

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

CONSEJO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN
DE COMPETENCIAS LABORALES

Manual de Comunicación y Difusión del
Sistema Nacional de Competencias de las Personas

DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN Y DIFUSIÓN
DEL MODELO DE COMPETENCIA LABORAL

V-COMDIF-MP-01

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN:..... | 3 |
| 2. PROPÓSITO DEL MANUAL: | 4 |
| 3. POLÍTICAS:..... | 5 |
| 4. ALCANCE DEL MANUAL:..... | 5 |
| 5. MAPA DEL PROCESO: PLAN ANUAL DE DIFUSIÓN (PAD) DEL CONOCER..... | 5 |
| 5.1 Descripción general del mapa del proceso del Plan Anual de Difusión con entradas y salidas..... | 6 |
| 5.2 Diagrama de flujo del procedimiento A): Diseñar, ejecutar y evaluar el Programa Anual de Comunicación Social. | 7 |
| 5.2.1 Descripción del procedimiento A) Diseñar, ejecutar y evaluar el Programa Anual de Comunicación Social..... | 11 |
| 5.3 Diagrama de flujo del procedimiento B): Estrategias de Comunicación Externas Informativas..... | 21 |
| 5.3.1 Descripción del procedimiento B): Diseñar, ejecutar y evaluar las Estrategias de Comunicación Externas Informativas..... | 23 |
| 7. REGISTROS:..... | 27 |
| 8. GLOSARIO:..... | 27 |
| 9. ANEXOS:..... | 27 |
| 10. CONTROL DE CAMBIOS:..... | 28 |

1. INTRODUCCIÓN:

La comunicación y la difusión son aspectos fundamentales para el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, ya que son el eje rector de la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos de la propia Entidad.

Mediante la comunicación y la difusión es posible dar a conocer:

- a) Las actividades llevadas a cabo por la Entidad para promover y difundir el Sistema Nacional de Competencias de las Personas, como: instalación de Comités Sectoriales de Gestión por Competencias, la entrega de cédulas de acreditación de Entidades de Evaluación y Certificación de Competencias, la inscripción de Estándares de Competencia en el Registro Nacional de Estándares de Competencia, los eventos realizados por el CONOCER para el fortalecimiento de la competitividad con base en el capital humano, la participación en eventos realizados por empresas, instituciones o asociaciones en los que participan autoridades del CONOCER para promover el Sistema Nacional de Competencias, la publicación de estudios, entre otros.
- b) Los beneficios del Sistema Nacional de Competencias de las Personas a los usuarios del propio Sistema y a la ciudadanía en general, en términos del incremento de la productividad y el nivel de competitividad económica que genera en los sectores: productivo, social, educativo y de gobierno, con base en el capital humano.

En este Manual de Comunicación y Difusión del Sistema Nacional de Competencias se especifican los procedimientos clave que son necesarios para llevar a cabo la comunicación y difusión del Sistema Nacional de Competencias (SNC), se asigna a los responsables de su desarrollo y sus resultados y se anexan los diagramas de flujo, correspondientes a cada procedimiento.

Visión del CONOCER:

Ser una institución ampliamente reconocida y valorada por nuestros usuarios, es decir:

- Trabajadores
- Empresarios
- Sector Social
- Sector Educativo
- Gobierno

Con base en nuestra contribución al fortalecimiento de la competitividad económica, el desarrollo educativo y el progreso social de México.

Misión del CONOCER:

Promover, desarrollar y difundir en el país, un Sistema Nacional de Competencias de las Personas, que sea de clase mundial y que contribuya:

- Al fortalecimiento del capital humano del país.
- Al incremento de la productividad, movilidad laboral y nivel de vida de los trabajadores.
- Al aumento de la competitividad y crecimiento económico de las empresas.
- Al mejoramiento de la gestión en el sector social, el gobierno, y el sistema educativo nacional.
- A una mejor alineación de la oferta educativa con los requerimientos de los sectores productivos, social educativo y de gobierno.

Para beneficio de todos los mexicanos.

| | | |
|--|---|-------------------------------|
|  | Manual de Comunicación y Difusión del Sistema Nacional de Competencias de las Personas | Código: V-COMDIF-MP-01 |
| | | Revisión : 1.0 |
| | | Página: 4 de 28 |

Objetivos estratégicos del CONOCER:

- Colaborar con los sectores productivos, social, educativo y de gobierno para lograr la transformación del capital humano para la competitividad.
- Orientar y apoyar a los sectores productivos, social, educativo y de gobierno, para que desarrollen y utilicen Estándares de Competencias de las personas, que generen valor.
- Promover, coordinar y regular la evaluación y certificación de los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes de las personas.
- Impulsar la expansión, el desarrollo y la excelencia operativa, de una red nacional de prestadores de servicio de capacitación, evaluación y certificación.
- Contribuir al fortalecimiento de la formación educativa con base en competencias de las personas, e impulsar la evaluación y certificación de competencias de estudiantes.
- Difundir el Sistema Nacional de Competencias de las Personas, en los sectores productivos, social, educativo y de gobierno en todo el país.

Objetivos Particulares de la Subdirección de Difusión del CONOCER:

La Subdirección de Difusión, bajo la supervisión de la Dirección de Vinculación y Difusión, será la responsable de:

- a) Difundir en el país el Sistema Nacional de Competencias de las Personas.
- b) Contribuir al fortalecimiento de la imagen del CONOCER, a su reconocimiento y valoración, tanto al interior de la propia Entidad y como al exterior.
- c) Contribuir al incremento de las relaciones y alianzas estratégicas del CONOCER con otras dependencias, empresas, instituciones o asociaciones para el fortalecimiento del Sistema Nacional de Competencias.
- d) Llevar a cabo la campaña de Comunicación Social del CONOCER.
- e) Gestionar ante la cabeza de sector y otras dependencias los trámites que sean necesarios para realizar la campaña de Comunicación Social.
- f) Gestionar, negociar y supervisar los servicios otorgados por empresas o instituciones privadas, que sean necesarias para realizar dicha campaña de Comunicación Social.
- g) Gestionar y supervisar la realización de los estudios pre-test y post-test, necesarios para evaluar el impacto, comprensión y grado de aceptación de los materiales de comunicación en el público objetivo
- h) Desarrollar y administrar los medios de comunicación, tanto internos, como externos del CONOCER.
- i) Recopilar, seleccionar y editar la información susceptible de ser difundida con el apoyo de las diversas áreas del CONOCER.
- j) Desarrollar los mensajes que serán distribuidos con los públicos objetivos tanto internos como externos.

2. PROPÓSITO DEL MANUAL:

Establecer los procedimientos para realizar y administrar las actividades de comunicación y difusión del CONOCER que contribuyan a la promoción del Sistema Nacional de Competencias (SNC) de las personas.

3. POLÍTICAS:

La Subdirección de Difusión deberá:

- Sujetarse a los lineamientos que sean emitidos por el Instituto Federal Electoral y las instancias regulatorias en materia de difusión de mensajes en tiempos de campañas electorales.
- Sujetarse a los lineamientos y criterios metodológicos que sean establecidos por la Secretaría de Gobernación en cuanto la realización de campañas de Comunicación Social, así como de estudios pre-test y post-test.

4. ALCANCE DEL MANUAL:

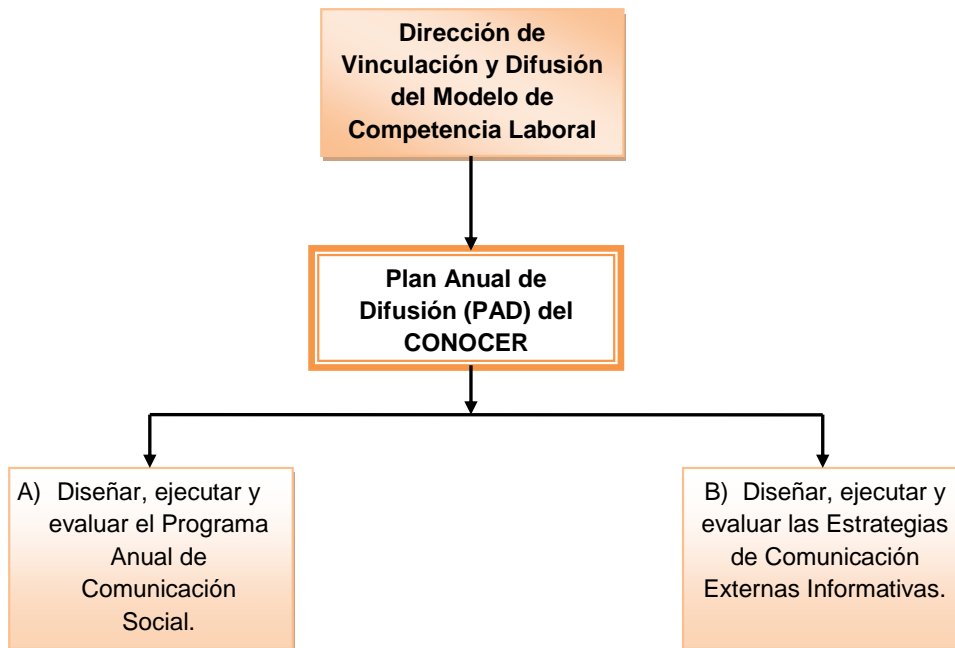
Este manual es aplicable para:

- La Dirección de Vinculación y Difusión del Modelo de Competencia Laboral (DVD)
- La Subdirección de Difusión

La cual debe estar apoyada por las distintas áreas del CONOCER:

- Dirección General.
- Dirección General Adjunta de Normalización
- Dirección General Adjunta de Certificación
- Dirección General Adjunta de Administración y Finanzas.

5. MAPA DEL PROCESO: PLAN ANUAL DE DIFUSIÓN (PAD) DEL CONOCER.



5.1 Descripción general del mapa del proceso del Plan Anual de Difusión con entradas y salidas.

Ver los procedimientos A (punto 5.2) y B (punto 5.3).

Entradas:

- Plan Estratégico Institucional (PEI).

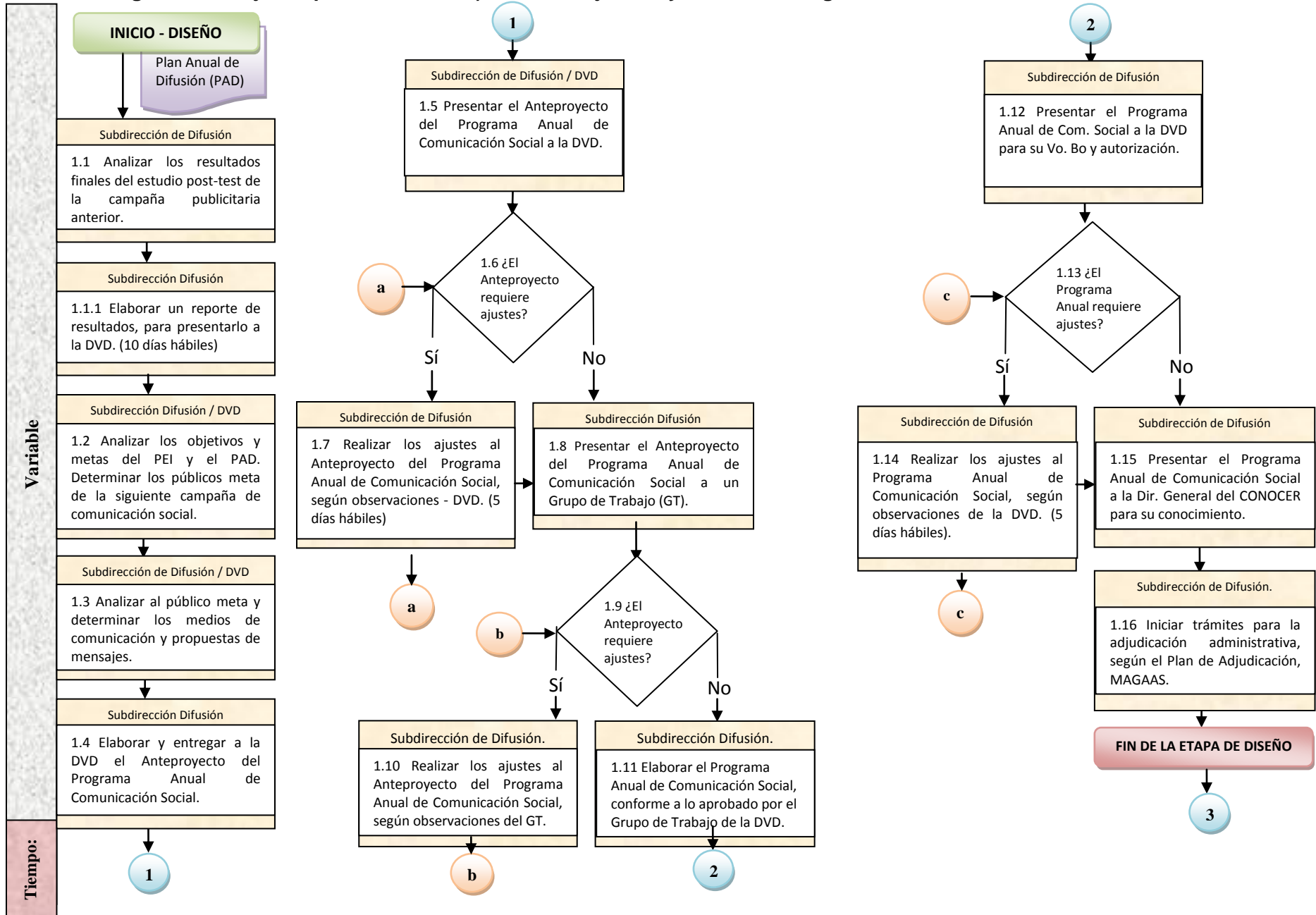
- Plan Operativo Anual (POA).
- Plan Anual de Difusión (PAD).

| Proceso | Descripción | Tiempos de ejecución | Responsable |
|--|---|---|--------------------------|
| A. Programa Anual de Comunicación Social (PACS). Campaña publicitaria, (punto 5.2) | Procedimiento para: diseñar, ejecutar y evaluar el Programa Anual de Comunicación Social del CONOCER, que incluye: la campaña publicitaria. | Los tiempos de ejecución del procedimiento A pueden variar en relación a los trámites que deban hacerse con las distintas áreas del CONOCER y ante otras dependencias. | Subdirección de Difusión |
| B. Estrategias de Comunicación Externas Informativas, (punto 5.3) | Procedimiento para: diseñar, ejecutar y evaluar las Estrategias de Comunicación Externas Informativas, que incluyen: la cobertura de eventos y la difusión de la información por los distintos medios o canales de comunicación seleccionados (medios impresos, audiovisuales y digitales). | Los tiempos de ejecución del procedimiento B pueden variar en relación a los eventos que se realicen, la cantidad de información con la que se cuente, además de las gestiones que deban llevarse a cabo con otras áreas del CONOCER. | Subdirección Difusión |

Salidas:

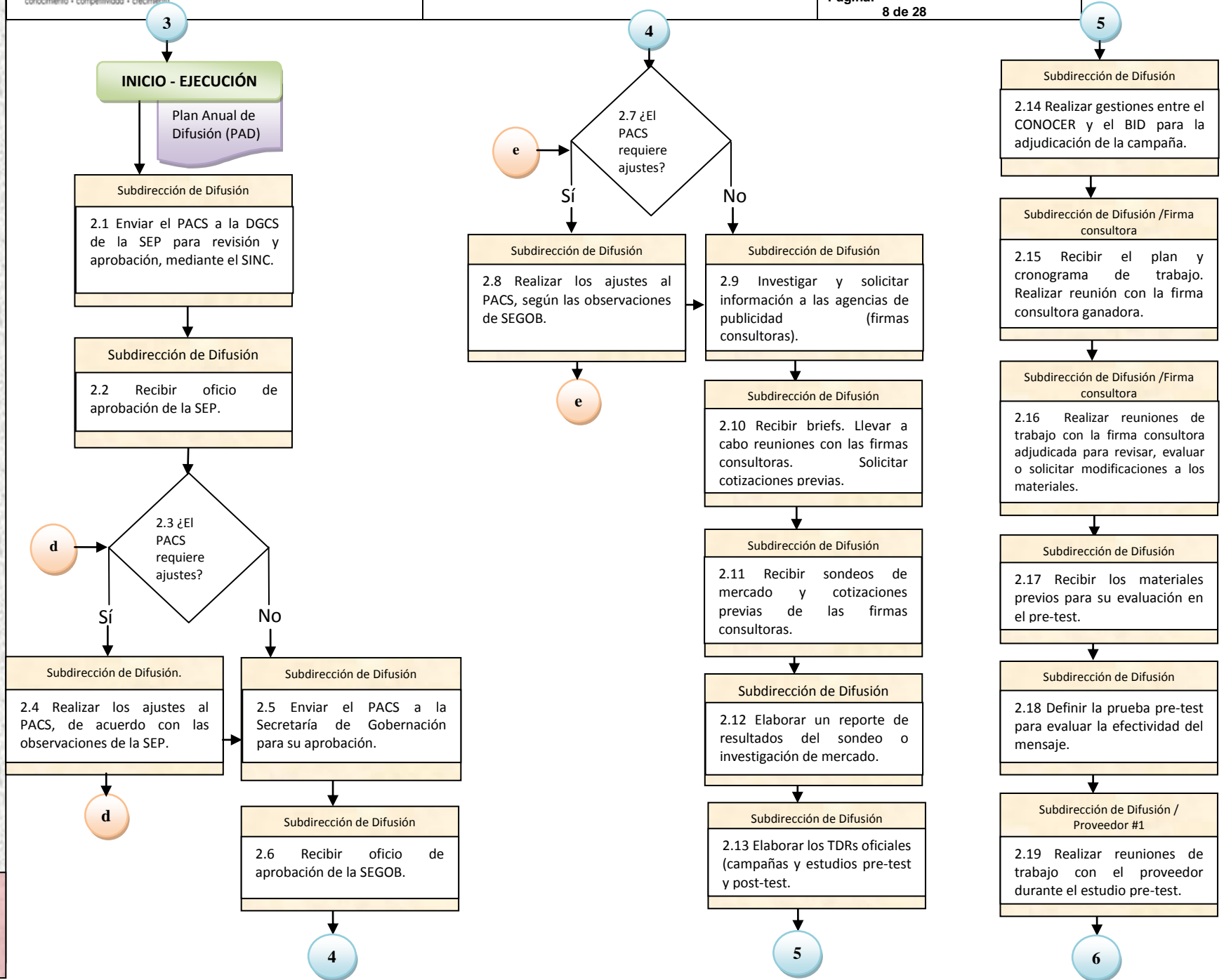
- Plan Anual de Difusión (PAD):
 - A. Programa Anual de Comunicación Social del CONOCER, (punto 5.2).
 - B. Estrategias de Comunicación Externas Informativas del CONOCER, (punto 5.3).

5.2 Diagrama de flujo del procedimiento A): Diseñar, ejecutar y evaluar el Programa Anual de Comunicación Social.



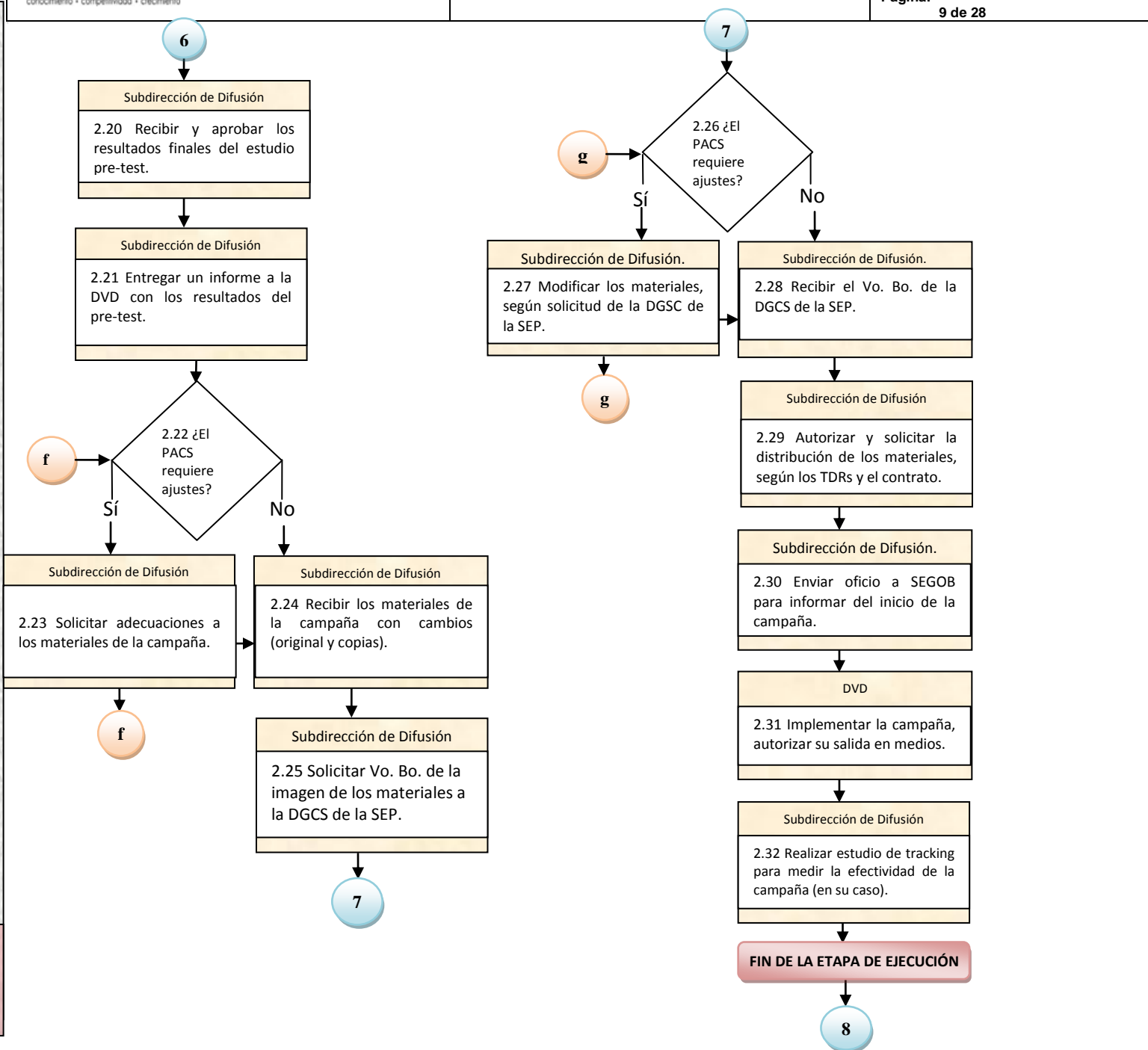
Variable

Tiempo:



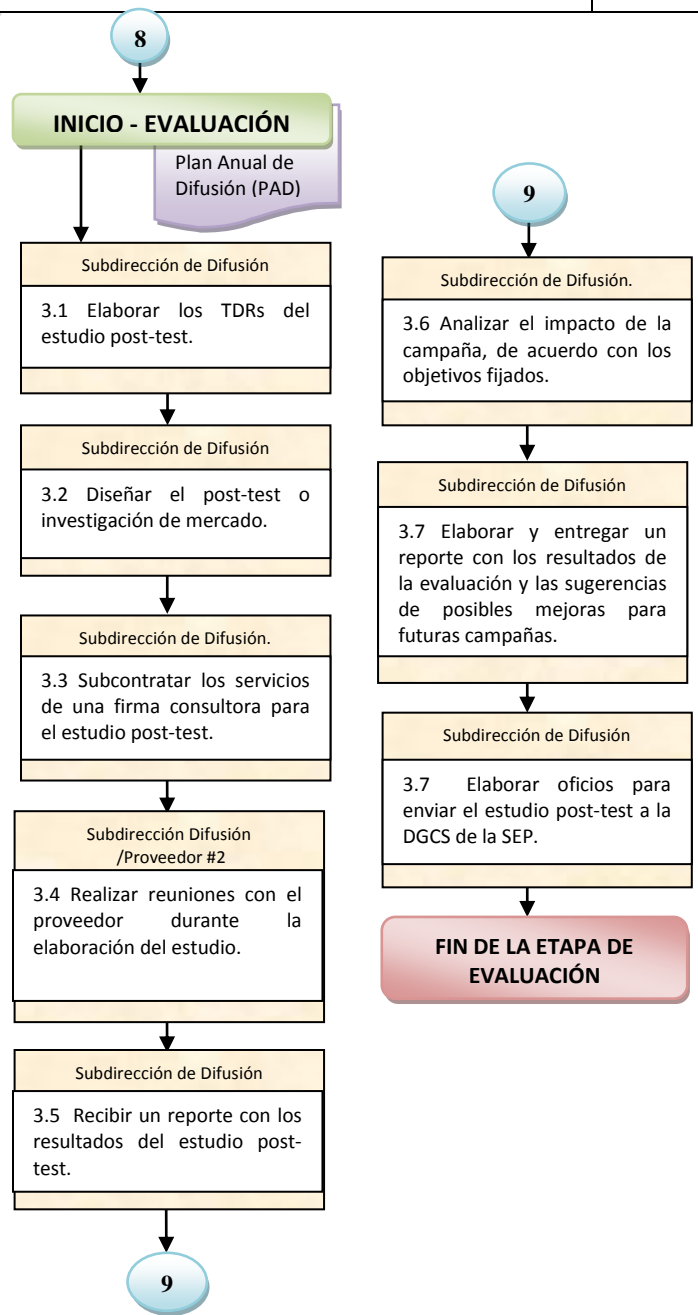
Variable

Tiempo:



Variable

Tiempo:



5.2.1 Descripción del procedimiento A) Diseñar, ejecutar y evaluar el Programa Anual de Comunicación Social.

| Etapa | Actividad | Responsable |
|------------|--|---------------------------------|
| 1. Diseño. | 1.1 Analizar los resultados finales del estudio <i>post-test</i> en relación a la campaña publicitaria anterior, detectando: <ul style="list-style-type: none"> • Cómo percibe el público al CONOCER. • El nivel de posicionamiento del CONOCER, es decir, el: grado de conocimiento y valoración de la ciudadanía acerca del Sistema Nacional Competencias (SNC) de las personas. | Subdirección Difusión |
| | 1.1.1 Elaborar un reporte con los resultados para presentarlo ante la: Dirección de Vinculación y Difusión. (10 días hábiles). | Subdirección Difusión |
| | 1.2 Analizar los objetivos y metas planteados en el Plan Estratégico Institucional y en el Plan Anual de Difusión del CONOCER respecto a la comunicación social. Con base en el análisis hecho en este punto y en los resultados del estudio <i>post-test</i> , (en el punto 1.1), se debe determinar: cuáles serán el(los) público(s) meta de la siguiente campaña de Comunicación Social. | Subdirección de Difusión. / DVD |
| | 1.3 Analizar las características socio demográficas del(los) público(s) meta a quien(es) se dirigirá la difusión del SNC y determinar cuáles serán los medios de comunicación, así como las propuestas de los mensaje(s), la(s) idea(s) o concepto(s) creativo(s) a utilizar en la siguiente campaña publicitaria, adaptados de acuerdo con las características de cada medio de comunicación considerado. | Subdirección de Difusión / DVD |
| | 1.4 Elaborar y entregar a la Dirección de Vinculación y Difusión un <u>Ante-proyecto del Programa Anual de Comunicación Social</u> , el cual contará con la siguiente información: <p>1.4.1 Metas del Programa Anual de Comunicación Social.</p> <p>1.4.2 Características socio demográficas del(los) público(s) meta a quien(es)</p> | Subdirección de Difusión. |

| | | |
|-------------------|--|----------------------------------|
| <p>1. Diseño.</p> | <p>se dirigirá la difusión del SNC.</p> <p>1.4.3 Medios de comunicación a utilizar en la campaña publicitaria, que pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de comunicación impresos: folletos, banners, carteles, etc. ○ Medios de comunicación electrónicos (audiovisuales): spots en radio, televisión, cine-minuto. ○ Medios de comunicación digitales: videos en internet, información en la página web, redes sociales, etc. ○ Otros. <p>1.4.4 Estrategia creativa: propuestas de mensaje(s), la(s) idea(s) o concepto(s) creativo(s) a utilizar en la siguiente campaña publicitaria.</p> <p>1.4.5 Datos solicitados en el formato: Estrategia Anual de Comunicación Social (Crédito externo) que se enviará mediante el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación.</p> <p>1.4.6 Indicadores para la evaluación posterior del Programa Anual de Comunicación Social.</p> <p>1.4.7 Cronograma de actividades (pasos) y fechas para la gestión de los recursos ante la Dirección Adjunta de Administración y Finanzas y el Banco Interamericano de Desarrollo, conforme al procedimiento para adjudicaciones directas o licitación, de acuerdo con el MAGAAS.</p> <p>1.4.8 <u>Términos de Referencia (TDRs) Previos para la contratación de una firma consultora para el desarrollo del Programa Anual de Comunicación Social</u>, que incluyan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antecedentes. - Información básica del proyecto. - Justificación de la consultoría. - Objetivo general. - Actividades de la consultoría. - Alcance de los servicios, actividades-tareas. - Desarrollo de la estrategia creativa de comunicación. Presentación de propuestas de concepto creativo para la campaña. - Evaluación <i>pre-test</i>. | <p>Subdirección de Difusión.</p> |
|-------------------|--|----------------------------------|

| | | |
|-------------------|--|--|
| <p>1. Diseño.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Definición de la estrategia de comunicación a seguir. - Contratación de medios exteriores definidos en la pauta de comunicación acorde con el público objetivo para su difusión. - Productos esperados de la consultoría. - Calendario de actividades y entrega de productos. - Apoyos institucionales. - Lugar y desarrollo de la consultoría. - Periodo de ejecución. - Supervisión. - Perfil, experiencia profesional requerida. - Remuneración y forma de pago. - Cantidad de materiales a entregar en original y copias. - Cambios a los materiales: la firma consultora deberá llevar a cabo las modificaciones necesarias a entera satisfacción del CONOCER y hasta recibir el Vo. Bo. de la Dirección General de Comunicación Social de la SEP. <p><u>Términos de Referencia Previos, estudios <i>pre-test</i> y <i>post-test</i>, establecer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Objetivos. - Metodología. - Procedimientos. - Productos entregables. <p>1.4.9 Plan de adjudicación conforme al procedimiento establecido.</p> | |
| | <p>1.5 Presentar el <u>Ante-proyecto del Programa Anual de Comunicación Social</u> a la Dirección de Vinculación y Difusión para su aprobación.</p> | <p>Subdirección de Difusión / Dirección de Vinculación y Difusión.</p> |

| | | |
|------------|---|---------------------------|
| 1. Diseño. | 1.6 ¿El Ante-proyecto del <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? Si: Continuar en el paso: 1.7. No: Continuar en el paso: 1.8. | Subdirección de Difusión. |
| | 1.7 Realizar los ajustes correspondientes al <u>Ante-proyecto del Programa Anual de Comunicación Social</u> , de acuerdo con las observaciones de la Dirección de Vinculación y Difusión. (5 días hábiles). | Subdirección de Difusión |
| | 1.8 Presentar el <u>Ante-proyecto del Programa Anual de Comunicación Social</u> a un Grupo de Trabajo, conformado por miembros de la Dirección de Vinculación y Difusión. | Subdirección de Difusión |
| | 1.9 ¿El <u>Ante-proyecto del Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? Si: Continuar en el paso: 1.10 No: Continuar en el paso: 1.11 | Subdirección de Difusión |
| | 1.10 Realizar los ajustes correspondientes, de acuerdo con las observaciones del Grupo de Trabajo. | Subdirección de Difusión |
| | 1.11 Elaborar el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> , con base en la estrategia aprobada por el Grupo de Trabajo de la Dirección de Vinculación y Difusión. | Subdirección de Difusión |
| | 1.12 Presentar el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> , a la Dirección de Vinculación y Difusión para su Vo. Bo. y autorización. | Subdirección de Difusión |
| | 1.13 ¿El <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? | Subdirección de Difusión |

| | | |
|-------------|--|---------------------------|
| | <p>Si: Continuar en el paso: 1.14 No: Continuar en el paso: 1.15</p> | |
| | 1.14 Realizar los ajustes correspondientes, de acuerdo con las observaciones del Dirección de Vinculación y Difusión. (5 días hábiles). | Subdirección de Difusión |
| | 1.15 Presentar el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> a la Dirección General del CONOCER para su conocimiento. | Subdirección de Difusión |
| | 1.16 Iniciar trámites para la gestión administrativa de adjudicación, conforme al procedimiento establecido en el Plan de Adjudicación, MAGAAS. | Subdirección de Difusión |
| 2.Ejecución | 2.1 Enviar el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> mediante el formato: Estrategia Anual de Comunicación Social (Crédito externo) a la Dirección de Comunicación Social de la SEP para su revisión y aprobación mediante el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.2 Recibir oficio de aprobación de la SEP . | Subdirección de Difusión |
| | 2.3 ¿El <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? No: Continuar en el paso: 2.5. Si: Continuar en el paso: 2.4. | Subdirección de Difusión |
| | 2.4 Realizar los ajustes al <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> , de acuerdo con las observaciones de la SEP. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.5 Enviar el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> a la Secretaría de Gobernación para su revisión y aprobación. | Subdirección de Difusión |

| | | |
|-------------|---|---------------------------|
| 2.Ejecución | 2.6 Recibir oficio de aprobación de SEGOB . | Subdirección de Difusión |
| | 2.7 ¿El <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? No: Continuar en el paso: 2.9. Si: Continuar en el paso: 2.8. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.8 Realizar los ajustes al Plan de acuerdo con las observaciones de SEGOB , (en su caso). | Subdirección de Difusión |
| | 2.9 Investigar y solicitar información a las agencias de publicidad o firmas consultoras con potencial para efectuar la(s) campaña(s) de comunicación, para posteriormente elegir la más adecuada. | Subdirección de Difusión |
| | 2.10 Recibir <i>briefs</i> o información general de las empresas (productos o servicios, clientes, ejemplos de campañas que hayan elaborado, etc.). Llevar a cabo reuniones para conocer a los miembros de las empresas y ver los trabajos que han hecho con anterioridad. Solicitar cotizaciones previas a las firmas consultoras. | Subdirección de Difusión |
| | 2.11 Recibir los sondeos de mercado y cotizaciones previas por parte de las firmas consultoras o agencias de publicidad para la realización de la campaña publicitaria. | Subdirección de Difusión |
| | 2.12 Elaborar un reporte de resultados del sondeo o investigación con la elección de las firmas consultoras o agencias de publicidad. | Subdirección de Difusión |
| | 2.13 Elaborar los Términos de Referencia OFICIALES, de cada uno de las campañas de comunicación del Plan, de acuerdo con lo establecido en el punto 1.4.8, así como de los estudios <i>pre-test</i> y <i>post-test</i> . | Subdirección de Difusión. |

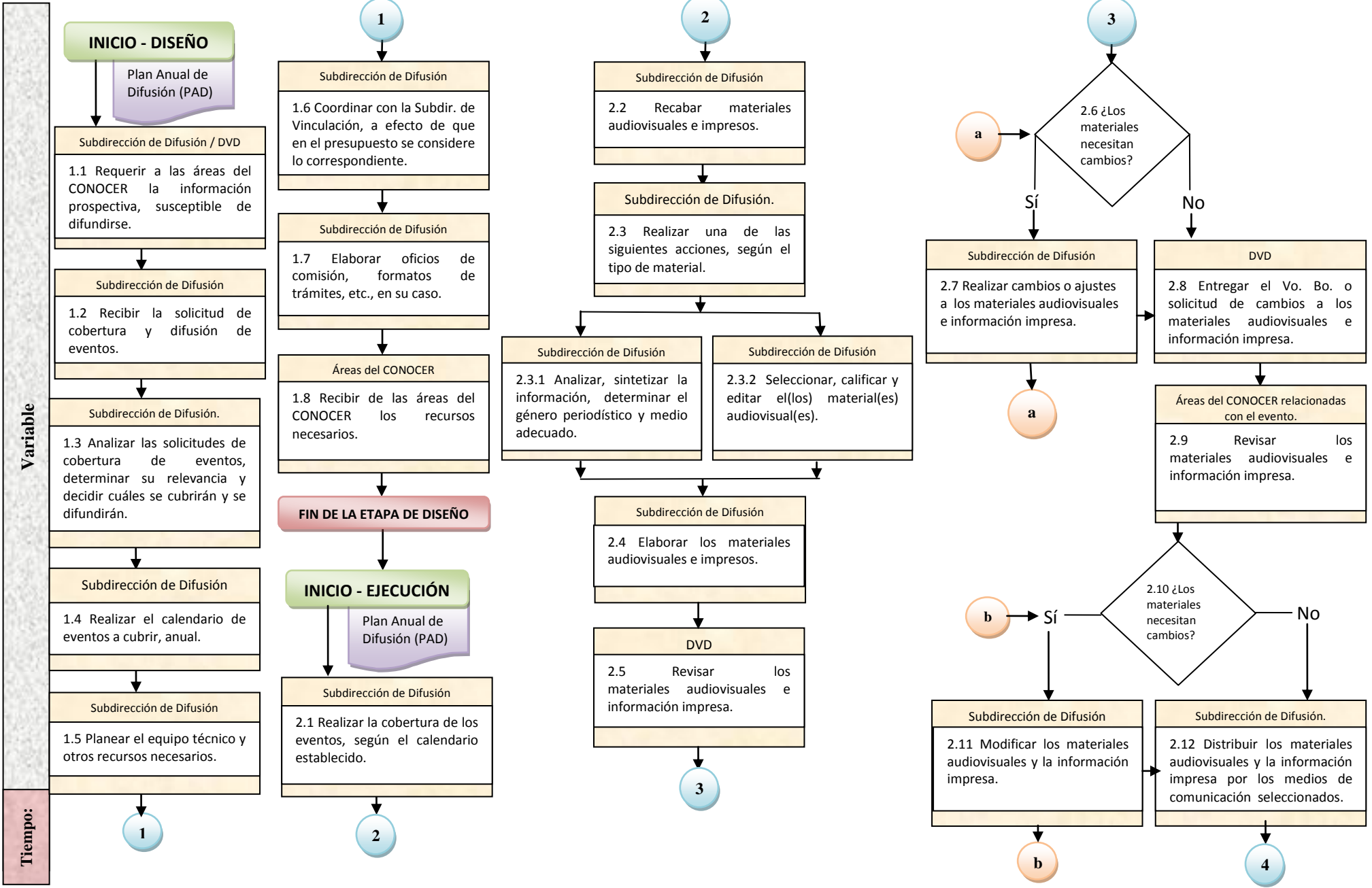
| | | |
|---------------|--|---|
| 2. Ejecución. | 2.14 Realizar gestiones necesarias entre el CONOCER y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) las para la adjudicación de la campaña publicitaria, conforme al procedimiento establecido. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.15 Recibir de la firma consultora o agencia de publicidad adjudicada, el plan y cronograma de trabajo donde se establezcan fechas de entrega de los materiales para dar el Vo. Bo. Realizar reunión con la firma consultora para definir los mensajes, ideas y conceptos creativos que serán el eje principal de la campaña. | Subdirección de Difusión / Firma consultora |
| | 2.16 Realizar reuniones de trabajo para revisar, evaluar y en su caso, solicitar modificaciones a los materiales entregados por la firma consultora adjudicada. | Subdirección de Difusión / Firma consultora |
| | 2.17 Recibir los materiales previos para su evaluación en el pre-test de la firma consultora adjudicada. | Subdirección de Difusión |
| | 2.18 Definir la prueba <i>pre-test</i> , es decir, una prueba piloto con un grupo de control y una metodología definida para evaluar la efectividad del mensaje que se requiere comunicar. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.19 Realizar reuniones de trabajo con el proveedor durante el estudio <i>pre-test</i> . | Subdirección de Difusión / Proveedor #1 |
| | 2.20 Recibir y aprobar los resultados finales del estudio <i>pre-test</i> . | Subdirección de Difusión |
| | 2.21 Entregar un informe a la Dirección de Vinculación y Difusión con los | Subdirección de Difusión |

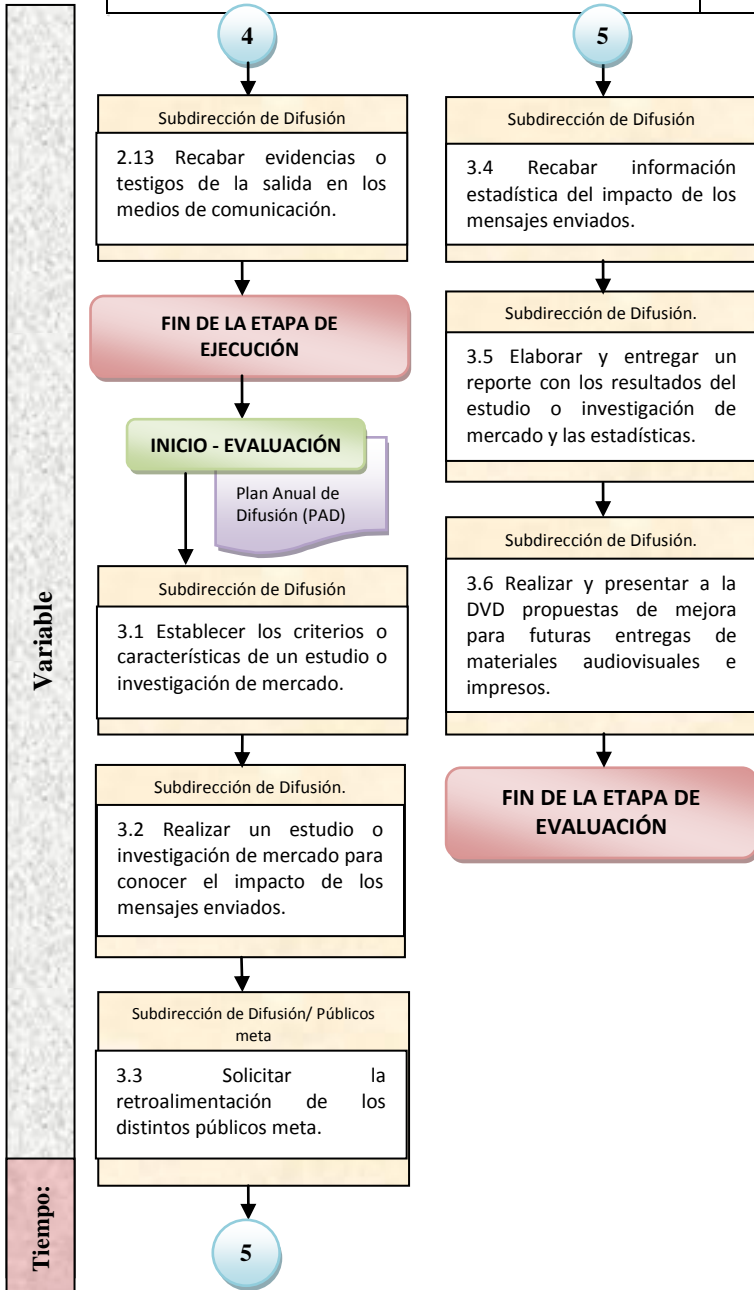
| | | |
|---------------|---|---------------------------|
| 2. Ejecución. | resultados del <i>pre-test</i> . | |
| | 2.22 Con base en los resultados del estudio pre-test, ¿el <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? No: Continuar en el paso: 2.24. Si: Continuar en el paso: 2.23 | Subdirección de Difusión |
| | 2.23 Solicitar las adecuaciones o modificaciones pertinentes a los materiales de la campaña publicitaria a la firma consultora. | Subdirección de Difusión |
| | 2.24 Recibir los materiales de la campaña publicitaria con cambios, en original y copias (conforme a lo establecido en los TDRs) por parte de la agencia de publicidad. | Subdirección de Difusión |
| | 2.25 Solicitar el Vo. Bo. de la imagen de los materiales a la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la Secretaría de Educación Pública (SEP). | Subdirección de Difusión. |
| | 2.26 ¿El <u>Programa Anual de Comunicación Social</u> requiere ajustes? No: requiere de modificaciones, pasar al punto: 2.28. Si: requiere de modificaciones, pasar al punto: 2.27. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.27 Llevar a cabo las modificaciones a los materiales de la campaña publicitaria, solicitadas por la DGSC de la SEP. | Subdirección de Difusión. |
| | 2.28 Recibir el Vo. Bo. de la DGCS de la SEP. | Subdirección de Difusión |
| | 2.29 Autorizar y solicitar la distribución de los materiales de la campaña publicitaria, de acuerdo con lo establecido en los Términos de Referencia y en el contrato firmado para su publicación. | Subdirección de Difusión |

| | | |
|---------------|--|--|
| 2. Ejecución. | 2.30 Enviar oficio a la Secretaría de Gobernación (SEGOB), informando que dará inicio la campaña publicitaria. | Dirección de Vinculación y Difusión |
| | 2.31 Implementar la campaña. Autorizar la salida de la campaña publicitaria en medios de comunicación, de acuerdo con lo establecido en los Términos de Referencia y en el contrato firmado. | Subdirección de Difusión |
| | 2.32 Realizar estudio de <i>tracking</i> para medir la efectividad durante la ejecución de la campaña (en su caso). | Subdirección de Difusión. |
| 3 Evaluación. | 3.1 Elaborar los Términos de Referencia del estudio <i>post-test</i> , para su subcontratación, conforme a lo establecido en el punto 1.4.8. | Subdirección de Difusión |
| | 3.2 Diseñar un <i>post-test</i> o investigación de mercado para medir la penetración de la campaña a nivel nacional y conocer si los ciudadanos recibieron o no los mensajes publicitarios correctamente, así como el grado de conocimiento acerca del CONOCER y la valoración que tienen del mismo. | Subdirección de Difusión |
| | 3.3 Subcontratar los servicios de una firma consultora para el estudio <i>post-test</i> , conforme al proceso de adjudicación directa. | Subdirección de Difusión |
| | 3.4 Realizar reuniones con el proveedor durante la elaboración del estudio. | Subdirección de Difusión./ Proveedor #2 |
| | 3.5 Recibir del proveedor un reporte con los resultados finales del estudio <i>post-test</i> . | Subdirección de Difusión. |
| | 3.6 Analizar el impacto de la campaña publicitaria respecto al grado de cumplimiento de los objetivos fijados, con base en los resultados finales del estudio <i>post-test</i> . | Subdirección de Difusión |
| 4 Evaluación. | | |

| | | |
|--|---|---------------------------------|
| | <p>3.7 Elaborar y entregar un reporte final con todos los resultados de la evaluación y las sugerencias de posibles mejoras para futuras campañas al Dirección de Vinculación y Difusión.</p> | <p>Subdirección de Difusión</p> |
| | <p>3.8 Elaborar oficios para enviar el estudio <i>post-test</i> a la Dirección General de Comunicación Social de la SEP.</p> | <p>Subdirección de Difusión</p> |

5.3 Diagrama de flujo del procedimiento B): Estrategias de Comunicación Externas Informativas.





| | | |
|---|---|-------------------------------|
|  | Manual de Comunicación y Difusión del Sistema Nacional de Competencias de las Personas | Código: V-COMDIF-MP-01 |
| | | Revisión : 1.0 |
| | | Página: 23 de 28 |

5.3.1 Descripción del procedimiento B): Diseñar, ejecutar y evaluar las Estrategias de Comunicación Externas Informativas.

Estrategia de ejecución o desarrollo del PAD del CONOCER. Las Estrategias de Comunicación Externas Informativas incluyen: la cobertura de eventos y la difusión de la información por los distintos medios o canales de comunicación seleccionados.

| Etapa | Actividad | Responsable |
|------------------|--|---------------------------------|
| 1. Diseño | 1.1 Requerir a las áreas del CONOCER la información prospectiva, susceptible de ser difundida (estudios de investigación de mercado por sector, eventos por la incorporación de nuevos Estándares de Competencia, nuevos Comités de Gestión por Competencia, firma de nuevos convenios de adhesión con estados, congresos, reuniones, talleres, etc.). | Subdirección de Difusión / DVD. |
| | 1.2 Recibir de las distintas áreas del CONOCER la solicitud de cobertura y difusión de eventos. | Subdirección de Difusión |
| | 1.3 Analizar las solicitudes de cobertura de eventos proporcionadas por las distintas áreas del CONOCER y determinar la relevancia de los eventos, a fin de elegir cuáles se cubrirán y cuáles serán difundidos por los distintos medios o canales de comunicación seleccionados. | Subdirección de Difusión |
| | 1.4 Realizar el calendario de eventos a cubrir (anual). | Subdirección de Difusión |
| | 1.5 Planear el equipo técnico (audiovisual, materiales gráficos, impresos) y otros recursos necesarios. | Subdirección de Difusión |
| | 1.6 Coordinar con la Subdirección de Vinculación, a efecto de que en el presupuesto se considere lo correspondiente. | Subdirección de Difusión |
| | 1.7 Elaborar oficios de comisión, formatos de trámites de viáticos, pasajes, entre otros, (en su caso). | Subdirección de Difusión |

| | | |
|--------------------|--|------------------------------------|
| | 1.8 Recibir de las áreas del CONOCER correspondientes los recursos necesarios para la cobertura de los eventos como: el equipo técnico, materiales gráficos, documentos con autorizaciones, viáticos, etc., (en su caso). | Áreas del CONOCER |
| 2.Ejecución | 2.1 Realizar la cobertura de los eventos, conforme al calendario establecido, que incluya: levantamiento de imágenes, audios, fotografías, entrega de discursos y presentaciones (en formatos .DOC, .PPT o .PDF), redacción de información. | Subdirección de Difusión |
| | 2.2 Recabar los materiales audiovisuales e impresos del evento. | Subdirección de Difusión |
| | 2.3 Llevar a cabo la siguiente acción, dependiendo del tipo de material: <ul style="list-style-type: none"> 2.3.1 Analizar y sintetizar la información para determinar el género periodístico a utilizar, así como el medio de comunicación adecuado para su difusión (ejemplos: página web del CONOCER, sala de prensa, correos electrónicos personalizados o masivos, entre otros). 2.3.2 Seleccionar, calificar y editar el (los) material(es) audiovisual(es) mediante el equipo de cómputo y el (los) programa(s) o software(s) necesario(s) (ejemplo, procesador de textos, edición de audio y video). | Subdirección de Difusión |
| | 2.4 Elaborar los materiales audiovisuales e impresos como: audios, videos, notas y artículos informativos, entrevistas escritas, mensajes para las redes sociales, entre otros. | Subdirección de Difusión |
| | 2.5 Revisar los materiales audiovisuales e información impresa. | Director de Vinculación y Difusión |
| | 2.6 ¿Los materiales necesitan cambios? Sí necesita cambios: Pasar al punto: 2.7. No necesita cambios: Pasar al punto: 2.8. | Subdirección de Difusión |
| | 2.7 Realizar cambios o ajustes a los materiales audiovisuales e información impresa. | Subdirección de Difusión |

| | | |
|---------------------|---|---|
| | 2.8 Entregar el Vo. Bo. o en su caso, solicitud de cambios o ajustes de materiales audiovisuales e información impresa. | Dirección de Vinculación y Difusión. |
| | 2.9 Revisar los materiales audiovisuales e información impresa. | Áreas del CONOCER relacionadas con la cobertura del evento. |
| | 2.10 ¿Los materiales necesitan cambios? Sí necesitan cambios: Pasar al punto: 2.11. No necesitan cambios: Pasar al punto: 2.12. | Subdirección de Difusión |
| | 2.11 Modificar los materiales audiovisuales y la información impresa. | Subdirección de Difusión |
| | 2.12 Distribuir la información y los materiales creados por los distintos canales o medios de comunicación seleccionados, de acuerdo con las características del propio material e información generada. Ejemplos: página web del CONOCER, sección de "Sala de prensa" de la página web, redes sociales: Facebook y Twitter, boletines de prensa, informes para el boletín electrónico interno, correos electrónicos personalizados o masivos, entre otros. | Subdirección de Difusión |
| | 2.13 Recabar evidencias o "testigos" de la producción, puesta en pantalla y/o impresión de los materiales audiovisuales e información. Guardar las evidencias en carpetas (formato impreso) o en otros formatos electrónicos (disco duro de la computadora, base de datos, en la página web del CONOCER y en la sala de prensa, etc.). | Subdirección de Difusión |
| 3.Evaluación | 3.1 Establecer los criterios o características de un estudio o investigación de mercado. | Subdirección de Difusión |
| | 3.2 Realizar un estudio o investigación de mercado para conocer si los distintos públicos meta a los que fueron dirigidos los materiales audiovisuales y la información impresa recibieron o no los mensajes, así como el grado de conocimiento acerca de las actividades del CONOCER y la valoración que tienen de la información enviada (si fue útil o no, suficiente, etc.). | Subdirección de Difusión |

| | | |
|---------------------|--|--|
| 3.Evaluación | 3.3 Solicitar la retroalimentación de los distintos públicos meta para saber en qué se puede mejorar para las futuras entregas de información y materiales audiovisuales. Ejemplos de retroalimentación: carta, correos electrónicos o comentarios verbales de sugerencias o áreas de oportunidad, sondeo con los distintos públicos. | Subdirección de Difusión. / Públicos meta. |
| | 3.4 Recabar información estadística que muestre la efectividad e impacto de los mensajes enviados (ejemplos: número de visitas a una página web, número de descargas y vistas de audios y videos, número de vistas de una fotografía y de una publicación, entre otras), con las empresas de redes sociales y de la página web. | Subdirección de Difusión |
| | 3.5 Elaborar y entregar un reporte final con los resultados del estudio o investigación de mercado, así como de las estadísticas a la Dirección de Vinculación y Difusión para su conocimiento. Hacer un análisis, con base en la retroalimentación de los públicos meta y la información estadística, acerca de la posición que tiene el CONOCER en cuanto a su difusión y conocimiento por parte de los públicos objetivo. | Subdirección de Difusión |
| | 3.6 Realizar y presentar a la Dirección de Vinculación y Difusión las propuestas de mejora para futuras entregas de materiales audiovisuales e información impresa. | Subdirección de Difusión |

| | | |
|---|---|-------------------------------|
|  | Manual de Comunicación y Difusión del Sistema Nacional de Competencias de las Personas | Código: V-COMDIF-MP-01 |
| | | Revisión : 1.0 |
| | | Página: 27 de 28 |

6. FUNDAMENTO LEGAL:

| Documento | Código |
|--|--------|
| REGLAS Generales y criterios para la integración y operación del Sistema Nacional de Competencias, publicadas en el Diario de la Federación el 27 de noviembre de 2009 | NA |

7. REGISTROS:

| Registros | Tiempo de conservación | Responsable de conservarlo | Código de registro o identificación única |
|-------------------------------------|------------------------|---|---|
| Plan Anual de Difusión del CONOCER. | Un año | <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Vinculación y Difusión Subdirección de Difusión | |

8. GLOSARIO:

| | |
|-----------------|--|
| CONOCER | Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. |
| PEI | Plan Estratégico Institucional. |
| PAD | Plan Anual de Difusión. |
| PACS | Programa Anual de Comunicación Social. |
| ECEI | Estrategias de Comunicación Externas Informativas. |
| SIMD | Subdirección de Difusión. |
| DVD | Dirección de Vinculación y Difusión. |
| USUARIOS | Trabajadores del sector privado o del sector público, trabajadores independientes y de los oficios, empresarios, organizaciones sindicales, empresas, asociaciones empresariales, industriales o comerciales, instituciones públicas o privadas, organizaciones sociales y cualquier otra persona física o moral que puede acceder al Sistema Nacional de Competencias, y potencialmente obtener sus beneficios. |

9. ANEXOS:

No aplica.

10. CONTROL DE CAMBIOS:

| Número de revisión | Fecha de actualización | Descripción del cambio |
|--------------------|------------------------|------------------------|
| N/A | N/A | N/A |

| CONTROL DE EMISIÓN | | | |
|---------------------------|--|---|---|
| | Elaboró | Revisó | Autorizó |
| Nombre | Aída Angélica Ulloa Santacruz Subdirección de Difusión | Alfredo Garza Ramírez Dirección de Vinculación y Difusión | Alfredo Garza Ramírez Dirección de Vinculación y Difusión |
| Firma | | | |
| Fecha | 15 de diciembre de 2011 | 19 de diciembre de 2011 | 19 de diciembre de 2011 |

Sergio García Bullé García

Director General del CONOCER

A ____ de junio de 2012