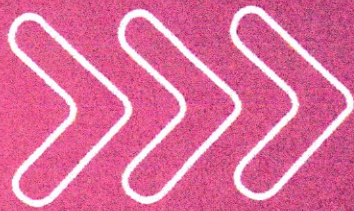
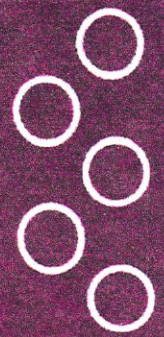


MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

COMUNICACIÓN SOCIAL

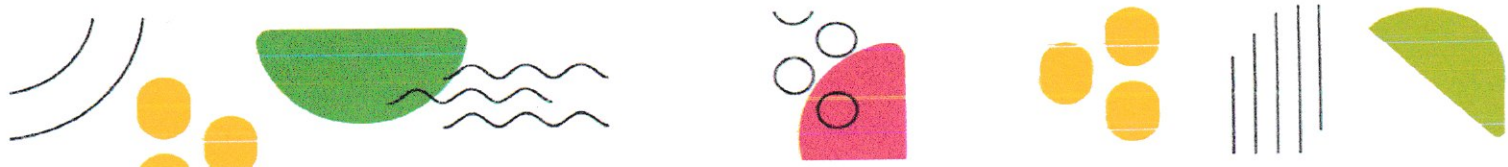


JILOTZINGO
Contigo



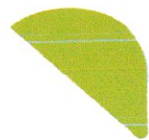
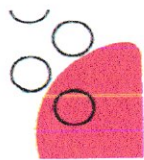
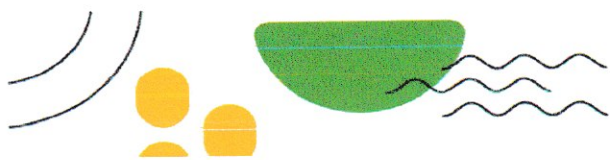


MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL	Fecha de revisión: 12/02/2024
	No. de revisión: 04
	No. de páginas: 43
	Código:MP/ COMSOC
	Fecha de aprobación: 08/03/2024
	Vigencia: A partir del día siguiente de su publicación y hasta que no sea derogado.



JILOTZINGO
Contigo

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS COMUNICACIÓN SOCIAL



C. Ana Teresa Casas González
*Presidenta Municipal Constitucional de
Jilotzingo, Estado de México*

C. Víctor Rojas Solís
Síndico Municipal

C. Karen Herrera Caballero
Primera Regidora

C. Saúl Rojas Rojas
Segundo Regidor

C. Adriana Kerman Cervantes
Tercera Regidora

C. David Jacobo Romero
Cuarto Regidor

C. Verónica Romero Navarro
Quinta Regidora

C. Alberto Olivares Rojas
Sexto Regidor

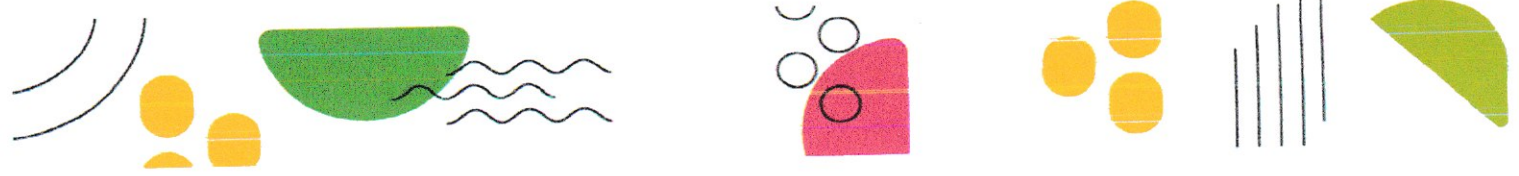
C. Leticia Hernández Ruedas
Séptima Regidora

C. Rosalba Rojas Solís
Secretaria del Ayuntamiento

® Gobierno Municipal de Jilotzingo, Estado de México
Dirección de Comunicación Social.
Palacio Municipal, planta alta. C.P. 54570,
Santa Ana Jilotzingo, Estado de México.

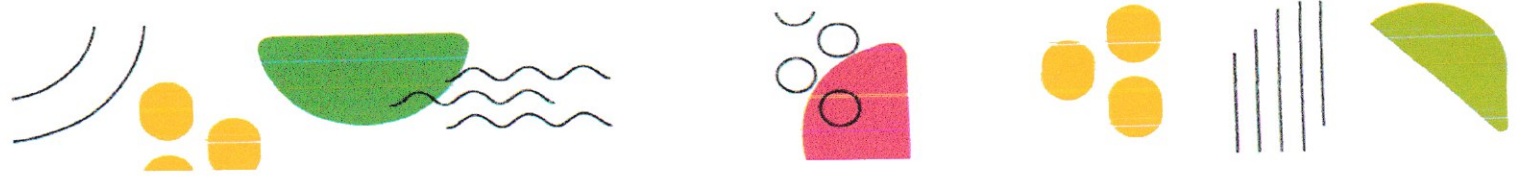
www.Jilotzingo.gob.mx

Manual de Procedimientos Comunicación Social



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
1. Marco Jurídico	6
2. Objetivo general	7
2.1. Objetivos específicos	7
3. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS.	8
I. Procedimiento para proporcionar entrevistas a medios informativos	9
II. Procedimiento para la creación de boletines de prensa	12
III. Procedimiento para la publicación de información en redes sociales	15
IV. Procedimiento de solicitud de impresos	20
V. Procedimiento para la cobertura de actividades y eventos.....	24
VI. Procedimiento para la creación de campañas	28
VII. Procedimiento para actualización de página web	32
VIII. Procedimiento para la creación de material audiovisual	34
IX. Procedimiento para la creación de material editorial	39
4. Validación	44



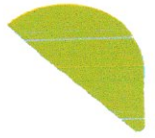
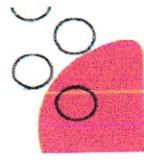
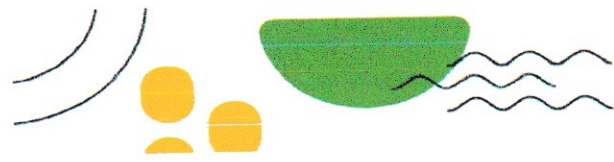
PRESENTACIÓN

La dirección de comunicación social de la administración 2022-2024 del Gobierno Municipal de Jilotzingo tiene como meta establecer una clara diferencia de gobierno donde la población juegue un papel activo y contribuya de forma directa en la construcción de un municipio cercano, solidario, seguro, con orígenes tradicionales, una visión amplia del contexto actual y con la mira puesta hacia el futuro.

Para el cumplimiento de las metas establecidas, la comunicación es esencial, pues aporta al adecuado funcionamiento de la administración, facilita la operación y conecta la información al interior y exterior. Por ello, la Administración Pública Municipal requiere consistencia en la comunicación para conectar con la población en tiempo y forma, bajo criterios de eficiencia, eficacia, calidad, precisión y cercanía. La comunicación deberá responder a las diferentes necesidades de la población, de acuerdo a características específicas como su acceso a la tecnología, ubicación geográfica y disposición; deberá garantizar una comunicación democrática, fiel a la población a la que sirve y con estándares de inclusión que garanticen el respeto a los derechos de las minorías.

En este contexto, conscientes de la tarea y el deber hacia la población, se busca establecer una comunicación directa, incluyente, transparente, eficaz y eficiente, una comunicación de la que la población se sienta parte. Para ello, es necesario establecer los lineamientos generales que aseguren el adecuado funcionamiento del área y su relación con organismos, instituciones, entre otros, dentro y fuera de la administración del Gobierno Municipal.

El Manual de Procesos de Comunicación Social está dirigido a las diferentes áreas dentro de la administración 2022-2024 y a todas aquellas instituciones o personas que requieran aplicar los lineamientos orientados a la emisión de información oficial del Gobierno Municipal de Jilotzingo en medios digitales, impresos, audiovisuales y de comunicación en general.



1. MARCO JURÍDICO

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Constitución Política del Estado libre y soberano de México.

Ley orgánica municipal del Estado de México.

Ley de responsabilidades administrativas del estado de México y municipios ley de transparencia y acceso a la información pública del estado de México y municipios

Ley de gobierno digital del estado de México y municipios

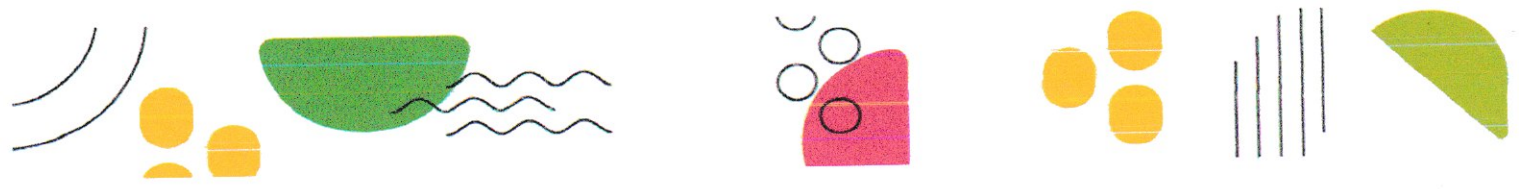
Bando Municipal del Gobierno de Jilotzingo, 2022-2024.

2. OBJETIVO GENERAL

Difusión de sucesos relevantes de la Administración Pública Municipal en forma objetiva, clara, oportuna, veraz y cercana a través de los medios de comunicación que se encuentran a disposición del Gobierno Municipal de Jilotzingo.

2.1 Objetivos Específicos:

- I. Coordinar con medios locales de comunicación la difusión de los programas del Gobierno Municipal.
- II. Posicionar la Imagen Institucional del H. Ayuntamiento como cercana y eficaz.
- III. Coordinar con medios externos de comunicación la difusión de las acciones e imagen institucional del Gobierno Municipal.
- IV. Dar a conocer a través de los canales oficiales de comunicación las acciones, planes y proyectos de la administración.
- V. Informar a la población periódicamente del trabajo del H. Ayuntamiento de Jilotzingo a medios impresos y digitales.
- VI. Convocar a la población de nuestro municipio a la realización de obras y servicios, para su participación.
- VII. Vincular a la autoridad municipal con la comunidad a través de la comunicación cercana, que responda la identidad del municipio.



3. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

- I. Procedimiento para proporcionar entrevistas a medios informativos,
- II. Procedimiento para la creación de boletines de prensa,
- III. Procedimiento para la publicación de información en redes sociales,
- IV. Procedimiento de solicitud de impresos,
- V. Procedimiento para la cobertura de actividades y eventos,
- VI. Procedimiento para la creación de campañas,
- VII. Procedimiento para actualización de página web,
- VIII. Procedimiento para la creación de material audiovisual; y
- IX. Procedimiento para la creación de material editorial.



I. PROCEDIMIENTO PARA PROPORCIONAR ENTREVISTAS A MEDIOS INFORMATIVOS.

1. OBJETIVO

Acercamiento entre funcionarios y los medios de comunicación, para fortalecer la interacción de intercambio de información sobre temas de relevancia para los Jilotzinguenses y sociedad en general.

2. ALCANCE

Todas las instituciones y/o dependencias del Ayuntamiento, ciudadanía local y nacional.

3. RESPONSABILIDADES

a. Dirección de Comunicación Social

- i. Solicitar a los medios de información la duración aproximada de la entrevista.
- ii. Saber de qué manera se utilizará la entrevista. ¿En la televisión, radio o en medios impresos?
- iii. Establecer lugar dónde se llevará a cabo la entrevista.
- iv. Solicitar el material de apoyo sobre el tema principal de la entrevista y de qué manera la entrevista forma parte de un panorama más amplio.
- v. Si se trata de una entrevista de radio o televisión, ¿Cuándo se transmitirá? ¿Se transmitirá en vivo?

b. Oficina de Presidencia

- i. Entregar en tiempo y forma la información sobre agenda, eventos y actividades en los que la presidenta o los comisionados oficiales sean requeridos.



4. DEFINICIONES

- a. **Entrevista:** Diálogo entablado entre dos o más personas, el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde. Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, investigación, temas de interés o de divulgación científica selección de personal.
- b. **Medios informativos:** Amplia variedad de fuentes que escriben o hablan sobre eventos actuales, los medios informativos incluyen periódicos, revistas, programas de noticias en la televisión y fuentes de internet como periódicos en línea y blogs independientes.
- c. **Kit de prensa:** Documento con información referente a una nota de prensa. Se envía junto con fotografías, videos y documentación extra a los medios de comunicación, como refuerzo informativo.

5. INSUMOS

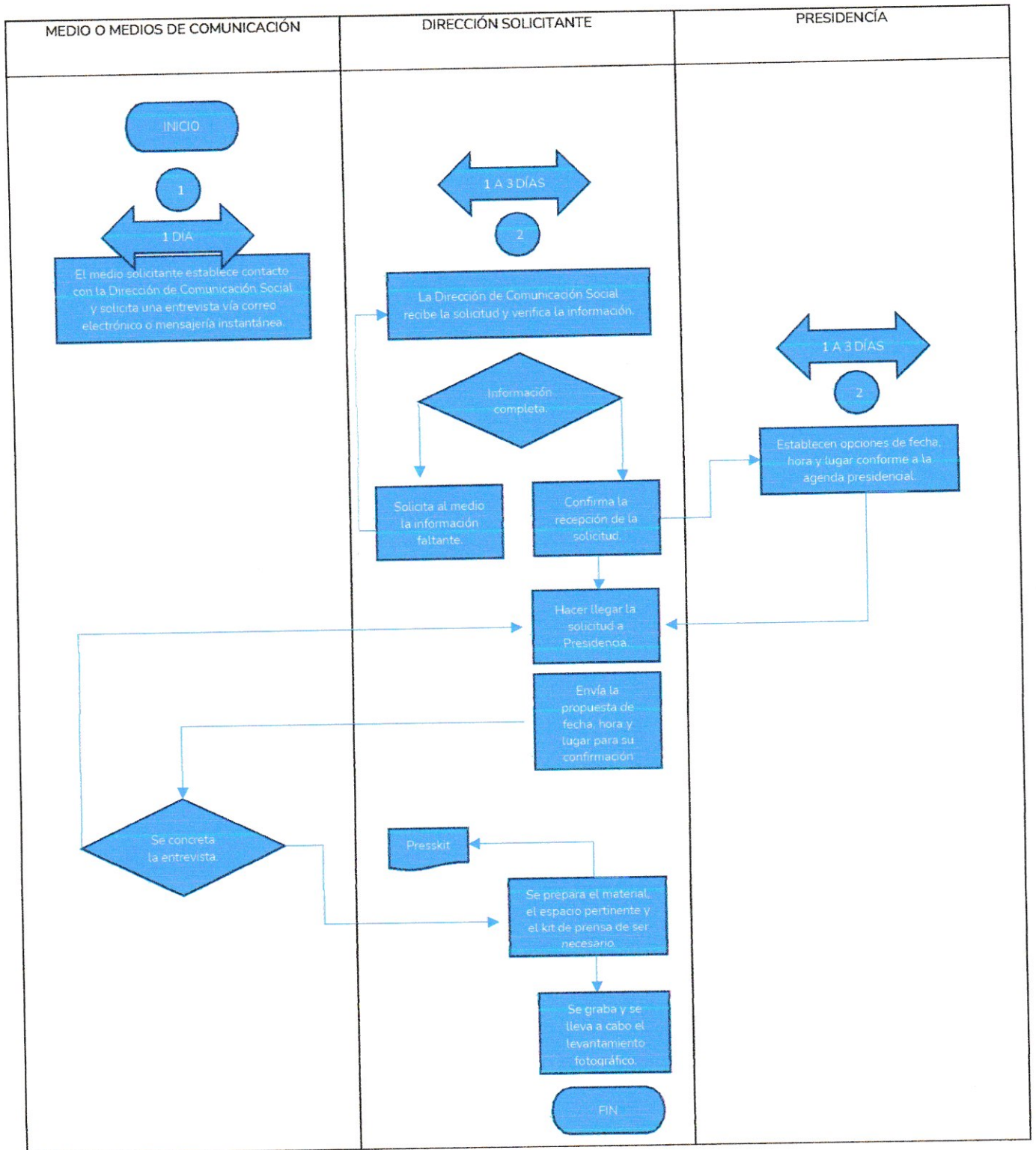
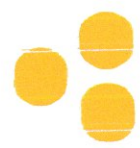
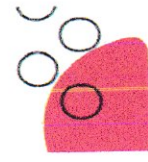
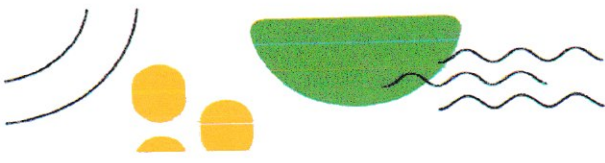
- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante

6. RESULTADOS

- a. Kit de prensa (*presskit*)
- b. Nota publicada
- c. Stock fotográfico
- d. Stock de video

7. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para proporcionar entrevistas a medios de comunicación





II. PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE BOLETINES DE PRENSA

1. OBJETIVO

Informar a la comunidad en general sobre el acontecer del H. Ayuntamiento de Jilotzingo a través de Boletines de Prensa internos, los cuales se constituyen en la voz de la institución hacia su público interno y externo, estableciendo un diálogo entre ambas partes que permite el fortalecimiento institucional.

2. ALCANCE

Todas las instituciones y/o dependencias del Ayuntamiento, ciudadanía local y nacional. Este procedimiento es aplicable a las secretaría, Direcciones Generales y medios de comunicación e información.

3. RESPONSABILIDADES

Dirección de Comunicación Social, Coordinación de Imagen Institucional y Áreas solicitantes.

a. Área solicitante

- i. Realizar la solicitud del servicio a través de oficio o correo institucional al área de Comunicación Social con cinco (5) días de anterioridad, PROCEDIMIENTO DE ELABORACION DE BOLETINES INFORMATIVOS exponiendo el objetivo de la solicitud. Los cinco (5) días empiezan a contar desde el día en que se recibe la solicitud proporcionando información clara y oportuna para la elaboración de boletines de prensa o artículos de opinión. Esta información deberá responder a interrogantes como: ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿por qué? ¿Quiénes?

b. Auxiliar Administrativo

- i. Revisar la solicitud del servicio a través de oficio o correo institucional. Revisa que el usuario haya especificado el hecho a difundir y estén adjuntos los documentos de soporte, si lo amerita.

c. Dirección de Comunicación

- i. Revisa el comunicado, redacción y ortografía de acuerdo con los lineamientos establecidos.
- i. Pasa el boletín a la Presidencia municipal para su visto bueno.
- ii. Publicar en redes sociales o es enviado a medios de comunicación.



d. Coordinación de Imagen Institucional

- i. Proporcionar a la Dirección de Comunicación Social materiales bibliográficos.

4. DEFINICIONES

- a. **Boletín de prensa:** Es un género periodístico que se caracteriza por la presentación escrita, periódica y breve de información de interés público. La información contenida debe ser concreta y responder a las necesidades reales de información.
- b. **Materiales bibliográficos:** Fotografías y gráficos que se utilizan para ilustrar los artículos y demás desarrollos informativos.
- c. **Medios de comunicación:** Transmisión de información a través de redes sociales, página institucional y correos electrónicos.

5. INSUMOS

- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante

6. RESULTADOS

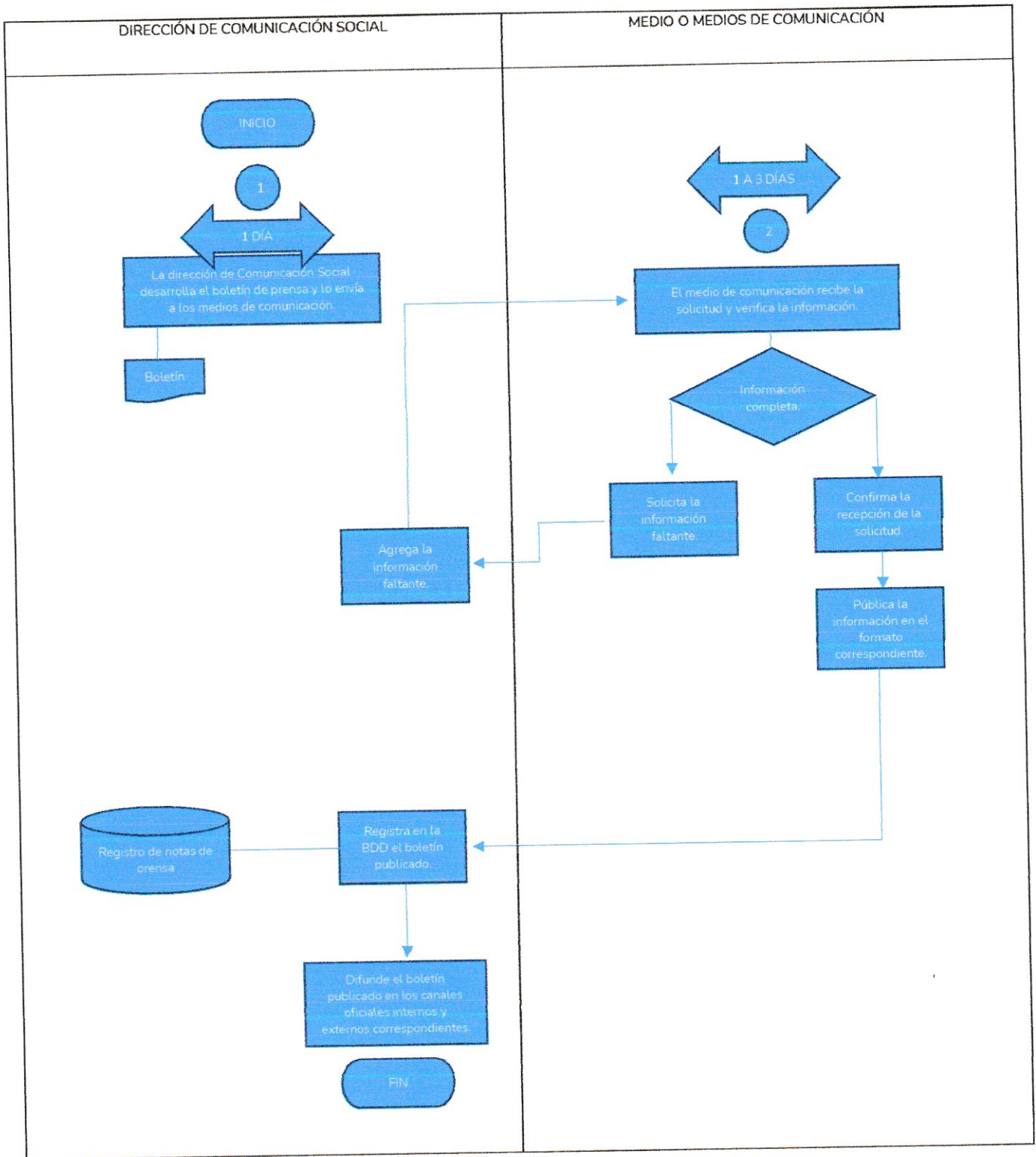
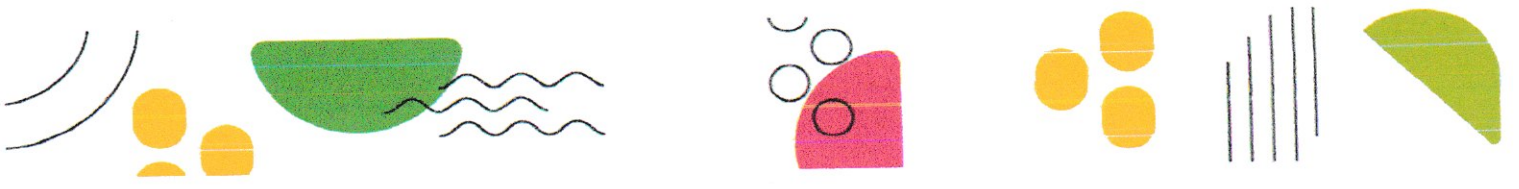
- a. Boletín de prensa

7. POLÍTICAS

- a. La periodicidad de publicación de estos boletines corresponde a las dinámicas y necesidades institucionales.

8. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la creación de boletines de prensa





III. PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES

1. OBJETIVO

- a. Publicar de forma eficiente el material informativo en redes sociales para la población, a solicitud de las direcciones para el cumplimiento de sus objetivos de área.

2. ALCANCE

- a. Involucra al área solicitante y la Dirección de Comunicación Social.

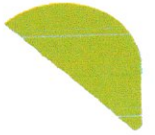
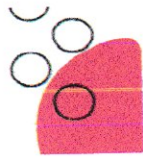
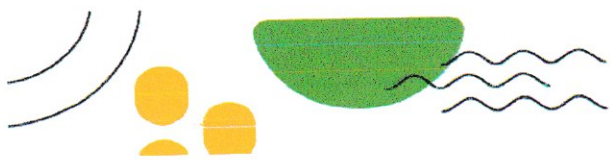
3. RESPONSABILIDADES

a. Área solicitante

- i. Realizará el oficio correspondiente, incluyendo el formato de solicitud para publicación en redes sociales.
- ii. Aprobará la propuesta gráfica.
- iii. Facilitará la información que sea requerida durante el desarrollo de la publicación.
- iv. Se encargará de difundir la publicación oficial en los grupos y canales internos que considere pertinentes.
- v. Podrá dar seguimiento a los comentarios en redes sociales, pero no deberá responder de forma directa a través de perfiles personales. Deberá enviar las respuestas a los comentarios de la población vía mensajería instantánea.

b. Dirección de Comunicación social

- i. Recibirá el oficio emitido por el área solicitante, encargándose de verificar la información.
- ii. Desarrollará el material gráfico y la publicación.
- iii. Dará seguimiento a la interacción en la publicación.
- iv. Solicitará información extra, en caso de ser necesario para dar seguimiento a la población.
- v. Entregará un reporte de resultados, únicamente cuando lo considere necesario.



4. DEFINICIONES

- a. **Redes sociales:** Plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común. Permiten el contacto entre el Gobierno Municipal y la población para comunicar e intercambiar información.
- b. **Flyer:** Imagen informativa para su difusión a través de medios digitales.

5. INSUMOS

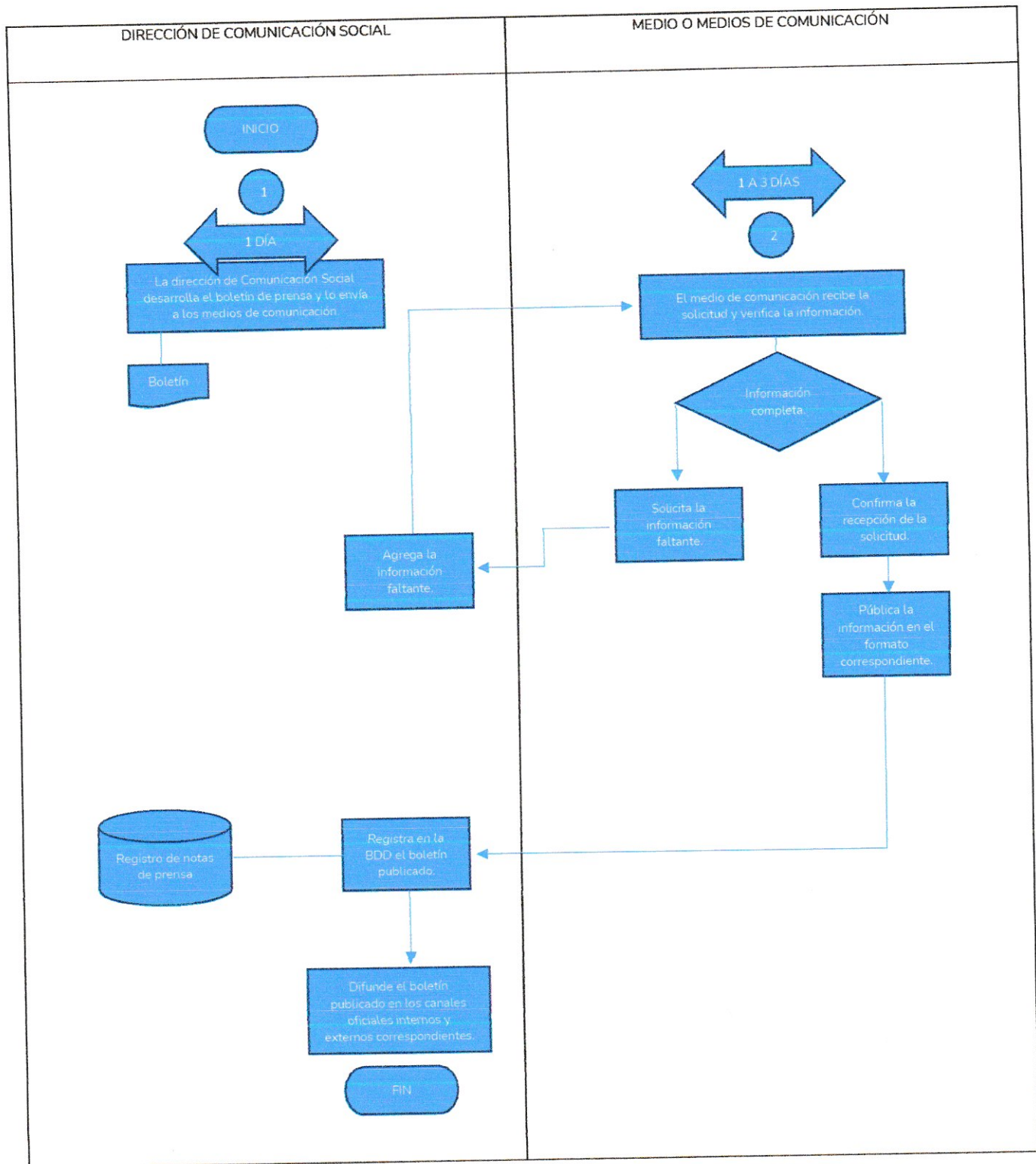
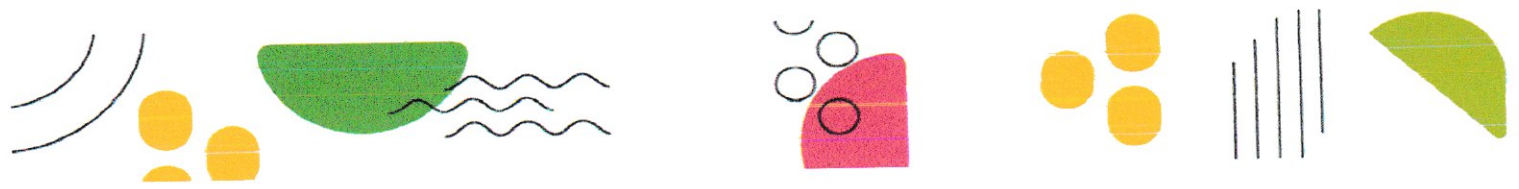
- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante.
- b. Material gráfico (logotipos, fotografías, perfiles involucrados).

6. RESULTADOS

- a. Flyer para redes sociales
- b. Publicación en redes sociales.

7. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la publicación en redes sociales.





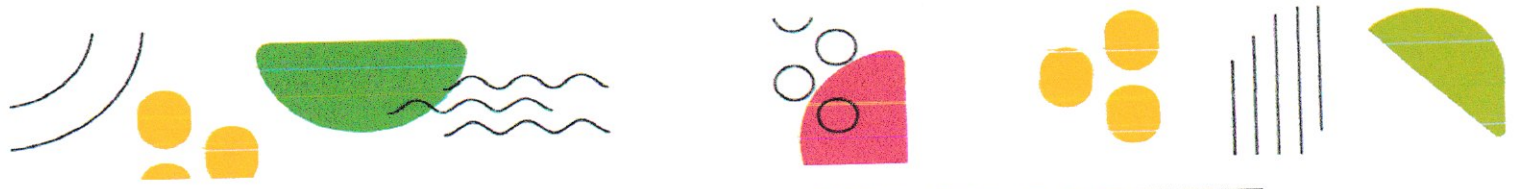
8. MEDICIÓN

- a. **Alcance:** Se podrá medir el alcance de las publicaciones con las herramientas que ofrece gratuitamente cada red social.
- b. **Índice de efectividad:** Se podrá hacer una comparación entre el alcance de la publicación y la recepción y participación directa del público, lo que permitirá la mejora de estrategias.

9. FORMATOS E INSTRUCTIVOS

a. Formato de solicitud para publicación en redes sociales

Área solicitante:	
Persona a cargo de la solicitud:	
Fecha de solicitud:	
Fecha tentativa de publicación:	
Objetivo de la publicación:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la implementación de esta campaña.</i>
Datos de la publicación:	<i>¿Qué es? (Taller, convocatoria, curso, evento, etc.) ¿Cuándo se llevará a cabo la actividad? ¿Dónde se llevará a cabo? Requisitos Costos Integrar formularios de inscripción o registro Correo de contacto Números de contacto</i>
Áreas, instituciones u organismos que estarán involucrados:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la implementación de esta campaña.</i>
Logos de las instituciones u organismos que	



estarán involucrados:	
Observaciones <i>(Para el llenado del área de Comunicación Social):</i>	

IV. PROCEDIMIENTO PARA LA PRODUCCIÓN DE IMPRESOS

1. OBJETIVO

- a. Entregar de forma eficiente, en tiempo y forma el material impreso a las direcciones para el cumplimiento de sus objetivos.

2. ALCANCE

- b. Involucra al área solicitante, la Dirección de Administración, la Dirección de Comunicación Social y el contacto con proveedores del ramo de la impresión.

3. RESPONSABILIDADES

a. Dirección solicitante

- i. Emitir y entregar la solicitud vía oficio.
- ii. Dar seguimiento al proceso de principio a fin.

b. Dirección de Administración

- i. Verificar la viabilidad de la solicitud.
- ii. Aprobar el presupuesto para su elaboración.
- iii. Ejecutar el pago correspondiente.
- iv. Recoger el material impreso.
- v. Resguardar los materiales impresos hasta su entrega al área solicitante.
- vi. Dar parte de la recepción del material a la Coordinación de imagen institucional.
- vii. Registrar la entrega del material.

a. Dirección de comunicación Social



- a. Verificar las especificaciones de la solicitud.
- b. Dar seguimiento al proceso.

b. Coordinación de imagen institucional

- a. Programar y gestionar la producción del material.
- b. Informar al área solicitante sobre la disposición del material y lo referente a su fecha de entrega.
- c. Diseñar el material impreso.
- d. Enviar el material a imprenta para su producción.
- e. Acordar con el impresor la fecha de entrega.

c. Proveedor

- a. Producir el material.
- b. Entregar el material solicitado.

4. INSUMOS

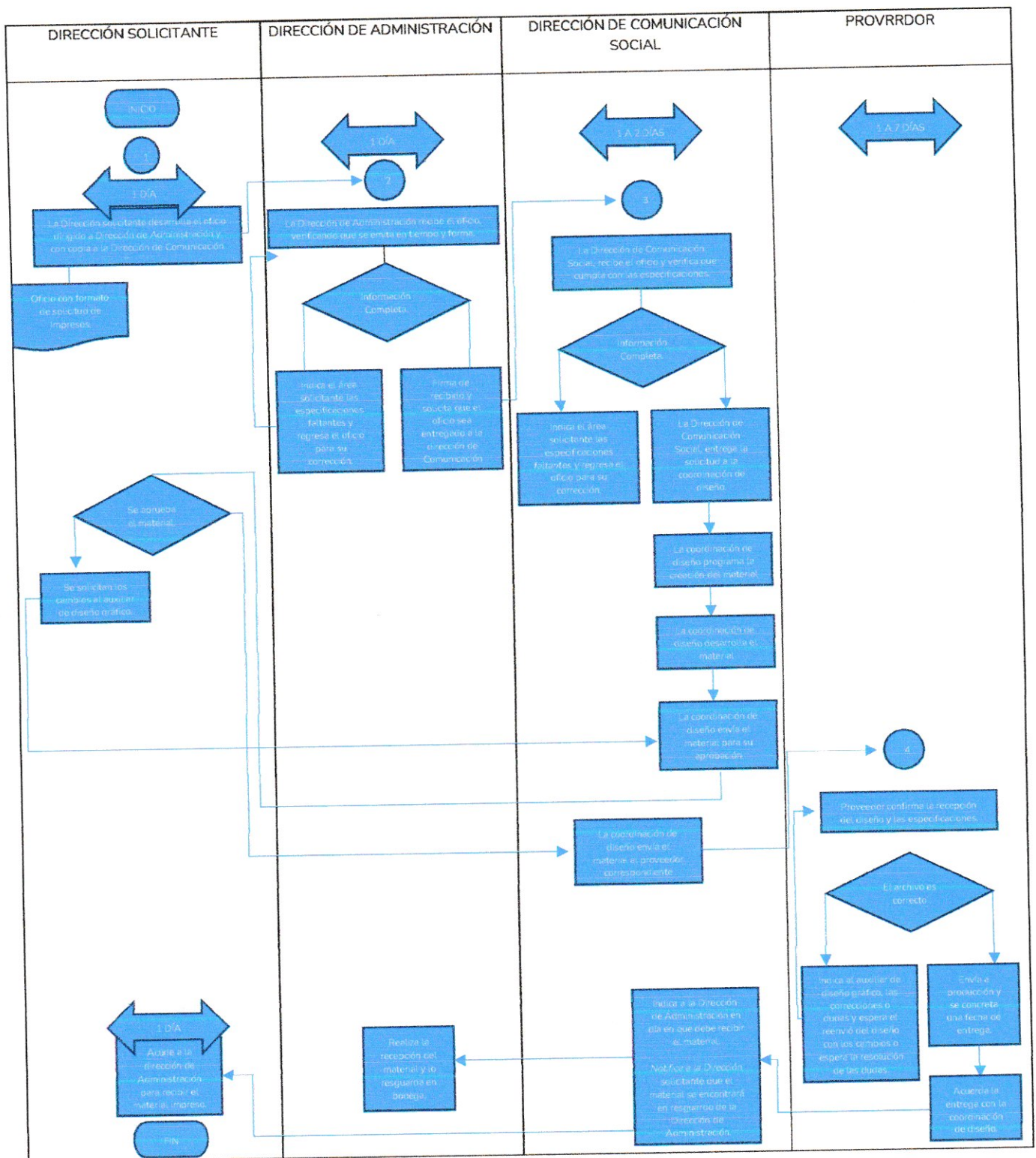
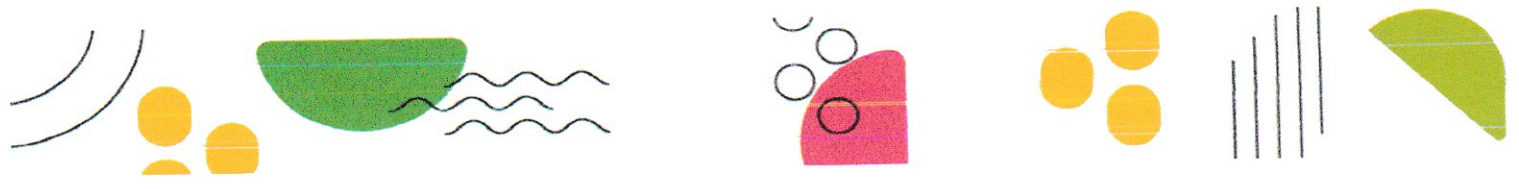
- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante.
- b. Material gráfico (logotipos, fotografías, perfiles involucrados).

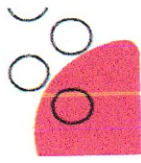
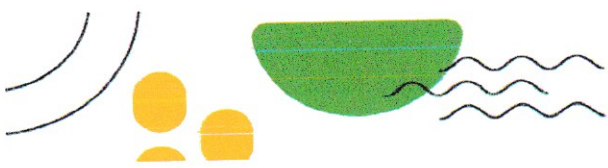
5. RESULTADOS

- a. Material impreso que servirá a la promoción de información del área solicitante.

6. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la producción de impresos.





7. FORMATOS E INSTRUCTIVOS

a. Formato de solicitud de material impreso

Área solicitante:	
Persona a cargo de la solicitud:	
Fecha de solicitud:	
Fecha tentativa de entrega:	
Objetivo de la producción impresa:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la producción de este impreso.</i>
Público al que está dirigido el impreso:	<i>Describir el sector de la población a la que el material impactará. Edad: Género:</i>
Descripción del material solicitado:	<i>Tipo de material: Medidas: Otras especificaciones:</i>
Observaciones <i>(Para el llenado del área de Comunicación Social):</i>	



I. PROCEDIMIENTO PARA LA COBERTURA DE ACTIVIDADES Y EVENTOS

1. OBJETIVO

El principal objetivo de este procedimiento es llegar en tiempo y forma a dar cobertura de eventos para la captura de información de los acontecimientos del H. Ayuntamiento para dar difusión a las actividades y acciones relevantes que se desarrollan por el H. Ayuntamiento de Jilotzingo vía redes sociales, facilitando la consulta al público usuario de internet de manera ágil, ordenada y eficaz de los diversos.

2. ALCANCE

Todas las áreas del H. Ayuntamiento de Jilotzingo y ciudadanía de Jilotzingo.

3. RESPONSABILIDADES

a. Área solicitante

- i. Emitir oficio en tiempo y forma para la cobertura.
- ii. Enviar vía correo o mensajería electrónica la orden del día que se tiene programada para las actividades o el evento.

b. Dirección de comunicación social

- i. Recibe la agenda de actividades.
- ii. Instruye al personal para dar cobertura informativa.
- iii. Revisa la solicitud y designa al personal operativo para la cobertura del evento según sus necesidades.
- iv. Supervisa las medidas pertinentes para la cobertura del evento.
- v. Supervisa, coordina y vigila la cobertura informativa oportuna cobertura de eventos para su pronta publicación si así es necesario.
- vi. Supervisa el texto que deberá llevar la publicación según sea conveniente para lograr transmitir y difundir el mensaje adecuado en las redes sociales.

c. Coordinación de imagen institucional.



- i. Verifica la correcta aplicación de la imagen y lenguaje institucionales, para su publicación en medios digitales conforme a los objetivos de comunicación.

d. Auxiliar administrativo

- i. Agenda el evento a cubrir y da seguimiento a la solicitud de cobertura.
- ii. Supervisa el respaldo del material de eventos.

e. Auxiliar de diseño gráfico

- i. Elaborar material visual de apoyo que sea necesario para transmisiones en vivo o material fotográfico.

f. Auxiliar de fotografía

- i. Vigila que la cobertura corresponda a los objetivos de imagen institucional.
- ii. Levantamiento de material fotográfico y audiovisual.
- iii. Respaldo, seleccionar y retocar el material fotográfico máximo *dos horas* después de la cobertura de eventos.
- iv. Coordinar y realizar las transmisiones en vivo en redes sociales oficiales.

g. Auxiliar operativo (chofer)

- i. Trasladar con anticipación al personal de Comunicación Social a los lugares designados para la cobertura de eventos y actividades de las distintas áreas del H. Ayuntamiento de Jilotzingo.
- ii. Trasladar al equipo de comunicación social al finalizar la cobertura de los eventos, para resguardo del equipo de fotografía y video.
- iii. Recoger el material que sea necesario para llevar a cabo las funciones del equipo de Comunicación Social.

4. DEFINICIONES

- a. **Eventos:** Suceso de importancia que se encuentra programado, dicho acontecimiento puede ser social, artístico o deportivo.
- b. **Stock fotográfico:** Conjunto de fotografías que se tienen almacenadas en orden y a la espera de ser usadas o aplicadas en otros materiales.
- c. **Stock audiovisual:** Conjunto de material audiovisual que se tiene almacenado en orden y a la espera de ser usado o aplicado en otros materiales.
- d. **Redes sociales:** Plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común. Permiten el



contacto entre el Gobierno Municipal y la población para comunicar e intercambiar información.

5. INSUMOS

- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante.

6. RESULTADOS

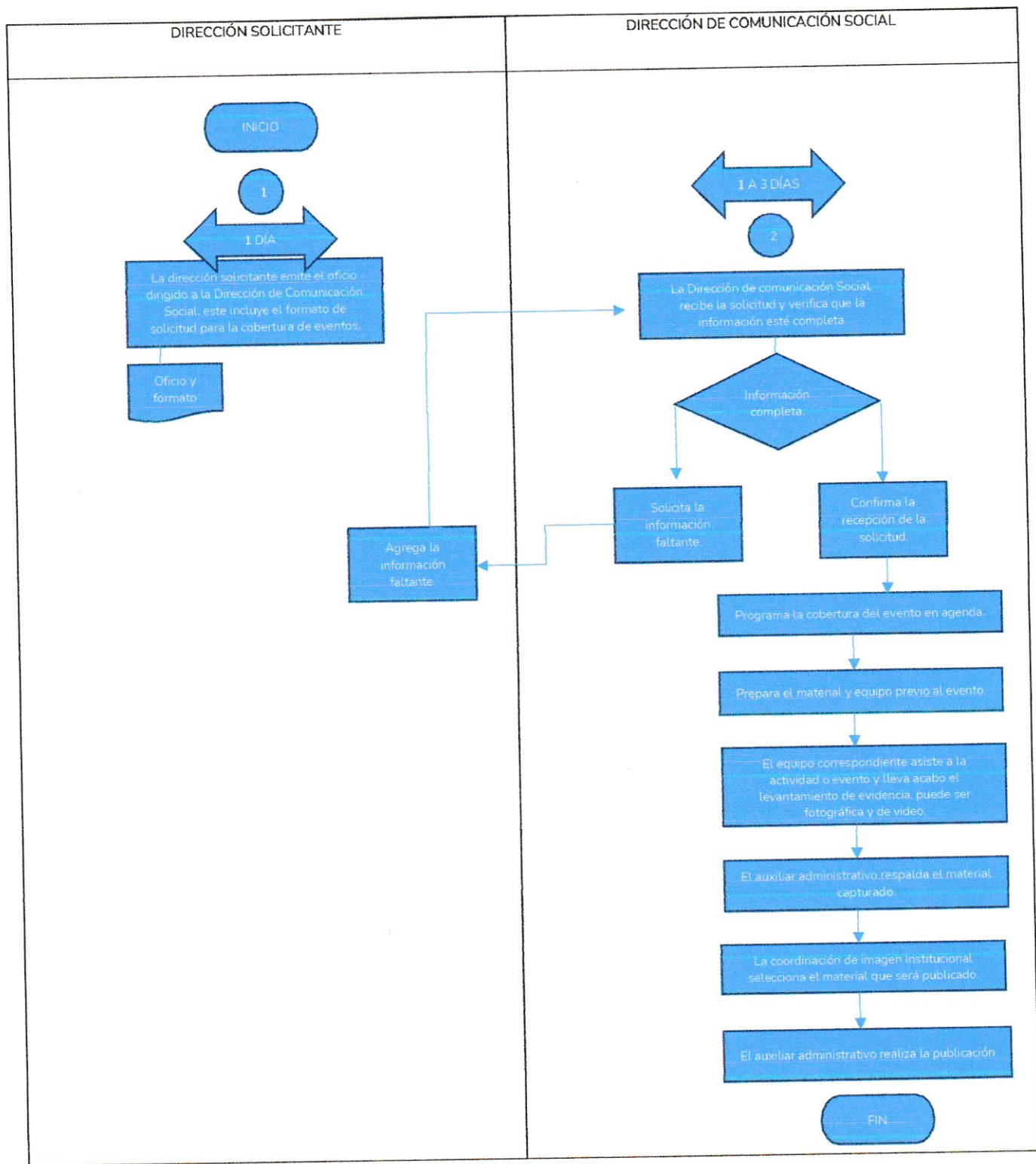
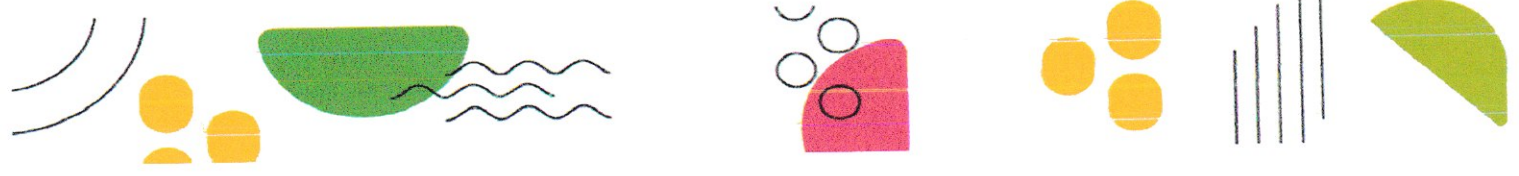
- a. Stock fotográfico para uso exclusivo del área.
- b. Stock audiovisual para uso exclusivo del área.
- c. Publicación en redes sociales como testimonio de la actividad o evento, cuando se considere pertinente.

7. POLÍTICAS

- a. Todas las actividades de cobertura de eventos y difusión estarán sujetas a los criterios de Comunicación Social.

8. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la cobertura de actividades y eventos.





II. PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE CAMPAÑAS

1. OBJETIVO

Desarrollar estrategias de comunicación que generen el impacto esperado en la población.

2. ALCANCE

Involucra al área solicitante, la Dirección de Administración y la Dirección de Comunicación Social.

3. RESPONSABILIDADES

a. Dirección solicitante

- i. Levantamiento de material fotográfico y audiovisual.
- ii. Levantamiento de material fotográfico y audiovisual.
- iii. Emitir la solicitud y formar parte del proceso de principio a fin.

b. Dirección de comunicación Social

- i. Verificar las especificaciones de la solicitud.
- ii. Dar seguimiento al proceso.
- iii. Desarrollar, programar y gestionar la implementación de la campaña.

c. Coordinación de imagen institucional

- i. Diseñar el material requerido para la implementación de la campaña.

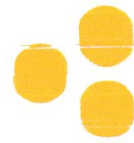
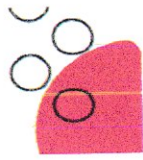
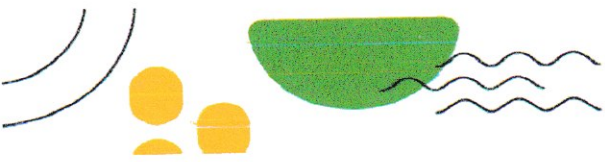
d. Auxiliar de fotografía

- i. Desarrollar los materiales audiovisuales que sean requeridos para la implementación de la campaña.

4. DEFINICIONES

5. INSUMOS

- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante, donde se concrete una reunión de trabajo.
- b. Cuando la campaña requiera impresos, se deberá emitir un único oficio con el listado de los impresos solicitados, mismos que fueron acordados previamente en la reunión de trabajo.

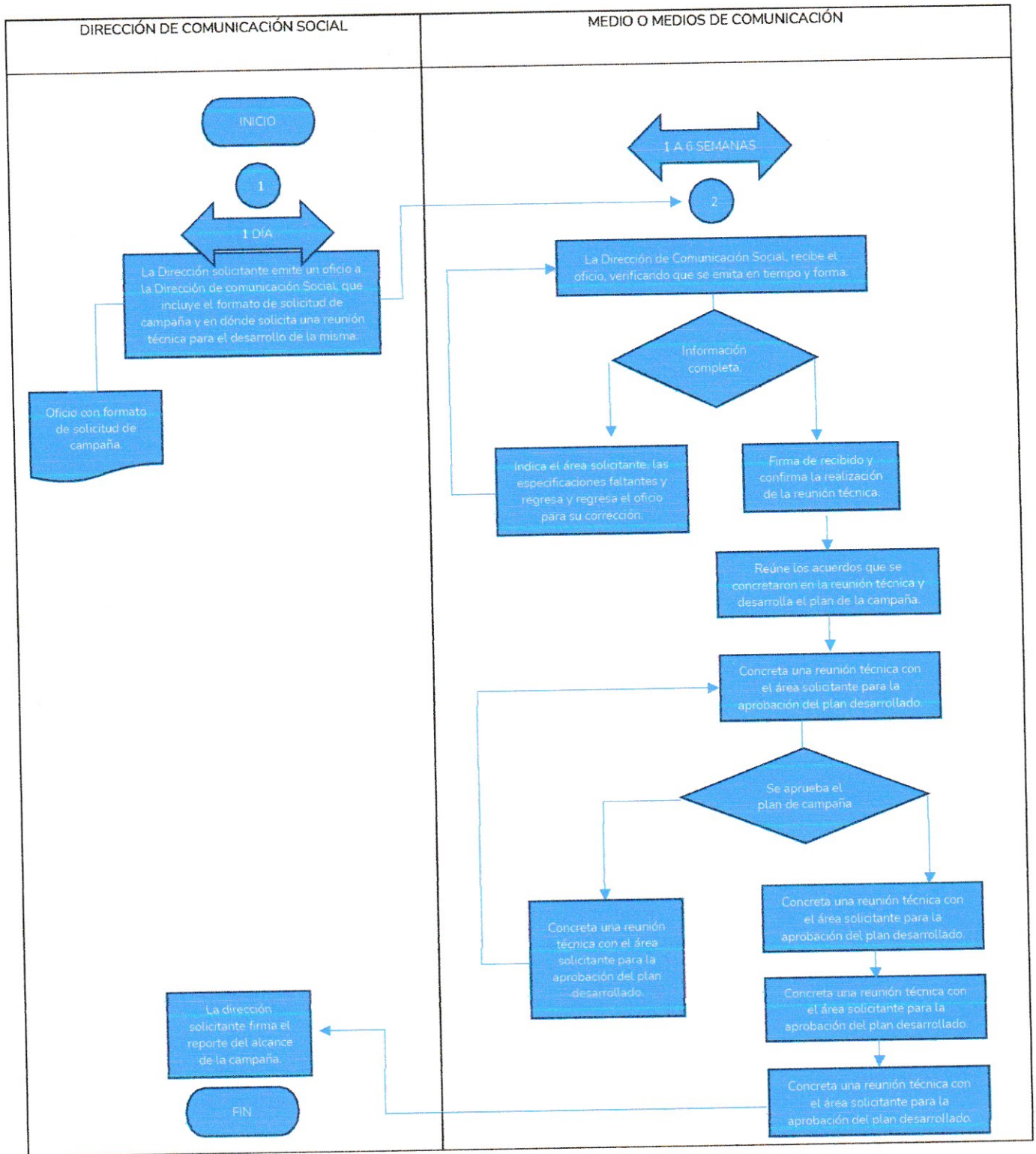
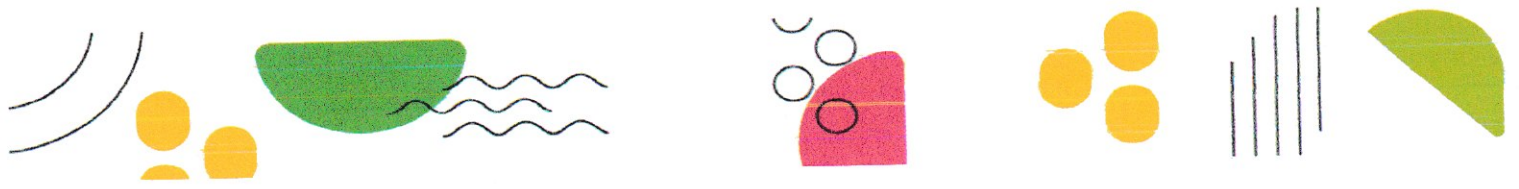


6. RESULTADOS

- a. Al finalizar el procedimiento se genera un impacto directo sobre la toma de decisiones en la población, correspondiente al objetivo deseado por parte del área solicitante.

7. DIAGRAMACIÓN

- a. **Diagrama de flujo para la creación de campañas.**





8. MEDICIÓN

- a. A través de las herramientas de análisis, que proporcionan las redes sociales, se medirá el impacto de la campaña.
- b. Se ejecutará una entrevista a las personas asistentes al evento, convocatoria o actividad por la que se desarrolló la campaña y con ello se obtendrán datos útiles para el desarrollo de campañas posteriores.

9. FORMATOS E INSTRUCTIVOS

a. Formato de solicitud de campaña

Área solicitante:	
Persona a cargo de la solicitud:	
Fecha de solicitud:	
Fecha tentativa de publicación:	
Objetivo de campaña:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la implementación de esta campaña.</i>
Público al que está dirigida la campaña:	<i>Describir el sector de la población a la que el material impactará.</i>
Áreas, instituciones u organismos que estarán involucrados:	
Observaciones <i>(Para el llenado del área de Comunicación Social):</i>	



III. PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB

1. OBJETIVO

- a. Garantizar al público usuario de internet, la consulta, ágil, ordenada y eficaz de los diversos programas, antecedentes, servicios objetivos y resultados del quehacer institucional.

2. ALCANCE

- a. Todas las instituciones y/o dependencias del Ayuntamiento y ciudadanía en general.

3. RESPONSABILIDADES

a. Área solicitante

- i. Entregar en tiempo y forma la solicitud, mediante oficio.
- ii. Dar seguimiento al proceso, de principio a fin.

b. Dirección de Comunicación Social

- i. Coordina y supervisa el material que se publicará en el portal web, en conformidad con los lineamientos establecidos por la presidencia municipal.
- ii. Desarrollar el plan de acción.
- iii. Ejecutar el plan de acción.

c. Auxiliar administrativo

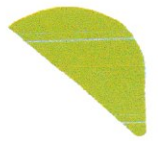
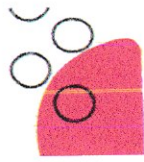
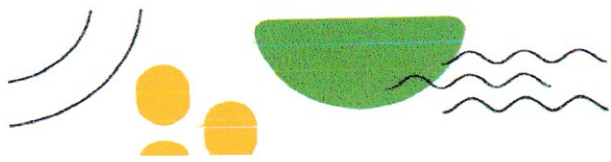
- i. Actualizar la página Web.

4. DEFINICIONES

- a. **Página Web:** Una página web es un documento creado en formato HTML que es parte de un grupo de documentos o recursos disponibles ubicados en un sitio web.

5. INSUMOS

- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante, donde se concrete una reunión de trabajo.

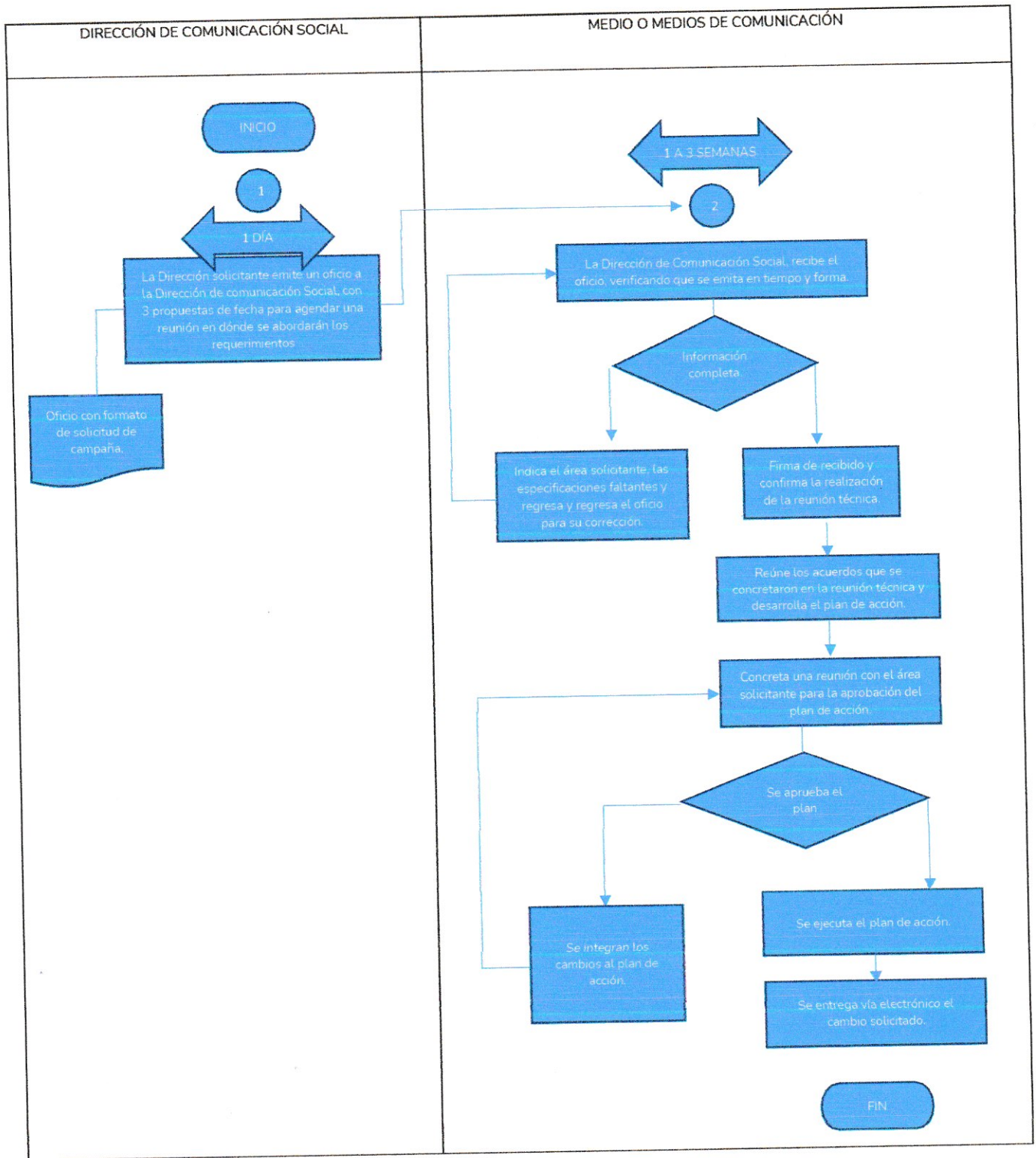
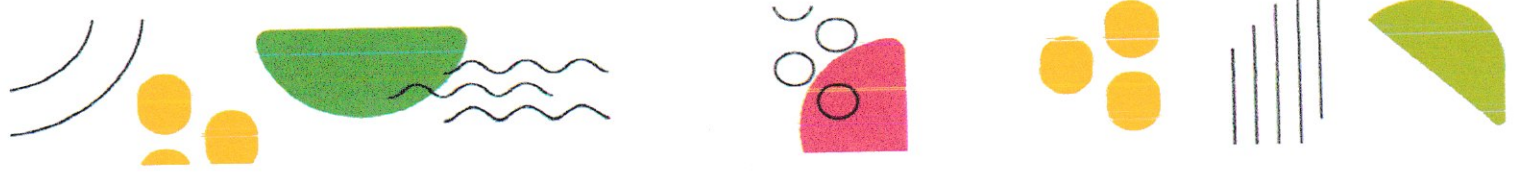


6. RESULTADOS

- a. Se mantendrá continuamente actualizada el sitio web oficial.
- b. La página ofrecerá un servicio eficaz y eficiente a la población.

9. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la actualización de página web.





IV. PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL

1. OBJETIVO

- a. Entregar de forma eficiente los materiales audiovisuales a las direcciones para el cumplimiento de sus objetivos de difusión.

2. ALCANCE

- a. Involucra al área solicitante y la Dirección de Comunicación Social.

3. RESPONSABILIDADES

a. Dirección solicitante

- i. Emitir la solicitud.
- ii. Acompañar el proceso de principio a fin.

b. Dirección de comunicación Social

- i. Verificar las especificaciones de la solicitud.
- ii. Dar seguimiento al proceso.
- iii. Programar y gestionar el proceso de producción audiovisual.

c. Coordinación de Imagen Institucional:

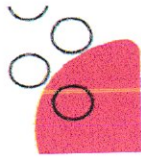
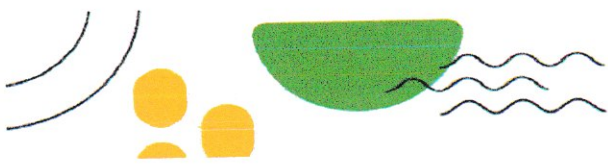
- i. Diseña y exporta el material gráfico que se requiera para la producción audiovisual.

d. Auxiliar fotografía

- i. Realiza el levantamiento de material audiovisual.
- ii. Edita, produce, y publica el producto final.

4. DEFINICIONES

- a. **Exportar:** Acción de convertir un formato digital de diseño a un formato para su difusión en plataformas digitales.
- b. **Stock audiovisual:** Conjunto de material audiovisual que se tiene almacenado en orden y a la espera de ser usado o aplicado en otros materiales.
- c. **Redes sociales:** Plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común. Permiten el contacto entre el Gobierno Municipal y la población para comunicar e intercambiar información.



5. INSUMOS

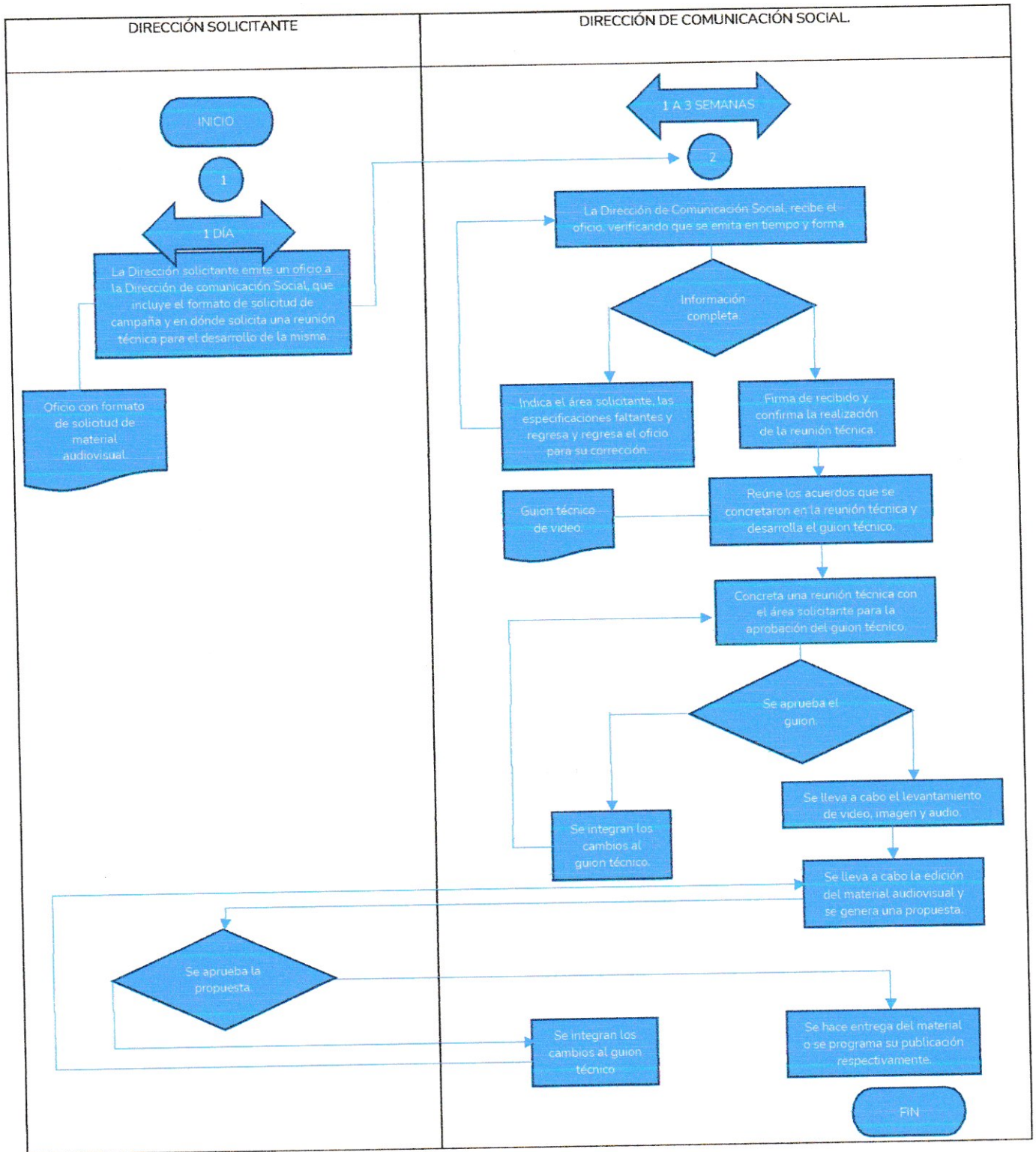
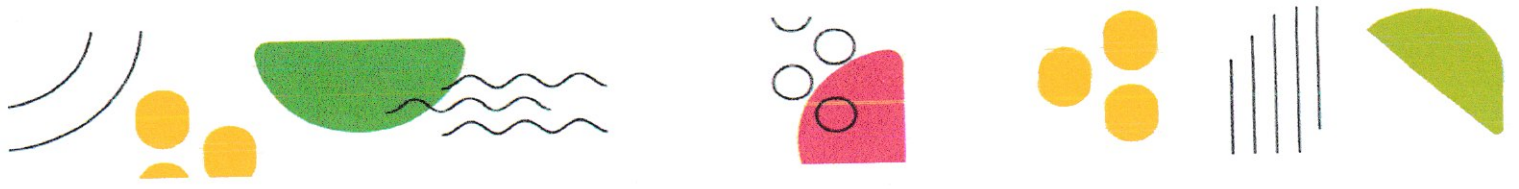
- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante.
- b. Guion técnico para producción audiovisual.

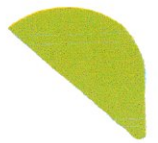
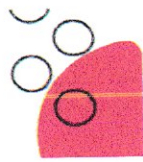
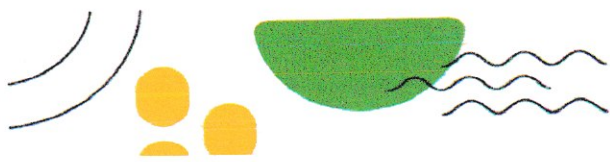
6. RESULTADOS

- a. Material audiovisual que servirá a la difusión en redes sociales.
- b. Stock audiovisual para uso exclusivo del área.
- c. Publicación en redes sociales como testimonio de la actividad o evento, cuando se considere pertinente.

7. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la creación de material audiovisual.





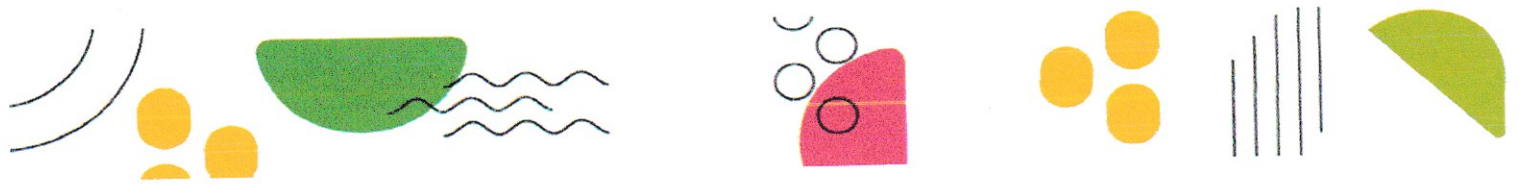
8. MEDICIÓN

- a. A través de las herramientas de análisis, que proporcionan las redes sociales, se medirá el impacto del material audiovisual.

9. FORMATOS E INSTRUCTIVOS

- a. Formato de solicitud de material audiovisual.

Área solicitante:	
Persona a cargo de la solicitud:	
Fecha de solicitud:	
Fecha tentativa de entrega/publicación:	
Descripción del material solicitado:	<i>Respondiendo a la pregunta ¿Qué tipo de video se está solicitando?</i>
Objetivo de la producción audiovisual:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la creación de esta producción audiovisual.</i>
Propuesta de guión:	<i>Describir detalladamente la idea general del video.</i>
Logos que deberán aparecer:	
Referencias:	<i>Colocar aquí un link de video que sea similar a lo que se espera obtener.</i>
Observaciones <i>(Para el llenado del área de Comunicación Social):</i>	



b. Guion técnico de video

Objetivo:			
Dirigido a:			
Formato:			
Duración:			
Mensaje:			
Voz en off:	SI		NO

TIEMPO	VOZ EN OFF	CUADRO	SÚPERS	AUDIO

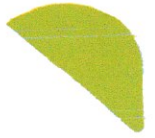
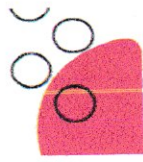
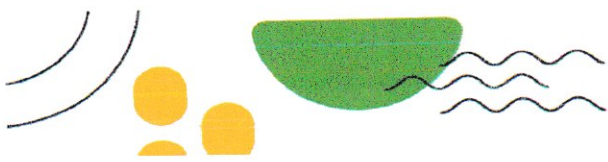
V. PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE MATERIAL EDITORIAL

1. OBJETIVO

a. Entregar de forma eficiente los materiales editoriales a las direcciones para el cumplimiento de sus objetivos.

2. ALCANCE

a. Involucra al área solicitante, la Dirección de Administración, la Dirección de Comunicación Social y el contacto con proveedores del ramo de la impresión.



3. RESPONSABILIDADES

a. Dirección solicitante

- i. Emitir la solicitud y acompañar el proceso de principio a fin.

b. Dirección de Administración

- i. Verificar la validez de la solicitud y asignar el presupuesto para su elaboración.

c. Dirección de comunicación Social

- i. Verificar las especificaciones de la solicitud y dar seguimiento al proceso.
- ii. Emitir la solicitud y acompañar el proceso de principio a fin.

d. Coordinación de imagen institucional

- a. Programar y gestionar el proceso.

e. Auxiliar de diseño gráfico

- a. Diseña y exporta el material impreso.

f. Proveedor

- a) produce el material solicitado.

4. DEFINICIONES

Exportar: Acción de convertir un formato digital de diseño a un formato de impresión para su producción.

5. INSUMOS

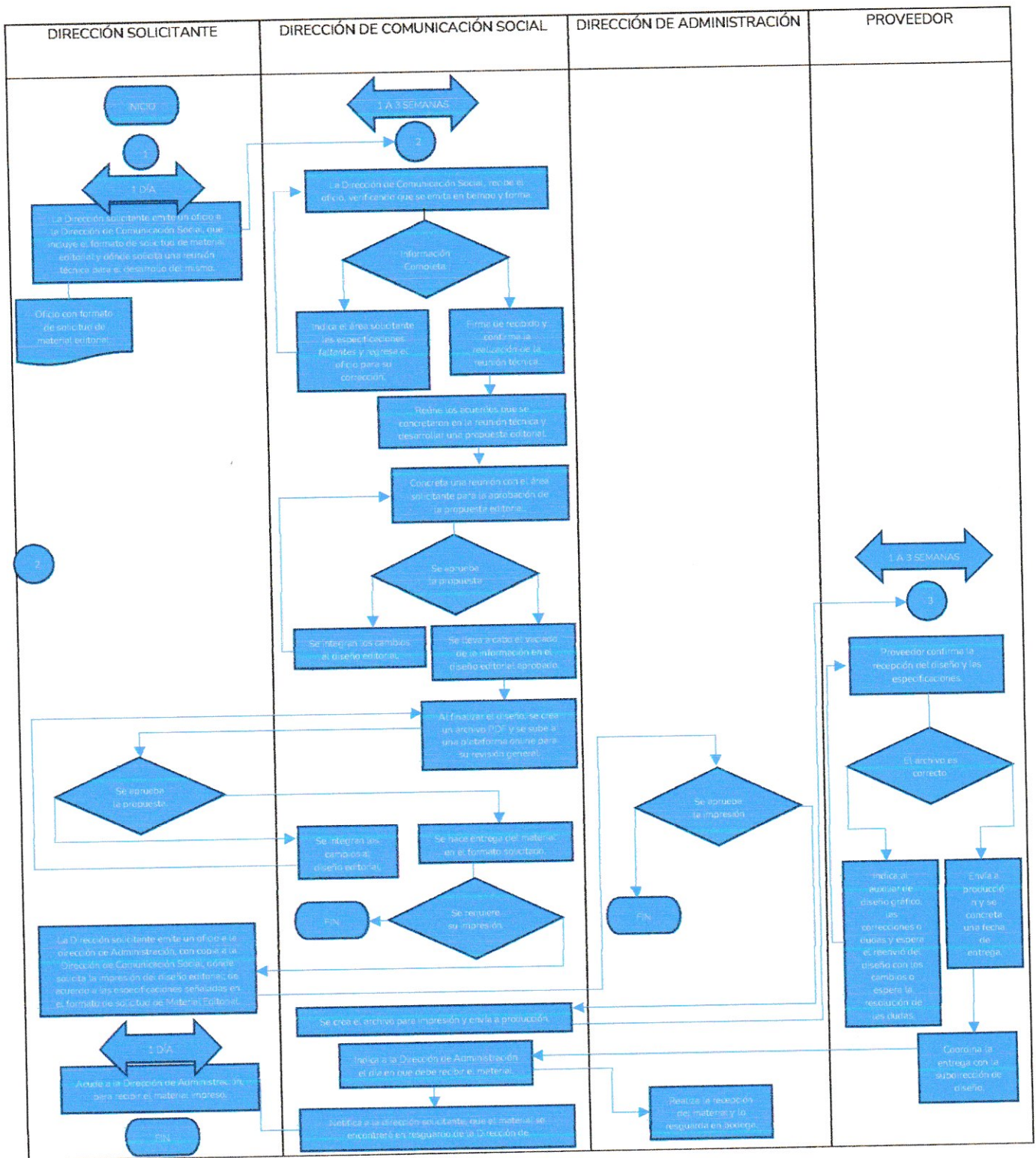
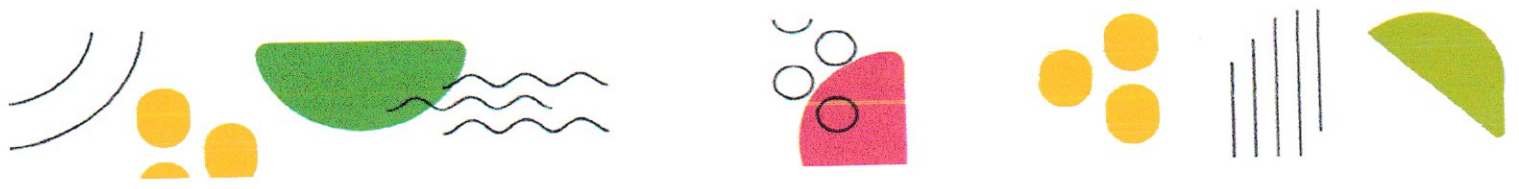
- a. Oficio emitido por parte del área o instancia solicitante.
- b. Formato de solicitud para producción audiovisual.

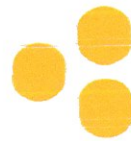
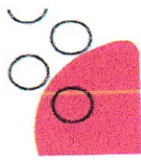
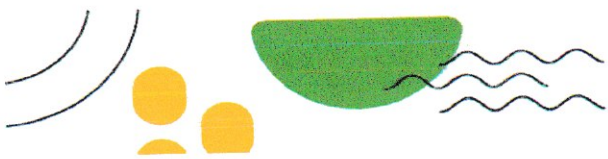
6. RESULTADOS

Al finalizar el procedimiento se obtiene un material editorial, impreso o digital que servirá a la difusión de información del área solicitante.

7. DIAGRAMACIÓN

- a. Diagrama de flujo para la creación de material editorial.





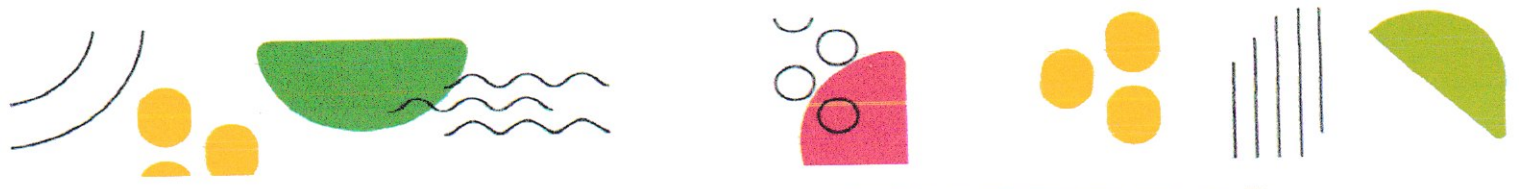
8. MEDICIÓN

- a. Se establecen las ediciones que serán impresas y el número de ejemplares por edición.

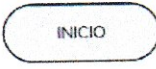

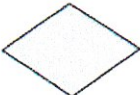
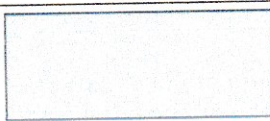
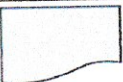

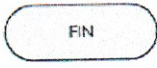
9. FORMATOS E INSTRUCTIVOS

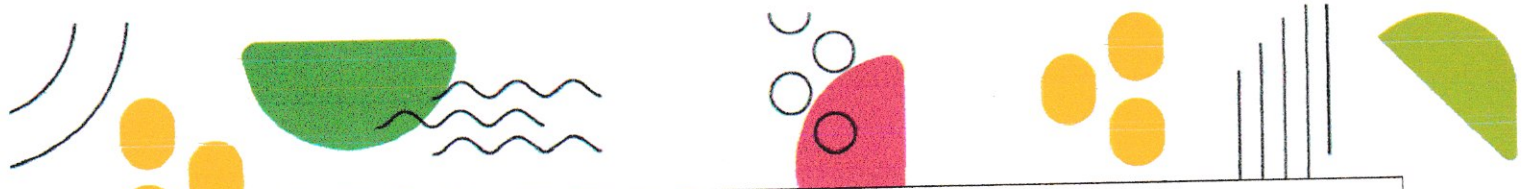
a. Formato de solicitud de material editorial

Área solicitante:	
Persona a cargo de la solicitud:	
Fecha de solicitud:	
Fecha tentativa de entrega:	
Descripción del material solicitado:	<i>Respondiendo a la pregunta ¿Qué tipo de material editorial se está solicitando? (libro, folleto, documento, presentación, etc.)</i>
Objetivo de la producción editorial:	<i>Breve explicación de lo que se espera lograr con la creación de esta producción editorial.</i>
¿Se requiere la impresión del material? (Marcar con una X y llenar las especificaciones en caso de marcar "SI")	SI
	NO
	<i>Medidas: Tipo de encuadernado: Tipo de papel:</i>
Observaciones (Para el llenado del área de Comunicación Social):	<i>El contenido se deberá entregar vía correo electrónico a la Subdirección de Comunicación Social en formato digital, archivo Word 100% editable en texto, con las imágenes en alta resolución. Se deberá incluir índice del documento en caso de ser necesario.</i>



--	--

TABLA DE SIMBOLOGÍA	
SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	Inicio del proceso.
	Número de paso
	Decisión
	Acción
	Documento
	BDD (Base de datos)
	Fin del proceso



<p>ELABORÓ</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>C. RICARDO TORRES TORRES</p> <p>ENCARGADO DE DESPACHO DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p> 	<p>SUPERVISÓ</p> <p>(Cambio de imagen)</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>LIC. MARIA FERNANDA JERONIMO MARETTO</p> <p>ENCARGADA DE DESPACHO AREA DE UIPPE</p> 
<p>REVISÓ</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>C. EFREN DE LA CRUZ</p> <p>DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN</p> 	
<p>APROBADO POR EL H. CABILDO DE JILOTZINGO EN LA OCTOGESIMA CUARTA SESIÓN ORDINARIA DE CABILDO CON FECHA DEL 8 DE MARZO 2024</p>	