

 RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO 2024 - 2030	FIDEICOMISO GARANTE DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE YUCATÁN Dirección de Comunicación y Medios	
Código PR-DCM-05 R00	Fecha de emisión 25/09/2025	Fecha de actualización No Aplica
Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen		

ÍNDICE

Página

I.	OBJETIVO	2
II.	ALCANCE	2
III.	FUNDAMENTO LEGAL	2
IV.	DEFINICIONES	2
V.	DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO	2
VI.	INDICADOR	3
VII.	ANEXOS	4
VIII.	CONTROL DE CAMBIOS	4
IX.	FIRMA DE AUTORIZACIÓN DEL DOCUMENTO	4



“La información contenida en el presente documento es responsabilidad de la Dependencia/Entidad que lo genera.”

 RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO 2024 - 2030	FIDEICOMISO GARANTE DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE YUCATÁN Dirección de Comunicación y Medios	
Código PR-DCM-05 R00	Fecha de emisión 25/09/2025	Fecha de actualización No Aplica
Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen		

I. OBJETIVO

Establecer las actividades necesarias para diseñar campañas e imagen de la Entidad, con la finalidad de unificar criterios y estandarizar su aplicación.

II. ALCANCE

Aplica al personal adscrito a la Dirección de Comunicación y Medios del Fideicomiso Garante de la Orquesta Sinfónica de Yucatán.

III. FUNDAMENTO LEGAL

Ámbito Federal

Artículo 4 y 6, apartado A, fracción I; de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículo 17, fracción IX; de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.

Ámbito Estatal

Artículo 26, fracción IX; de la Ley para la Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Yucatán.

Artículo 16, fracción IV; del Estatuto Orgánico del Fideicomiso Garante de la Orquesta Sinfónica de Yucatán.

Artículo 15, fracción III; Artículo 25, fracción I; Artículo 30 y 31; de los Lineamientos para la Implementación del Sistema de Control Interno Institucional en las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Estatal.

IV. DEFINICIONES

Banner: Formato publicitario de la OSY o sus eventos en internet.

Pleca: Barra vertical que suele ponerse al final del banner, slide o de la misma página web.

Slides: Diapositiva de un evento o campaña específica de la OSY.

V. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Directora / Director de Comunicación y Medios

1. Solicita al Diseñador (a), el diseño de la misma a través del F-PR-DCI-01 BRIEF (Campañas de Comunicación) por medio de reunión, correo electrónico o llamada telefónica.

Diseñadora / Diseñador

2. Recibe la solicitud de diseño de campaña.
3. Realiza la propuesta de imagen de campaña de acuerdo a las especificaciones técnicas requeridas en el F-PR-DCI-01 BRIEF (Campañas de Comunicación).
4. Entrega la propuesta de imagen de campaña al Director (a) de Comunicación y Medios para su aprobación.

"La información contenida en el presente documento es responsabilidad de la Dependencia/Entidad que lo genera."

 RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO 2024 - 2030	FIDEICOMISO GARANTE DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE YUCATÁN Dirección de Comunicación y Medios	
Código PR-DCM-05 R00	Fecha de emisión 25/09/2025	Fecha de actualización No Aplica
Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen		

Directora / Director de Comunicación y Medios

5. Recibe propuesta de campaña.
6. Revisa, valida o aprueba la propuesta de campaña y solicita los cambios pertinentes al Diseñador (a) de ser necesario.
7. Presenta propuesta final de campaña al Director (a) General y realiza las modificaciones que él pueda sugerir, en caso de haberlas.
8. Solicita al Diseñador (a) que realice las aplicaciones gráficas de la campaña y que las entregue de manera digital al Jefe(a) de Producción Audiovisual.

Diseñadora / Diseñador

9. Realiza todas las aplicaciones gráficas de la campaña.
10. Realiza las aplicaciones gráficas para imprenta, folletos, cuadernillos y envía a la imprenta los archivos con copia al Director (a) de Comunicación y Medios para su conocimiento.
11. Recaba firma del Director (a) de Comunicación y Medios de que recibió correctamente la información, mediante F-PR-DCI-02 Check list de campañas publicitarias.
12. Entrega de manera digital todos los elementos de campaña para redes sociales al Jefe (a) de Producción Audiovisual para su publicación.

Jefa / Jefe de Producción Audiovisual

13. Publica los elementos de campaña en redes sociales.
14. Habilita el banner en el sitio web oficial de la Orquesta Sinfónica de Yucatán, ocupa el espacio de la página de inicio y un lugar de los slides; esta actividad se realiza al día siguiente del concierto inmediato anterior.
15. Sustituye los diseños anteriores en el sitio web y habilita una pleca que diga "Próximo Concierto", al día siguiente del concierto inmediato anterior.
16. Elabora videos promocionales y edita los spots de radio haciendo uso del material de la campaña autorizada.

Nota: Informa de manera verbal al Director (a) de Comunicación y Medios de todas las acciones que se realicen.

Fin del procedimiento.

VI. INDICADOR

Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Periodicidad	Meta
Número de campañas publicitarias realizadas	(Número de campañas publicitarias diseñadas/ número de campañas requeridas por la entidad)*100	Porcentaje	Temporada	90%



"La información contenida en el presente documento es responsabilidad de la Dependencia/Entidad que lo genera."

 RENACIMIENTO MAYA YUCATÁN GOBIERNO DEL ESTADO 2024 - 2030	FIDEICOMISO GARANTE DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE YUCATÁN Dirección de Comunicación y Medios	
Código PR-DCM-05 R00	Fecha de emisión 25/09/2025	Fecha de actualización No Aplica
Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen		

VII. ANEXOS

Código	Nombre del anexo	Ubicación	AT*	AC*	PTC*	Disposición final
No aplica	Diagrama de Flujo del Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen	DCM	Indefinido	2 años	2 años	Archivo Histórico
F-PR-DCI-01	Formato BRIEF (Campañas de Comunicación)	DCM	2 años	4 años	6 años	Archivo Histórico
F-PR-DCI-02	Check list de Campañas Publicitarias	DCM	2 años	4 años	6 años	Archivo Histórico

*AT= Archivo de trámite; AC= Archivo de concentración; PTC= Plazo total de conservación.

VIII. CONTROL DE CAMBIOS

Fecha	Número de revisión	Actividad
25/09/2025	00	Generación del Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen.

IX. FIRMA DE AUTORIZACIÓN DEL DOCUMENTO

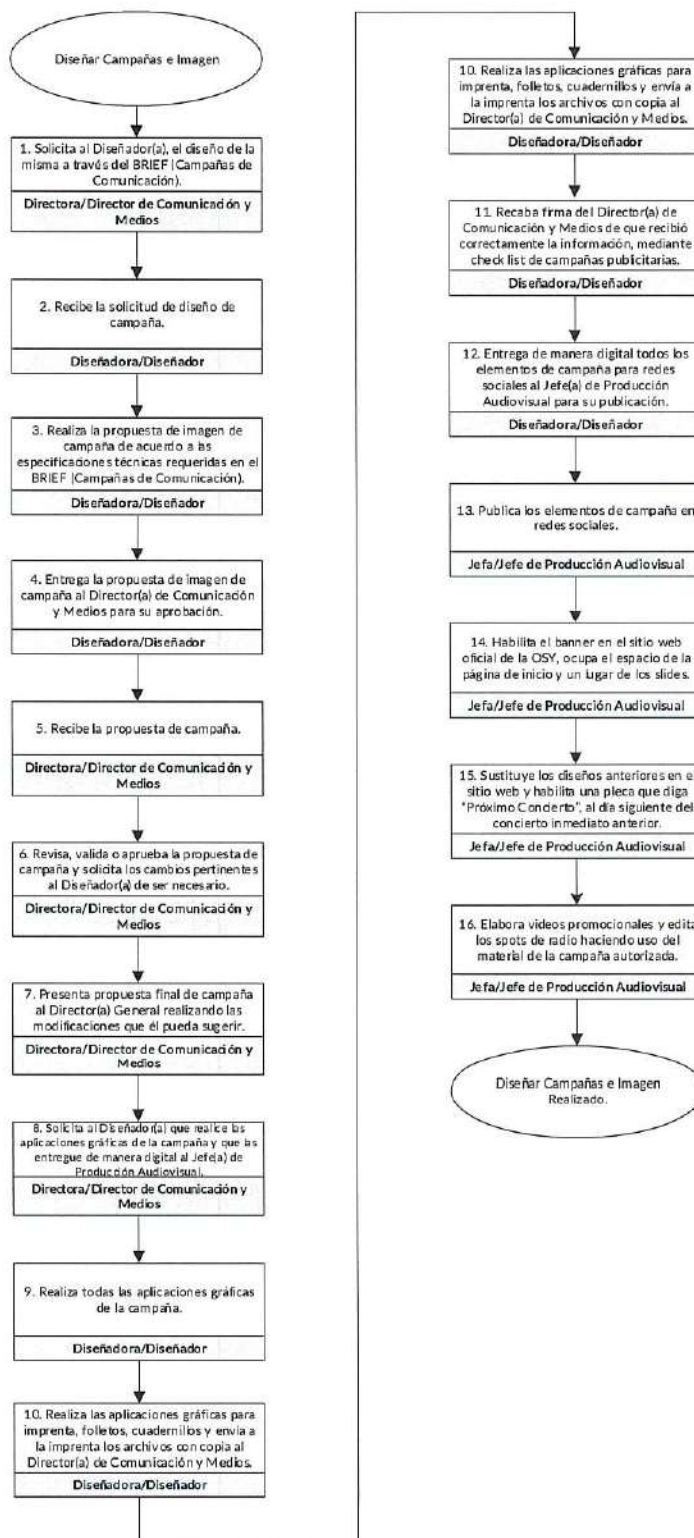
Autorizó



Lic. Sally Yolanda Avilez Briceño
Directora de Comunicación y Medios

“La información contenida en el presente documento es responsabilidad de la Dependencia/Entidad que lo genera.”

Diagrama de Flujo del Procedimiento para Diseñar Campañas e Imagen



BRIEF (Campañas de Comunicación)

	INFORMACIÓN
NOMBRE DE LA CAMPAÑA 1	
OBJETIVO 2	
FECHA SOLICITADA 3	
FECHA DE ENTREGA 4	
TARGET 5	
SITUACIÓN ACTUAL 6	
PRODUCTO O SERVICIO (Valor añadido, características) 7	
PRECIO 8	
COMPETENCIA (Si la hay) 9	
CANALES DE COMUNICACIÓN (aplicaciones de campaña) 10	
TIEMPO (Duración de la campaña) 11	
INFORMACIÓN ADICIONAL 12	

Elaboró: **13**_____

Firma: **14**_____



BRIEF (Campañas de Comunicación)

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	Descripción
1.	Nombre de la campaña que se solicita.
2.	Objetivo de la campaña o lo que se desea lograr con ella.
3.	Fecha en la que se solicita la campaña.
4.	Fecha en la que se requiere se entregue la primera propuesta de imagen.
5.	Público al que va dirigida la campaña. Se deberá de colocar el nivel socioeconómico al que se dirige: AB, C+, C, D+ o E.
6.	Breve descripción de la situación del producto o servicio si lo hay al momento de solicitar la campaña. Si es producto o servicio nuevo se deberá agregar la frase: DE NUEVA CREACIÓN.
7.	Características a tomar en cuenta del producto o servicio sobre el que se trabajará o creará.
8.	Colocar el precio del productor si lo tendrá o la frase "No Aplica" en caso de no existir.
9.	Nombre de la competencia si la hay o la frase "No Aplica" si no existiera.
10.	Lista de canales de comunicación en los que se difundirá la campaña o aplicaciones que se utilizarán para la misma.
11.	Tiempo en el que se llevará a cabo la campaña.
12.	Información que se considera relevante o se deberá tomar en cuenta para su realización.
13.	Nombre de la persona que lo elaboró.
14.	Firma de la persona que lo elaboró.



Check List de Campañas Publicitarias

Temporada: **1**_____

Programa: **2**_____

Fecha de entrega: **3**_____

Fecha del concierto: **4**_____

Concepto	Estado	Enviado al Director de Comunicación y Medios	Enviado al Proveedor
Postal Facebook	5	6	7
Postal Instagram	5	6	7
Lona Programa	5	6	7
Programa de mano	5	6	7
Postal Mailchimp	5	6	7
Imagen de Página web	5	6	7
Inserciones prensa	5	6	7
Postal "Así suena" Facebook e instagram	5	6	7
Comunicado de prensa	5	6	7
Postal "Hoy" Facebook e instagram	5	6	7

Elaboró: **8**_____

Firma: **9**_____



Check List de Campañas Publicitarias

INSTRUCTIVO DE LLENADO

No.	Descripción
1.	Número temporada en curso.
2.	Número del programa en curso de la temporada.
3.	Fecha de entrega de la autorización.
4.	Fecha de realización del concierto.
5.	Estado de terminación en el cual se encuentra la actividad.
6.	Envío del producto final al Director(a) de Comunicación y Medios.
7.	Envío del producto final al proveedor para su publicación (puede o no aplicar al concepto).
8.	Nombre de quien recabó todo el recopilado.
9.	Firma de quien recopiló todo el cuadernillo.

