



Plan de calidad: Diseño de la Imagen de Campañas Institucionales

Dirección General de Comunicación Universitaria
Dirección de Imagen Institucional



Versión Vigente No. 11

Fecha: 07/08/2013

Versión vigente No. 02 Fecha: 20/09/2013

Administrador(a) de proceso:	Director de Imagen Institucional
Responsable de proceso:	N/A

Proceso (0.2) (7.1)			
Entradas		Salidas	
Instrucción por parte del Rector a la Dirección General de Comunicación Universitaria para la realización de una campaña institucional.		Imagen de campaña aprobada.	
Usuario(a)	Interno	Externo	Proveedor (a)
	Rector	N/A	Administración Central a través de la DGCU
Partes interesadas (ISO 9004:2009; (4.4))		Comunidad Universitaria y Sociedad en general	
Recursos utilizados (6)			
Personal (6.2)	Infraestructura (6.3) <small>*Incluir si aplica, sistemas de información / BD/ mantenimiento y respaldos</small>		Ambiente de trabajo (6.4)
<ul style="list-style-type: none">• Director General de Comunicación Universitaria• Director de Imagen Institucional• Jefe del Departamento de Diseño• Diseñadores Gráficos• Jefe del Departamento de Medios Alternos• Auxiliares del Departamento de Medios Alternos	<ul style="list-style-type: none">• Computadoras• Impresoras• Scanner• Papelería• Mobiliario• Disco duro externo• Stock fotográfico de la DGCU• Internet• Programas especializados de diseño y edición• Actualización y mantenimiento de los equipos utilizados en el diseño.• Respaldos semestrales de información.		<ul style="list-style-type: none">• Iluminación• Temperatura• Ventilación

Objetivo de la calidad (5.4.1) (7.1.a) *Control a través del Sistema de Indicadores		
Entregar al Rector, propuestas de imagen para campañas institucionales acordes a los lineamientos institucionales vigentes, dentro de los tiempos solicitados.		
Responsable:	Fórmula para medirlo:	Frecuencia de medición:
Director de Imagen Institucional	Día programado de entrega – Día real de entrega	Campañas estacionales
Política de la calidad:	Objetivos generales:	Meta-PRDI/Plan de Desarrollo:
	Gestión moderna y proactiva orientada a resultados	N/A



Plan de calidad: Diseño de la Imagen de Campañas Institucionales

Dirección General de Comunicación Universitaria
Dirección de Imagen Institucional



Versión Vigente No. 11

Fecha: 07/08/2013

Versión vigente No. 02 Fecha: 20/09/2013

Requisitos
Requisitos de entrada (0.2) (7.1):
<ul style="list-style-type: none">• Información sobre las características y pormenores del tema de campaña.• Fecha de entrega

Requisitos de salida (servicio) (5.2) (7.2.1) (7.2.2)	Requisitos	Criterios de aceptación
Del usuario(a)	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de la solicitud• Cumplimiento de la fecha de entrega	La entrega puede ser anticipada a la fecha de entrega
No establecidos por el usuario(a) pero necesarios para el producto o servicio	N/A	N/A
Legales y reglamentarios	<p>Que la imagen gráfica no transgreda lo establecido en:</p> <ul style="list-style-type: none">• Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos<ul style="list-style-type: none">✓ Título Séptimo✓ Prevenciones Generales✓ Artículo 134• Ley Federal del Derecho de Autor<ul style="list-style-type: none">✓ Título II. Del Derecho de Autor.<ul style="list-style-type: none">• Capítulo I<ul style="list-style-type: none">• Artículos 13° y 14°• Capítulo II. De los Derechos Morales.<ul style="list-style-type: none">• Artículo 21°• Capítulo III. De los Derechos Patrimoniales.<ul style="list-style-type: none">• Artículo 27°✓ Título III. De la Transmisión de los Derechos Patrimoniales.<ul style="list-style-type: none">• Artículos 30° al 41°✓ Título IV. De la Protección al Derecho de Autor.<ul style="list-style-type: none">• Capítulo II.<ul style="list-style-type: none">• Artículos 85 al 93.• Reglamento de los Símbolos de la Universidad Autónoma del Estado de México	Cumplimiento obligatorio de los requisitos
UAEM	<ul style="list-style-type: none">• Manual de Identidad Gráfica de la Universidad Autónoma del Estado de México	Cumplimiento obligatorio de los requisitos



Plan de calidad: Diseño de la Imagen de Campañas Institucionales

Dirección General de Comunicación Universitaria
Dirección de Imagen Institucional



Versión Vigente No. 11

Fecha: 07/08/2013

Versión vigente No. 02 Fecha: 20/09/2013

Interacción de procesos	
Proceso (4.1.b)	Interacción (4.1.b)
N/A	N/A

Preservación del producto (7.5.5)		Propiedad del cliente (7.5.4)	
Identificación	Nombre de la Campaña institucional	Identificación	N/A
Manipulación y embalaje:	N/A	Verificación	N/A
Almacenamientos y protección:	Disco duro externo	Protección	N/A

Medición del proceso (7.5.1.e) (8.2.3)			
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Cuándo?
Tiempos de entrega de la imagen de una campaña	Administrador del Proceso	Programación de actividades según minutos	A la entrega de cada proyecto

Medición del servicio (5.2) (7.5.1.e) (8.2.1) (8.2.4)			
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Cuándo?
Cumplimiento de requisitos de solicitud y calidad en el servicio	Administrador del Proceso	Aprobación de la imagen por parte del Rector	A la entrega de cada proyecto

ETAPA	Descripción de la etapa del proceso (7.5.1.e) (8.2.4)	Seguimiento y/o medición
I	Solicitud de la propuesta de imagen.	Descripción verbal de las características de campaña que se solicita.
II	Determinación del proyecto a través de una sesión creativa para la definición de mensajes y concepto de campaña.	<ul style="list-style-type: none"> Por medio de la entrega digital de borradores. Reuniones extraordinarias.
III	Revisión y presentación de la propuesta final de la imagen de la campaña.	Carpets electrónicas de las propuestas finales para el Director General de Comunicación Universitaria.
IV	Aprobación de la imagen de campaña por parte del Rector.	Publicación de la imagen en los distintos productos de comunicación.

*Producto / servicio (7.1.c)	Verificación	Seguimiento	Medición	Inspección
Propuesta de imagen de campaña institucional	Que no transgreda los lineamientos establecidos	En caso de observaciones por el Director General de Comunicación Universitaria	N/A	N/A

*Nota: Sólo llenar las casillas que apliquen al producto /servicio del proceso.

Riesgos en el proceso (9004)	
Riesgos	Plan de acción
No contar con la información o especificaciones necesarias.	Solicitud reiterada de la información.
Ausencia (por enfermedad o razón justificada) del (los) responsable(s) de la creación y/o entrega de la imagen y los mensajes para la campaña.	Se encarga a alguien más la creación y/o entrega de la imagen y mensajes para la campaña.



Plan de calidad: Diseño de la Imagen de Campañas Institucionales

Dirección General de Comunicación Universitaria
Dirección de Imagen Institucional



Versión Vigente No. 11

Fecha: 07/08/2013

Versión vigente No. 02 Fecha: 20/09/2013

Falla en la infraestructura

Solicitar a la DTIC la revisión, reparación y reposición del equipo y el rescate de la información.

Revisión histórica				
Número de versión	Fecha de revisión	Revisó (puesto)	Aprobó (puesto)	Descripción del cambio
01	06/09/11	Jefe del Departamento de Medios Alternos	Director de Imagen Institucional	Reestructuración del Proceso
02	21/09/2013	Jefe del Departamento de Medios Alternos	Director de Imagen Institucional	Se actualizó el Plan de Calidad, dando seguimiento a los folios 2829 y 2830 del SNC.