetas correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Síntesis Informativa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.





DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

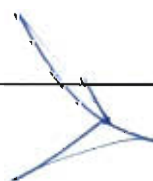
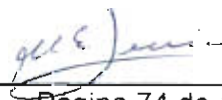
NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Ruedas de Prensa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Director General, Directores de Área, Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Comunicación y Medios de Comunicación.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Dar a conocer información veraz y oportuna a los medios de comunicación.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se deberá contar con la solicitud de la Rueda de Prensa mínimo una semana antes de la misma. 2. Podrá convocarse a Rueda de Prensa el mismo día cuando por la importancia y trascendencia del tema lo amerite. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Que la información publicada por los medios de comunicación sea la que se proporcionó en la Rueda de Prensa.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de ruedas de prensa realizadas vs. Número de ruedas de prensa solicitadas. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de comunicación masivos. ○ Agencia de Monitoreo para los medios electrónicos. 	

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Ruedas de Prensa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

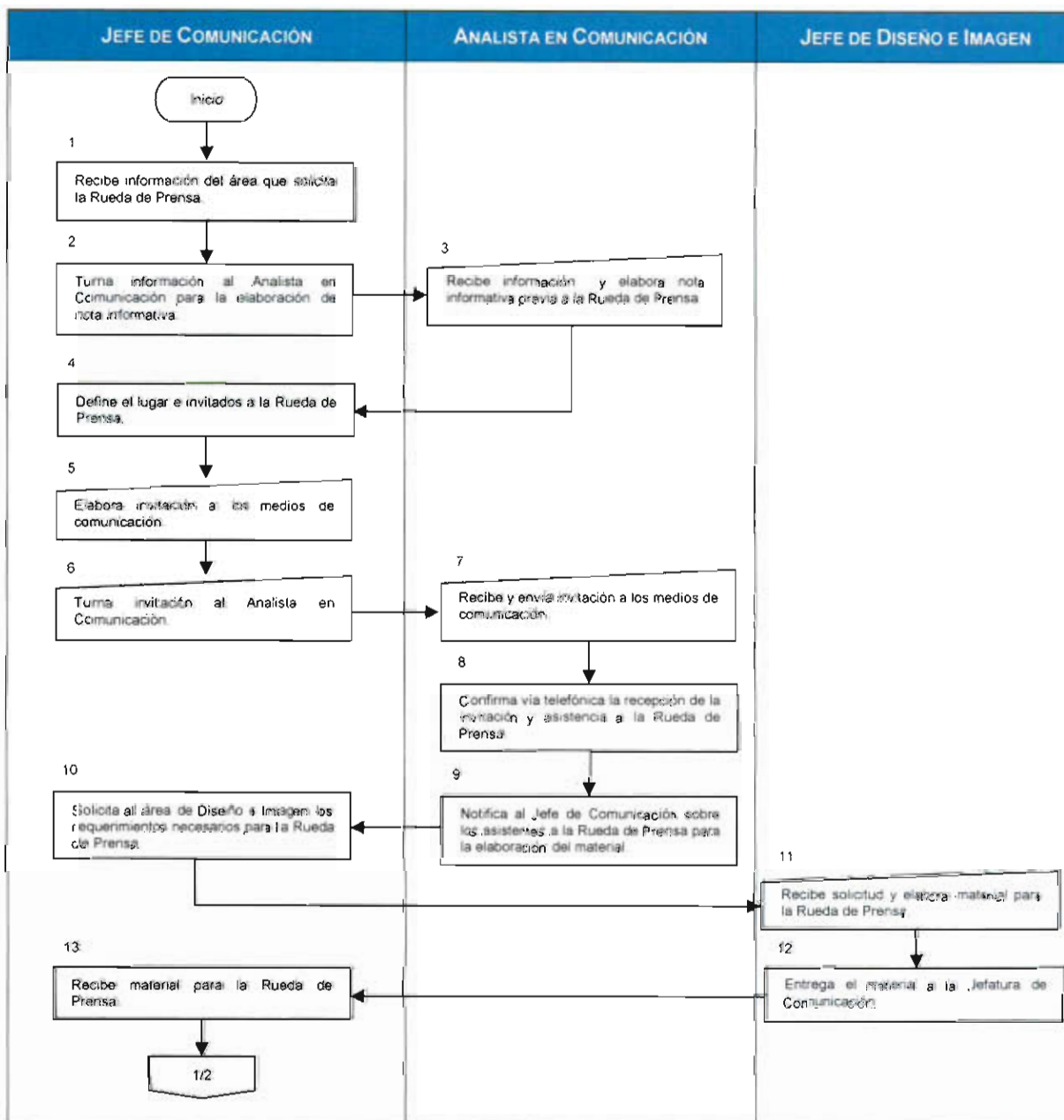
NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA RUEDA DE PRENSA		
1	Recibe información del área que solicita la Rueda de Prensa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
2	Turna información al Analista en Comunicación para la elaboración de nota informativa previa a la Rueda de Prensa.	
3	Recibe información y elabora nota informativa previa a la Rueda de Prensa.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
4	Define el lugar e invitados a la Rueda de Prensa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
CONVOCATORIA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
5	Elabora invitación a los medios de comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
6	Turna vía correo electrónico la invitación al Analista en Comunicación para que sea enviada a los medios.	
7	Recibe y envía invitación vía correo electrónico a los medios de comunicación.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
8	Confirma vía telefónica la recepción de la invitación y asistencia a la Rueda de Prensa.	
9	Notifica al Jefe de Comunicación sobre los asistentes a la Rueda de Prensa para la elaboración del material.	
10	Solicita al área de Diseño e Imagen los requerimientos necesarios para la Rueda de Prensa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
11	Recibe solicitud y elabora material para la Rueda de Prensa.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
12	Entrega el material a la Jefatura de Comunicación.	
13	Recibe material para la Rueda de Prensa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

EJECUCIÓN DE LA RUEDA DE PRENSA		
14	Acude al lugar una hora antes de la Rueda de Prensa, verifica el acomodo del lugar y acomoda material.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
15	Recibe a los medios de comunicación y asigna lugares.	
16	Presenta a los Directivos que encabezan la Rueda de Prensa.	
17	Participa en el desarrollo de la Rueda de Prensa.	
18	Entrega la nota informativa previa a la Rueda de Prensa a los reporteros.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE NOTA INFORMATIVA		
19	Complementa nota informativa previa a la Rueda de Prensa con citas textuales de lo dicho en la misma por los funcionarios.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
20	Entrega nota informativa a la Jefatura de Comunicación para su revisión.	
21	Recibe y revisa nota informativa. ¿Es correcta?	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
22	Si no es correcta, solicita al Analista en Comunicación corrija la nota informativa.	
23	Recibe, corrige y regresa a la actividad No. 20	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
24	Si es correcta, regresa nota informativa al Analista en Comunicación para su publicación en la página WEB de la CEA, el Portal Jalisco y Facebook.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
25	Publica nota informativa del evento en el Portal Jalisco y Facebook.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
26	Envía vía correo electrónico nota informativa al Jefe de Sistemas de Información para su publicación en la página web de la CEA.	
27	Recibe y publica nota informativa en la página WEB de la CEA.	Jefe de Sistemas de Información Jefatura de Sistemas de Información
28	Verifica que la nota informativa haya sido publicada en los medios solicitados y archiva en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

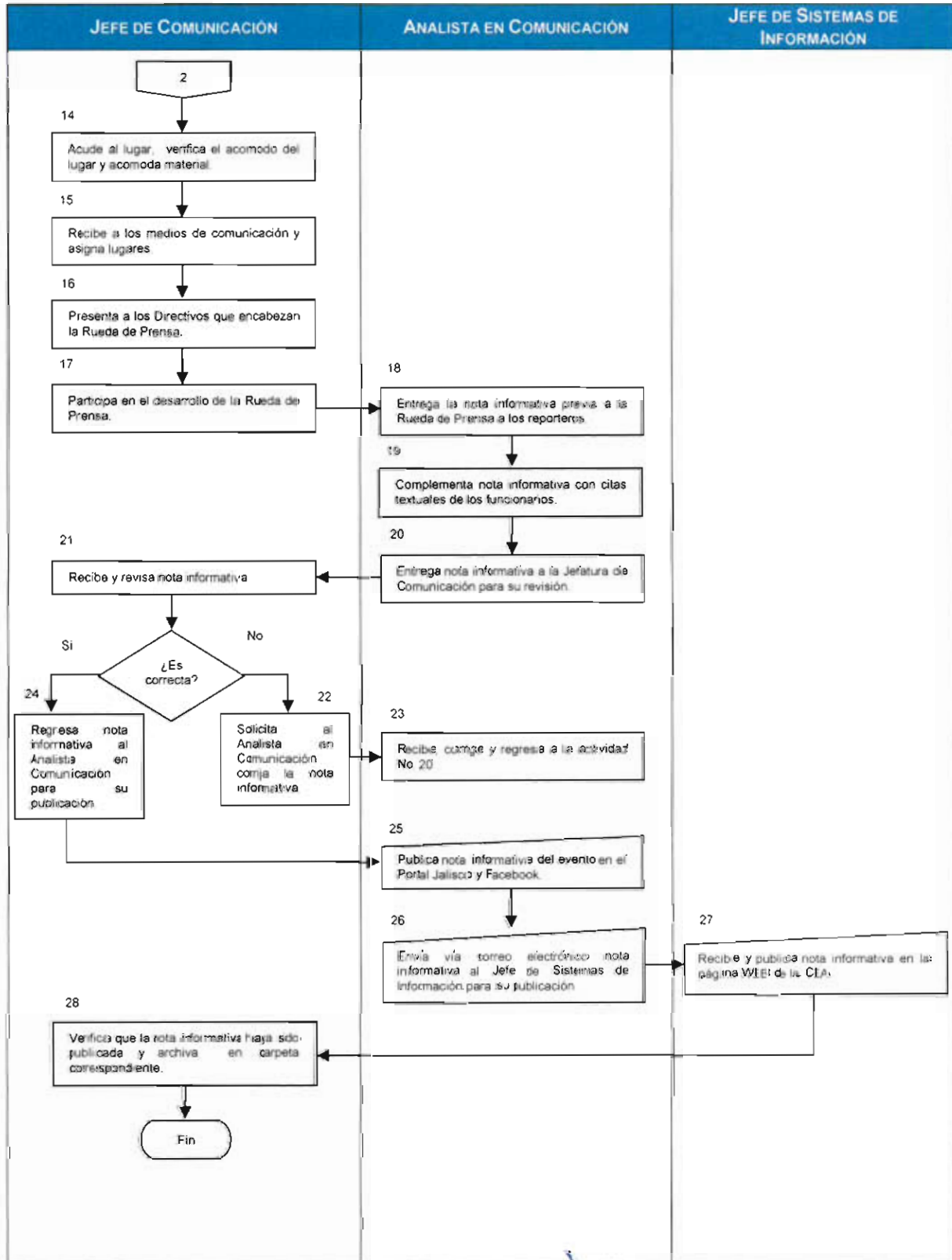




3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Ruedas de Prensa.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.



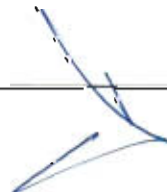

 Página 75 de 107



DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Giras de Trabajo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	Dirección General, Direcciones de Área, Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Comunicación y Medios de Comunicación.
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	Dar a conocer información veraz y oportuna a los medios de comunicación.
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se deberá contar con la solicitud de la Gira de Trabajo mínimo una semana antes de la misma. 2. Podrá convocarse a Giras de Trabajo el mismo día cuando por la importancia y trascendencia del tema lo amerite.
RESULTADOS ESPERADOS:	Que la información publicada por los medios de comunicación sea la que se proporcionó durante la Gira de Trabajo.
INDICADOR DE ÉXITO:	<ul style="list-style-type: none"> • Número de giras de trabajo por mes Vs. Número de giras de trabajo solicitadas.
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Periódicos de la localidad. ○ Agencia de Monitoreo para los medios electrónicos.





3) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Giras de Trabajo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

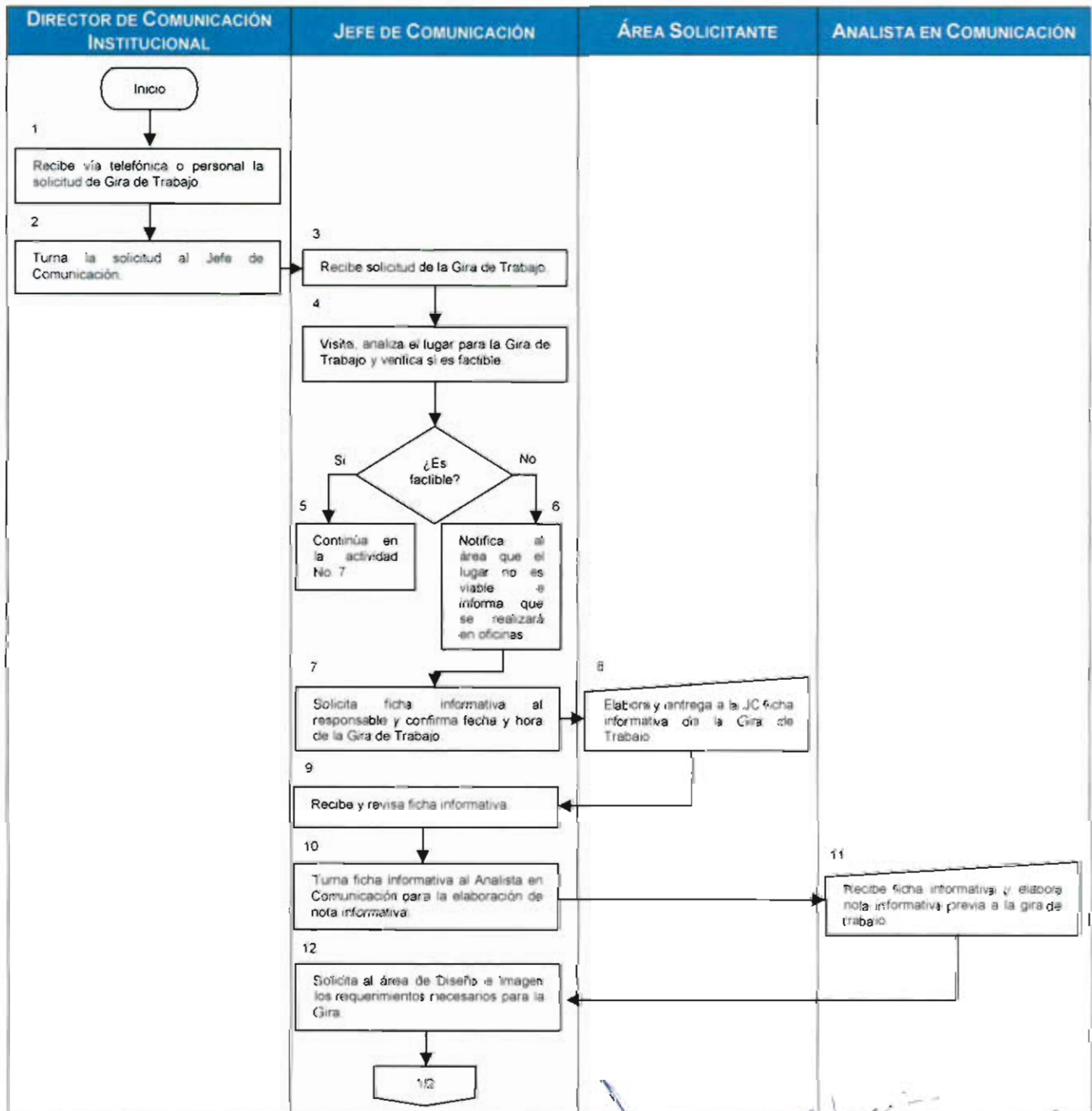
NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
RECEPCIÓN DE SOLICITUD DE LA GIRA DE TRABAJO		
1	Recibe vía telefónica o personal la solicitud de Gira de Trabajo.	Director de Comunicación Institucional
2	Toma la solicitud vía correo electrónico o personalmente al Jefe de Comunicación.	Dirección de Comunicación Institucional
3	Recibe solicitud de la Gira de Trabajo.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
4	Visita, analiza el lugar en el que se realizará la Gira de Trabajo, en compañía del responsable de la información y verifica si es factible.	
	¿Es factible?	
5	Si es factible, continúa en la actividad No. 7	
6	Si no es factible notifica al área que el lugar no es viable e informa que se realizará en oficinas.	
7	Solicita ficha informativa al responsable y confirma fecha y hora de la Gira de Trabajo.	
8	Elabora y entrega a la Jefatura de Comunicación ficha informativa de la Gira de Trabajo.	
9	Recibe y revisa ficha informativa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
10	Toma ficha informativa al Analista en Comunicación para la elaboración de nota informativa previa a la Gira de Trabajo.	
11	Recibe ficha informativa y elabora nota informativa previa a la gira de trabajo	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
12	Solicita al área de Diseño e Imagen los requerimientos necesarios para la Gira.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
13	Recibe solicitud y elabora material para la Gira de Trabajo.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
14	Entrega el material a la Jefatura de Comunicación.	
15	Recibe material para la Gira de Trabajo.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

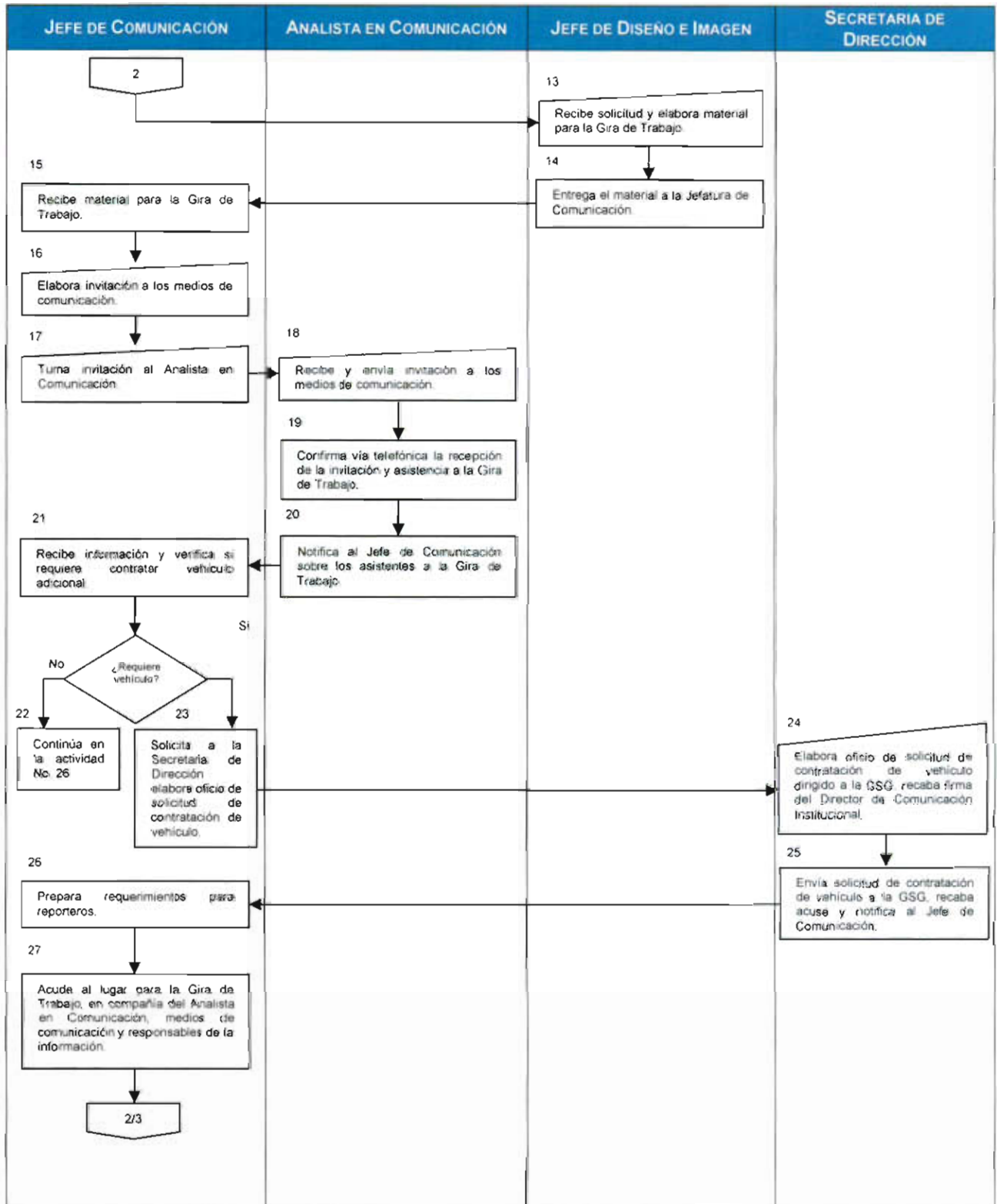
CONVOCATORIA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
16	Elabora invitación a los medios de comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
17	Turna vía correo electrónico la invitación al Analista en Comunicación para que sea enviada a los medios.	
18	Recibe y envía invitación vía correo electrónico a los medios de comunicación.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
19	Confirma vía telefónica la recepción de la invitación y asistencia a la Gira de Trabajo.	
20	Notifica al Jefe de Comunicación sobre los asistentes a la Gira de Trabajo, para los requerimientos necesarios.	
21	Recibe información y verifica si requiere contratar vehículo adicional.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
	¿Requiere vehículo?	
22	Si no requiere vehículo, continúa en la actividad No. 26	
23	Si requiere vehículo, solicita a la Secretaria de Dirección elabore oficio de solicitud de contratación de vehículo a la Gerencia de Servicios Generales.	Secretaria de Dirección Dirección de Comunicación Institucional
24	Elabora oficio de solicitud de contratación de vehículo dirigido a la Gerencia de Servicios Generales, recaba firma del Director de Comunicación Institucional.	
25	Envía solicitud de contratación de vehículo a la Gerencia de Servicios Generales, recaba acuse y notifica al Jefe de Comunicación.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
26	Prepara requerimientos para reporteros (agua, alimentos, gorras).	
EJECUCIÓN DE LA GIRA DE TRABAJO		
27	Acude al lugar acordado para la Gira de Trabajo, en compañía del Analista en Comunicación, medios de comunicación y responsables de la información.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
28	Recibe a los medios de comunicación y asigna lugares.	
29	Presenta a quienes encabezarán la Gira de Trabajo.	
30	Participa en el desarrollo de la Gira de Trabajo.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
31	Entrega la nota informativa previa de la Gira de Trabajo a los reporteros.	

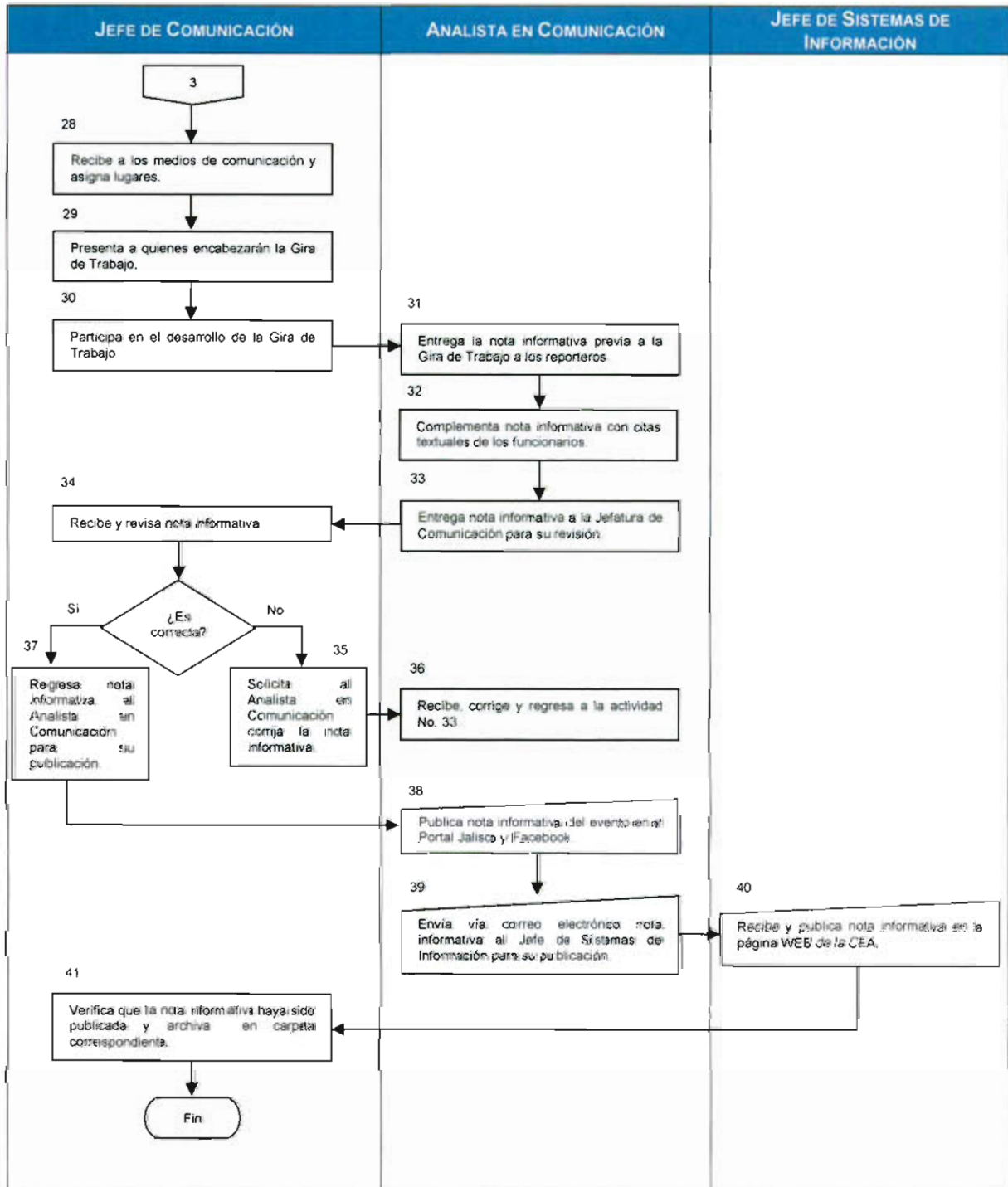
ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE NOTA INFORMATIVA		
32	Completa nota informativa previa a la Gira de Trabajo con citas textuales de lo dicho en la misma por los funcionarios.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
33	Entrega nota informativa a la Jefatura de Comunicación para su revisión.	
34	Recibe y revisa nota informativa.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
	¿Es correcta?	
35	Si no es correcta, solicita al Analista en Comunicación corrija la nota informativa.	
36	Recibe, corrige y regresa a la actividad No. 33	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
37	Si es correcta, regresa nota informativa al Analista en Comunicación para su publicación en la página WEB de la CEA, el Portal Jalisco y Facebook.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación
38	Publica nota informativa del evento en el Portal Jalisco y Facebook.	Analista en Comunicación Jefatura de Comunicación
39	Envía vía correo electrónico nota informativa al Jefe de Sistemas de Información para su publicación en la página WEB de la CEA.	
40	Recibe y publica nota informativa en la página WEB de la CEA.	Jefe de Sistemas de Información Jefatura de Sistemas de Información
41	Verifica que la nota informativa haya sido publicada en los medios solicitados y archiva en carpeta correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefe de Comunicación Jefatura de Comunicación

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Comunicación.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Giras de Trabajo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.







DISEÑO E IMAGEN

Fecha de actualización: Noviembre de 2012

Normatividad.

1) Fundamentos legales.

- ❖ Manual de Identidad Gráfica.

2) Políticas Generales.

1. Toda la información que se genere y que se requiera dar a conocer a través de alguna estrategia de comunicación deberá ser previamente analizada, autorizada y canalizada por el Consejo Editorial de la Comisión Estatal del Agua.
2. Cualquier necesidad de diseño, fotografía y video deberá ser solicitada a la Jefatura de Diseño e Imagen a través de los formatos establecidos y publicados en la Intranet.
3. Las aplicaciones de diseño de cualquier producto que contenga la imagen de la institución, deberán ser autorizadas por la Dirección de Comunicación Institucional a través de la Jefatura de Diseño e Imagen.
4. Las solicitudes de diseño deberán realizarse mínimo 7 días hábiles para su elaboración, dependiendo de la complejidad de lo solicitado se establecerán los tiempos de entrega del producto.
5. Se deberá dar seguimiento audiovisual a los proyectos solicitados por la Dirección de Comunicación Institucional de acuerdo al programa que se establezca.

INVENTARIO DEL PROCESO: SUBPROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

SUBPROCESO	PROCEDIMIENTOS
01. Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos.	1. Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos.
02. Diseño Interno y Externo.	1. Diseño Interno y Externo.

DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

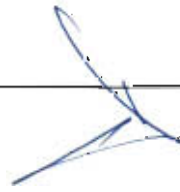

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Diseño de Imagen y Áreas solicitantes.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Tener la memoria audiovisual de los eventos y obras relevantes realizadas por la CEA.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Para que se realice la toma de fotografía o video se deberá contar con el formato de "Solicitud de Fotografía y/o Video" debidamente requisitado. 2. Las memorias fotográficas deberán archivar electrónicamente de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Jefatura de Diseño e Imagen, máximo 3 días hábiles posteriores a la fecha del evento. 3. Se deberá realizar mensualmente la depuración de fotografías del Banco de Imágenes añadidas en el mes anterior, respaldar en CD's el total de fotografías y seleccionar las fotografías representativas por tema para el Banco de Imágenes. 4. Se deberá recabar sello y firma en el formato de quién recibe el producto en el área solicitante. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Tener memoria audiovisual de los eventos y obras relevantes realizados por la CEA.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • No. de fotografías y/o videos por evento de acuerdo a los requerimientos solicitados • No. de eventos <i>respaldados en el Banco de Imágenes.</i> 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Formato de Solicitud de Fotografía y/o Video ○ Formato de Solicitud de Realización de Video ○ Manual de Identidad Gráfica 	

2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

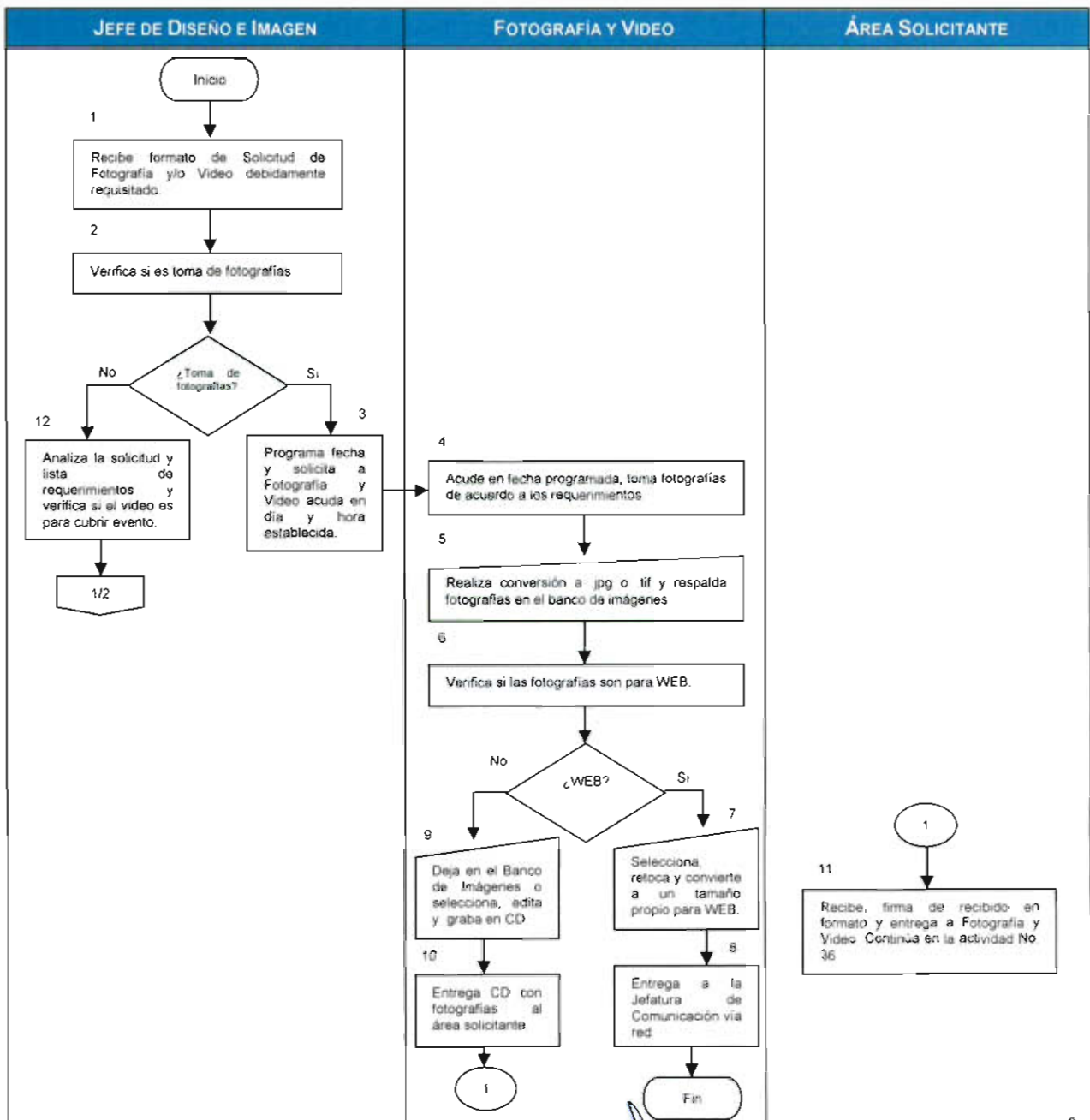
No.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
DOCUMENTACIÓN AUDIOVISUAL DE EVENTOS Y PROYECTOS		
1	Recibe formato de Solicitud de Fotografía y/o Video debidamente requisitado.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
2	Verifica si es toma de fotografías. ¿Toma de fotografías?	
3	Si es toma de fotografías, programa fecha y solicita a Fotografía y Video acuda en día y hora establecida.	
4	Acude en fecha programada, toma fotografías de acuerdo a los requerimientos.	Fotografía y Video Jefatura de Diseño e Imagen
5	Realiza conversión a .jpg o .tif y respalda fotografías en el banco de imágenes.	
6	Verifica si las fotografías son para WEB. ¿WEB?	
7	Si son para WEB, selecciona, retoca y convierte a un tamaño propio para WEB.	
8	Entrega a la Jefatura de Comunicación vía red. TERMINA PROCEDIMIENTO.	
9	Si no son para la WEB, deja en el Banco de Imágenes o selecciona, edita y graba en CD.	Área solicitante
10	Entrega CD con fotografías al área solicitante.	
11	Recibe, firma de recibido en formato y entrega a Fotografía y Video. Continúa en la actividad No. 36	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
12	Si no es toma de fotografías, analiza la solicitud y lista de requerimientos y verifica si el video es para cubrir evento. ¿Evento?	
13	Si es para cubrir evento, programa fecha y solicita a Fotografía y Video acuda en día y hora establecida.	
14	Acude al evento en fecha programada, toma video de acuerdo a los requerimientos.	Fotografía y Video Jefatura de Diseño e Imagen
15	Edita, guarda memoria y envía de acuerdo al requerimiento.	

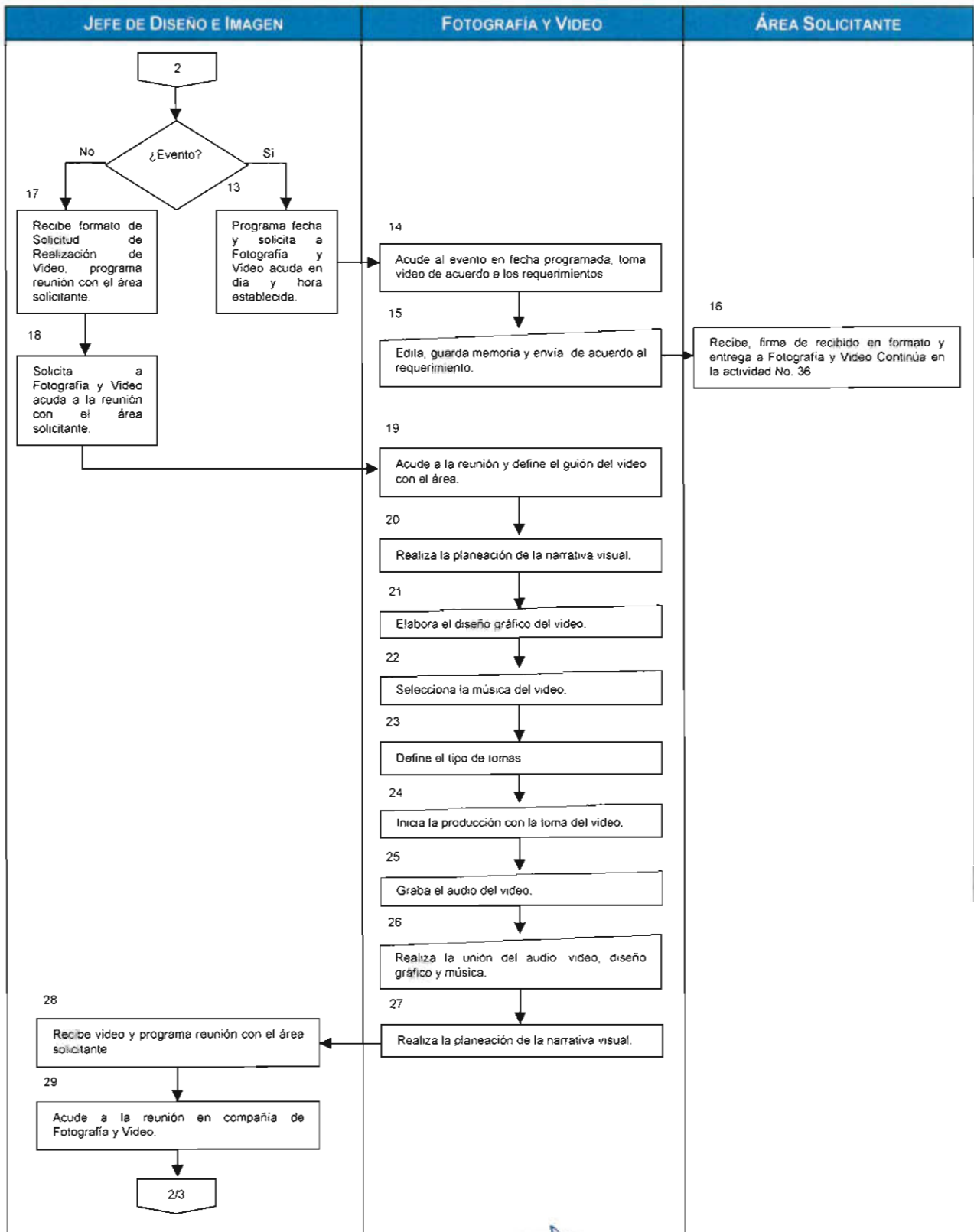
16	Recibe, firma de recibido en formato y entrega a Fotografía y Video. Continúa en la actividad No.36	Área solicitante
17	Si no es para cubrir evento, recibe formato de Solicitud de Realización de Video, programa reunión con el área solicitante para definir el contenido del video.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
18	Solicita a Fotografía y Video acuda a la reunión con el área solicitante.	
19	Acude a la reunión y define el guión del video con el área.	
20	Realiza la planeación de la narrativa visual.	
21	Elabora el diseño gráfico del video.	
22	Selecciona la música del video.	
23	Define el tipo de tomas.	
24	Inicia la producción con la toma del video	
25	Graba el audio del video.	
26	Realiza la unión del audio, video, diseño gráfico y música.	
27	Presenta video al Jefe de Diseño e Imagen.	
28	Recibe video y programa reunión con el área solicitante.	
29	Acude a la reunión en compañía de Fotografía y Video.	
30	Presenta video y verifica con el área solicitante si hay correcciones o ajustes.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
	¿Hay correcciones o ajustes?	
31	Si hay correcciones o ajustes solicita a Fotografía y Video realizarlos.	
32	Realiza las correcciones o ajustes y regresa a la actividad No. 27	Fotografía y Video Jefatura de Diseño e imagen
33	Si no hay correcciones solicita a Fotografía y Video realice la masterización del video.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
34	Realiza la masterización del video, entrega producto final de acuerdo a los requerimientos y solicita firma de recibido en el formato.	Fotografía y Video Jefatura de Diseño e Imagen
35	Recibe, firma de recibido en formato y entrega a Fotografía y Video.	Área solicitante
36	Recibe y archiva en expediente correspondiente, llenando el formato con la fecha en la que archivó. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Fotografía y Video Jefatura de Diseño e imagen

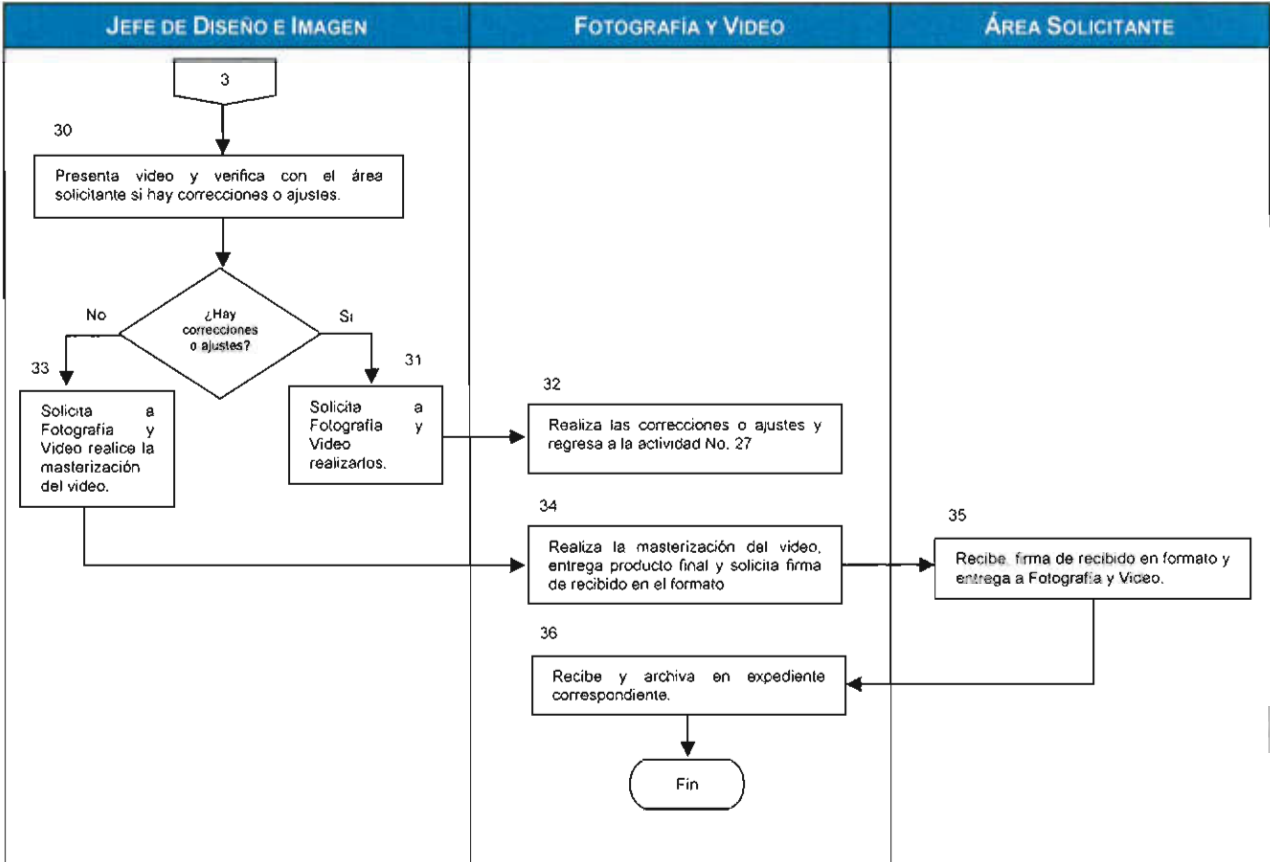
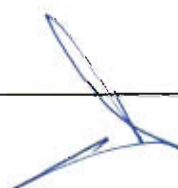



3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Documentación Audiovisual de Eventos y Proyectos.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.





del 2 Junio



DESCRIPCIÓN NARRATIVA Y FLUJOGRAMA.

1) GENERALIDADES.

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Diseño Interno y Externo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.
ALCANCE O ÁMBITO:	
Dirección de Comunicación Institucional, Jefatura de Diseño e Imagen y Áreas solicitantes.	
OBJETIVO DEL SUBPROCESO:	
Vigilar que se respete la imagen institucional de la CEA en todas las aplicaciones que se realicen.	
POLÍTICAS DEL SUBPROCESO:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Para que se realice y produzca el diseño se deberá contar con el formato "Solicitud de Diseño" debidamente requisitado. 2. Se deberán elaborar mínimo dos bocetos por cada diseño solicitado. 3. El diseño se producirá hasta que se cuente con la autorización del Gerente o Director del área solicitante. 4. Se deberá recabar sello y firma en el formato de quién recibe el producto en el área solicitante. 	
RESULTADOS ESPERADOS:	
Garantizar la unificación de la imagen institucional dentro de todas las áreas de la CEA.	
INDICADOR DE ÉXITO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Número de diseños realizados en el mes. • Número de diseños autorizados en el mes. 	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA:	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Manual de Identidad Gráfica. ○ Boceto. ○ Formato Solicitud de Diseño. 	



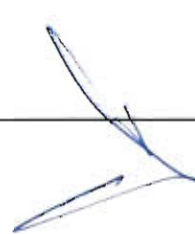
2) DESCRIPCIÓN NARRATIVA.

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Diseño Interno y Externo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.

NO.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PUESTO Y ÁREA
DISEÑO INTERNO Y EXTERNO		
1	Recibe formato Solicitud de Diseño debidamente requisitado.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
2	Integra al cronograma de diseños, para estimar fecha de atención.	
3	Informa al solicitante la fecha de entrega del diseño.	
4	Revisa la información del diseño solicitado para generar el concepto de imagen.	
5	Elabora dos bocetos a mano del diseño solicitado.	
6	Busca imágenes fotográficas e integra al boceto.	
7	Digitaliza el boceto.	
8	Busca e integra tipografía para el diseño.	
9	Busca e integra logotipos al diseño.	
10	Envía bocetos digitalizados al área solicitante, para aprobación y selección.	
11	Recibe y revisa si hay ajustes o cambios.	Área Solicitante
	¿Ajustes o cambios?	
12	Si hay ajustes o cambios, solicita al Jefe de Diseño e Imagen realice los ajustes o cambios necesarios.	
13	Recibe, realiza ajustes o cambios y regresa a la actividad No. 10	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
14	Si no hay ajustes o cambios, informa al Jefe de Diseño e Imagen cual es el boceto final.	Área Solicitante
15	Realiza dummy final, establece tipo de materiales y medidas para cotizar con el proveedor y recaba firma del área solicitante de aprobación del diseño.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
16	Verifica con el Área Solicitante si requiere que el área de Diseño e Imagen recabe cotización (es).	
	¿Requiere cotización (es)?	
17	Si no requiere cotizaciones, solicita al área de Adquisiciones los datos del proveedor asignado.	

18	Recibe información y llena el formato Solicitud de Diseño con los datos del proveedor asignado para su localización. Continúa en la actividad No. 23	Jefe de Diseño e Imagen
19	Si requiere cotización (es), contacta proveedor y solicita cotizaciones.	Jefatura de Diseño e Imagen
20	Recibe cotización (es) y envía al área solicitante	
21	Recibe, analiza, define el proveedor e informa al Jefe de Diseño e Imagen.	Área Solicitante
22	Llena el formato Solicitud de Diseño con los datos del proveedor asignado para su localización	Jefe de Diseño e Imagen
23	Contacta y en su caso programa una cita con él para solicitar los detalles de producción que se requiere.	Jefatura de Diseño e Imagen
24	Proporciona detalles de producción.	Proveedor
25	Elabora y envía el archivo final al proveedor para su producción.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
26	Recibe archivo y define el tiempo de entrega de la producción.	Proveedor
27	Desarrolla producción y envía prueba final para su autorización al Jefe de Diseño e Imagen.	
28	Recibe prueba final y revisa si hay correcciones.	Jefe de Diseño e Imagen
	¿Hay correcciones?	Jefatura de Diseño e Imagen
29	Si hay correcciones, solicita al proveedor realice las correcciones.	Jefatura de Diseño e Imagen
30	Recibe, realiza las correcciones y entrega al Jefe de Diseño e Imagen. Regresa a la actividad No. 28	Proveedor
31	Si no hay correcciones firma de autorización para que se realice la producción.	Jefe de Diseño e Imagen Jefatura de Diseño e Imagen
32	Recibe autorización, realiza producción y entrega a material a la Jefatura de Diseño e Imagen.	Proveedor
33	Recibe material y verifica si está de acuerdo a los requerimientos.	Jefe de Diseño e Imagen
	¿Material de acuerdo a los requerimientos?	Jefatura de Diseño e Imagen
34	Si el material no está de acuerdo a los requerimientos, regresa al proveedor y solicita los ajustes necesarios.	
35	Recibe, realiza los ajustes necesarios y entrega al Jefe de Diseño e Imagen. Regresa a la actividad No. 33	Proveedor

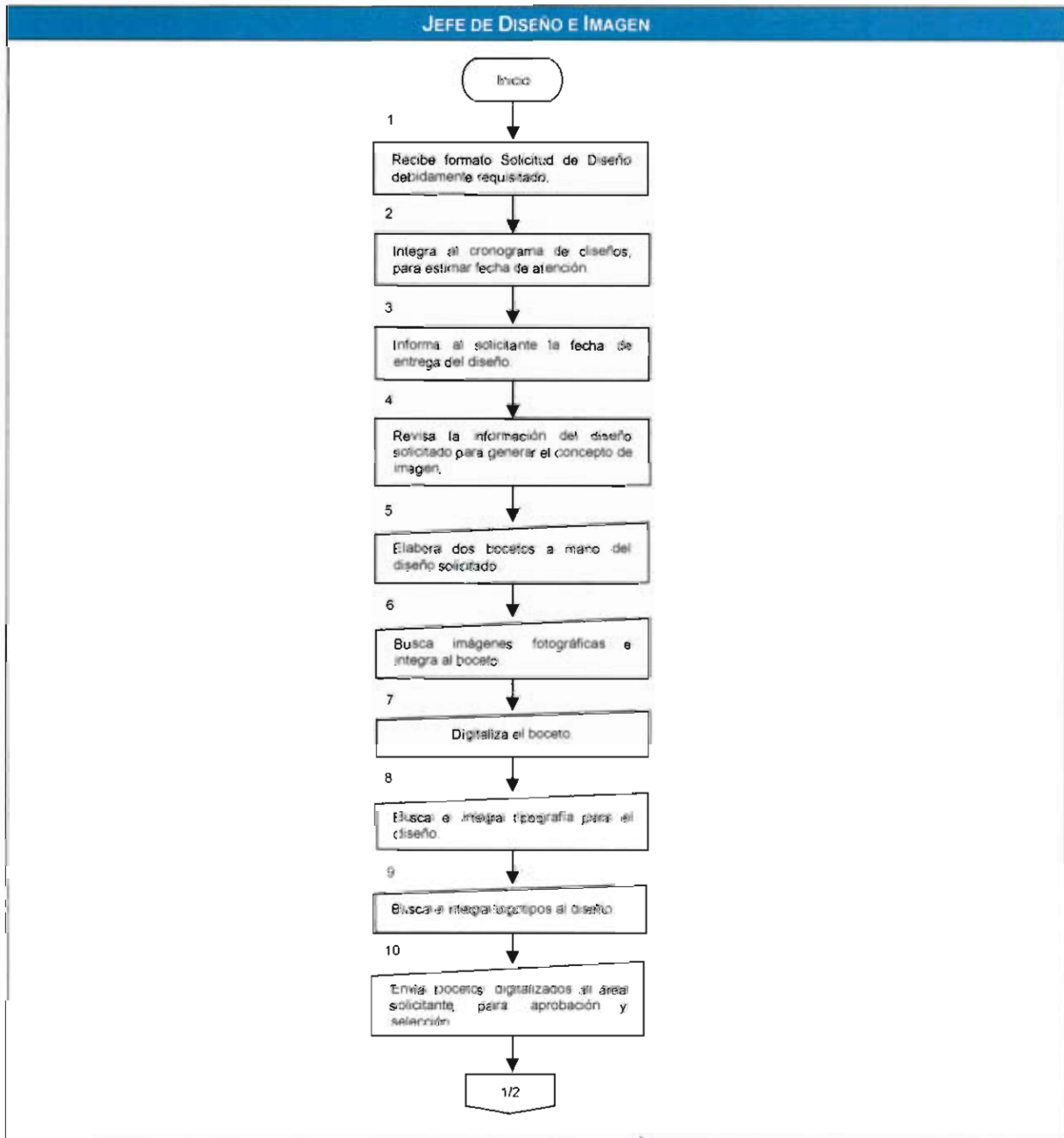
36	Si el material está de acuerdo a los requerimientos, recibe material, firma factura y entrega al Proveedor o a la Secretaría de Dirección para el trámite de pago correspondiente.	Jefe de Diseño e Imagen
37	Entrega material al área solicitante, recaba sello y firma de recibido en el formato Solicitud de Diseño y archiva en expediente correspondiente. TERMINA PROCEDIMIENTO.	Jefatura de Diseño e Imagen

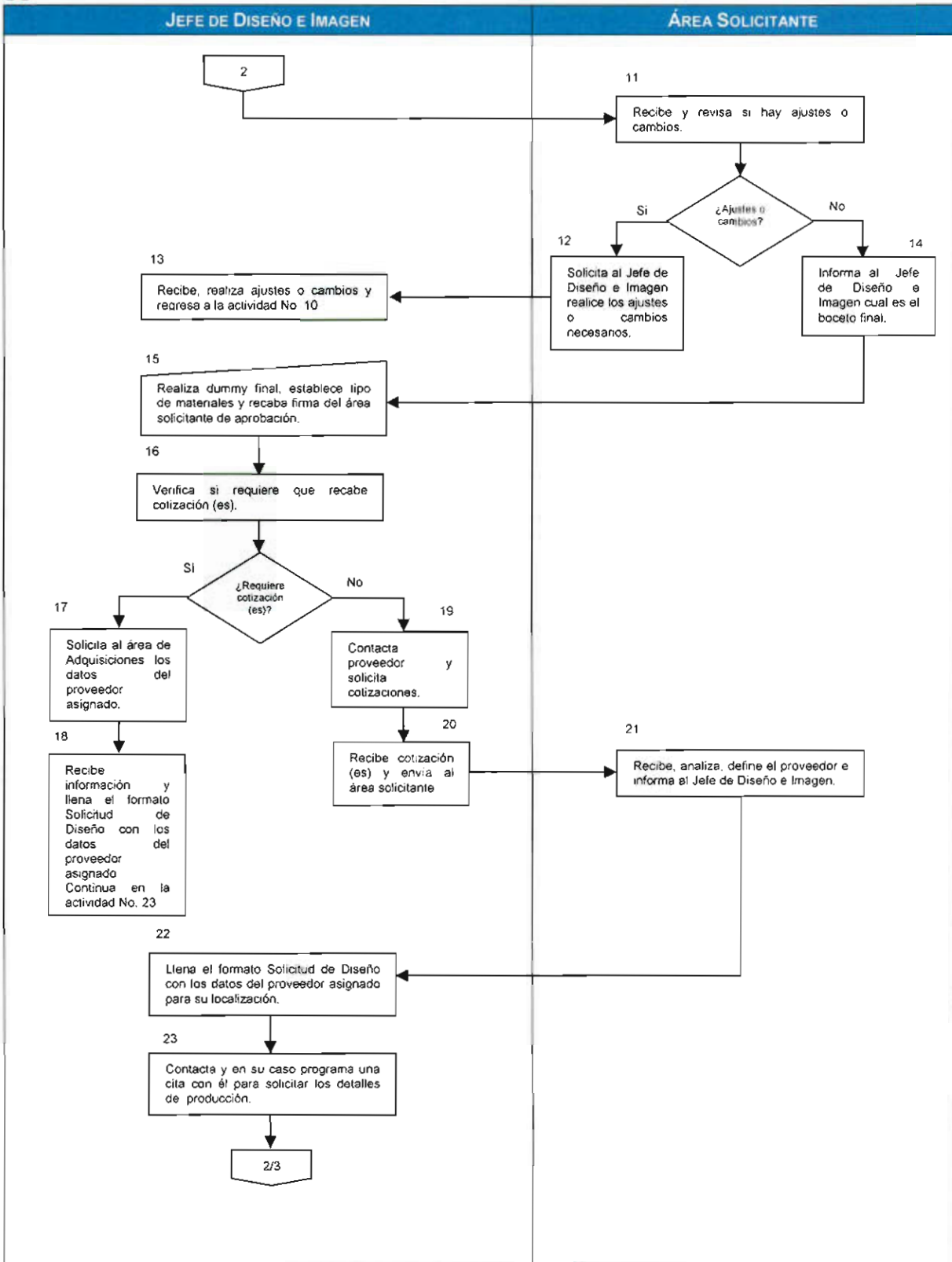


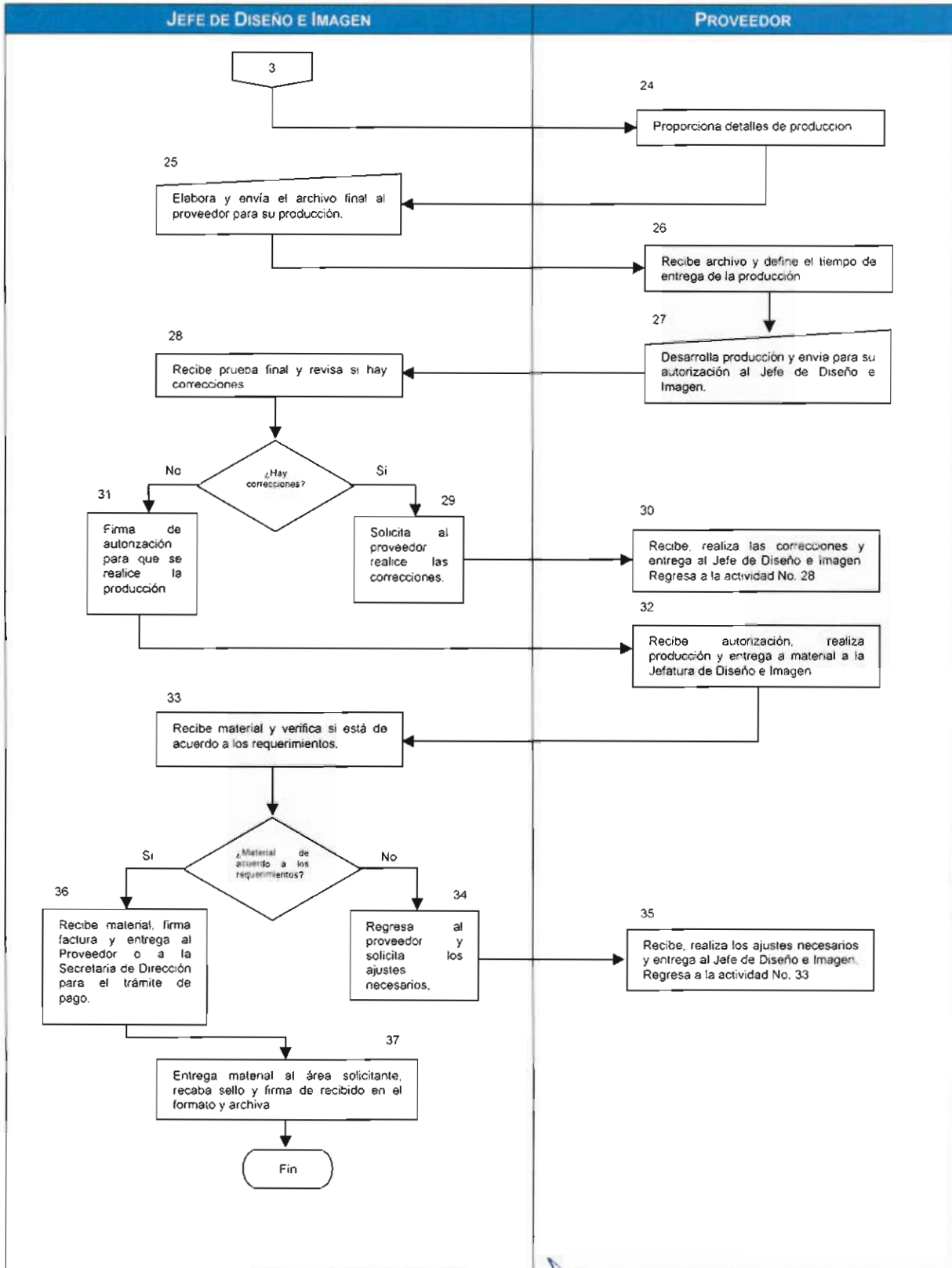
Página 96 de 107

3) FLUJOGRAMA DEL SUBPROCESO.

NOMBRE DEL PROCESO:	Diseño e Imagen.
NOMBRE DEL SUBPROCESO:	Diseño Interno y Externo.
DIRECCIÓN RESPONSABLE DEL PROCESO:	Comunicación Institucional.







7. GLOSARIO

Boceto: Es un dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz, papel y goma de borrar, realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido. Se pueden utilizar tanto técnicas de perspectiva como vistas ortogonales. Es un dibujo rápido de lo que luego llegará a ser un dibujo definido o la obra de arte final en sí.

Contenido Audiovisual: Cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida o transmitida.

Dummies: Boceto de arte final que alcanza un alto nivel de calidad y Composición mecánica de todos los elementos visuales que se usarán en la reproducción, como fotografías, esquemas a color, tipografía sugerida e incluso el papel que se utilizará en la reproducción final. (Dummy en singular).

Digitalizar: Se puede asociar de una manera clara, la forma como una imagen (texto, fotos, formas, sonido, movimiento), pueden convertir en un idioma comprensible para los computadores.

En general las señales exteriores que hacen posible la identificación en su estado natural, se transforman en código binario (0's y 1's) que mediante la utilización de programas se pueden transformar de acuerdo a los requerimientos.

Logotipo: (Coloquialmente conocido como logo) Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse.

Marketing: Es el proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes/ usuarios y construyen fuertes relaciones con ellos, con el propósito de obtener a cambio, valor procedente para dichos usuarios.

Medio de Comunicación: Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

Mercadotecnia Social: Es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad.

Monitoreo: Vigilar en diversos medios de comunicación la información de interés para la dependencia.

Montaje: Proveer del equipo, recursos técnicos y humanos que se utilizaran en el lugar donde se realizará en evento.

Nota informativa: Elaboración breve de documento relacionado con algún tema determinado para poder emitir una información.

Planeación Visual: Es el proceso creativo que transforma lo imaginario en visual, consiste en hacer visibles las ideas antes de su puesta en pantalla. Se definen los puntos o locaciones donde se grabara, la duración y el orden de las tomas, así como el diseño gráfico, efectos especiales y demás elementos que sean necesarios con el fin de obtener una narrativa visual satisfactoria.

Post producción: Comprende la edición del proyecto, se conforma con la unión de tomas, audios, efectos visuales, sonoros y por último la edición de la banda sonora o musicalización.

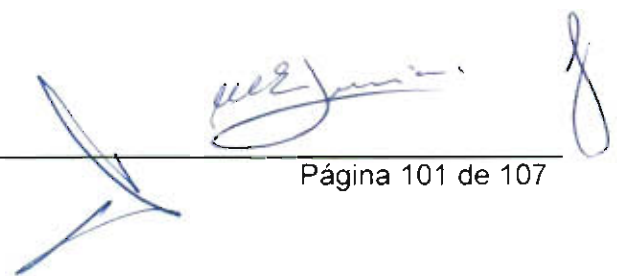
Preproducción: Se llama así a la etapa que comprende la concepción de la idea hasta el primer día de grabación, en esta etapa se determinan las condiciones óptimas de la realización de todo proyecto audiovisual. La preproducción comprende la elaboración del guión literario, guión técnico y la planeación visual.

Protocolo: Cumplir con las reglas establecidas para las ceremonias oficiales o trato social.

Rueda de Prensa: Reunión a la que se convoca a los diferentes medios de comunicación para dar a conocer cierta información.

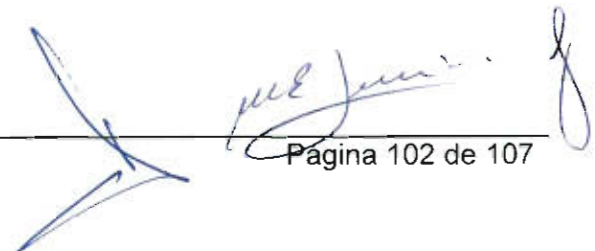
Síntesis Informativa: Elaboración de resumen informativo de información publicada en los medios de comunicación electrónicos e impresos de información relacionada con la CEA y de temas hídricos tanto locales y nacionales.

Tipografía: Es el oficio que trata el tema de las letras, números y de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.



8. ANEXOS

NOMBRE DEL FORMATO	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
Solicitud de Fotografía y/o Video	S/C	Formato para solicitar la toma de fotografías o video en eventos institucionales.
Solicitud de Realización de Video	S/C	Formato para solicitar la realización de video de un tema en específico.
Solicitud de Diseño	S/C	Formato para solicitar el diseño de imagen de aplicaciones institucionales.

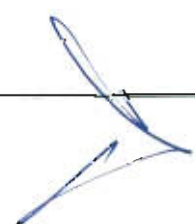




FORMATO
SOLICITUD DE FOTOGRAFÍA Y/O VIDEO

FORMATO DE SOLICITUD DE FOTOGRAFIA Y/O VIDEO			
ÁREA:	<input type="text"/>	EVENTO	<input type="text"/>
FECHA DE SOLICITUD:	<input type="text"/>	DIR:	<input type="text"/>
TIPO DE SOLICITUD:	FOTOGRAFIA <input type="checkbox"/>	VIDEO <input type="checkbox"/>	AMBAS <input type="checkbox"/>
	UBICACIÓN:		<input type="text"/>
	ES NECESARIO ESTAR TODO EL EVENTO?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
OBJETIVO:	<input type="text"/>		
REQUERIMIENTOS ESPECIALES			
PONER F = FOTO Y V = VIDEO	ASISTENTES:	EVENTO EN ORAL:	EXPOSITOR:
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS:	<input type="checkbox"/>		
OTROS:	<input type="text"/>		
DETALLES DE ENTREGA:			
FECHA DE ENTREGA:	<input type="text"/>	CALIDAD:	WEB <input type="checkbox"/> PARA IMPRESIÓN <input type="checkbox"/>
		FORMA DE ENTREGA:	CD <input type="checkbox"/> CORREO O RED <input type="checkbox"/>
ESPACIO SOLO PARA ÁREA DE DISEÑO			
FECHA DE RECEPCIÓN DE DATOS COMPLETOS PARA PRODUCCIÓN:	<input type="text"/>	FECHA DE RESPALDO EN BANDO DE FOTOS:	<input type="text"/>
FIRMA			
	NOMBRE	FIRMA	
<input type="text"/>			

*ESTA SOLICITUD SE LLENA CUANDO ES DOCUMENTACIÓN DE EVENTOS.

*se imprime solicitud, firma y envío para que sea válido.

FORMATO SOLICITUD DE REALIZACIÓN DE VIDEO

FORMATO DE SOLICITUD DE REALIZACIÓN DE VIDEO	
ÁREA:	<input type="text"/>
FECHA DE SOLICITUD:	<input type="text"/>
TEMA DEL VIDEO:	<input type="text"/>
OBJETIVO:	<input type="text"/>
TEMAS A ABORDAR:	LLENAR EL ESPACIO CON LOS TEMAS A TOCAR EN EL VIDEO
1.-	
2.-	
3.-	
RECOMENDACIONES	
DURACIÓN APROXIMADA:	<input type="text"/>
FECHA DE REUNIÓN PARA DEFINICIÓN DE QUIÉN:	<input type="text"/> (TEXTOS, ENTREVISTAS, SONIDO, GRABO) añadidos en formato word
SI SE REQUIEREN TESTIMONIOS DE QUIÉN:	1.- <input type="text"/>
	2.- <input type="text"/>
	3.- <input type="text"/>
DETALLES DE ENTREGA:	
FECHA DE ENTREGA:	<input type="text"/>
CALIDAD:	WEB <input type="checkbox"/> REPRODUCCIÓN EN COMPUTADORA <input type="checkbox"/>
FORMA DE ENTREGA:	CD <input type="checkbox"/> CORREO O RED <input type="checkbox"/>
ESPACIO SOLO PARA ÁREA DE DISEÑO	
FECHA DE RECEPCIÓN DE DATOS COMPLETOS PARA PRODUCCIÓN:	<input type="text"/>
FECHA DE RESPALDO EN BANDO DE FOTOS:	<input type="text"/>
FIRMA	
NOMBRE	FIRMA
<input type="text"/>	<input type="text"/>

*ESTA SOLICITUD SE LLENA CUANDO SE REQUIERE VIDEO ESPECIAL.

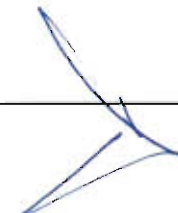
*imprimir solicitud, firma y envío para que sea editado.



FORMATO
SOLICITUD DE DISEÑO

FORMATO DE SOLICITUD DE DISEÑO	
ÁREA:	<input style="width: 85%;" type="text"/>
FECHA DE SOLICITUD:	<input style="width: 85%;" type="text"/>
APLICACIÓN:	
DIPLOMA <input type="checkbox"/>	INVITACIÓN <input type="checkbox"/>
PERSONIFICADORES <input type="checkbox"/>	ETIQUETAS <input type="checkbox"/>
LIBRO O MANUAL <input type="checkbox"/>	LONA <input type="checkbox"/>
CORTE DE VINIL <input type="checkbox"/>	
TRIPTICO <input type="checkbox"/>	FLYER O FOLLETO <input type="checkbox"/>
PLAYERA <input type="checkbox"/>	GORRA <input type="checkbox"/>
SOUVENIR <input type="checkbox"/>	MAQUETA <input type="checkbox"/>
OTRO:	<input style="width: 85%; height: 40px;" type="text"/>
CONCEPTO O INTENCIÓN:	
<input style="width: 100%; height: 60px;" type="text"/>	
TEXTOS:	
<small>Si es mucho texto el que se requiere, mencionar nombre de archivo y mandarlo por correo a la Jefatura de Diseño en formato WORD.</small>	
<input style="width: 100%; height: 80px;" type="text"/>	
CARACTERÍSTICAS: <small>¿requiere logotipos?</small> <input type="checkbox"/> CER <input type="checkbox"/> JALISCO <input type="checkbox"/> <small>Si hay necesidad de otro, conseguirlo en formato ilustrador</small>	
<input style="width: 100%; height: 60px;" type="text"/>	
ENTREGA:	
FECHA DE ENTREGA:	<input style="width: 85%;" type="text"/>
FORMA DE ENTREGA:	CD <input type="checkbox"/> CORREO O RED <input type="checkbox"/>
CALIDAD:	WEB <input type="checkbox"/> PARA IMPRESIÓN <input type="checkbox"/>
ESPACIO SOLO PARA ÁREA DE DISEÑO	
FECHA DE RECEPCIÓN DE DATOS COMPLETOS PARA PRODUCCIÓN:	
<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 60%;" type="text"/>
FECHA DE ENTREGA AL PROVEEDOR	FECHA DE RECIBIDO EL DUMMY FINAL DEL PROVEEDOR
<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 60%;" type="text"/>
PROVEEDOR EXTERNO EN SU CASO	
NOMBRE:	EMPRESA:
<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 60%;" type="text"/>
DOMICILIO:	CORREO:
<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 60%;" type="text"/>
TELÉFONO:	COSTO TOTAL AUTORIZADO:
<input style="width: 40%;" type="text"/>	<input style="width: 60%;" type="text"/>
FIAMA	
NOMBRE	FIAMA
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>	

*Imprime solicitud, firma y envíalo para que sea válida.




9. ELABORACIÓN, APROBACIÓN, DICTAMINACIÓN, VALIDACIÓN Y AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN



CÉSAR L. COLL CARABIAS
DIRECTOR GENERAL



JORGE ALBERTO HEYSER BELTRÁN
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN

ELABORACIÓN Y APROBACIÓN




JESSICA GONZÁLEZ ALCALÁ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

DICTAMEN TÉCNICO



MARÍA EUGENIA JULIÁN NÚÑEZ
GERENTE DE PERSONAL

VALIDACIÓN



FRANCISCO JAVIER SIERRA HERRERA
CONTRALOR INTERNO

ESTA HOJA DE FIRMAS CORRESPONDE AL MANUAL DE PROCESOS DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

EQUIPO DE TRABAJO

Lic. Jessica González Alcalá
Director de Comunicación Institucional

Lic. Alejandro Pineda Rosas
Jefe de Mercadotecnia

Lic. Alma Durán Martínez
Jefe de Comunicación

Lic. Leticia Suárez Orozco
Jefe de Diseño e Imagen

Ing. Jorge Alberto Heyser Beltrán
Director de Administración

Lic. María Eugenia Julián Núñez
Gerente de Personal

Mtra. Margarita Magaña Plascencia
Jefe de Organización y Métodos

Lic. María Guadalupe Medina Ibarra
Auxiliar de Organización y Métodos

RESPONSABLES DE LA ELABORACIÓN

Dirección de Comunicación Institucional
Gerencia de Personal
Jefatura de Organización y Métodos

Tel. 3030 92 00 Ext. 8201
E mail: mmagana@ceajalisco.gob.mx

