

**MANUAL DE PROCESOS Y
PROCEDIMIENTOS DE LA
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS**

**SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE
LA MUJER**



INDICE

Contenido

1.	Introducción	2
2.	Objetivo general del Manual	3
3.	Descripción de la Dirección de Comunicación Social y RR.PP	4
3.1.	Objetivo general y específicos	4
3.2.	Antecedentes y Base Legal	5
3.3.	Misión	5
3.4.	Visión	5
3.5.	Estructura Organizacional.....	5
3.6.	Funciones de la Dirección	6
4.	Red de Procesos.....	7
5.	Glosario	30
6.	Anexos.....	33

1. Introducción

La Secretaría Presidencial de la Mujer (SEPREM), es la Institución asesora y coordinadora de políticas públicas del Organismo Ejecutivo al más alto nivel; fundamentalmente en lo que se refiere a la implementación de la Política Nacional de Promoción y Desarrollo Integral de las Mujeres (PNPDIM) y el Plan de Equidad de Oportunidades (PEO) 2008-2023, como mecanismo para impulsar el desarrollo integral de las mujeres en Guatemala, que les permita una mejor calidad de vida y el respeto a sus derechos humanos.

Con este reto las expectativas en el marco de la información y comunicación adquieren un papel preponderante, por los efectos que dichas acciones pretenden generar en la población, ante lo cual se hace indispensable contar con un Manual de Normas y Procedimientos que coadyuven a realizar estas acciones.

Este Manual corresponde a la Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas que es responsable de posicionar a la Secretaría ante el Estado, la sociedad civil, población en general y organismos internacionales, como la Institución encargada de promover, coordinar y asesora políticas públicas para el desarrollo integral de las mujeres y los derechos humanos de las mujeres.

En este documento se describen los grandes procesos que realizan las y los colaboradores de la Dirección.

Cabe mencionar que algunos procesos que son de carácter administrativo no están descritas en estos formatos sin embargo se presta servicio a nivel interno con las otras Direcciones.

Es necesario resaltar que el Plan Operativo Anual es la base para la ejecución de las actividades que se desarrollaran a lo largo del año.

2. Objetivo general del Manual

La Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas, en cumplimiento a sus funciones y en aras de fortalecer el rol de la Institución a través de la correcta administración de los recursos humanos ha elaborado este Manual.

Es un documento técnico que contiene la secuencia lógica del quehacer dentro del referido Departamento y la descripción en un marco administrativo que detalla las actividades que de manera sistemática realiza el personal que lo integra.

Por lo que se constituye en un instrumento de suma utilidad debido a que su contenido es información real y objetiva sobre su accionar tanto a lo interno como lo externo de la Institución.

Facilita el proceso de inducción al personal de nuevo ingreso a la Institución, ya que describe en forma detallada las funciones que se desarrollan en cada puesto de trabajo.

Permite la evaluación y el control interno, facilita los procesos de auditoría interna y externa de los puestos de trabajo.

El Manual incluye la definición de cada procedimiento, los objetivos, puesto funcional, descripción de actividades y el flujograma.

3. Descripción de la Dirección de Comunicación Social y RR.PP

Es la responsable de posicionar a la Secretaría ante el Estado, la sociedad civil, población en general y organismos internacionales, como la Institución encargada de promover, coordinar y asesorar políticas públicas para el desarrollo integral de las mujeres y los derechos humanos de las mujeres.

3.1. Objetivo general y específicos

Articular el tema de comunicación, a nivel interno y externo a la SEPREM, utilizando estrategias y productos comunicacionales en diferentes formatos y medios, relacionados a los lineamientos y marcos estratégicos institucionales.

Específicos

Mantener una posición adecuada, desarrollable y sostenible para orientar los esfuerzos comunicacionales de la SEPREM, basada en una mezcla específica de filosofía, políticas, objetivos, decisiones y acciones para contribuir al logro de los objetivos institucionales y el posicionamiento de la Institución.

Posicionar real y efectivamente a la SEPREM y la PNPDIM y PEO, desarrollando y trasladando adecuada y oportunamente la información (interna y externa), reconociendo la importancia que tiene la institución en su rol de asesoría y coordinación de políticas públicas para garantizar la observancia y respeto de los Derechos Humanos de las Mujeres.

Constituir a la Institución como fuente de información primaria fidedigna en el tema de derechos humanos de las mujeres a todo nivel; y un referente de coordinación y asesoría en materia de comunicación con enfoque de derechos humanos de las mujeres.

Desarrollar propuestas de comunicación estratégica a nivel nacional y territorial, en apoyo a la gestión del Despacho.

Facilitar a las Direcciones el acompañamiento técnico, para la información y divulgación de los compromisos y avances relativos a la situación y condición de las mujeres guatemaltecas.

Establecer canales interinstitucionales de comunicación adecuada con entidades de gobierno y sociedad civil.

Realizar acciones de divulgación de la imagen institucional de la Secretaría y establecer una relación fluida con los medios de comunicación.

Proponer una estrategia de comunicación interna.

3.2. Antecedentes y Base Legal

Creación de la Secretaría Presidencial de la Mujer (SEPREM) según acuerdo gubernativo 200-2000, y las atribuciones de la Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas se encuentran en el Artículo 25*.

3.3. Misión

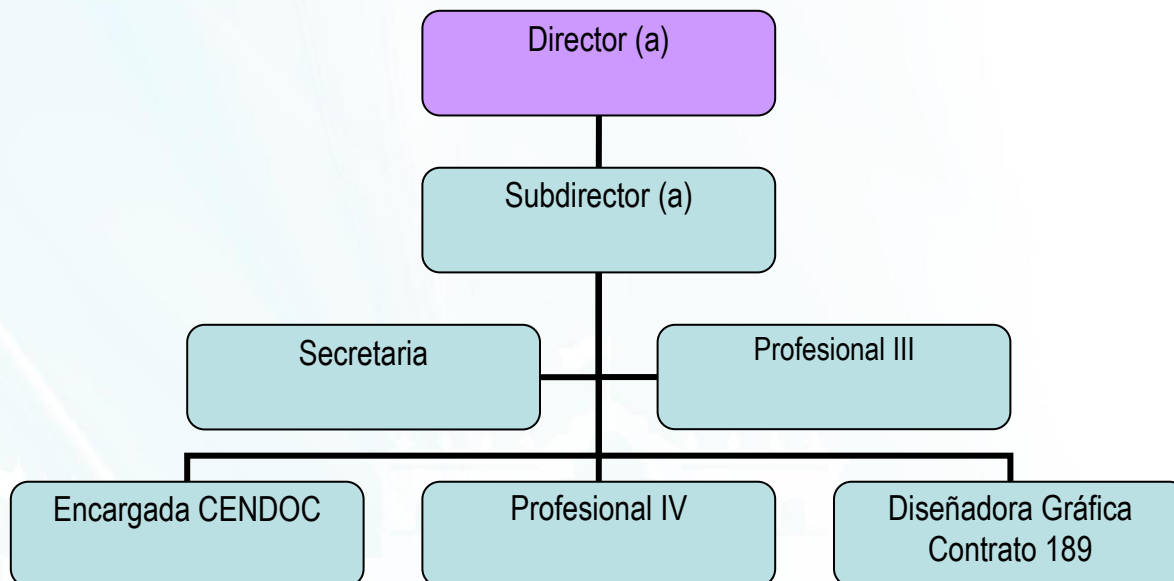
Somos la Dirección que da a conocer, mediante un pensamiento estratégico de comunicación, a las instituciones gubernamentales, organizaciones de mujeres y población en general, el trabajo de la Secretaría Presidencial de la Mujer, los derechos humanos de las mujeres y las políticas públicas relativas a las mujeres.

3.4. Visión

Ser la Dirección que ha sentado las bases de comunicación estratégica externa e interna, para que la población tenga una percepción adecuada de lo que realiza la Secretaría y lo que representa para las mujeres.

3.5. Estructura Organizacional

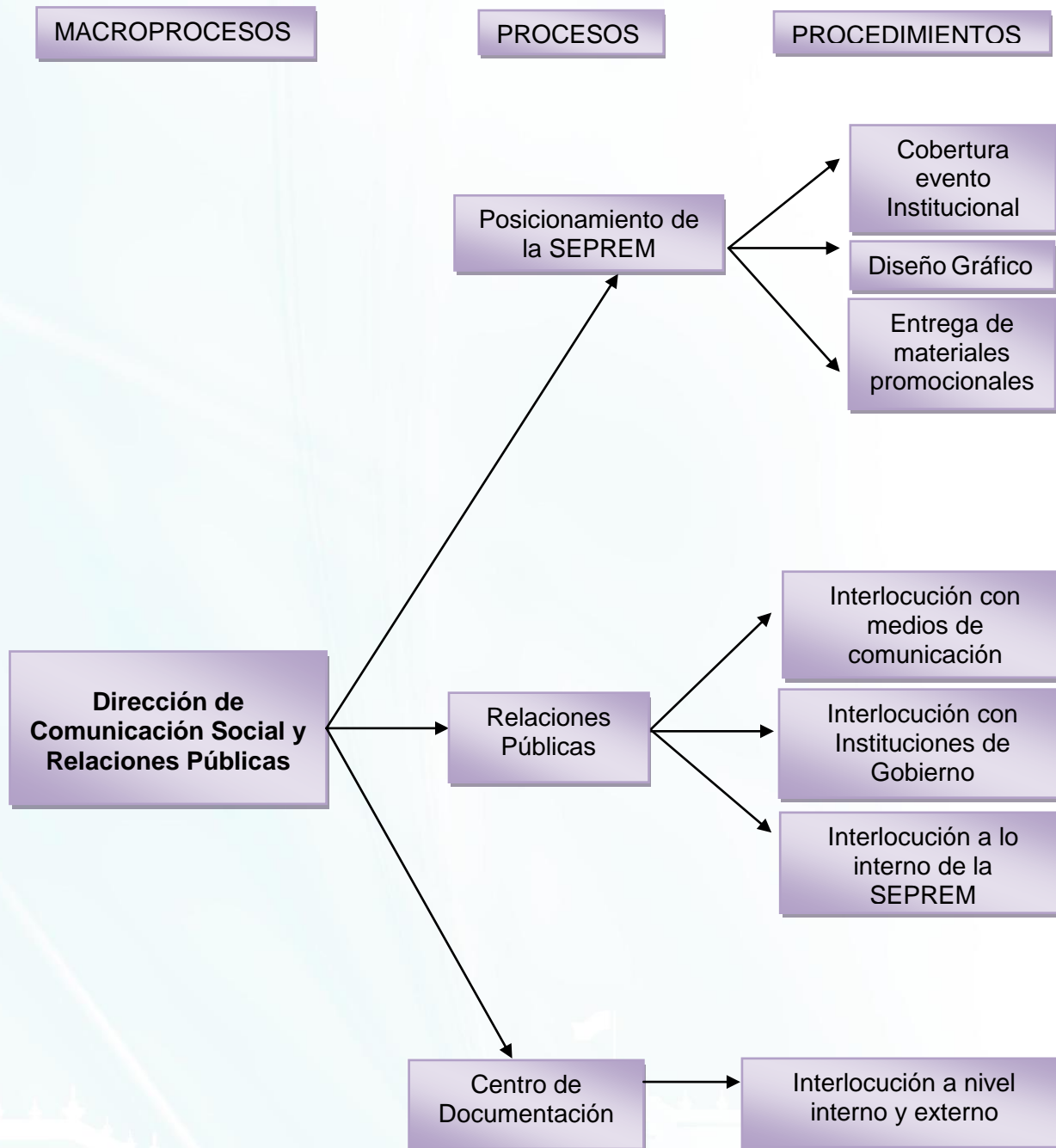
La Dirección está conformada de acuerdo al siguiente organigrama:



3.6. Funciones de la Dirección

- a) Elaborar diagnósticos de comunicación, que le permitan planear, dirigir y ejecutar efectivamente estrategias de comunicación y relaciones públicas de la Secretaría a nivel nacional y territorial;
- b) Informar y divulgar los compromisos y avances relativos a la situación y condición de las mujeres guatemaltecas;
- c) Coordinar acciones de divulgación para posicionar la imagen institucional de la Secretaría y establecer una relación fluida con los medios de comunicación;
- d) Crear mecanismos de comunicación interna;
- e) Establecer un sistema de monitoreo y evaluación de las estrategias de comunicación;
- f) Brindar apoyo y asesoría a las demás direcciones en el ámbito de su competencia;
- g) Administrar el Centro de Documentación de la Secretaría;
- h) Las demás que señale la Dirección Superior en el área de su competencia.

4. Red de Procesos

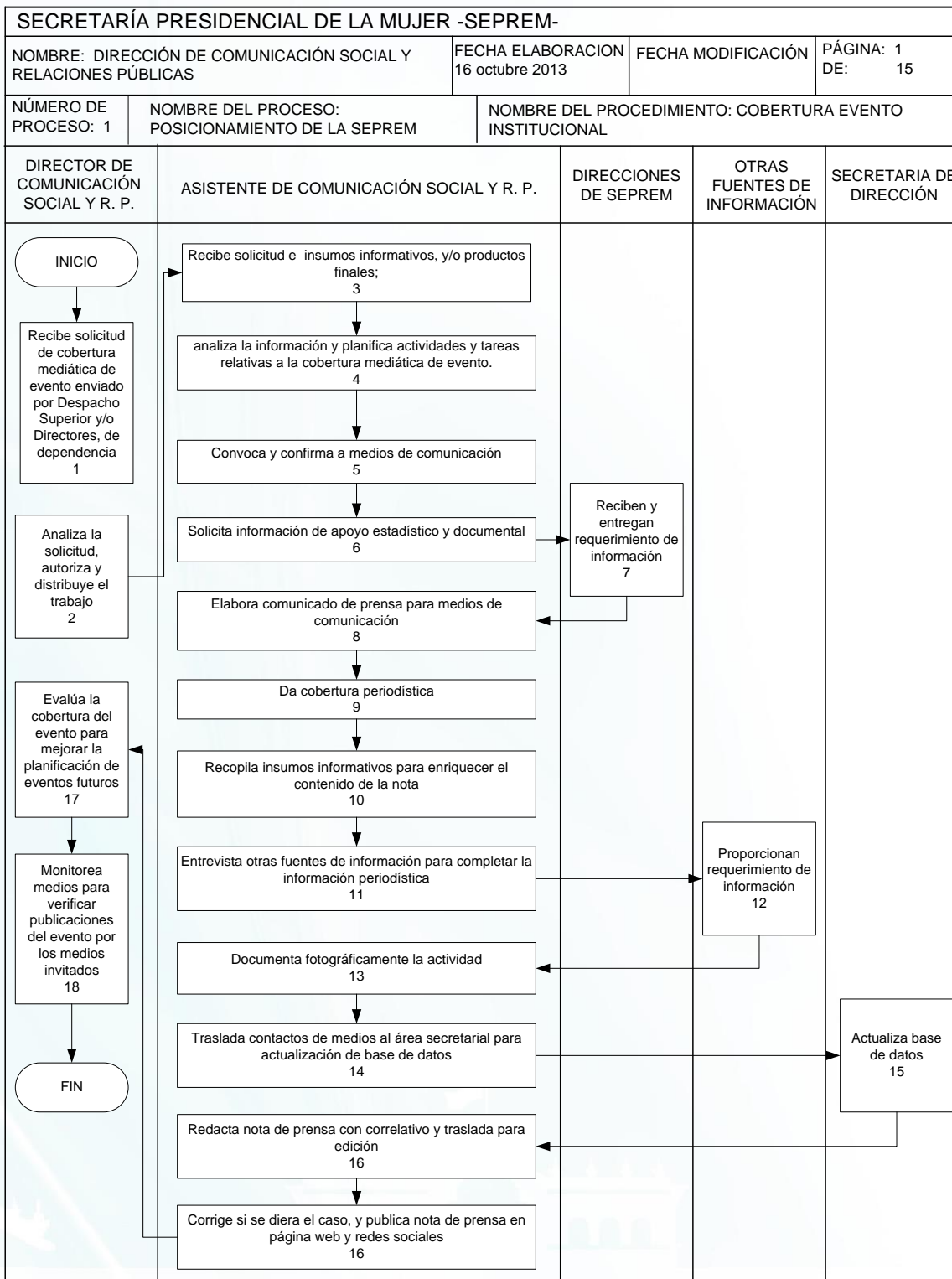




SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS		
PROCEDIMIENTO: COBERTURA EVENTO INSTITUCIONAL		
Propósito del Procedimiento: Documentar y divulgar eventos institucionales		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	1	Recibe solicitud de cobertura mediática de evento enviado por Despacho Superior y/o Directores, de Dependencia.
	2	Recibe insumos informativos, y/o productos finales; autoriza y asigna las tareas al equipo de trabajo, Analiza la información y planifica actividades y tareas relativas a la cobertura mediática de evento.
	3	Derivado de la Agenda recibe directrices para cobertura periodística y documentación fotográfica de las actividades de la Institución. <i>(es una norma de la Dirección de Comunicación que toda solicitud de cobertura de evento debe realizarse a través del formato establecido)</i>
	4	Realiza las siguientes actividades: a) Convoca medios de comunicación dos días previos a la actividad. b) Afina y coordina detalles para cobertura c) Confirma asistencia de medios de comunicación un día previo a la actividad. d) Solicita información de apoyo estadístico y documental a las Unidades de Estadísticas y/o Dirección involucrada. e) Elabora comunicado de prensa para medios de comunicación f) Da cobertura periodística g) Recopila insumos informativos para enriquecer el contenido de la nota h) Entrevista otras fuentes de información para completar la información periodística i) Documenta fotográficamente la actividad j) Traslada contactos de medios al área secretarial para actualización de base de datos de la Dirección k) Redacta nota de prensa con correlativo



	<ul style="list-style-type: none">l) Lleva control numérico de notas de prensam) Traslada nota de prensa para ediciónn) Corrige nota derivado de la edicióno) Descarga fotografías en el archivo digital con nombre y fecha del evento.p) Selecciona fotografías para notaq) Publica nota de prensa en página web y redes socialesr) Envía nota a base de datos (envío masivo)s) Archiva
5	Evaluación de la cobertura del evento ver aciertos y desaciertos y mejorar la planificación de eventos futuros.
6	Monitoreo de medios, para verificar publicaciones del evento por los medios invitados.





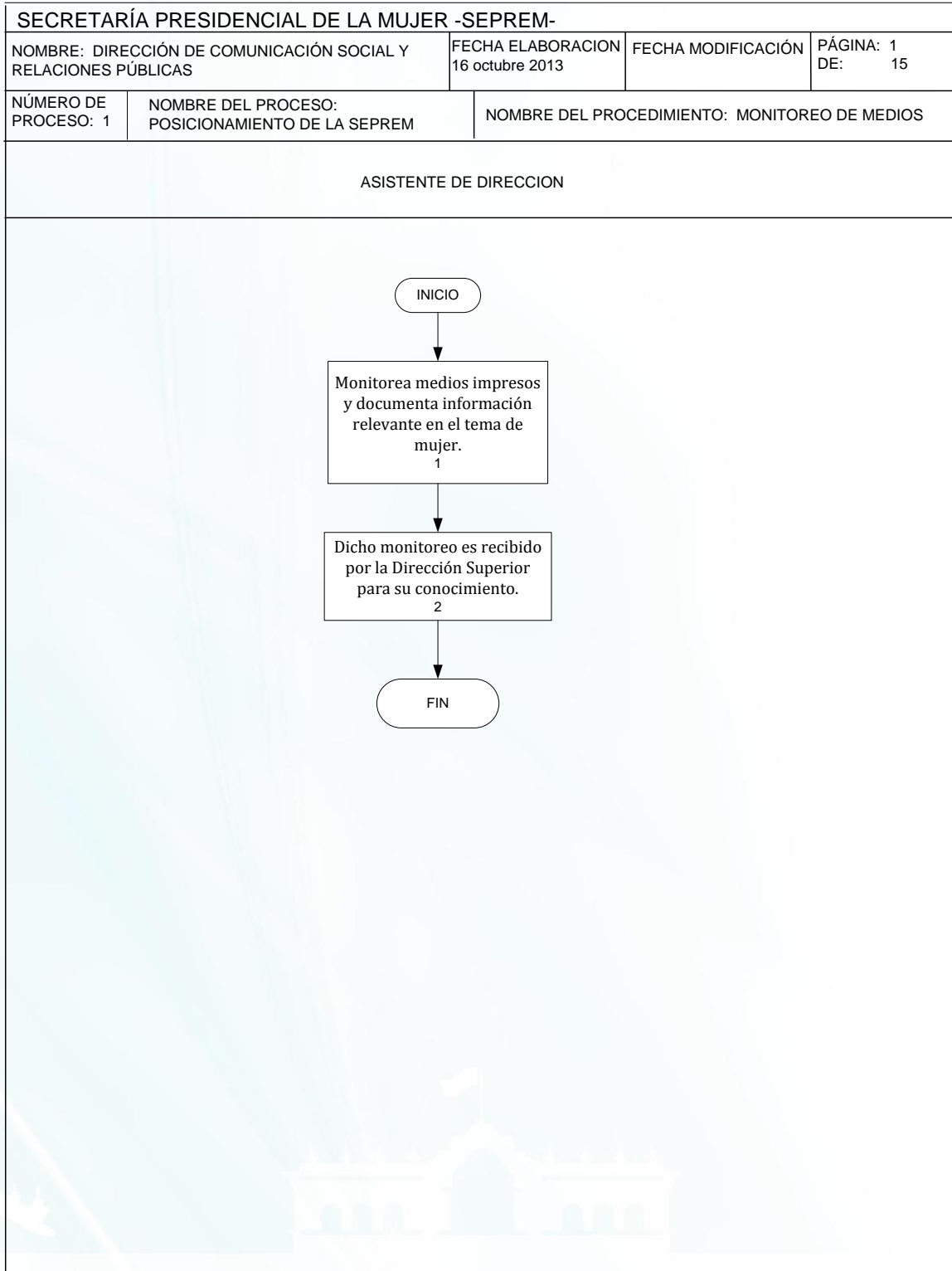
SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS

PROCEDIMIENTO: MONITOREO DE MEDIOS

Propósito del Procedimiento: Conocer que se está pautando en los Medios de Comunicación para poder determinar el impacto que tal o cual persona o actividad, está teniendo sobre la población, y así mismo poder documentarlo, en el tema de Mujer.

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Asistente de Dirección	1	Monitorea medios impresos y documenta información relevante en el tema de mujer.
	2	Dicho monitoreo es recibido por la Dirección Superior para su conocimiento.

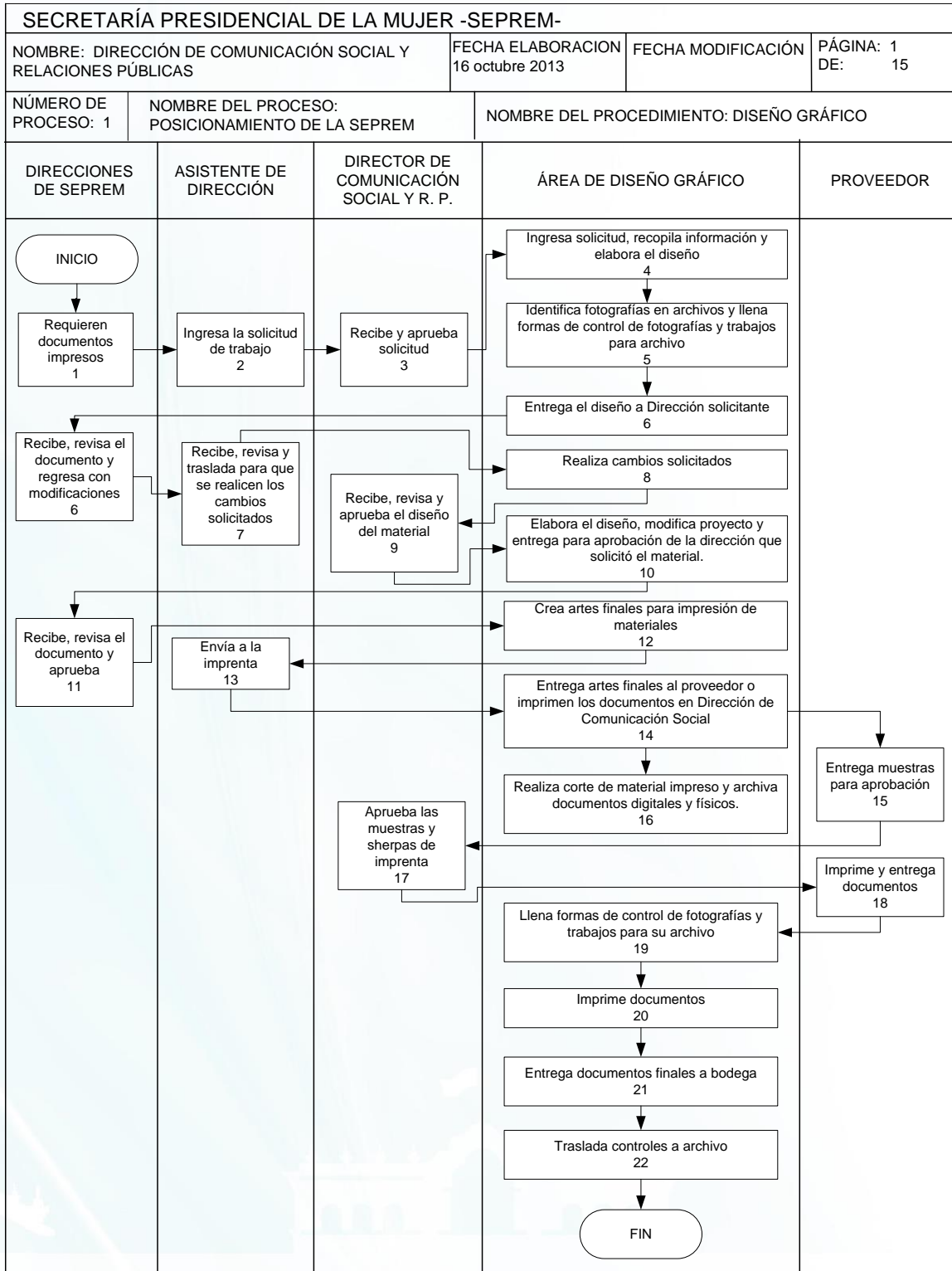




SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS		
PROCEDIMIENTO: AREA DE DISEÑO GRÁFICO		
Propósito del Procedimiento: Es una de las fases finales en la elaboración y producción final de materiales y documentos, pero muy importante y con procesos puntuales		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Asistente de Dirección	1	Ingreso de solicitud de trabajo a la dirección de Comunicación Social.
Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas	2	Aprobación de la solicitud de trabajo por Directora y Subdirectora de Comunicación Social.
Área de Diseño Gráfico	3	Ingreso de solicitud a Diseño
	4	Recopilación de información (textos finales, cuadros, gráficas y fotografías), para la elaboración del diseño.
	5	Creación del diseño (incorporar textos, gráficos y trabajar fotografías).
	6	Identificación de fotografías y archivo de carpetas en equipo Mac, llenar formas de control de fotografías y trabajos, para su archivo.
	7	Entrega de Diseño a Dirección solicitante.
	8	Revisión del documento por la Dirección que ha solicitado el material y esta traslada diseño para modificaciones.
	9	Revisión de material diseñado por Directora y Subdirectora de Comunicación Social.
Área de Diseño Gráfico	10	Realizar cambios solicitados por Dirección de Comunicación Social

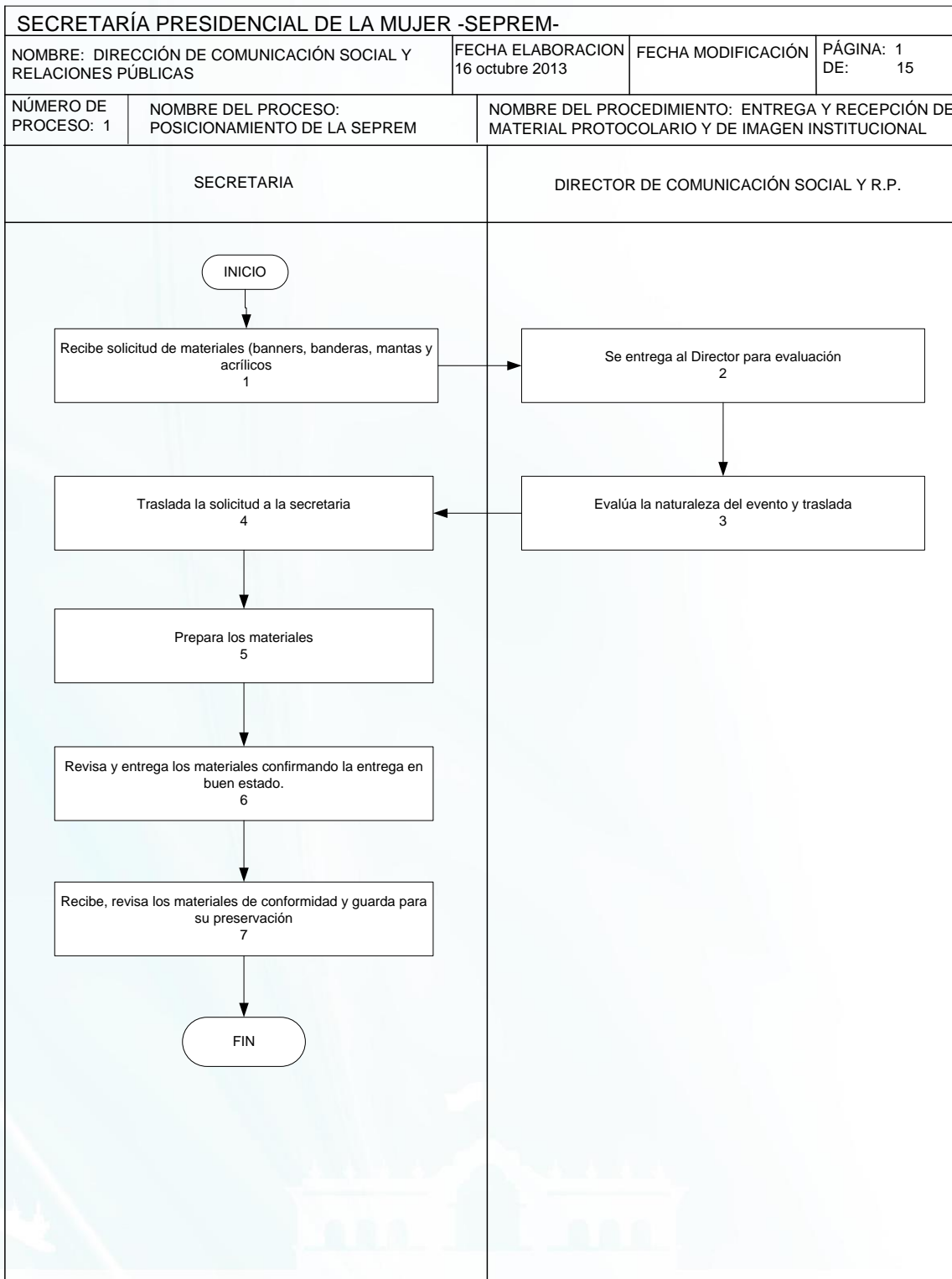


Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas	11	Aprobación del Diseño del material
Área de Diseño Gráfico	12	Diseño, modifica proyecto y entrega para aprobación a la dirección que solicito el material.
	13	Creación de Artes finales para impresión de materiales.
	14	Envío a la Imprenta
Asistente de Dirección	15	Se entregan artes finales al proveedor o se imprimen los documentos en Dirección de Comunicación Social.
Área de Diseño Gráfico	16	Proveedor entrega muestras para aprobación
	17	Corte de material impreso.
	18	Archivo de documentos digitales en el equipo Mac y físicos.
	19	Aprobación de muestras y sherpas de imprenta
Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas	20	Llenar formas de control de fotografías y trabajos para su archivo.
Área de Diseño Gráfico	21	Impresión final
	22	Entrega de documentos finales a bodega
	23	Traslado de controles a archivo.



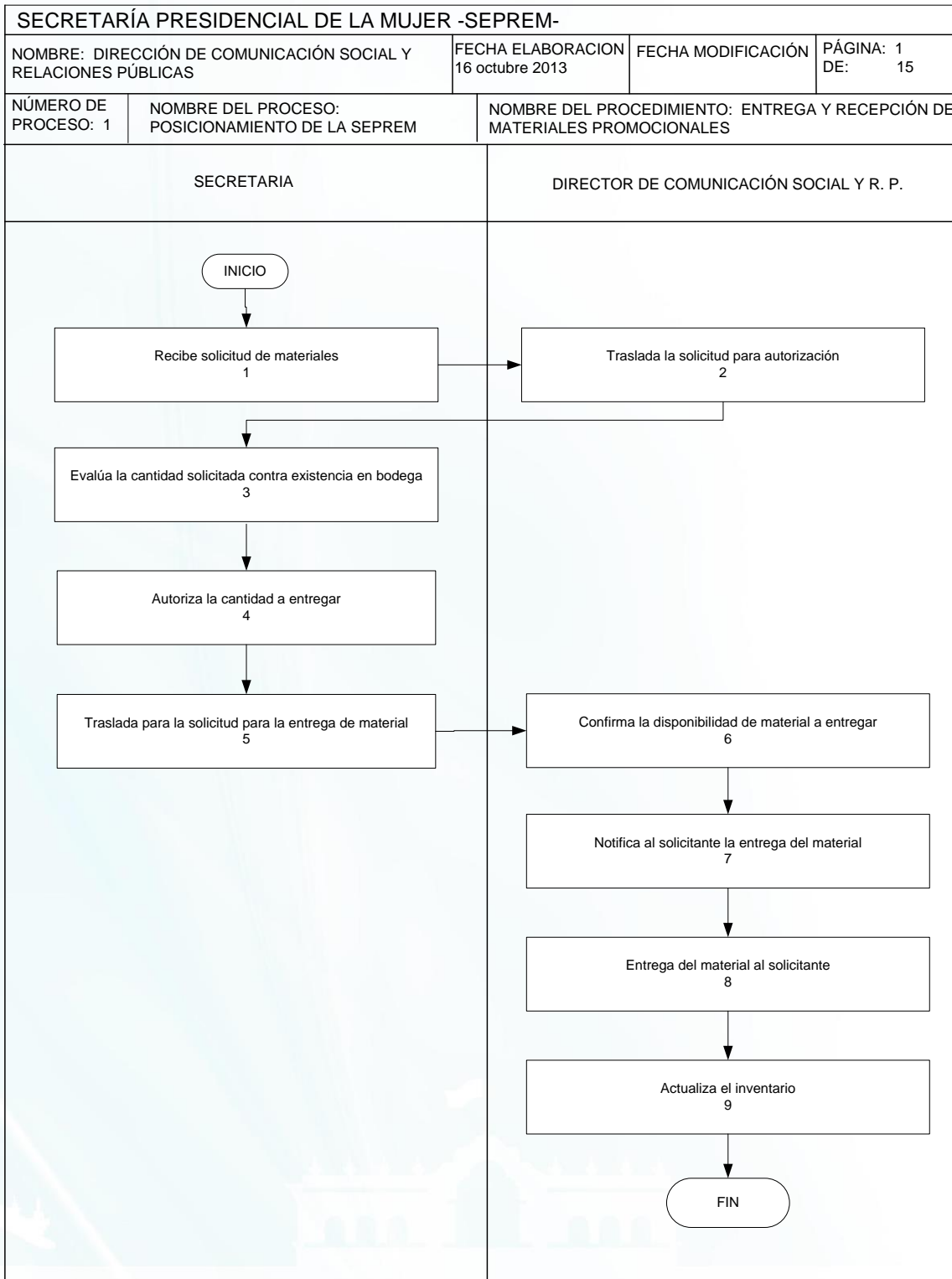


SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PUBLICAS		
PROCEDIMIENTO: Entrega y Recepción de materia protocolario y de Imagen Institucional		
Propósito del Procedimiento: Control sobre los materiales fijos y rotativos, representativos de la Institución.		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Secretaria	1	Recibe solicitud de materiales: 1. Banners 2. Banderas 3. Mantas 4. Acrílicos
Director	2	Se entrega al Director para evaluación.
Director	3	Evalúa la naturaleza del evento.
Secretaria	4	Traslada la solicitud a la secretaria.
Secretaria	5	Prepara los materiales
Secretaria	6	Revisa y entrega los materiales confirmando la entrega en buen estado

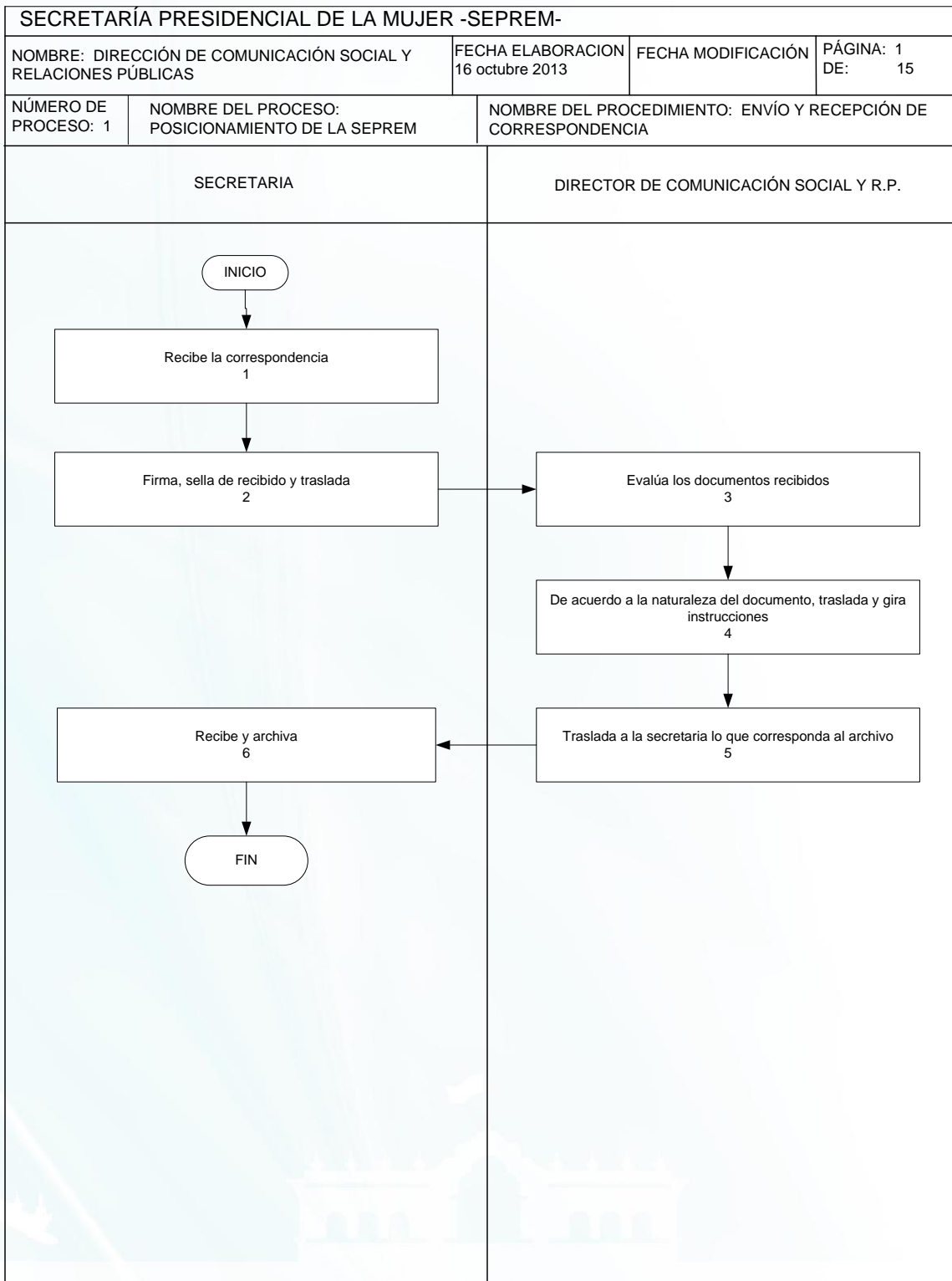




SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PUBLICAS		
PROCEDIMIENTO: Entrega y Recepción de materiales promocionales		
Propósito del Procedimiento: Controlar las descargas y entregas de materiales promocionales y divulgativos.		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Secretaria	1	Recibe solicitud de materiales
	2	Traslada la solicitud al Director para autorización
Director de Comunicación	3	Evalúa la cantidad solicitada contra existencia en bodega.
	4	Autoriza la cantidad a entregar
	5	La solicitud se traslada a la secretaria para la entrega de material.
Secretaria	6	Confirma la disponibilidad de material a entregar
	7	Notifica al solicitante la entrega del material.
	8	Entrega del material al solicitante.
	9	Actualización de inventario

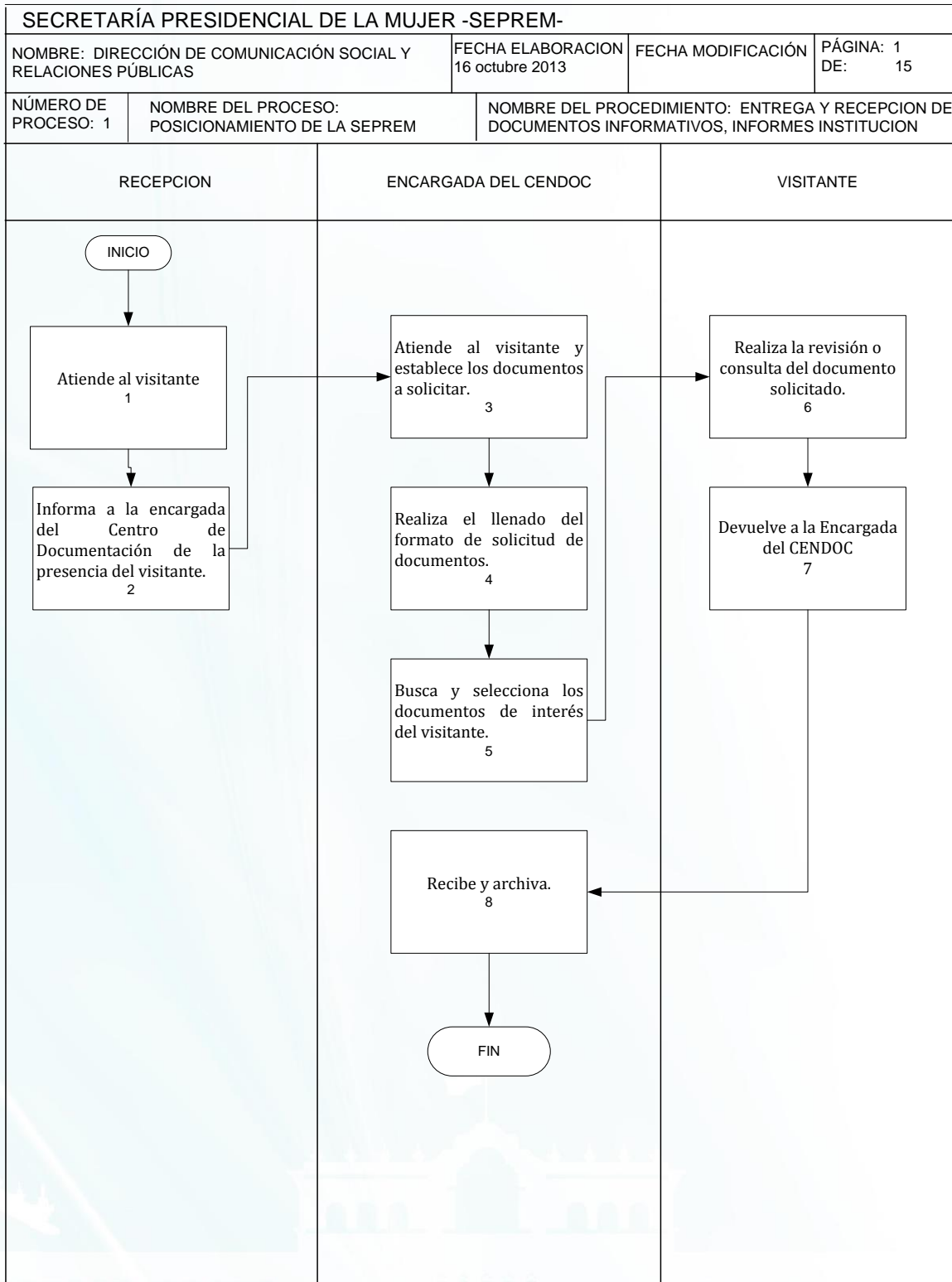


SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PUBLICAS		
PROCEDIMIENTO: Envío y Recepción de correspondencia.		
Propósito del Procedimiento: Control de correspondencia envía y recibida		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Secretaria	1	Recibe la correspondencia
	2	Firma y sella de recibido
Director	3	Traslada al Director
	4	Evalúa los documentos recibidos.
	5	De acuerdo a la naturaleza del documento traslada y gira instrucciones.
Secretaria	6	Traslada a la secretaria lo que corresponda al archivo
	7	Recibe y archiva



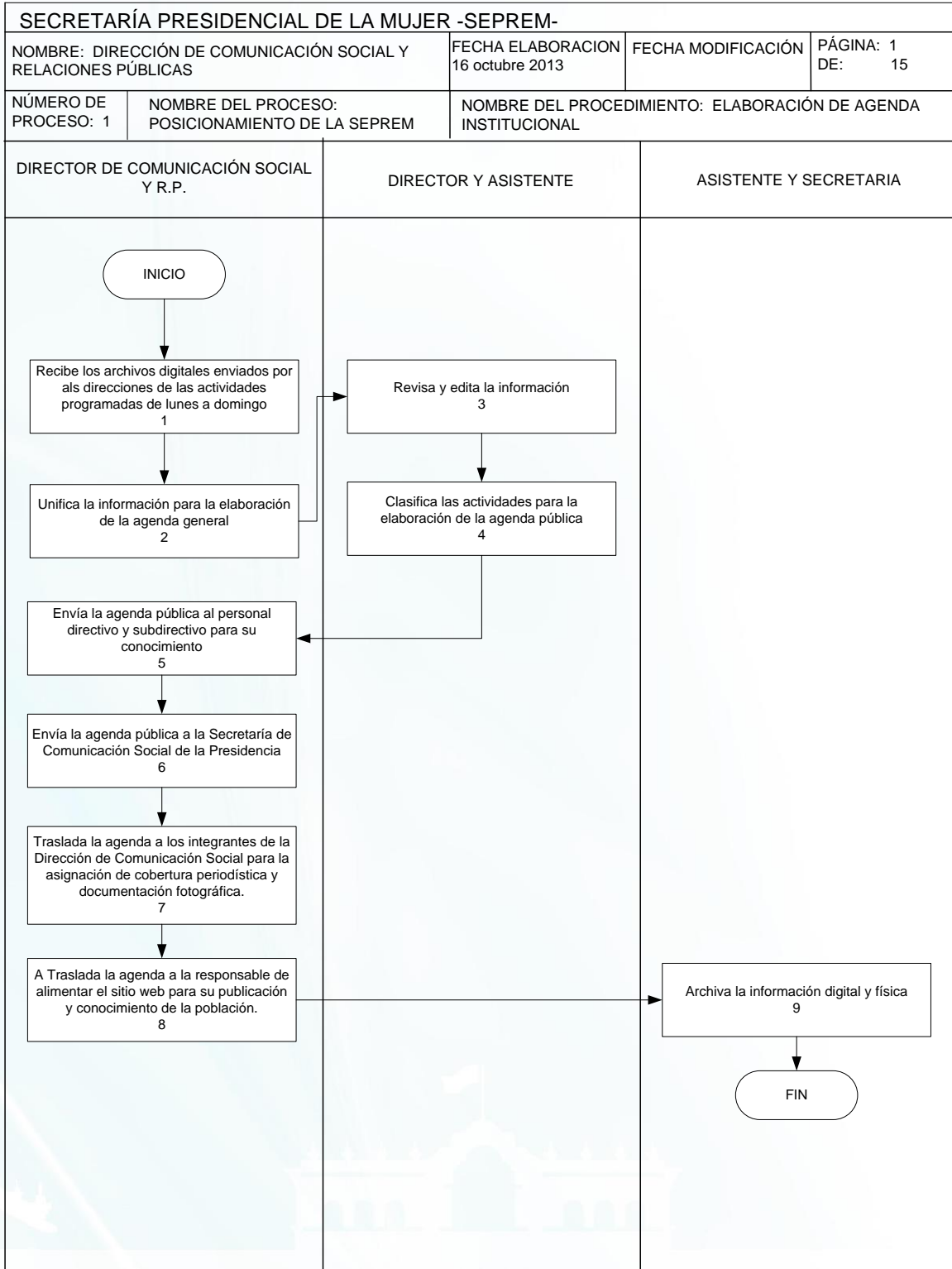


SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RR.PP. / Centro de Documentación - CENDOC		
PROCEDIMIENTO: Entrega y Recepción de documentos informativos, informes instituciones,		
Propósito del Procedimiento: Control de consultas y evaluación de temas relevantes al interés de la población en general.		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Recepción	1	Atiende al visitante
	2	Informa a la encargada del Centro de Documentación de la presencia del visitante.
Encargada del CENDOC	3	Atiende al visitante y establece los documentos a solicitar.
	4	Realiza el llenado del formato de solicitud de documentos.
	5	Busca y selecciona los documentos de interés del visitante.
Visitante	6	Realiza la revisión o consulta del documento solicitado.
	7	Devuelve a la Encargada del CENDOC
Encargada del CENDOC	8	Recibe y archiva.



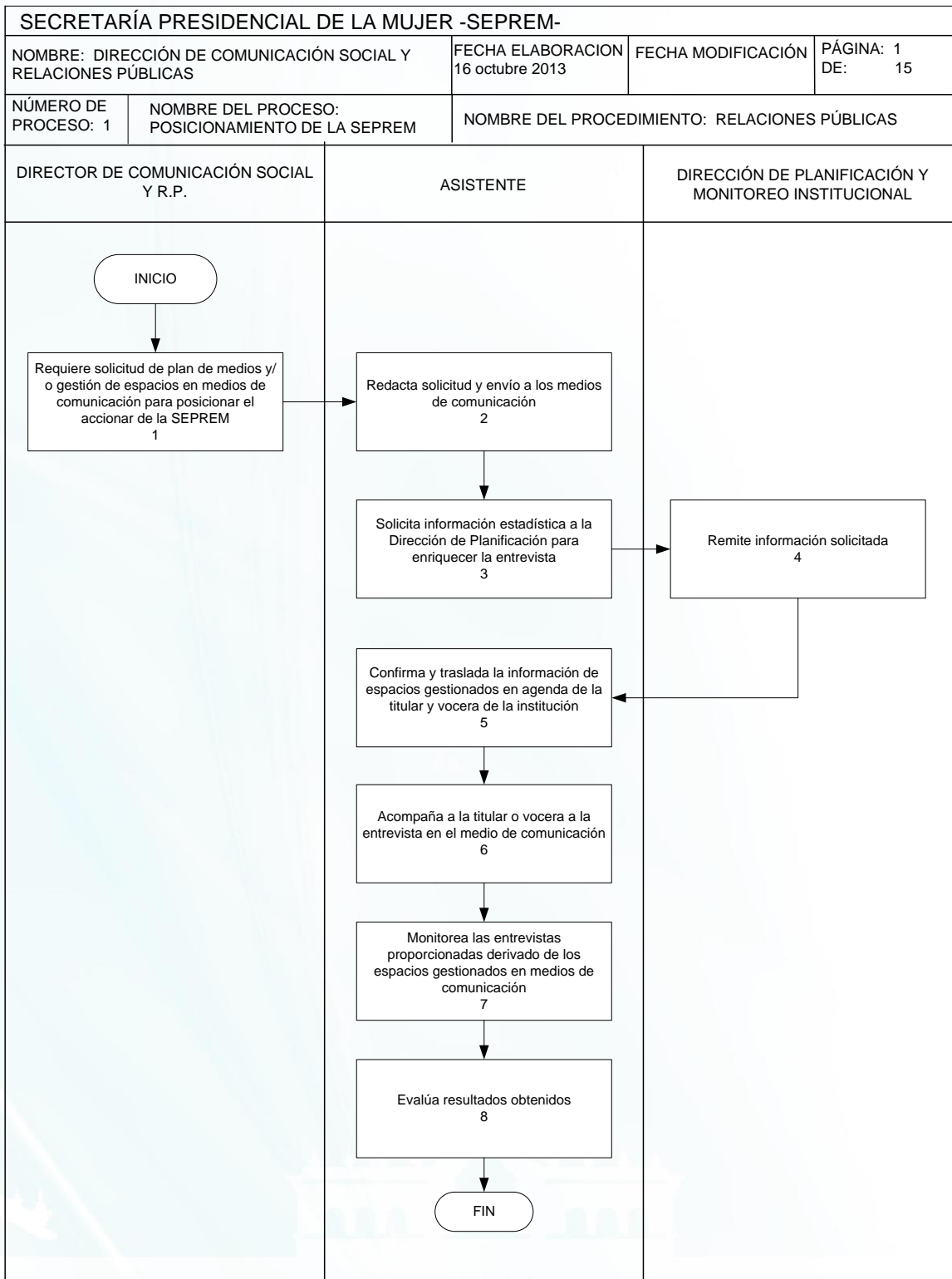


SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS		
PROCEDIMIENTO: Elaboración de Agenda Institucional		
Propósito del Procedimiento: Documentar las actividades para la cobertura periodística y fotográfica		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	1	Recibe los archivos digitales enviados por las Direcciones de las actividades programadas de lunes a domingo. <i>(es una norma de la Dirección de Comunicación que las actividades deben reportarse a través del formato establecido)</i>
Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	2	Unifica la información para la elaboración de la agenda general.
Director y asistente de Comunicación Social y RR.PP.	3	Revisa y edita la información
	4	Clasifica las actividades para la elaboración de la agenda pública.
Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	5	Envía la agenda pública al personal directivo y sub directivo para su conocimiento.
	6	Envía la agenda pública para la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia (SCSPR).
	7	Traslada la agenda a los integrantes de Dirección de Comunicación Social para la asignación de cobertura periodística y documentación fotográfica.
Asistente y Secretaria de la Dirección	8	Traslada la agenda a la responsable de alimentar el sitio web para su publicación y conocimiento de la población.
	9	Archiva la información digital y física.



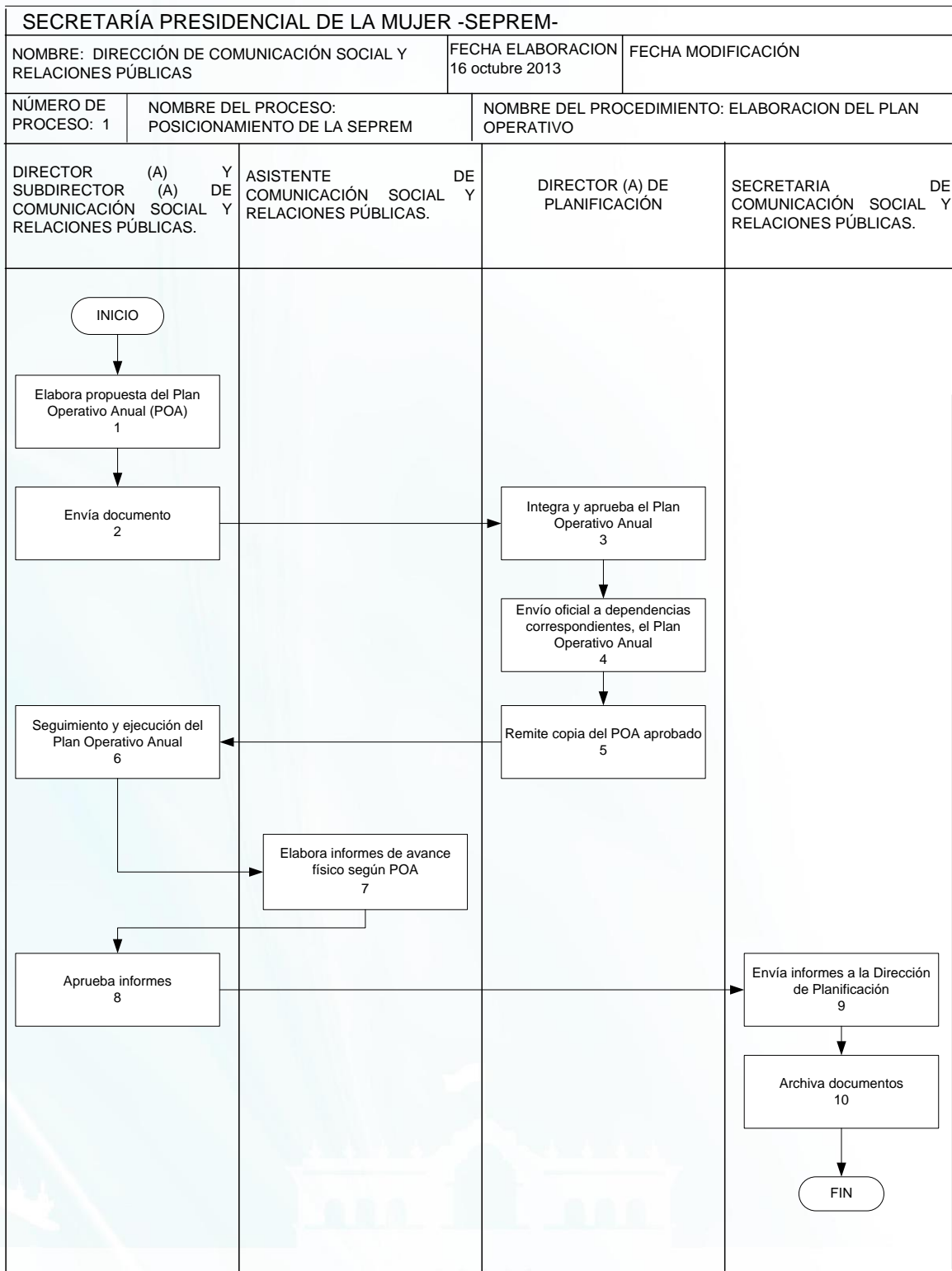


SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS		
PROCEDIMIENTO: RELACIONES PÚBLICAS		
Propósito del Procedimiento: Dar a conocer a la SEPREM y lograr su posicionamiento a nivel urbano y rural en los medios de comunicación, de tal forma que éstos lo tomen como el referente oficial de información en materia de derechos humanos de las mujeres.		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Director (a) de Comunicación Social y Relaciones Públicas Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	1	Solicitud de plan de medios y/o gestión de espacios en medios de comunicación para posicionar el accionar de la SEPREM.
	2	Redacción de solicitud y envío a los medios de comunicación.
	3	Solicita información estadística a la Dirección de Planificación para enriquecer la entrevista.
	4	
	5	Confirma y traslada la información de espacios gestionados en agenda de la titular y vocera de la Institución.
	6	Acompaña a la titular o vocera a la entrevista en el medio de comunicación.
	7	Monitoreo de las entrevistas proporcionadas derivado de los espacios gestionados en medios de comunicación.
	8	Evaluación de resultados obtenidos.





SECRETARÍA PRESIDENCIAL DE LA MUJER		
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS		
PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y R.P.		
Propósito del Procedimiento: Programar las actividades que se desarrollaran durante el año.		
RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE ACTIVIDAD
Director (a) y subdirector de Comunicación Social y Relaciones Públicas	1	Elabora propuesta del Plan Operativo Anual (POA)
Asistente de Comunicación Social y Relaciones Públicas	2	Envía documento a la Dirección de Planificación
Dirección de Planificación	3	Integración y aprobación del Plan Operativo Anual
Dirección de Planificación	4	Envío oficial del Plan Operativo Anual
Dirección de Comunicación Social y RR.PP.	5	Seguimiento y ejecución del Plan Operativo Anual
Asistente de Comunicación Social y RR.PP.	6	Elaboración de informes de metas y físicos según programación
Director y/o Subdirector de Comunicación Social y RR.PP.	7	Aprobación de informes
Secretaria de Comunicación Social y RR.PP.	8	Envío de informes a la Dirección de Planificación
	9	Archivo



5. GLOSARIO

ALCANCE O COBERTURA: Universo total de personas a las cuales se dirige un mensaje y son contactadas por lo menos una vez. PBR / frecuencia

AGENDA INSTITUCIONAL: Es la guía de actos protocolarios que sigue el titular de la Institución tanto en el interior como en el exterior de la República.

CAMPAÑA PUBLICITARIA: Esfuerzo publicitario compuesto de más de una pieza o de más de un medio. Serie de avisos en revistas constituye una campaña, de la misma manera que un esfuerzo conjunto de un anuncio por la televisión, acompañado de manual diarios y vía pública, merece la misma denominación.

Por lo general, las piezas que componen una campaña tienen cierta sinergia entre sí, constituyen una misma idea o estrategia general y/o desarrollan un sentido más amplio a través del conjunto, que no se ve cubierto por una sola de las piezas tomada individualmente.

Campaña comprende, también, todos los esfuerzos publicitarios que guardan parentesco o coherencia y que una empresa hace a través de un lapso prolongado de tiempo.

COMISIÓN: Orden y capacidad que una persona da por escrito a una o varias personas para que ejecuten alguna tarea o participe en alguna actividad.

CONFERENCIA DE PRENSA: Es un acto informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda. Se sirven de este método asimismo las entidades organizativas y promotoras de distintas actividades para hacer llegar sus programas a la ciudadanía.

DIAGRAMADOR: Realiza el montaje de publicaciones aplicando técnicas de diagramación, preparando, organizando y revisando el material requerido para las diferentes publicaciones, a fin de producir los diseños.

DIFUSIÓN: Proceso de propagación o divulgación de conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. Este concepto a su vez engloba, entre otros, a los siguientes: Broadcast, difusión y multidifusión en redes informáticas.

Broadcasting: Difusión cultural, proceso mediante el cual se transmite la cultura entre sociedades.
Difusión léxica, proceso mediante el cual se propagan diversos cambios fonéticos.

Difusión (negocios), proceso mediante el cual se difunden ideas, negocios o productos en la sociedad de consumo.

EDITOR: Profesional que realiza cambios y correcciones de ortografía, redacción, formato y otras mejoras en un texto.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: Reflexionar y analizar la relación de una organización con sus públicos. Da coherencia a la pluralidad de las comunicaciones de una organización. Marco unitario de referencia frente a la pluralidad de voces, públicos y ámbitos de comunicación. Relación con el entorno, misión y visión.

EVENTO: Son actividades que como su nombre lo indica eventuales y que pueden presentarse de manera imprevista pero deben estar preparados para estas eventualidades y brindar la misma calidad de atención en cualquier circunstancia, para ello el apoyo del más alto nivel de la institución es primordial a fin de facilitar la toma de decisiones.

IMAGEN: La imagen publicitaria puede ser un personaje o algún tipo de logotipo. En el caso de las personas famosas, se intenta aprovechar la imagen pública y la popularidad de la celebridad en cuestión para atraer a los consumidores. Los personajes y los logotipos, en cambio, suelen ser diseñados específicamente para movilizar ciertas emociones en la gente que resulten positivas para la empresa.

IMAGEN DE GOBIERNO: Se constituyen una serie de elementos gráficos, los personajes y los logotipos, suelen ser diseñados específicamente para movilizar ciertas emociones en la gente que resulten positivas para la identificación con los mandatarios y su accionar.

LOGISTICA: Cubre la gestión y la planificación de las actividades de los departamentos producción, y protocolo de las actividades.

MESA PRINCIPAL: Con máximo de cinco puestos, a menos que el evento exija mayor cantidad, no es recomendable sentar más de cinco personas en una mesa de honor.

MATERIAL PUBLICITARIO: Son las obras audiovisuales y gráficas, así como todas las partes componentes de las mismas que constituyen los mensajes publicitarios de las campañas difundidas a través de cualquier medio y soporte considerados convencionales.

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Los canales de comunicación a través de los cuales se envían mensajes al público en forma masiva, estos pueden ser televisivos, escritos y/o radiales, entre otros.

MONITOREO: Seguimiento de la información publicada por la entidad, entregada en tiempo real.

PRODUCCIÓN: Es la elaboración de los anuncios que van a difundirse a través de los medios gráficos, online, audio o audiovisuales. Se trata de transmitir la estrategia del mensaje, materializada en el concepto elegido, y la copystrategy, la estrategia creativa, resuelta a través del género y la técnica o técnicas seleccionadas y el eslogan de la campaña.

Para hacerlo, se diseñan una serie de componentes que se distribuyen en los espacios de prensa, televisión, comunicación exterior, etc. contratados para ello.

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS: Involucra el análisis y evaluación específica de los medios comprendidos en la estrategia de medios. La planificación debe evaluar en qué canales, segmentos, horarios deben insertarse los comerciales y los avisos.

Elementos cuantitativos de evaluación. Los elementos que aquí se detallan son los más comúnmente utilizados en la evaluación cuantitativa de medios. Penetración: cantidad de personas u hogares alcanzados directamente por un medio. Encendido: Porcentaje de hogares que están viendo televisión en un determinado momento.

El porcentaje es sobre el total de hogares que poseen televisor. El encendido cambia según las estaciones del año, provincia, ciudad, segmento de horas, canal, etc.

ORDEN JERARQUICO: Es el orden protocolario establecido, de menor a mayor rango ubicados en la mesa principal.

PRODUCTO: Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 6Ps. En nuestro caso la publicidad de Gobierno.

PUBLICACIÓN: Acción de publicar un periódico, libro, disco, vídeo, etc. haciendo copias y poniéndolo a la venta. Acción de hacer pública una información o una noticia, dándola a conocer a mucha gente. Obra impresa que se pone a la venta, especialmente un libro o una revista.

PUBLICIDAD: Estímulo impersonal de la demanda de un producto, servicio o negocio insertando noticias con significación comercial en publicaciones u obteniendo comentarios y presentaciones favorables en radio, televisión y otros medios de comunicación (difusión), sin que el patrocinador pague por ello.

RAITING: Es el porcentaje de un universo determinado (mujeres, hombre, hogares, etc.) que se encuentra sintonizando un programa con respecto al total del universo. Cuando se suman los ratings de todos los programas pautados durante una semana, se obtienen puntos brutos de rating (PBR). El PBR es útil para evaluar costos.

SPOT: Es citado en una programación televisiva o de radio "(medios masivos)" es breve pero entendible destinado a la publicidad de un producto o servicio para cautivar al cliente. Es un comercial corto de 20 a 60 segundos.

VERSIÓN: Una campaña publicitaria es desarrollada sobre una temática o actividad global, la versión es un anuncio que forma parte de la campaña que comunica parte de esa temática.

TARIFA PUBLICITARIA: El precio unitario o costo del tiempo que ha sido establecido por un medio.

6. ANEXOS

Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas Préstamo de bienes cargados a la Dirección de Comunicación Social y RR.PP

Correlativo No. 000

Fecha en que se solicita: _____ 10 / 11 _____ /2013

Dirección Solicitante: _____ Promoción y Participación _____

Responsable: _____ Lic. Sandra Dominguez _____

Bien solicitado:

Cañonera

Laptop

Audio

Acrílicos

Banners

Astas

Banderas:

Guatemala

Centroamérica

SEPREM

Nombre y firma del encargado de

recepción y devolución:

_____ Enlace departamental _____

Fecha y hora en que serán devueltos _____ / _____ / _____ :

Nombre de la actividad: Dicha solicitud se hace de manera permanente ya que el banner servirá para la identificación de la sede departamental.

Firma y sello de Director o Directora responsable

NOTA: para hacer entrega del banner solicitado, esta dirección de Comunicación Social cuenta con 4 banners de SEPREM, 1 banner por cada eje de la política, y 15 banners de la política popularizada.

SOLICITUD DE MATERIAL PROMOCIONAL

Fecha: 14-11-13

Dirección que solicita: PROPEVI

Persona responsable: _____

Nombre de la actividad: Representación SEPREM foro en Antigua Guatemala

Fecha de la actividad: 15 y 20 de Noviembre

Descripción y cantidad:

Cant.	Descripción	Cant.	Descripción
7	Playeras de mariposas		

Firma y sello dirección solicitante

Autorizado

Vo. Bo. _____
Firma y Sello

Para uso exclusivo de Comunicación Social:

Existencia		
Entrega		
Saldo		

Solicitud No.

BRIEFING PARA TRABAJOS SOLICITADOS A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN HOJA 1

Dirección Solicitante:	Tema / Proceso:
Contacto responsable:	Responsables por D. Comunicación

Edición	Impresiones	Logística	Nota	Fotos	Vo. Bo. Directora o Subdirectora Comunicación
Diseño	Diagramación Montaje	Maestra Ceremonias	Convocatoria Medios	Convocatoria Instituciones	

Otros			
Fecha de Solicitud:	Fecha de Primera Entrega		Fecha Aprobación

1.- BREVE DESCRIPCIÓN PRODUCTO QUE SE SOLICITA

2.- OBJETIVO:

3.- ANTECEDENTES / TENDENCIA SEGMENTO

4.-LINEAMIENTOS MANDATORIOS aspectos a considerar en la elaboración del material

5.- SEGUIMIENTO:

Fecha /asunto:	Fecha /asunto
----------------	---------------

6.- ACTIVIDADES ADICIONALES SOLICITADAS	FECHA

7.- PRESUPUESTO

8.- CALENDARIO/TEMPORALIDAD/FRECUENCIA

9.- ENTREGADO/OBSERVACIONES: (incluir firma de recibido y nombre de quien recibido)

Centro de Documentación -CENDOC-
Solicitud de información, libros, documentos

Solicitante: _____

Fecha de solicitud: _____

Dirección (interno): _____

Institución o Dependencia (externo): _____

Documento a solicitar: _____

Clasificación: _____

Fecha de devolución: _____ No. de teléfono: _____

Correo electrónico: _____

Nombre: _____

DPI: _____

Firma _____

Nota: Todo documento, libros, textos, informe, se entrega sin daño alguno por lo que se debe ser devueltos de la misma manera. Se solicita hacer uso adecuado de los mismos.