

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-02 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	1 de 37

Índice

1.	Objetivo	2
2.	Alcance	2
3.	Requerimientos al Departamento de Mercadeo y Comunicación	2
4.	Proceso para elaboración de material gráfico	2
5.	Proceso para publicación de material promocional en redes sociales	5
6.	Proceso para publicación de material promocional en sitio web / correo masivo	8
7.	Proceso para desarrollo de eventos	10
8.	Proceso para desarrollo de audiovisuales	14
9.	Proceso para coordinación con medios de comunicación	16
11.	Definiciones	19
	11.1 Tipos de materiales gráficos.....	19
	11.2 Vocabulario de Redes Sociales	19
	11.3 Clasificación de eventos	21
	11.4 Vocabulario de relaciones públicas	21
12.	Anexos	22
	Anexo 01: Especificaciones para requerimiento de diseño de artes.....	22
	Anexo 02: Lineamientos para administradores de redes sociales institucionales	29
	Anexo 03: Lineamientos de servicio y desarrollo de eventos promocionales	32
	Anexo 04: Lineamientos para el desarrollo de la cobertura de medios de comunicación.....	35
13.	Disposiciones generales	37

QR para hacer solicitudes al
Departamento de Mercadeo y Comunicación
<https://intecap.edu.gt/requerimientosmercadeo/>



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	2 de 37

1. Objetivo

Establecer los lineamientos para el requerimiento de material publicitario y promocional y las acciones de mercadeo, promoción y publicidad de los servicios de la institución.

2. Alcance

Aplica para los requerimientos de elaboración de material publicitario y promocional, publicación en redes sociales o sitio web, y desarrollo de eventos para dar a conocer de los servicios de la institución.

3. Requerimientos al Departamento de Mercadeo y Comunicación

El Departamento de Mercadeo y Comunicación, en adelante llamado ME, es el responsable de actualizar anualmente las directrices gráficas (ver G.A.ME-01 Manual de Normas Gráficas) que regirán los diseños de las promociones en Intecap.

Cada unidad operativa trasladará, con periodicidad cuatrimestral, a la Jefatura del Departamento de Mercadeo y Comunicación, los eventos de alto impacto que requieren el diseño, planificación, promoción y publicidad específica; para los eventos que se programan de acuerdo a demandas o por iniciativa de nuevos temas, deberán enviarse con un tiempo de 15 días antes del inicio del mismo.

A continuación, se encuentran los diagramas de los procesos que se realizan en el ME.

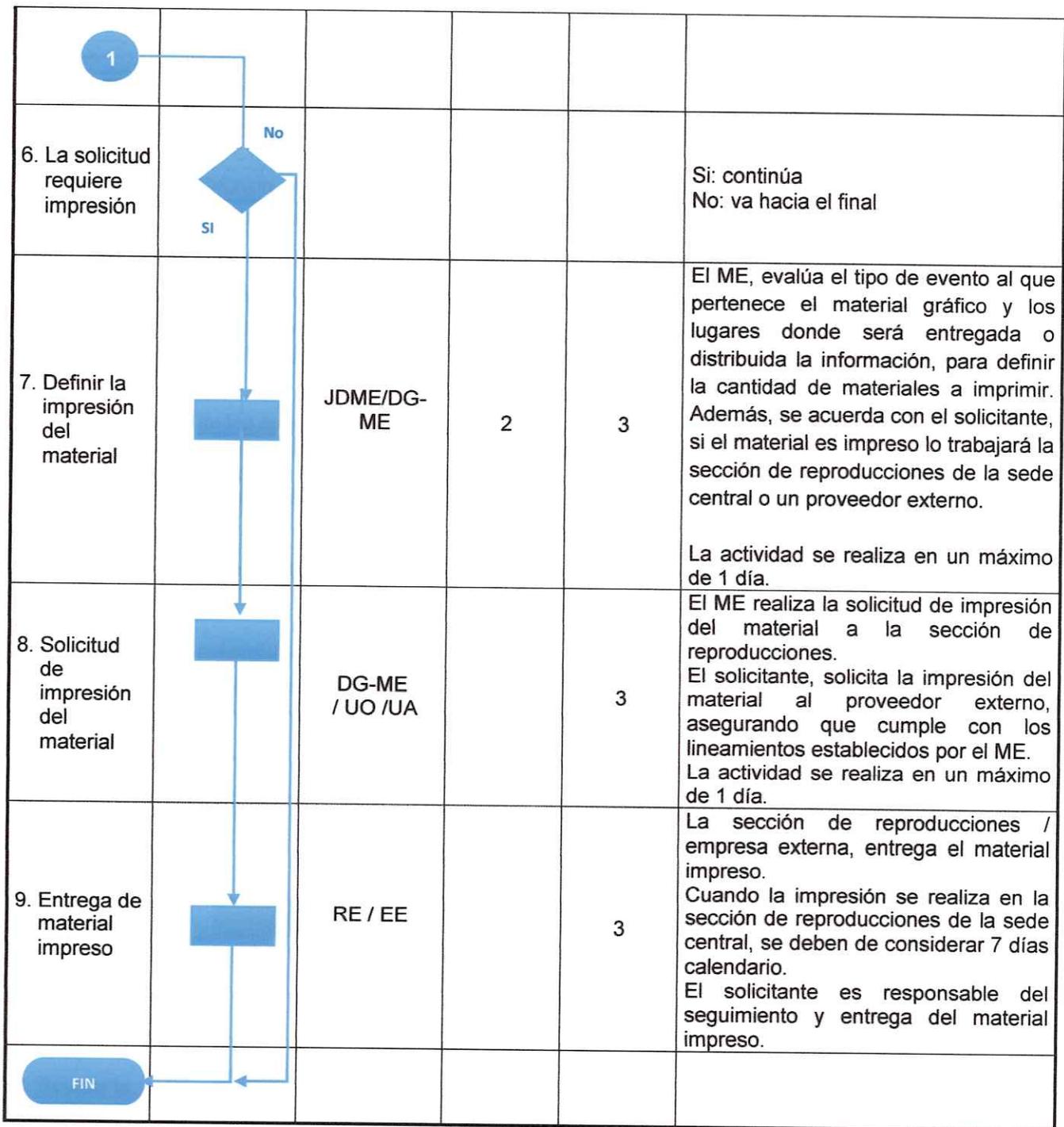
- [Proceso para elaboración de material gráfico](#)
- [Proceso para publicación de material promocional en redes sociales](#)
- [Proceso para publicación de material promocional en sitio web/correo masivo](#)
- [Proceso para desarrollo de eventos](#)
- [Proceso para desarrollo de audiovisuales](#)
- [Proceso para coordinación con medios de comunicación](#)

4. Proceso para elaboración de material gráfico

Las unidades operativas serán las responsables de seleccionar las imágenes que respondan al tipo de evento o acción específica a promocionar.

El diseño de la promoción de eventos de capacitación que se planifican con regularidad en las diferentes UO, se realizará con el diseñador o persona designada a nivel regional, bajo la responsabilidad de la jefatura. Los eventos y acciones estratégicas de alto impacto, se realizarán en coordinación directa con ME, de acuerdo al siguiente proceso:

Actividad	Diagrama	Responsable	Documento Consultado	Documento Generado	Descripción
1. Presentar la solicitud al ME		UO/UA		1	La jefatura de la unidad operativa / administrativa o la persona designada por la jefatura, envía la solicitud por medio del formulario "R.O.ME-01 Requerimiento de material gráfico ", con 15 días hábiles de anticipación. El jefe de UO o designado es responsable del contenido del material (fechas, ortografía, redacción, nombre del evento, entre otros).
2. Revisar solicitud		DG-ME	1		El DG-ME revisa fecha de publicación, textos, medidas del material, color, cantidades, logotipos y fotografías complementarias de la solicitud. La revisión se realiza máximo en 1 día hábil. De haber datos erróneos o espacios en blanco, el DG-ME lo hará saber de inmediato y por el correo electrónico institucional, y el requirente debe completar la información necesaria en un día, de lo contrario vuelve a iniciar el proceso.
3. Elaborar arte		DG-ME	1	2	El DG procede a elaborar el arte, tomando en consideración la línea gráfica de la campaña publicitaria vigente a nivel institucional, manteniendo constante comunicación con el solicitante. La actividad se realiza en un máximo de 2 días.
4. Aprobar arte		JDME/DGME	2		JDME autoriza los diseños elaborados en el ME y también JDME o el DG-ME validan los diseños (no la información) elaborados por las UO. Para mantener la comunicación pueden usar cualquier medio electrónico. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
5. Enviar arte a solicitante		DG-ME	2		Se envía el arte por medios electrónicos al solicitante. Si la solicitud es interna del ME, se envía el arte al solicitante. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.



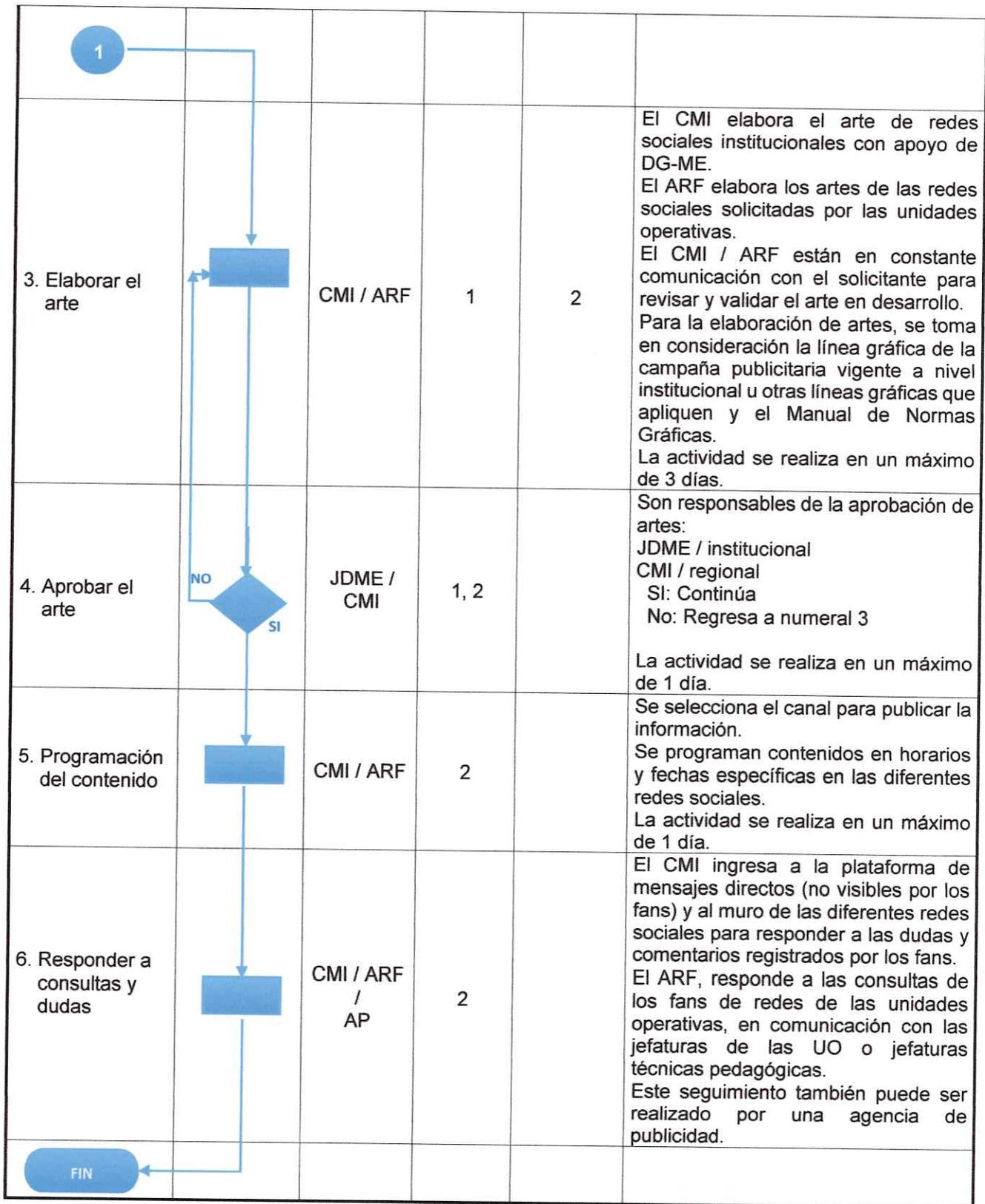
Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del Documento
1	R.O.ME-01	Formulario Requerimiento de material gráfico
2	N/A	Arte (digital, impreso)
3	N/A	Material impreso

Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	6 de 37



Nota: los community manager de cada región publicarán la información en las redes sociales asignadas.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	7 de 37

Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del documento
1	R.O.ME-02	Formulario Requerimiento de redes sociales
2	N/A	Arte

Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición
1	UA	Unidad Administrativa
2	UO	Unidad Operativa
3	CMI	Community Manager Institucional
4	ARF	Administrador regional de página de Facebook
5	JDME	Jefatura del Departamento de Mercadeo y Comunicación
6	JDR	Jefatura de División Regional
7	AP	Agencia de publicidad

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	8 de 37

6. Proceso para publicación de material promocional en sitio web / correo masivo

La página web de cada unidad operativa contiene la oferta formativa que la misma tiene planificada y programada, con la finalidad de que la misma se encuentre actualizada, se deberá enviar mensualmente la programación de carreras técnicas y para la oferta de cursos cortos el web master actualizará la misma con base a la programación en el sistema, mensualmente.

Actividad	Diagrama	Responsable	Documento Consultado	Documento Generado	Descripción
					
1. Presentar la solicitud al ME		UO/UA Call center/ Relaciones públicas		1	La jefatura de la UO/UA o la persona designada por la jefatura, envía la solicitud por medio del “ Correo electrónico institucional ” al WM con copia a la JDME. Incluyendo la fecha de publicación y el tiempo de permanencia de la publicación. El jefe de UO, es responsable del contenido del material (fechas, ortografía, redacción, nombre del evento, imágenes, entre otros). La solicitud se envía como mínimo con 7 días hábiles de anticipación.
2. Revisar la solicitud		WM	1		El WM revisa fecha de publicación, imágenes, textos de la solicitud. De necesitar un arte lo traslada a DG-ME. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
3. Proceso de diseño de artes		DG-ME	1	2	El DG-ME elabora y gestiona la aprobación del arte según lo descrito en el proceso de elaboración de diseños de artes. La actividad se realiza en un máximo de 3 días
4. Enviar arte a Web master		DG-ME	2		El DG-ME envía el arte en digital al WM quien hará la publicación en el Sitio Web. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
5. Publicar la información		WM	2		Recibido el arte del material promocional, éste se publica en el Sitio Web. La actividad se realiza en un máximo de 1 día. ME puede identificar la información de interés para publicar en sitio Web.
					

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	9 de 37

Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del Documento
1	N/A	Solicitud por medio del correo electrónico institucional
2	N/A	Arte

Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición
1	UO	Unidad Operativa
2	UA	Unidad Administrativa
3	WM	Web Master Institucional
4	DG-ME	Diseñador gráfico deL Departamento de Mercadeo y Comunicación
5	WM	Web master

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	10 de 37

7. Proceso para desarrollo de eventos

Los eventos se clasifican de la siguiente manera:

- promocional (ferias, open house, informativos de los servicios institucionales)
- institucional (protocolarios, conferencias de prensa)
- específico (inauguraciones, congresos)

Para la realización de eventos que se planifican con regularidad en las diferentes unidades operativas, la jefatura responsable definirá los requerimientos de apoyo trasladando la solicitud a ME. El ME deberá realizar las acciones que correspondan, para garantizar el desarrollo del evento.

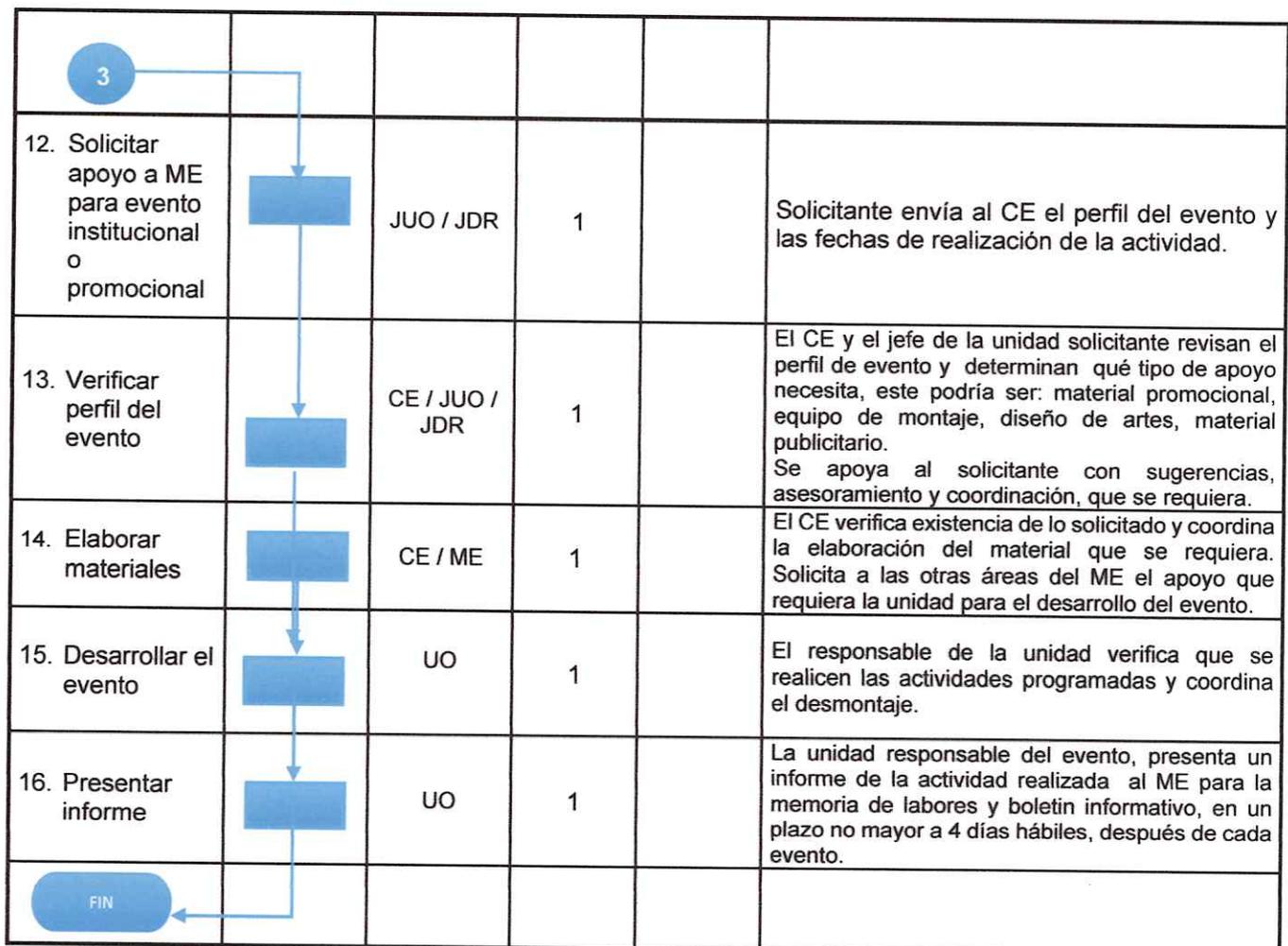
Actividad	Diagrama	Responsable	Documento Consultado	Documento Generado	Descripción
INICIO					
1. Solicitar aprobación de evento		UO / UA		1	La jefatura de la UO/UA envía la propuesta de un evento para su aprobación a la jefatura inmediata. La solicitud se presenta como mínimo con 2 meses de anticipación, dependiendo de la magnitud del evento.
2. Aprobar el evento		JUO / JDR / GE	1		La jefatura inmediata aprueba el evento. Para los eventos institucionales y para los eventos específicos se presenta la propuesta a Gerencia/Subgerencia para su aprobación.
FIN					De no ser aprobado un evento, se finaliza la gestión.
3. Solicitar apoyo del evento		UO / UA	1		La jefatura de la UO/UA o la persona designada por la jefatura, envía la solicitud por medio del formulario R.O.ME-03 " Requerimiento de evento " al ME. Adjunta el perfil del evento.
4. Asignar logística del evento		JDME	1		JDME asigna al responsable de atender el evento y la logística de la planificación del evento. A ésta persona se le llamará Coordinador de eventos (CE). a) Evento promocional b) Evento institucional c) Evento específico La asignación del responsable se realiza en 02 días hábiles, como máximo. Si es c) continúa en No. 5, si es a) o b) continúa en número 12
1					
3					

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	11 de 37

1					
5. Planificar el evento		CE / PROV / JDME / UO / UA		1	<p>El CE, revisa el perfil del evento específico y en comunicación con el solicitante determinan las áreas del departamento involucradas en la solicitud.</p> <p>El CE realiza el Scouting del evento: -Verificar la disponibilidad de instalaciones según el requerimiento. -Visitar las instalaciones para visualizar el espacio donde se va a realizar la actividad. -Verificar los recursos disponibles para considerar el alquiler de equipo, sonido, compra de material promocional, servicio de una empresa para montaje de eventos mayores, arreglos florales, proveedores, entre otros.</p> <p>La actividad se realiza en un máximo de 15 días.</p>
6. Definir el evento		CE / JUO / JDR	1	2	<p>El CE-ME, crea o complementa el perfil final del evento y elabora el Check list del evento. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.</p>
7. Definir línea gráfica		CE		1	<p>El CE en coordinación con el solicitante, definen la imagen y la línea gráfica del evento (logo a utilizar, paleta de colores, invitaciones, mantas, anuncios de prensa, material promocional -carpetas, block de notas, lapiceros, folder).</p> <p>Informar al diseñador la línea gráfica del evento y establecer prioridades para la elaboración de artes, considerando la gestión de compras de materiales impresos y/o promocionales.</p> <p>La actividad se realiza en un máximo de 2 días.</p>
	2				

					
<p>8. Cronograma del evento</p>		<p>UO / UA / GM / SE / UT</p>	<p>1</p>	<p>2</p>	<p>La unidad responsable del evento promocional o institucional junto con el CE -ME elaboran el cronograma del evento, donde se detallan las actividades en orden cronológico de como se desarrollará toda la actividad, incluyendo: Definir los roles, actividades, responsables y fechas. Asignar y comunicar responsabilidad a las personas que participaran en el evento. Coordinar transporte del personal, cuando se requiera. Coordinar con áreas de apoyo interno (fotografía, redes sociales, enlace de medios), apoyo de Servicios Generales para traslado de equipo, personal para stand. Definir espacios físicos para para registro de personas, ubicación de medios de prensa, conferencia de prensa, en caso de existir. Montaje del área, decoración, sonido, elenco artístico, entre otros. Revisar el Check List del evento. La actividad se realiza en un máximo de 3 días</p>
<p>9. Desarrollar el evento</p>		<p>CE / UO</p>	<p>1,2</p>		<p>Durante el desarrollo del evento, el CE se apoya en el cronograma de la actividad. Verifica que los comités estén preparados para las actividades que les corresponde (recepción, entrega de souvenirs, alimentos, entre otros).</p>
<p>10. Desmontar el evento</p>		<p>CE / SE / UO</p>	<p>2</p>		<p>Desmontar el área por personal del Intecap, o empresa sub contratada.</p>
<p>11. Presentar informe</p>		<p>CE / UO</p>	<p>2</p>		<p>La unidad responsable del evento, presenta un informe de la actividad realizada a ME, para la memoria de labores y boletín informativo, en un plazo no mayor a 4 días hábiles, después de cada evento. Cuando corresponda a ME, el CE asignado deberá realizar el informe.</p>
					

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	13 de 37



Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del Documento
1	R.O.ME-03	Solicitud de apoyo en evento "Requerimiento de evento"
2	N/A	Check list del evento

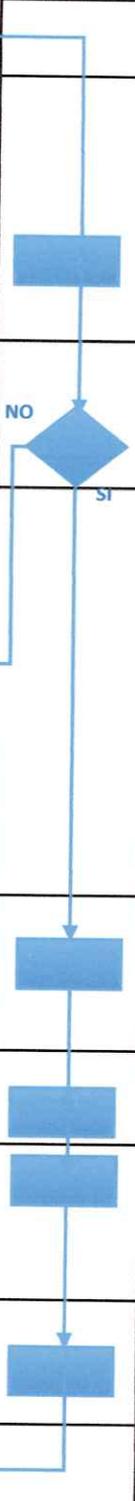
Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición
1	UO / UA	Unidad Operativa, Unidad Administrativa
2	CE	Coordinadora de eventos
3	JDME	Jefatura del Departamento de Mercadeo y Comunicación
4	JDR	Jefatura de División Regional
5	JUO	Jefatura de Unidad Operativa
6	GE	Gerencia
7	PROV	Proveedor
8	SE	Servicios Generales
9	UT	Transporte

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	14 de 37

8. Proceso para desarrollo de audiovisuales

Todas las producciones audiovisuales elaboradas por iniciativa de las unidades operativas y administrativas para ser utilizadas con fines promocionales y publicitarios, deben obtener el asesoramiento del ME previo a su elaboración y la validación antes de su difusión.

Actividad	Diagrama	Responsable	Documento Consultado	Documento Generado	Descripción
INICIO					
1. Presentar solicitud al ME		UO/UA		1	Las solicitudes de cobertura audiovisual, preproducción, producción, postproducción de spots audiovisuales, eventos, videos institucionales, diseño de vestidura para redes sociales, redacción, locación, edición y musicalización de spots de radio; se envían por medio del formulario R.O.ME-04 "Requerimiento de audiovisuales" al ME. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
2. Autorización de Jefatura de Mercadeo		PA / JDME	1		Productor de audiovisuales y jefatura revisan que el requerimiento contenga todos los elementos necesarios para el desarrollo, y la jefatura autoriza la producción al ME. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
FIN					De no ser autorizada la solicitud, por no haber espacio en la agenda o no poder ser atendida, la UO/UA puede elaborar un video con una empresa externa tomando en consideración los requerimientos definidos por el ME y solicitando asesoramiento al encargado de audiovisuales del ME y los elementos básicos para la elaboración como: Logotipo, tipo de letra, voz del locutor, redacción del mensaje, resolución de imágenes para obtener buena calidad. <i>Consultar Anexo 02, Lineamientos para Administradores de Redes Sociales Institucionales.</i>
3. Programación de actividades para producción del material		PA / UO	1		Asesoramiento y sugerencias al solicitante en cuanto a desarrollo del tema, frases, captura de imágenes. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
4. Edición del video		PA	1	2	Se toma en consideración la línea gráfica. La actividad se realiza en un máximo de 2 días.
Jefatura autoriza el video editado (trabajo final)		JDME	2		Revisa y autoriza la producción del material solicitado. Si la jefatura requiere cambios, el Productor de audiovisuales asegura que se realicen dichos cambios. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
Envío de la producción al solicitante		UO / PA	2		Se envía la producción a la UO/UA solicitante, o Community Manager. La actividad se realiza en un máximo de 1 día.
FIN					

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	15 de 37

Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del Documento
1	R.O.ME-04	Formulario Requerimiento de audiovisuales
2	N/A	Producción

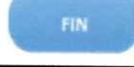
Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición
1	UO/ UA	Unidad operativa / Unidad Administrativa
2	PA	Productor de audiovisuales
3	JDME	Jefatura del Departamento de Mercadeo y Comunicación

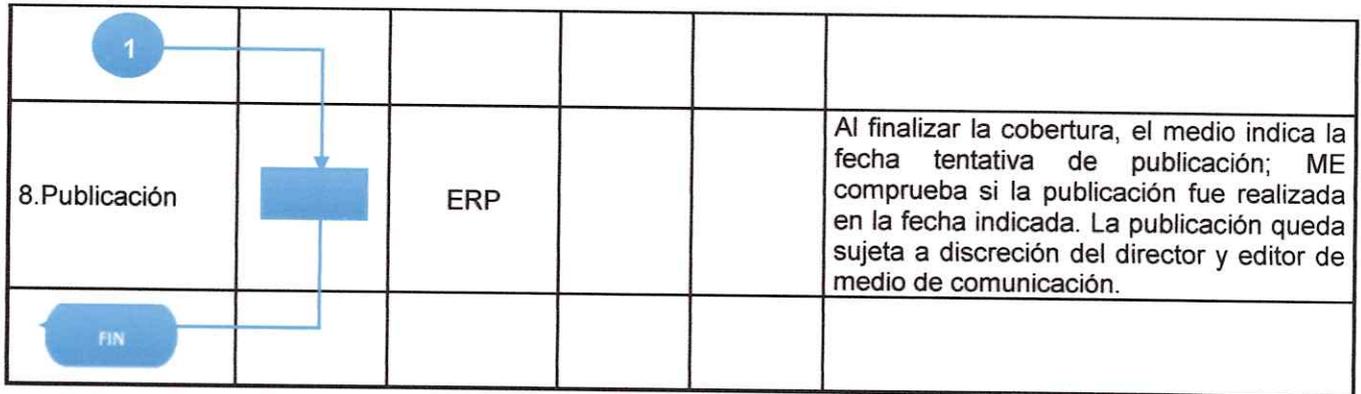
	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	16 de 37

9. Proceso para coordinación con medios de comunicación

Todos los comunicados y conferencias de prensa son gestionados por el ME con la finalidad de proteger los intereses de la institución. Las unidades operativas y administrativas colaboran con la información que necesite el ME.

Actividad	Diagrama	Responsable	Documento Consultado	Documento Generado	Descripción
INICIO					
1. Solicitar cobertura con medios de comunicación al ME		UO/UA		1	La jefatura de la UO/UA, o la persona que designe la jefatura, envía solicitud al encargado de relaciones públicas por medio del formulario R.O.ME-03 “ Requerimiento de relaciones públicas ”, solicitando intermediación con los medios de comunicación. La actividad se realiza con un mes de anticipación.
2. Revisar solicitud		ERP	1		Recibir y verificar la solicitud, que contenga la información completa. De ser necesaria más información, se solicita al requirente.
3. Autorizar el evento		JDME	1		Jefatura autoriza los eventos
FIN					Si: continúa No: finaliza
4. Coordinar el evento		ERP	1		Encargado coordina con la jefatura o el designado del evento: se definen las fechas para la cobertura de medios, el mensaje clave, el área física, la ubicación de los medios, el período de cobertura, la persona que fungirá de vocero, definición de un experto técnico. De ser necesario, transporte, parqueo, entre otros.
5. Comunicar a los medios		ERP	1		ERP notifica por vía electrónica al medio de comunicación: la persona de contacto (quien atiende la actividad), lugar, fecha y hora de presentación.
6. Confirmar al solicitante		ERP	1		A la UO se le notifica por correo electrónico el nombre del medio, tema a tratar, nombre del periodista, entrevista, fecha y hora en que se presentará. Al vocero de la institución se le explican los lineamientos y protocolos a seguir durante la presentación. Ver anexo 4.
7. Desarrollo de la cobertura		ERP			Realiza el monitoreo de la cobertura de medios, velando por el cumplimiento de los objetivos establecidos.
1					

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	17 de 37



Referencias del diagrama

No.	Código	Nombre del Documento
1	R.O.ME-03	Formulario Requerimiento de relaciones públicas

Abreviaturas del diagrama

No.	Abreviatura	Definición
1	UO/ UA	Unidad operativa / Unidad Administrativa
2	ERP	Encargada de Relaciones Públicas
3	JDME	Jefatura del departamento de Mercadeo

10. Página para requerimientos de materiales y servicios del ME

En la página encontrará los siguientes formularios:

- Requerimiento de material gráfico
- Requerimiento de redes sociales
- Requerimiento de audiovisuales
- Requerimiento de eventos
- Requerimiento de relaciones públicas

Link para ingresar: <https://intecap.edu.gt/requerimientosmercadeo/>



Requerimiento de publicación de material promocional en sitio web/correo masivo se realiza por correo electrónico (ver diagrama de flujo).

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	18 de 37

Imagen principal que encontrará en la página

intecap.edu.gt/requerimientos/



INICIO NOSOTROS ADMISIÓN 2022 OFERTA FORMATIVA CURSOS Y CARRERAS EMPRESAS

Requerimientos de Materiales y Servicios



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	19 de 37

11. Definiciones

A continuación, encontrará los conceptos y definiciones que se utilizan con mayor frecuencia en las diferentes áreas del ME.

11.1 Tipos de materiales gráficos

Afiche: Es un texto impreso a través del cual se difunde un mensaje con la intención de promover un servicio o producto, concientizar al público sobre algún tema, o bien, para invitar a participar a algún evento en específico.

Anuncio de prensa: Es un mensaje impreso que se publica con el cual se comunica o informa a un grupo de interés.

Banner (Estructura / Impresión de lona vinílica): Sirve de soporte a diferentes tipos de campañas y funciona como un elemento informativo. Generalmente son verticales y de forma rectangular, dispone de una lona vinílica impresa y una estructura metálica fácil de armar y desarmar, con su respectiva funda de resguardo.

Banner digital: Es un formato publicitario utilizado en la plataforma de Internet. Esta forma de publicidad online consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página Web, redes sociales como Facebook y Twitter con el objetivo es atraer tráfico hacia el sitio Web del anunciante que paga por su inclusión.

Folletería: Es un texto impreso reducido de hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. Entre los tipos de folletería se encuentran los trifoliales, bifoliales, volantes, carpetas, brochures, entre otros.

Invitación: Es el documento por el cual se hace oficial cualquier tipo de compromiso o evento que se desea dar a conocer.

Manta: Es una impresión sobre una lona vinílica, utilizada para divulgar anuncios y atraer a los espectadores, permitiendo cambiar los anuncios de un lugar a otro.

Mupis (Parabuses): Son soportes publicitarios estandarizados que albergan carteles y que están ubicados en las paradas de autobús y vías más transitadas de las ciudades.

Revista: Es una publicación de edición periódica que desarrolla temas y contenidos de diferentes ámbitos de acuerdo a un enfoque particular.

Valla: Son soportes ubicados en puntos estratégicos de las ciudades y carreteras que contienen mensajes muy breves, con el fin de que sean captados en escasos segundos.

11.2 Vocabulario de Redes Sociales

Actualización o estado: Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn y la mayoría de redes sociales permiten dar información que sea relevante y que se publicará en la pantalla de inicio de los seguidores. En Twitter, por ejemplo, esta actualización se limita a 140 caracteres, mientras que Facebook permite 420.

Bit.ly: Sitio web gratuito usado para la reducción de URLs antes de compartir enlaces. Eso garantiza algunos datos para el análisis de acceso de las direcciones elegidas.

Bio: Derivado de biografía, la Bio es una expresión ampliamente usada en redes sociales como en Instagram para indicar las informaciones de perfil. Dentro del área, es posible agregar el nombre, la edad, país de origen o enlaces del portafolio, por ejemplo.

Comentario: Se trata de una publicación que se realiza en el muro de Facebook de algún amigo o página, en referencia, generalmente, a una publicación que haya realizado previamente.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	20 de 37

Campaña (Facebook): Reunión de uno o más anuncios pagos en Facebook y todo el proceso referente a su publicación, monitoreo y gestión.

DM o Mensaje Directo: Mensajes enviados única y exclusivamente a un usuario y que sólo lo pueden ver quien lo manda y quien lo recibe.

Etiqueta: Sirven para señalar a alguien (o para que te señalen a ti) en una fotografía, vídeo o publicación en Facebook. Ahora la red social da la posibilidad de gestionar estas etiquetas y eliminarlas si otra persona señala sin permiso.

Engagement: Compromiso o interacción voluntaria de un público con determinado contenido o marca. Hoy en día, es uno de los mayores desafíos para las organizaciones que buscan la gestión de redes sociales.

Fan: Se denomina así a la persona que le da "me gusta" a una página dentro de la plataforma.

Fan page: Están adscritas a un perfil de Facebook, pero son públicas, van dirigidas a ser el perfil de empresas, productos, servicios, etc., y tiene la ventaja de que se puede incluir en la web de empresa o institución.

FF: #FF o FollowFriday, es un hashtag que se usa para informar a tus seguidores de Twitter que merece la pena seguir a determinados tuiteros. Esta recomendación se realiza los viernes.

Follower: Se denomina así a los seguidores que tenemos en nuestro perfil de Twitter.

Gif: Formato muy popular de archivo que soporta imágenes estáticas o animadas.

Hashtag: Son etiquetas de Twitter, se usan para generar conversaciones sobre un determinado tema. Se coloca un signo de numeral delante de la palabra clave (por ejemplo #Intecap) y se lanza dentro del tuit.

Instagramer: Persona que usa Instagram, que nos sigue en esta red social.

Influencer: Persona que destaca en una red social u otro canal de comunicación y expresa opiniones sobre un tema concreto que ejercen una gran influencia sobre muchas personas que la conocen.

Instagram Stories: Compartir en vivo imágenes con plazo de 24 horas. Al contrario de las publicaciones normales de la app, las fotos del Stories van para una sección separada de tu timeline, disponible para tus seguidores.

Live Streaming: Formato de distribución instantánea de contenido multimedia por medio de Internet. Este modelo no se da por el almacenamiento de datos en tu computadora, pero sí por la transmisión de datos en stream. Es un método muy usado para la realización de webinars en vivo.

Link: También conocido como Hyperlink, es una dirección que lleva a un contenido o documento.

Mención (mention): Se incluye en el cuerpo del mensaje, pero no necesariamente en el encabezado.

Me gusta: Cuando una publicación, comentario, foto o vídeo en Facebook nos gusta, hacemos click en donde dice, Me gusta.

Muro (Wall): Es el lugar del perfil de Facebook en el que se refleja la información que queremos compartir, entre los que se encuentra la foto de perfil.

Redes Sociales: Es un término originado en la comunicación y se refieren al conjunto de grupos, comunidades y organizaciones vinculados unos con otros a través de relaciones sociales, como resultado de la convergencia de los medios, la economía política de los mismos y el desarrollo de tecnologías, teniendo como objetivo la interacción de dos o más canales. En Intecap existen dos tipos de redes sociales, las institucionales y las operativas, las cuales responden a objetivos y necesidades puntuales de la institución.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	21 de 37

Perfil: En el perfil de Facebook se conjugan el muro y las notificaciones. Los elementos del Perfil son: la foto de perfil, los contactos, el resumen de la última actividad, el estado, el muro, las pestañas, etc.

Privado: En Facebook, un DM (Direct Message) de Twitter se llama privado, un mensaje que sólo ve él/los destinatarios/s y que el resto de los contactos no puede ver. Los privados se pueden enviar, incluso, a personas que no son amigos o que no le hayan dado “me gusta” a la página.

Postear: Publicar textos, imágenes o diseños en redes sociales.

Podcast: Producción en audio, generalmente seriada o realizada de forma sucesiva.

Reply (@): Se trata de una respuesta al mensaje de otro usuario y va encabezado con el nombre del mismo.

RT: Retuit: Reenviar mensajes de otros usuarios de Twitter a nuestra red de contactos. El mensaje queda igual, únicamente que el encabezado cambia, añadiendo el RT más el nombre del tuitero que ha sido la fuente de esta información: RT @Usuario.

Reels de Instagram: Es una función que permite grabar vídeos cortos de 15 a 30 segundos, a los que se les puede subir o bajar la velocidad, agregarles texto y también ponerles música, sonidos, filtros y efectos.

Tuit: Es como se denominan los mensajes públicos de máximo 140 caracteres de Twitter.

11.3 Clasificación de eventos

Eventos específicos: Son conferencias o exposiciones sobre temas de interés para cierto grupo de personas. Ejemplo: inauguraciones, congresos, desayunos empresariales, etc.

Eventos institucionales: Se desarrollan en la institución para dar a conocer información de carácter formal. Ejemplo: protocolarios, conferencia de prensa.

Eventos promocionales: Tienen como objetivo el posicionamiento de la marca, brindando información de la oferta formativa y servicios de la institución. Ejemplo: Ferias, open house, informativos de los servicios institucionales, etc.

Ejecutivo de Stand: Es la persona designada por un jefe inmediato de la institución para atender un stand y debe reunir las características necesarias para atender a los clientes.

Gestor de Mercadeo: Es la persona encargada de identificar y coordinar cualquier evento promocional o institucional en las regionales y quien debe estar en contacto directo con la encargada de eventos del ME.

11.4 Vocabulario de relaciones públicas

Comunicado de prensa: Documento escrito a través de una declaración, nota, informe o un parte que comunica una información para conocimiento público.

Conferencia de prensa: Invitación a medios de comunicación (radial, escrito, televisivo y digital), para informar sobre un tema de interés de carácter social, económico, cultural, entre otros.

Enlace de medios: Persona intermediaria entre la institución y los periodistas.

Entrevista: Conversación entre dos o más personas en la cual se realiza una serie de preguntas sobre un tema específico; ésta puede ser vía telefónica, cara a cara y/o escrita.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	22 de 37

Medios de comunicación: Televisión, radio, periódico, revista, etc.

Mensaje Clave: Es la idea, hecho, concepto, datos, palabras o enunciados que se desea comunicar acorde al tema a tratar o dudas que surjan.

Paso a paso: Actividad demostrativa para detallar las etapas en orden secuencial para la ejecución de un proceso, el cual se captura a través de imágenes o video.

Tour de medios: Consiste en una serie de entrevistas de un determinado tema o evento, en diferentes medios de comunicación. Ejemplo: Cuando se organiza la Inauguración de un Centro de Capacitación, se buscan espacios en diferentes medios de comunicación para informar a la comunidad del acto de inauguración, acá participa el vocero designado por la institución que asistirá a los espacios obtenidos en los diferentes medios.

Vocero: Persona responsable que funge como portavoz de la institución, siendo el encargado oficial para dirigirse a los medios de comunicación.

11.5 Otros conceptos utilizados

Campaña publicitaria: Es un conjunto de acciones estratégicas que utilizan diferentes medios de comunicación, para transmitir una serie de mensajes que comparten una misma idea

Línea gráfica: Es el conjunto de características como logotipo, colores, tipografía que distinguen a la marca, guardan coherencia entre cada uno de los elementos y en conjunto conforman la identidad visual para comunicar un mensaje al público.

Publicidad digital exterior: Son mensajes promocionales programados y transmitidos por medio de dispositivos electrónicos como pantallas, pasarelas, banners o vallas, donde se pueden usar animaciones o videos y cuyas estructuras están ubicadas en lugares públicos y estratégicos donde se puede dirigir un mensaje a un público determinado.

12. Anexos

Anexo 01: Especificaciones para requerimiento de diseño de artes

A continuación, encontrará ejemplos que puede considerar al momento de requerir material gráfico.

Banner (Estructura / Impresión de lona vinílica)

Indicar:

- Tipo de banner a utilizar: roll up, banner o banderola)
- Tamaño: base x altura, en centímetros
- Material: vinil mate o brillante, tela plazo
- Formato: JPEG, tiff, entre otros
- Acabados: con ojetes, cortes al ras, etc.

Ejemplo de solicitud:

- Banner tipo roll up (estructura e impresión)
- Tamaño de 80x210 centímetros
- Impresión a full color en vinil
- Corte al ras



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	23 de 37

Folletería

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en pulgadas
- Tipo de papel o cartulina (ejemplos: couche, bond, lino, opalina, texcote, entre otros)
- Acabado o corte especial: barniz UV brillante o mate, troquel especial
- Si la impresión es a una sola cara o ambas caras
- Color: blanco y negro o full color

La cantidad de texto que se colocará en el material es mínima, para evitar la saturación de información, también es necesario considerar la colocación de fotografías, las cuales apoyarán el texto.

Ejemplo de solicitud:

- Trifoliar tamaño carta 8.5x11 pulgadas
- A full color
- En papel couche 80 brillante

19 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES

Días	Sábado o domingo
Horario	08:00 a 17:00 horas
Duración	1 año
Edad	16 años en adelante
Escolaridad	6° Primaria aprobado
Inscripción	Q. 50.00
Matrícula	Q. 75.00

ADMISIONES 2023 **Q. 15.00**
Costo de la prueba de admisión para todas las carreras.

PARA TODAS LAS CARRERAS:

- Es necesario realizar proceso de admisión.
- Es indispensable presentar documentación que acredite los requisitos solicitados.
- El documento de identificación aceptado es DPI y para menores de edad la certificación de nacimiento con número de CUI.

Detalle folios de charlas informativas y pruebas de admisión en www.dteap.edu.gt/centros/centroguatemala4 o www.dteap.edu.gt

CORREOS PARA PREGUNTAS RELACIONADAS AL PROCESO DE ADMISIÓN:
arocena.camaj@intecap.edu.gt
elisa.castan@intecap.edu.gt



CENTRO DE CAPACITACIÓN GUATEMALA 4
 19 calle 25-75, Colonia Santa Elena R.L. zona 18
 Teléfonos: 2255-8100 / 2255-0477 / 2255-3874
[facebook.com/intecap](https://www.facebook.com/intecap)

1565

22 OPERADOR DE CENTROS DE MAQUINADO

Días	Domingos
Horario	8:00 a 16:30 horas
Duración	18 meses y 300 horas de práctica
Edad	16 años en adelante
Escolaridad	6° Primaria
Inscripción	Q. 50.00
Matrícula	Q. 75.00

Presentar copia de fe de edad o DPI, copia de diploma de 6° Primaria o constancia de estar cursándolo y constancia (si laborar) con mínimo un año de experiencia en el área de metal-mecánica.

Pruebas de admisión: 19 de julio, 02 y 23 de agosto de 2022 a las 09:30 horas.

23 INSTRUMENTISTA INDUSTRIAL

Días	Sábado
Horario	07:30 a 16:00 horas
Duración	18 meses y 300 horas de práctica
Edad	18 años en adelante
Escolaridad	Título o nivel diversificado, con mínima en áreas de electricidad, electrónica.
Inscripción	Q. 75.00
Matrícula	Q. 175.00

Presentar copia de DPI y copia de título a nivel diversificado que incluya el área técnica o de no incluirlo presentar el título a nivel técnico también.

Pruebas de admisión: 25 de julio, 03 y 23 de agosto de 2022 a las 09:30 horas.

24 SUPERVISOR DE PLANTAS INDUSTRIALES

Días	Lunes a viernes
Horario	19:00 a 21:00 horas
Duración	11 meses y 300 horas de práctica en empresa
Edad	18 años en adelante
Escolaridad	3° Básico
Inscripción	Q. 75.00
Matrícula	Q. 175.00

Presentar copia de fe de edad o DPI, copia Diploma de 3° Básico.

Pruebas de admisión: 26 de julio, 03 y 23 de agosto de 2022 a las 09:30 horas.

25 SUPERVISOR DE PLANTAS INDUSTRIALES (fin de semana)

Días	Sábado y domingo
Horario	8:00 a 13:00 horas
Duración	11 meses y 300 horas de práctica en empresa
Edad	18 años en adelante
Escolaridad	3° Básico
Inscripción	Q. 75.00
Matrícula	Q. 175.00

Presentar copia de fe de edad o DPI, copia Diploma de 3° Básico.

Pruebas de admisión: 26 de julio, 03 y 23 de agosto de 2022 a las 09:30 horas.

CHARLAS INFORMATIVAS VIRTUALES LOS DÍAS VIERNES a las 10:00 horas a partir del 24 de junio de 2022



Ingrese los datos para charlas informativas



Solicite una Beca

CONSULTAR NUEVAS FECHAS DE ADMISIÓN

REGIONAL CENTRO DE CAPACITACIÓN GUATEMALA 2

1565

CUMPLIR MIS METAS ES SALIR ADELANTE

intecap

ADMISIONES 2023

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	24 de 37

Invitación

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en pulgadas (proporcionar el tamaño del sobre)
- Tipo de papel: debe indicar calidad de papel a utilizar debido a que es una invitación
- Acabado: corte o doblez especial
- Impresión: una sola cara o ambas caras
- Color: blanco y negro o full color
- Tipo de sobre a utilizar

Adjuntar información puntual y sin faltas de ortografía en formato Word o texto de correo electrónico.

Adjuntar logotipos en alta resolución de empresas que participarán en los actos del Intecap.

Ejemplo de solicitud:

- Invitación tamaño 5x5 pulgadas
- Sobre cuadrado de 5x5 pulgadas
- A full color, impresa solo de una cara
- En cartulina lino blanco



Manta

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en cm. (disposición vertical u horizontal)
- Material: vinil mate o brillante, tela, plazo, etc.
- Acabados: con ojetes, tensada con estructura o con bolsas ocultas y bolillos
- Información que se colocará en la manta



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	25 de 37

Anuncio de prensa o revista

Las posibilidades de la publicidad en prensa son: anuncios a color, dobles páginas, publirreportajes, módulos en portada y encartes. La publicidad en prensa permite una excelente segmentación geográfica (periódicos locales, prensa de difusión nacional, ediciones regionales), así como una cierta segmentación demográfica y por intereses o estilos de vida.

Indicar:

- El periódico o revista donde se publicará
- Fecha de publicación
- Tamaño: base x altura, en pulgadas
- Color: blanco y negro + un color, o full color
- Formato: jpeg, tiff, entre otros
- Resolución: según el medio o proveedor a publicar
- Adjuntar información que se colocará en el anuncio de prensa o revista

Ejemplo de solicitud:

- Anuncio a publicarse el lunes 11 de mayo
- Prensa Libre (páginas interiores)
- Tamaño 1/4 página
- Formato de entrega pdf
- A Full Color



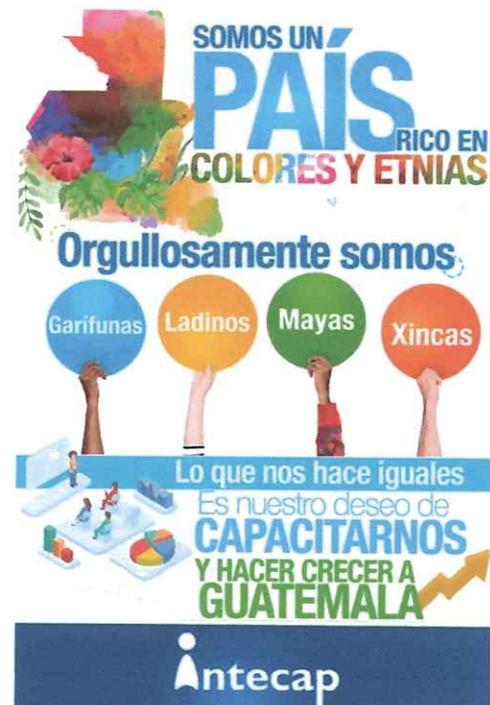
Afiche

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en pulgadas
- Disposición: vertical u horizontal
- Color: blanco y negro o full color
- Impresión: una cara o ambas caras
- Considerar la cantidad de información que se colocará en el afiche

Ejemplo de solicitud:

- Afiche (disposición horizontal)
- Tamaño 12"x18" (pulgadas)
- A full color
- Solo tiro



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	26 de 37

Banner Digital

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en pixel
- Disposición: vertical u horizontal
- Resolución y formato
- Color: si es en blanco y negro + un color, o full color
- Formato: jpeg, tiff, png, entre otros
- Resolución
- Información que se colocará en el banner digital

Ejemplo de solicitud:

- Banner (disposición horizontal)
- Tamaño 940x350 pixel
- 72 DPI de resolución
- Formato jpeg
- A full color



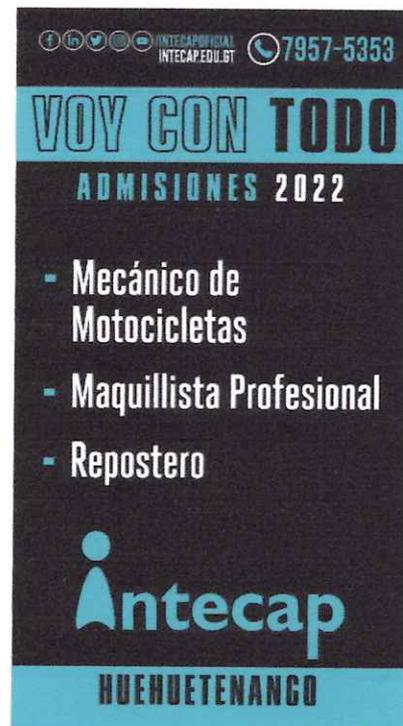
Mupis (Para buses)

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en cm.
- Color
- Formato
- Información que se colocará en el Mupi, ésta debe ser corta, concisa y de inmediata legibilidad
- Fotografías que se desea colocar en el Mupi
- Especificar si se requiere 1 o más artes para alternar los diseños en el circuito de Mupis

Ejemplo de solicitud:

- 4 diseños para Mupis tamaño 90x200 cm.
- A full color
- Colocar fotografías de chefs, cultor de belleza y mecánico automotriz
- Colocar inscripción abierta
- Nombre del centro, dirección, teléfono, redes sociales, etc.



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	27 de 37

Valla

Indicar:

- Tamaño: base x altura, en cm
- Información que se colocará en la valla, ésta debe ser corta, concisa y de inmediata legibilidad
- Fotografías que se desea colocar en la valla
- Ubicación

Ejemplo de solicitud:

- Diseño de valla publicitaria tamaño 600x300 cm
- Disposición horizontal
- Colocar fotografías de chefs, cultora de belleza y mecánico automotriz
- Colocar inscripción abierta
- Nombre del Centro, dirección, teléfono, redes sociales, entre otros



Otros:

Backpanel



Rotulación e información institucional en material acrílico



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	28 de 37

Señalizaciones



Mesh adhesivo



	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	30 de 37

Los canales digitales y redes sociales operativas autorizadas son:

- Sitio web institucional – www.intecap.edu.gt
- Facebook FAD – www.facebook.com/FAD
- Facebook TICS – www.facebook.com/Intecapcentrotics

Facebook Regionales:

- Región Central – www.facebook.com/Intecaprcce
- Región Norte – www.facebook.com/rn
- Región Occidente – www.facebook.com/rocc
- Región Oriente – www.facebook.com/ror
- Región Sur – www.facebook.com/rsur

Buenas prácticas para mejorar las publicaciones en las páginas de Facebook

a) Acción – Conversación

La mejor técnica para iniciar una conversación es realizando una pregunta.

b) Horarios de publicación

Los horarios de los fans, son los horarios en que se debe publicar el contenido, no importando si es una hora en la que la institución no está abierta al público.

c) Contenido

Por ser una red social visual, se debe enfocar el contenido al tema gráfico en videos, gifs o fotografías. En el caso de las fotografías, cuidar que éstas tengan poco texto (20% es lo ideal) y no saturar las piezas publicitarias.

d) Crowdsourcing

Hacer partícipes a los fans de las soluciones que proponemos de mejora.

e) Frecuencia

Se debe hacer una media de 2 actualizaciones diarias, para ser efectivos. Puede haber más publicaciones, pero no debemos excedernos, “menos es más”.

Diseño Gráfico	Medida	Resolución	Formato
Foto de perfil	180x180 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG
Foto de portada	851x315 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG
Imagen de publicación en el muro	940x788 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG
Imágenes de enlaces compartidos	1200x627 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG
Publicidad	1200x628 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG
Reproducciones de video	1280x720 pixeles	300 DPI	(RGB) en PNG

Tabla I Especificaciones de publicaciones

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	31 de 37

Logotipos permitidos e imagen institucional

La buena utilización de los logos permite que se construya una buena imagen institucional, los logotipos principales y autorizados para aplicar a cualquier material gráfico son:



@intecapoficial

www.intecap.edu.gt



Tipos de letras (fonts) permitidas para material institucional:

- Myriad Pro (familia)
- Bodoni (familia)
- Roboto (familia)
- Montserrat (familia)
- Impact
- Opcional: Helvética (familia)

Para mayor información, consultar el Manual de Normas Gráficas.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	32 de 37

Anexo 03: Lineamientos de servicio y desarrollo de eventos promocionales

Cualidades y atribuciones del personal que brinda atención en un stand:

Gestor de mercadeo

- Identificar al ejecutivo de stand y capacitarlo sobre la oferta formativa y de todos los servicios que brinda la institución.
- El ejecutivo de stand y promotor presentan una imagen profesional utilizando el uniforme completo, de acuerdo a los lineamientos de la División de Recursos Humanos sobre el uso del uniforme.
Entregar el link o código QR del formulario para encuesta a participantes en los eventos promocionales para adjuntar al reporte los resultados obtenidos.
- Promotor, jefe de departamento de capacitación o jefe técnico pedagógico: mantener actualizada la presentación o video promocional con la nueva campaña o línea gráfica establecida por el ME.
- Hacer uso adecuado de la instalación y montaje del equipo prestado por el ME, (en caso de que necesiten hacer préstamo de equipo o materiales, llenar el formulario “**Requerimiento de evento**”, siguiendo las instrucciones previas de montaje y desmontaje, las cuales pueden ser de forma verbal.
- Gestionar un kit para atención de actividades promocionales, cumpliendo con los lineamientos de imagen establecidos por el ME.
- Crear dinámicas para propiciar material para los canales de comunicación.
- Monitorear la actividad o evento para apoyar durante cualquier eventualidad.

Ejecutivo de stand

- Brinda un trato amable, es respetuoso, así como se dirige con honestidad y transparencia con los clientes en la atención de stand.
- Proactivo en la captación de los clientes que visiten el stand, entregando el material promocional y promocionando la carrera o cursos del centro.
- Comunicar de manera inmediata al encargado de eventos del ME o al promotor del centro, cualquier eventualidad que surja durante el evento.
- Cumplir con la imagen del stand manteniendo la información y material ordenado y limpio.

Los gestores de mercadeo de las unidades operativas y ejecutivos de stand deberán realizar las siguientes acciones al momento de atender un stand en eventos promocionales:

Eventos promocionales

Cada centro de capacitación estará preparado con un kit básico que incluye lo siguiente:

- Banner o Back panel en buen estado, con información e imágenes actualizadas, línea gráfica del evento y logotipo institucional o logotipo del centro de capacitación.
- Mesa para stand, mesa de madera o mesa plegable. Si usa mesa de madera o mesa plegable, colóquele un mantel en buen estado.
- El mantel que utilice, puede ser de color azul, negro o blanco que cubra toda la mesa, debe estar planchado y tener el logotipo institucional o del centro de capacitación. El logotipo en el mantel debe ser bordado o en serigrafía y de un tamaño visible a 10 metros de distancia.
- Tener a la vista el QR de la página web del centro de capacitación que representa, para dirigir a las personas a encontrar la información de la oferta formativa. Asegurarse de que la página web del centro de capacitación que representa contenga la información completa y correcta de la toda la oferta formativa, de lo contrario, solicitar al Webmaster del ME la actualización de la información.
- Suficientes materiales impresos como trifoliales, volantes u otros, los cuales deben contener información correcta y actualizada.
- Tener a la vista la página de Facebook y los números telefónicos del Centro de Capacitación.
- Utilizar equipo electrónico de apoyo (computadora, iPad o teléfono celular) para la promoción del centro con videos útiles de la oferta formativa.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	33 de 37

Ejemplos de montaje para eventos promocionales:



Eventos específicos

Es indispensable tener una línea gráfica y cumplir las reglas de etiqueta y las normas de protocolo institucionales: para asesoramiento, comuníquese con la coordinadora de eventos del ME.

Ejemplo:



Lineamientos generales para eventos en línea

- Planificar con un mes de anticipación el evento, como mínimo.
- Enviar la información completa de los conferencistas e información del proceso de inscripción para la promoción (diseños, plataformas, banners digitales o publicaciones)
- Contar con una plataforma adecuada para la cantidad de participantes y la logística del evento.
- Contar con un fondo digital de la imagen o línea gráfica del evento

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	34 de 37

- Elaborar una guía y programa para las presentaciones.
- Promocionar anticipadamente e informar a todas las áreas involucradas.
- Contar con un presentador y equipo adecuado
- Gestionar la sala virtual (Zoom, Teams, Meets, etc.), habilitando los accesos de los participantes y la habilitación de cámaras / micrófonos / compartir pantalla a los presentadores.
- Crear una etiqueta o hashtag para el día del evento y promoción en los diferentes medios.

Recomendaciones para lograr un evento exitoso

Antes del evento:

- Preparar el orden de las ideas que desea expresar.
- Disponer de un set adecuado: un lugar tranquilo, lejos de distractores, con luz suficiente y bien distribuida en el ambiente.
- Ubicar la computadora o dispositivo al nivel de los ojos, creando una línea horizontal con la cámara.
- Idealmente, disponer de audífonos con micrófono cerca de la boca, lo que favorece que el audio se escuche correctamente.
- Cerrar todas las aplicaciones de mensajería y silenciar el celular.
- Ingresar a la sala, una hora antes de la hora señalada del evento y hacer pruebas de audio y video con quienes presenten y moderen el evento. Hacer una conversación previa con el equipo completo genera un ambiente de confianza.

Durante el evento:

- Es muy importante tener el micrófono silenciado en todo momento y únicamente abrirlo al momento de hacer la presentación.
- Quien presente o modere la reunión debe realizar el saludo inicial de manera cordial, empática y cercana. También se explica cómo será la interacción durante la sesión (chat, micrófono, interacciones con otras herramientas si las hubiera). Por último, describe brevemente la agenda de la sesión.
- Hacer una breve introducción del evento, nombrar a todos los organismos que intervienen y asegurarse de que todos los logos correspondientes estén en la presentación, cuando aplique.
- Es importante hablar despacio y claro. La espontaneidad es permitida sin perder de vista los tiempos y el propósito de la sesión.
- Durante la sesión de preguntas y respuestas, quien esté a cargo de leer las preguntas del chat, podrá seleccionar aquellas que puedan ser de interés general para la audiencia. Se recomienda elaborar preguntas previamente en caso de que la audiencia no haga llegar sus preguntas por chat.
- Al concluir la sesión se extiende un agradecimiento a los participantes, y se puede invitar a la audiencia a los próximos eventos (completar una encuesta ingresar a un foro de discusión posterior, consultar información adicional, indicar la nueva fecha de una nueva sesión, etc.) o próximos eventos.

Después del evento:

- Se recomienda enviar una encuesta a los participantes del evento para medir el cumplimiento de los objetivos.
- Es un buen gesto enviar un mensaje de agradecimiento por haber participado y poner a disposición la grabación del evento y otros materiales.
- Crear una nueva noticia con un resumen de lo que fue el evento, cantidad de participantes y grabación.
- Se recomienda registrar la cantidad de participantes e incluir estas estadísticas en el informe del evento.
- Generar un boletín informativo del evento, si amerita el evento.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	35 de 37

Anexo 04: Lineamientos para el desarrollo de la cobertura de medios de comunicación

Mensaje clave

- Claro y sencillo, evite la ambigüedad e interpretaciones erróneas.
- El mensaje debe externar palabras implícitas sobre el tema a desarrollar.
- Manifieste sus emociones de forma positiva al expresar el mensaje clave.
- Use un lenguaje adecuado al público que se dirige, para que se comprenda lo que desea transmitir. Si emplea la jerga de la institución debe de explicar a qué se refiere con cada término.
- Utilice las frases de la campaña publicitaria vigente.

Entrevistas

Antes de la entrevista:

1. Llegue antes o puntual a la entrevista.
2. Apague o ponga en vibrador su celular.
3. Cuenten con información escrita y visual que pueda proporcionarse al periodista o entrevistador.
4. Si se encuentra nervioso haga ejercicios de respiración, inhale y exhale lentamente.
5. La entrevista comienza desde que hace contacto con el periodista.

Durante la entrevista:

6. Preste atención al periodista, escuche atentamente las preguntas.
7. Tome en cuenta que dice o hace frente al periodista.
8. Cuide su apariencia y gestos.
9. Exponga con naturalidad el tema.
10. Si el entrevistador no maneja la entrevista, bríndele de manera sutil los datos para que pueda desarrollarse la misma.
11. Hable de forma positiva.
12. Repita varias veces el mensaje clave o la idea que se desea transmitir.
13. Diríjase de manera natural, evitando frases irónicas y sarcásticas.
14. Responda de acuerdo a su área de competencia.
15. Haga contacto con su público al momento de trasladar el mensaje clave.
16. Brinde su respuesta al entrevistador y si existiera audiencia diríjase a ella después.
17. Evite decir "sin comentarios", puede interpretarse que oculta algo.
18. Evite masticar chicle o comer alimentos.
19. Siéntese erguido e inclinado ligeramente hacia adelante. Si se encuentra sobre sus pies coloque los mismos de manera cómoda, para no moverse constantemente.
20. Utilice sus manos y brazos como apoyo para potenciar su mensaje, tratando de no exagerar.
21. Si siente que sus derechos se están transgrediendo, manifiéstelo de forma educada y precisa.
22. Mantenga la calma y la cordialidad con el entrevistador.
23. A los periodistas les gustan las cifras, esa es información que mueve la noticia. Si no tiene conocimiento de las cifras exactas, evite usar estimaciones o cálculos, o bien aclare el por qué da ese dato.
24. Agradezca la oportunidad brindada.
25. Trate al periodista como le gustaría que lo traten. Ningún periodista debe ser discriminado por pertenecer a un medio de comunicación "grande o pequeño".
26. Despidase cortésmente.

Televisión

- Los varones deben vestir trajes y corbatas con colores sólidos, no usar diseños rayados o llamativos porque su imagen puede distorsionarse.
- Las mujeres pueden vestir de forma más conservadora (esto puede variar por la temática) y sin accesorios llamativos.
- Actuar con naturalidad.
- Utilizar las gesticulaciones correctas para expresarse.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	36 de 37

- Evitar estirar las piernas y cruzar los brazos, ambos pueden denotar falta de seriedad o impaciencia.
- Sonreír si lo amerita el tema. Tampoco debe mantener un rostro rígido.
- Vea a los ojos a su entrevistador.
- Utilice un ritmo y tono de voz que no sea cansado para usted y que mantenga la atención del público.
- Siempre tenga en mente transmitir el mensaje clave.
- El mensaje debe ser breve y llamativo.
- Puede preguntarle a su entrevistador, cómo guiará la entrevista, algunos ya se han preparado con tiempo.

Medio escrito

- Preste atención e interés a la pregunta del entrevistador.
- Indique el tiempo exacto en que puede atender al periodista, para evitar distracciones.
- Puede dar respuestas más extensas y detalladas.
- Trate de darle al periodista algo que pueda citar.
- Las fotografías deben realizarse después de la entrevista. Puede suceder que no tenga congruencia con las declaraciones brindadas. Depende mucho si es un evento o bien el tiempo que posee el periodista o vocero.

Radio

- Realizar las pausas necesarias, éstas le servirán para recapitular sobre sus pensamientos y expresarlos de la mejor manera.
- Si posee material de respaldo para la entrevista, utilícelo adecuadamente.
- Enfocarse en el mensaje clave, ante falsas alternativas redireccione la conversación al tema.
- Responder a situaciones reales, evite supuestos.
- Evitar debatir opiniones de alguien que no esté presente. La respuesta debe ser con respeto a la opinión de los demás, por lo que no es recomendable emitir juicios.
- Evitar que el entrevistador conjeture conclusiones en su nombre, redireccione la conclusión que se quiere transmitir.
- Tomar el micrófono con la mano, solamente si el periodista se lo solicita.

Medio digital (audio, video o ambos)

- Precisión a la hora de responder.
- Siempre tenga material multimedia para brindar, ya que este tipo de medio de comunicación lo utiliza para explicar el contenido al cual se refiere. Entre más proporcione, la nota es más sustentable.
- Si la entrevista es solicitada, proponga varios escenarios que sean acordes al tema y que hagan referencia a la institución.
- Seleccionar el material que brindará al entrevistador, escoja lo más conveniente para publicar.

Recomendaciones generales

- Mantener la calma.
- Anticiparse a las actitudes o acciones que puede realizar el entrevistador o periodista del mejor modo.
- Buscar la mediación si se produjo alguna discrepancia de opiniones. No importa si usted no originó tal situación.
- Si va a una entrevista como invitado y en representación de la institución, preguntar al encargado de evento, cuál es el protocolo a seguir. Si el protocolo a seguir perjudica a la institución, busque la mediación.
- Reportar los datos de la persona con quién se ha tenido inconvenientes al ME.
- Emitir el mensaje como representante de la institución, evite conclusiones de carácter personal.

	Procedimiento de calidad	P.A.ME-01 Edición 01
	Elaboración de material gráfico, publicación de material promocional, desarrollo de eventos, desarrollo de audiovisuales y coordinación con medios de comunicación	37 de 37

13. Disposiciones generales

Los lineamientos contenidos en el presente documento serán de efecto inmediato después de su divulgación.

Si surgiera cualquier duda, sugerencia o cambio específico, la propuesta del mismo debe hacerse por escrito al ME, donde se analizará la información.

Las imágenes del presente documento son ilustrativas, las campañas y diseños tienen una vigencia de 10 meses, cualquier duda, consultar al ME.

De este documento debe evitarse la reproducción masiva en papel.

Aprobado por:	Fecha	Firma
Subgerencia	11-07-2023	