 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		1	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03


**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

FIRMAS


REVISÓ: JORGE EDUARDO MIRELES RODRÍGUEZ  
 GERENTE DE RELACIONES PÚBLICAS




QUINTÍN RUIZ DURÁN  
 DIRECTOR DE MARCAS MELATE Y REVANCHA Y  
 ENCARGADO DE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE  
 MERCADOTECNIA



AUTORIZÓ: RAUL GALINDO QUIÑONEZ  
 SUBDIRECTOR GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES





	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		2	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

## ÍNDICE

I.	Objetivo	3
II.	Alcance	3
III.	Fundamento Jurídico y Referencias Normativas	3
IV.	Políticas	3
V.	Descripción de las Actividades	6
VI.	Diagrama de Flujo	8
VII.	Plan de Calidad	9
VIII.	Control de Cambios	11
IX.	Glosario	12
X.	Anexos	12

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	<b>ÁREA EMISORA:</b>		<b>HOJA No.</b>	<b>DE</b>
	<b>SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES</b>		<b>3</b>	<b>12</b>
	<b>CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10</b>		<b>TIPO: PÚBLICO</b>	
	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	<b>MAYO 2010</b>	<b>NIVEL DE REVISIÓN</b>	<b>03</b>

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

## I. OBJETIVO

Establecer las actividades de comunicación en las redes sociales, su interacción y desarrollo, entre Pronósticos para la Asistencia Pública (Pronósticos) y sus grupos de interés; con el propósito de maximizar el potencial de difusión de información de la Institución.

## II. ALCANCE

Este instructivo inicia con la administración de las redes sociales en Pronósticos, mediante la planeación y creación de una estrategia digital y hasta la generación de reportes.

## III. FUNDAMENTO JURÍDICO Y REFERENCIAS NORMATIVAS

### Fundamento Jurídico


- Manual General de Organización.

### Referencias Normativas

- ISO 9001: Sistemas de Gestión de Calidad – Requisitos.
- ISO/IEC 27001: Sistemas de Gestión de Seguridad de la Información - Requerimientos.
- WLA-SCS: Estándar de Control de la Seguridad de la WLA.
- ISO 22301: Sistema Gestión de la Continuidad del Negocio y Seguridad Social-Requisitos.
- Marco de certificación de Responsabilidad Social Corporativa y Gestión Responsable del Juego de la Corporación Iberoamericana de Loterías y Apuestas de Estado (CIBELAE).


## IV. POLÍTICAS

1. El uso de las redes sociales, se apegará a lo dispuesto en el Sistema de Gestión de Seguridad de la Información establecido en Pronósticos.
2. Las principales redes sociales, utilizadas por Pronósticos para mantener comunicación con sus grupos de interés son: Facebook, Twitter, You Tube e Instagram.
3. Las redes sociales se transforman constantemente, y por ello su propósito evoluciona de acuerdo a ellas y sus consumidores. En la actualidad Pronósticos a través de la Gerencia de Relaciones Públicas utiliza las redes sociales de la siguiente manera:
  - Fan Page Facebook Pronósticos: Es la página principal en la que se tiene un panorama completo de la información, los sorteos en vivo y resultados al momento.
  - Fan page Facebook Melate: Página especializada en la marca Melate, enfocada principalmente en dicho sorteo y su versión de Melate Retro.
  - Fan page Facebook Progol: Página especializada en las marcas deportivas de Pronósticos, con contenidos acordes a las quinielas semanales.

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	<b>ÁREA EMISORA:</b>		<b>HOJA No.</b>	<b>DE</b>
	<b>SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES</b>		<b>4</b>	<b>12</b>
	<b>CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10</b>		<b>TIPO: PÚBLICO</b>	
	<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	<b>MAYO 2010</b>	<b>NIVEL DE REVISIÓN</b>	<b>03</b>

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

- Twitter Pronósticos: Cuenta que busca informar sobre los detalles más importantes de la marca, sus sorteos en vivo y resultados.
  - YouTube Pronósticos TV: Enfocada en los sorteos en vivo que quedan de testigos en la videoteca, y almacén de tutoriales y campañas publicitarias anuales. Respecto a las campañas publicitarias deberán ser verificadas en tiempos con la Subdirección General de Mercadotecnia para conocer su tiempo de vigencia para ser públicas y en qué momento deberán ser puestas en modo privado por cuestiones de derechos. Las campañas no serán eliminadas, pues quedarán como referencia, pero si serán puestas en modo privado.
  - Instagram Pronósticos: Una muestra más íntima a la marca pronósticos. Con fotografías de los trabajadores, de datos importantes, videos cortos de eventos trascendentes, la intención de esta red es transparentar a la Institución y hacerla cercana a la gente.
4. El Gerente de Relaciones Públicas es el encargado de definir los objetivos y planear la estrategia digital a seguir en base al análisis mensual de estadísticas en resultados de redes sociales. Realizará una programación calendarizada mensual con contenidos a ser publicados. Tanto la programación como los contenidos serán entregados por el Gerente a los encargados de realizar las publicaciones diariamente.
  5. Para la realización de materiales gráficos la Gerencia de Relaciones Publicas se apoyará en el área de Diseño de la Institución, perteneciente a la Subdirección General de Mercadotecnia.
  6. La transmisión en vivo de los sorteos, vía redes sociales, la solicita la Subdirección General de Mercadotecnia a través de la Subdirección de Concursos y Sorteos al proveedor del servicio de grabación y transmisión de los sorteos, la decisión de las redes sociales a utilizar y las estrategias, se realizarán en común acuerdo con la Gerencia de Relaciones Públicas.
  7. En caso de que alguna publicación realizada por Pronósticos sea equivocada o contenga información dañina, o que, de forma externa, exista alguna tendencia en crecimiento en redes que pueda afectar la imagen o reputación de la Institución, cualquier integrante de la Gerencia de Relaciones Públicas que la detecte deberá notificar a su superior inmediato y el Gerente al mando revisará con las áreas afectadas la mejor manera de solucionar la crisis. Luego de ello se realizará un reporte detallado sobre lo sucedido el cual será entregado a la Subdirección General de Servicios Comerciales y a las áreas que esa Subdirección considere necesario.
  8. Cada mes la Gerencia de Relaciones Públicas realizará un reporte con las estadísticas de cada red social de forma clara, mediante datos y gráficas, en dónde se pueda ver la evolución de cada una de las redes sociales de la Institución. Dicho reporte será entregado al Subdirector General de Servicios Comerciales quién a su vez lo entregará a la Dirección General.
  9. La Gerencia de Relaciones Públicas podrá realizar reportes especiales sobre algún hecho en específico que suceda en redes sociales de Pronósticos mediante la solicitud del interesado vía correo electrónico u oficio en dónde especifique sus necesidades. Dicha

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		5	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

petición será atendida en máximo 5 días hábiles de acuerdo a la magnitud de la solicitud y a la información disponible en las herramientas de redes sociales.

10. La atención de las solicitudes de información a través de las redes sociales, es responsabilidad de la Gerencia de Relaciones Públicas.

11. El personal responsable de atender las redes sociales, debe publicar y monitorear permanentemente el comportamiento de usuarios durante sus labores, y realizar diariamente un reporte en donde se muestre las publicaciones realizadas y en caso de haber alguna incidencia, reportarla. Dicho reporte será enviado a la Gerencia de Relaciones Públicas vía correo electrónico al término de su jornada laboral.

12. La información que se difundirá o promoverá a través de las redes sociales es:


- Resultados de los sorteos en cada una de las redes sociales.
- Transmisiones en vivo de los sorteos.
- Fotos de los sorteos.
- Responder a las dudas de los usuarios mediante mensajes directos.
- Responder a las dudas en tiempo real de los usuarios mediante el chat.
- Invitar a los seguidores y/o visitantes a presenciar los sorteos y/o seguirlos en línea.
- Publicar notas con información relevante de Pronósticos.
- Acciones realizadas por Pronósticos en materia de Juego Responsable.

Este último punto, debe contar con el Vo. Bo. de la Subdirección General de Mercadotecnia.

13. La información que está prohibida difundir a través de las redes sociales son:

- Información personal sobre ganadores.
- Información sobre estrategias comerciales.
- Toda aquella información que pudiera poner en riesgo la operación de Pronósticos.
- Seguidores y/o visitantes que utilicen las redes sociales de Pronósticos para sus intereses comerciales o para agredir a otros usuarios, se bloquearán.


14. Para evitar actos de corrupción, y con la finalidad de optimizar las tareas bajo las que se encuentra sujeta la operación de la Subdirección General de Servicios Comerciales, a través de la Gerencia de Relaciones Públicas, se establece que cualquier persona involucrada en alguna de las etapas anteriormente descritas sin importar el nivel jerárquico al que pertenezca, podrá denunciar cualquier acto de corrupción del que tenga conocimiento en la aplicación del presente procedimiento, el cual deberá notificarlo a las instancias correspondientes de Pronósticos. **Ver SAF-PRO-44 Procedimiento para la Recepción y Protocolo de la Atención de Quejas y Denuncias.**

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	ÁREA EMISORA:	HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES	6	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10	TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN

NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

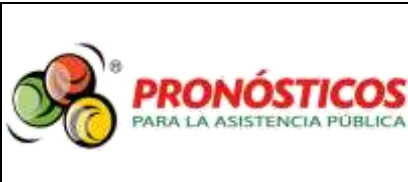
## V. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	REGISTRO
1. GERENTE DE RELACIONES PÚBLICAS/ COORDINADORES DE REDES SOCIALES	1.1	Difunde los concursos y sorteos, así como información relevante de cada uno, invitando a los usuarios de redes sociales a presenciar y asistir a los mismos.
	1.2	Identifica la información autorizada a difundir o promover: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsa acumulada: Melate – Revancha – Revanchita.</li> <li>• Resultados de los concursos y sorteos de Pronósticos.</li> <li>• Publicaciones sobre los concursos y sorteos.</li> <li>• Videos de información relevante sobre los concursos y sorteos.</li> <li>• Notas de interés con información relevante de los concursos y sorteos de Pronósticos.</li> <li>• Invitaciones para formar parte de las redes sociales de Pronósticos.</li> <li>• Difundir mensajes en materia de Juego Responsable.</li> </ul>
	1.3	Identifica información a actualizar para ser promovida. <b>Ver Plan de Calidad.</b>  <b>¿La información es correcta?</b>
	1.4	<b>No.-</b> Reporta al área encargada de revisar y emitir la información para su corrección. Regresa a la actividad 1.2
	1.5	<b>Si.-</b> Publica las actualizaciones a través de la computadora asignada al administrador.
	1.6	Identifica la imagen de perfil de cada red social.

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	ÁREA EMISORA:	HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES	7	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10	TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN

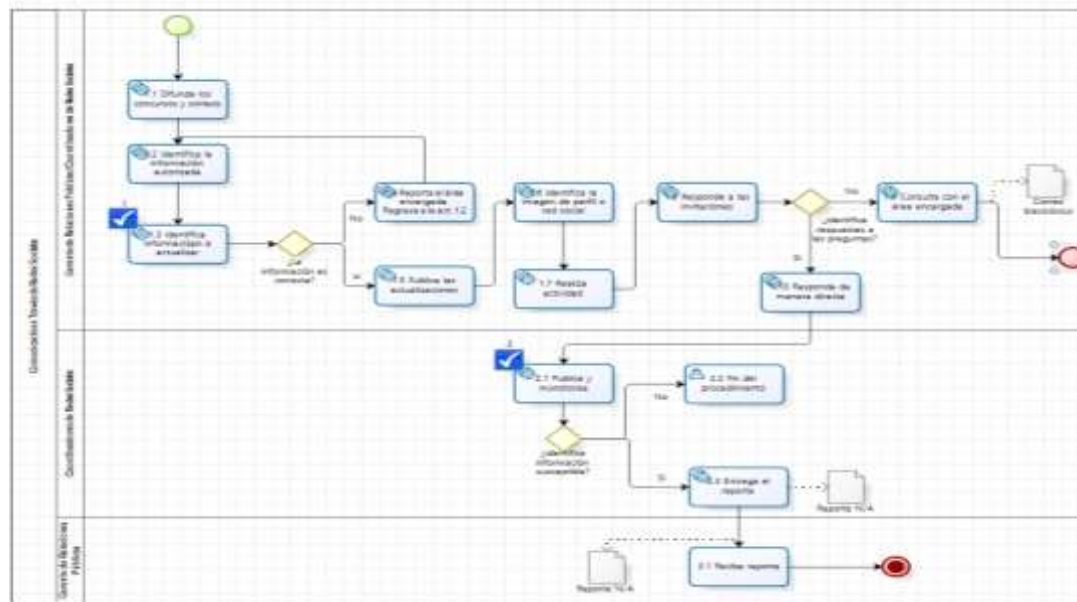
**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	REGISTRO
2. COORDINADORES DE REDES SOCIALES	1.7 Realiza actividad de promoción, difusión e información que incentive la participación en los concursos y sorteos de acuerdo a la imagen de perfil de cada red social.	CORREO ELECTRÓNICO
	1.8 Responde a las invitaciones de amistad de los usuarios interesados en Pronósticos y a las preguntas realizadas por los usuarios mediante mensajes directos o publicaciones en el muro.  <b>¿Identifica respuestas a las preguntas?</b>	
	1.9 <b>No.-</b> Consulta con el área encargada de la información solicitada para dar respuesta al usuario.	
	1.10 <b>Si.-</b> Responde de manera directa la pregunta.	
	2.1 Publica y monitorea de forma permanente el comportamiento de usuarios de redes sociales, buscando detectar la información que pudiera generar una oportunidad o un riesgo para la institución y generar un reporte diario. <b>Ver Plan de Calidad.</b>  <b>¿Identifica información susceptible?</b>	
3. GERENTE DE RELACIONES PÚBLICAS	2.2 <b>No.-</b> Fin del instructivo.	REPORTE. N/A
	2.3 <b>Si.-</b> Entrega el reporte al responsable de área para su atención.	
	3.1 Recibe reporte, analiza y determina acciones a realizar.	
<b>Fin del instructivo</b>		

	ÁREA EMISORA:	HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES	8	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10	TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN

NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES


## VI. DIAGRAMA DE FLUJO



Ver archivo del diagrama de flujo






	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		9	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES


## VII. PLAN DE CALIDAD

No	ACTIVIDADES	RESPONSABLE DE LA VERIFICACIÓN	FRECUENCIA DE VERIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA A VERIFICAR	CRITERIO DE ACEPTACIÓN	REGISTRO	PLAN DE ACCIÓN ANTE SITUACIONES NO CONFORMES
1	Identifica información a actualizar para ser promovida.	Gerente de Relaciones Públicas y Coordinadores de Redes Sociales.	Permanente.	<p><b>Oportunidad:</b> Ideas sobre nuevos productos, o mejoras a los ya existentes, publicaciones, canales de venta, inquietudes, entre otros.</p> <p><b>Riesgos:</b> Información confidencial de los productos, de los ganadores, estrategias de mercado, información sobre nuevos producto antes de su salida al mercado, comentarios ofensivos, comentarios en contra de la institución.</p>	Que la información recibida pueda ser una oportunidad o ser un riesgo.	Reporte.	Informa al Gerente de área.

	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		10	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**


No	ACTIVIDADES	RESPONSABLE DE LA VERIFICACIÓN	FRECUENCIA DE VERIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA A VERIFICAR	CRITERIO DE ACEPTACIÓN	REGISTRO	PLAN DE ACCIÓN ANTE SITUACIONES NO CONFORMES
2	Publica y monitorea de forma permanente el comportamiento de usuarios de redes sociales, buscando detectar la información que pudiera generar una oportunidad o un riesgo para la institución y generar un reporte diario.	Coordinadores de Redes Sociales.	Permanente.	<p><b>Oportunidad:</b> Ideas sobre nuevos productos, o mejoras a los ya existentes, publicaciones, canales de venta, inquietudes, entre otros.</p> <p><b>Riesgos:</b> Información confidencial de los productos, de los ganadores, estrategias de mercado, información sobre nuevos producto antes de su salida al mercado, comentarios ofensivos, comentarios en contra de la institución.</p>	Que la información recibida pueda ser una oportunidad o ser un riesgo.	Reporte.	Informa al Gerente de área.

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	<b>ÁREA EMISORA:</b>		<b>HOJA No.</b>	<b>DE</b>
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		11	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

**NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

## VIII. CONTROL DE CAMBIOS

REVISIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FECHA
00	Creación del documento	Mayo 2010
01	Cambio en el alcance, antes: “Desde la creación de blogs en la WEB institucional hasta la creación de reportes”, ahora dice: “De la administración de las redes sociales en Pronósticos hasta la generación de reportes”; se eliminó la política 5, se agregaron las actividades 2.2, 2.3 y 3.1; cambio de área responsable de revisión antes Gerencia de Consultoría y desarrollo ahora Gerencia de Administración de Proyectos, y se incluyó para firma a la Dirección de Innovación, Supervisión y Proyectos.	Mayo 2011
02	Se actualizaron los responsables de firmar el documento, quedando como responsable de revisar el Gerente de Relaciones Públicas y como responsable de autorizar el Subdirector General de Servicios Comerciales, se actualizó el Índice. Se modificó el Objetivo y el Alcance del documento. Se incluyó el Fundamento Jurídico y se actualizó la versión de las Normas. Cambió la numeración y se modificaron las políticas 3 (actual 2), 4 (actual 3), 5 (actual 4), 6 (actual 5), 7 (actual 6), 8 (actual 7) y 9 (actual 8). Se eliminó la política 2. Se modificaron las actividades 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.7, 1.8, 1.9, y 2.1. Se actualizó el Diagrama de Flujo de acuerdo a las actividades; se cambió la numeración y se modificó el Plan de Calidad 1 (actual 2) y se adicionó el Plan de Calidad 1. Se actualizó el Glosario de Términos.	Enero 2016
03	Se actualizaron los responsables de firmar el documento; Se modificó el Objetivo y el Alcance; Se actualizó las Referencias Normativas. Se eliminaron las políticas 3 y 6; Se adicionaron las políticas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, y 14. Se modificaron y cambio la numeración de las políticas 5 (actual 11) y 7 (actual 12); Se cambió la numeración de las políticas 4 (actual 10) y 8 (actual 13). se modificaron las actividades 2.1 y 2.2; Se actualizó el diagrama de flujo y se modificó el Plan de calidad número 2.	Junio 2018

 <b>PRONÓSTICOS</b> PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA	ÁREA EMISORA:		HOJA No.	DE
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS COMERCIALES		12	12
	CLAVE DEL DOCUMENTO: SSC-INT-10		TIPO: PÚBLICO	
	FECHA DE EMISIÓN	MAYO 2010	NIVEL DE REVISIÓN	03

NOMBRE DEL DOCUMENTO: COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES
---

## IX. GLOSARIO

### Grupos de interés:

Son todas aquellas personas y/o entidades que puedan verse afectadas o que tengan intereses en la actividad de Pronósticos, ya sean internos o externos. Pronósticos definió como sus grupos de interés a: Concursantes, comercializadores, Consejo Directivo, personal y proveedores.

### Muro:

Es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea.

### Red social:

Son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

## X. ANEXOS

No aplica.