



CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN
3	1/03/2022	Actualización de medios para las solicitudes, simplificación de las actividades del procedimiento.

OBJETIVO

Establecer las actividades que permitan una eficaz comunicación interna para facilitar la interacción adecuada en los procesos de la entidad.

ALCANCE

Inicia con la identificación de las necesidades de comunicación y termina con la medición del cumplimiento de los objetivos previamente establecidos y de su efectividad. Aplica a todos los procesos de la entidad. (Es necesario que este procedimiento sea tenido en cuenta por todas las áreas de la entidad en sus solicitudes en temas de comunicación interna).

RESPONSABLES DEL DOCUMENTO

Líder y profesionales de Comunicaciones del Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público.

DEFINICIONES

Medios de comunicación: en la divulgación de información dentro de una entidad, son las herramientas que permiten generar un mayor alcance en el público, buscando el cumplimiento de los objetivos dentro del proceso de comunicación. Dentro de la entidad, contamos con la página web, intranet, cartelera digitales, redes sociales, correo institucional, así como el sistema interno de audio.

Mailing: se trata del envío de un mensaje, a través de correo electrónico, a un grupo determinado de personas. Permite llevar el mensaje directo, con el público interesado que ha sido identificado con anterioridad.

Plaza gráfica: se entiende como una composición visual que contiene un concepto, una retícula, diagramación, forma, tipografía y se encarga de comunicar un mensaje de manera dinámica y eficaz, puede variar en formato y tamaño.

Video: se trata de una serie de imágenes que son captadas con una cámara las cuales pasan por un proceso de producción y edición, son llamadas fotogramas, que pueden estar acompañadas de sonido. Cuentan con la personalización y enfoque que permiten darle identidad y estilo a la comunicación.

Cartelera digital: es aquella estructura colgante que se ubica normalmente en paredes o en espacios visibles en las cuales se ponen avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que las personas puedan acceder a ella y estar así al tanto de los datos transmitidos. En el caso de la entidad, se cuenta con pantallas digitales que por medio de un software muestran imágenes de forma cíclica.

Wallpaper: fondos de pantalla de computadores de escritorio, tabletas y dispositivos de comunicación. La imagen que se utiliza en el fondo de una interfaz gráfica de usuario en una pantalla o dispositivo móvil.

Intranet: Red informática interna de una entidad u organismo, basada en los estándares de internet en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web.

Audios: sistema de grabación, tratamiento, transmisión, edición y reproducción de sonidos.

Página web: es una plataforma de información electrónica capaz de contener texto, sonido, video, programas, enlaces, imágenes, animaciones y personalización de contenidos.

Revista digital: publicación periódica que se genera a través de elementos electrónicos y/o programas profesionales de diseño. Sus características principales son la rápida difusión, el ahorro de costos y la fiabilidad para su uso, es de fácil difusión por medios electrónicos y plataformas especializadas.

POLÍTICAS DE OPERACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

Se requiere que el desarrollo de este procedimiento guarde coherencia con lo establecido en el Plan Estratégico de Comunicaciones de la entidad.

PRODUCTO O SERVICIO

SALIDAS (Producto o Servicio)	DESCRIPCIÓN	CLIENTE
Producto de imagen, video y/o audio: campañas y/o estrategias internas.	Productos divulgados a través de los canales internos con los que cuenta la entidad, que garanticen el envío de mensajes oportunos al público objetivo.	Todos los procesos de la entidad.

NORMATIVIDAD Y/O DOCUMENTOS ASOCIADOS

La normatividad del proceso se encuentra publicada en el link: <https://www.dadep.gov.co/transparencia/marco-legal/normogramas/direccionamiento-estrategico>

ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

ACTIVIDAD	FLUJOGRAMA	TIEMPO	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATO Y/O REGISTRO
	(INICIO)		Inicio		
1	Identificar las necesidades de Comunicación Interna.	Un (1) día	El periodista asignado al cubrimiento de las necesidades de las áreas internas hace los acercamientos necesarios para identificar los productos que se requieren.	Líder de Comunicaciones y Profesional de Comunicación Interna.	Envío de solicitud al correo electrónico, con el formato de solicitud de servicios adjunto.
2	Definir acciones	Un (1) día	Con esta información se plantea la creación de un cronograma de actividades que permita hacer seguimiento al trabajo en el área.	Líder de Comunicaciones y Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios.
3	Ejecución		De acuerdo con la necesidad, además del formato de solicitud de servicios de comunicaciones, se solicitará el formato brief en caso de que el trabajo esté relacionado con una estrategia o una campaña.	Líder de Comunicaciones, Profesional de Comunicación Interna, Profesional del área solicitante.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
4	Ejecución		El periodista revisa la información enviada por el área, desarrolla el copy de la pieza y los mensajes de divulgación en los medios de comunicación internos.	Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.

ACTIVIDAD	FLUJOGRAMA	TIEMPO	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FORMATO Y/O REGISTRO
5		Una (1) semana	En caso de que sea requerido, previa consulta con el líder de comunicaciones, la pieza debe ser acompañada de una nota de prensa, para ser publicada en la intranet de la entidad.	Líder de Comunicaciones y Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
6			Una vez los copys se encuentren aprobados por el líder, se hará la solicitud a través del canal dispuesto con el equipo de diseño para iniciar la producción de la pieza. Para ello, se debe tener en cuenta el tráfico establecido en el equipo de diseño.	Diseñador (a) y Profesional de Comunicación Interna	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
7		Entre cinco (5) y 20 días	El periodista debe remitir al área, el formato de Brief, para que sea diligenciado por el funcionario responsable. Para esto, se recomienda hacer un acompañamiento, para que el documento entregado a Comunicaciones cumpla con los requisitos necesarios.	Líder de Comunicaciones y Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
8			El periodista es responsable de garantizar que el brief esté bajo los lineamientos editoriales de la entidad y sea la herramienta útil y completa para la elaboración e la propuesta gráfica.	Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
9			El brief deberá ser enviado a Comunicaciones al menos con 20 días de antelación a la fecha de divulgación de la estrategia o realización de la actividad dentro de la entidad.	Profesional encargado del área solicitante - Profesional de Comunicación Interna.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
10		3 días	Después de la fecha de recepción, el periodista tiene máximo 3 días para remitir el documento al líder, para su aprobación final.	Profesional de Comunicación Interna. Líder de Comunicaciones.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
11		Una (1) semana	Una vez revisado el brief, se enviará al equipo de diseño para que sea tenido en cuenta en el tráfico de producción, donde se establecerá el tiempo de entrega de la propuesta (máximo una semana, si no requiere la realización de fotografías o videos).	Profesional de Comunicación Interna. Equipo de diseño.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.
12	La estrategia deberá contar con un plan de trabajo ajustado a las necesidades del área (cantidad de piezas, videos, copys de divulgación) Así mismo, se deberá realizar una nota de prensa para la divulgación a través de la intranet.		Profesional de Comunicación Interna. Equipo de diseño.	Con base en el formato de solicitud de servicios y brief.	
13		Máximo 5 días después de terminada la campaña.	Cuando la estrategia sea culminada, se deberán enviar los links de publicación al área, con el formato de solicitud original, para darle cierre a la atención del área.	Profesional de Comunicación Interna.	Correo electrónico.
14				El Procedimiento de Comunicación Interna debe garantizar que la información tanto en las carteleras digitales, como intranet y página web, cuenten con la temporalidad requerida. En ningún caso convocatorias, anuncios o comunicados debe ser publicados posterior a las fechas requeridas.	Profesional de Comunicación Interna.
15				FIN	
AUTORIZACIÓN					
Elaboró:			Revisó:		Aprobó:
Pablo Camilo Cruz Baquero Líder de Comunicaciones			Luis Fernando Arango Vargas Profesional Oficina Asesora de Planeación		Pablo Camilo Cruz Baquero Líder Comunicaciones