# PROCEDIMIENTO COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

## 1.DATOS BÁSICOS DEL PROCEDIMIENTO

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nombre del proceso | Código | Versión | Vigencia |
| Comunicaciones | DG-100-C-PD-0015 | 0001 | 20/12/2022 |
| Confidencialidad: | Integridad: | Disponibilidad: | |
| Baja | Alta | Alta | |

## 2. OBJETIVO:

Divulgar los contenidos y la información de la gestión de la entidad con el propósito de fomentar cultura organizacional y ubicar en la agenda pública el tema de discapacidad visual en los medios de comunicación regionales y nacionales del país

## 3. ALCANCE:

El procedimiento inicia con la recolección de la información y termina con la divulgación de la misma.

## 4. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

* La  divulgación de la información en el INCI se gestionará de manera oportuna entre entre diferentes dependencias o procesos de la Entidad y canales de comunicación.
* Se deberá cumplir con lo establecido en la política Editorial institucional que define los lineamientos técnicos para la producción de medios informativos y las publicaciones de la Entidad tanto internas como externas.
* El Plan de Comunicaciones se deberá formular y ejecutar de acuerdo con las necesidades de comunicación y divulgación de la entidad.
* Los procesos o dependencias de la entidad deberán enviarle al asesor de la oficina de comunicaciones a mas tardar la segunda semana del mes de enero, los temas o campañas que requieren para la vigencia en el formato destinado para tal fin de forma tal que esta información sirva de insumo para la construcción del plan de comunicaciones que se debe publicar en la página web como máximo el 31 de enero de cada año.
* Las solicitudes de divulgación de información por parte de las dependencias o procesos de la entidad deberán ser remitidas con mínimo con tres días hábiles de anticipación con el propósito de definir el medio de socialización y de revisar y diseñar la pieza comunicativa para su divulgación oportuna.
* La oficina asesora de comunicaciones valida y aprueba el uso de imágenes, diseño y logos de acuerdo con el Manual de Identidad de la entidad establecido con el fin de velar por la identidad Institucional.
* Los temas para comunicación externa y los voceros de los mismos deberán ser definidos y aprobados por el Director General del INCI
* Los comunicados de prensa deberán ser revisados y avalados por el Asesor de comunicaciones y el Director General para posteriormente ser enviados a los medios de comunicación
* Cada campaña de comunicación estará definida por una estrategia de tácticas que incluyan la página web, boletín IN-Pulso, Revista INCI Digital, las redes sociales, la Emisora INCI Radio, los comunicados de prensa y los formatos necesarios en cada tema (Videos, imágenes o fotos, piezas radiales, piezas visuales o mailing)
* Con el fin de velar por la identidad Institucional, la oficina asesora de comunicaciones valida y aprueba el uso de imágenes, diseño y logos establecidos por la Normatividad vigente.

**5. NORMATIVIDAD**

Ver Normograma Institucional (Proceso Gestión Jurídica)

## 6. DEFINICIONES

* **Boletines digitales.** Una manera de mantener informadas a las personas interesadas en la entidad son los boletines digitales. Se trata de emails en los que el Instituto recoge temas de interés para los destinatarios: actividades, novedades, servicios y gestiones del Instituto a nivel nacional.
* **Comunicación organizacional:**Son todas las acciones que desarrolla una entidad para permitir un flujo informativo adecuado y fortalecer la cultura organizacional.
* **Comunicación participativa:** Proceso democrático que posibilita diseñar e implementar acciones comunicativas, mediante metodologías de construcción colectiva.
* **Comunicación vertical:** Aquella que fluye ascendente o descendentemente dentro de una estructura organizacional que se da entre los jefes y su equipo. Esta comunicación permite regular y controlar la conducta de los servidores en aspectos tales como:
* Instrucciones y planificación de las tareas.
* Información relativa a procedimientos, prácticas, políticas.
* Valoración del rendimiento de los empleados, etc.
* Los canales de comunicación empleados para la misma son:
* Teléfono
* Reuniones
* Correo electrónico
* Manuales, guías, etc.
* Circulares
* Carteleras
* Comunicación externa: La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución. Existen tres clases de comunicación externa:
* Comunicación externa operativa. Se trata de la comunicación vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía, que se produce con todos los públicos de la organización.
* Comunicación externa estratégica. El objetivo de este tipo de comunicación externa es obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas, estado del mercado.
* Comunicación externa de notoriedad. Esta forma de comunicación externa es la que habitualmente se asocia con el término, haciendo referencia al flujo de información, con el que la compañía trata de dar a conocer sus productos y servicios y mejorar su imagen y reputación.
* Comunicados de prensa. Las notas de prensa reflejan la información que la entidad envía directamente a los medios de comunicación y a través de los cuales, da a conocer hechos novedosos y de cierto interés periodístico sobre el Instituto: nuevos productos, incorporación de tecnologías, designaciones de cargos, etc.
* Información: Conocimiento generado por diferentes fuentes con la finalidad de ser divulgada o difundida por diversos canales y medios.
* Redes sociales. Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

## 7. ACTIVIDADES

| **#** | **Descripción de la Actividad** | **Responsable**  **(Cargo)** | **Dependencia** | **Control**  **(Si Aplica)** | **Registros** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | Identificar las necesidades de comunicación y divulgación sobre el quehacer de cada uno de los procesos o dependencias. | Asesor de Dirección General  Profesional especializado Lideres de cada proceso | Dirección General | No aplica | Acta de reunión o correo electrónico de la solicitud  Registro planeación campañas comunicaciones |
| **2** | Elaborar el plan de comunicaciones | Profesional especializado | Dirección General | No aplica | Plan de comunicaciones |
| **3** | Gestionar si es pertinente, alianzas con entidades del orden nacional y territorial; públicas y privadas para la difusión de información sobre el INCI y la población con discapacidad visual | Asesor de Comunicaciones | Dirección General | No aplica | Acta de reunión |
| **4** | Revisar y retroalimentar el plan de comunicaciones  Si el plan de comunicaciones cumple con los requerimientos se continúa con la siguiente actividad, de lo contrario se realizan los respectivos ajustes | Asesor de Dirección General | Dirección General | Verificar que el plan cumpla con los requerimientos de información de los procesos | Plan de comunicaciones |
| **5** | Establecer los parámetros de la campaña de comunicación | Asesor de Dirección General | Dirección General | No aplica | Correo electrónico  Plan de comunicaciones  Plataforma Slack |
| **6** | Diseñar las piezas comunicativas y/o comunicados de la campaña | Contratista Comunicaciones Profesional Especializado | Dirección General | No aplica | Piezas comunicativas |
| **7** | Revisar y aprobar las piezas de comunicación  Si la pieza de comunicación esta de acuerdo con los parámetros establecidos se continúa con la siguiente actividad , de lo contrario se realizan las mejoras sugeridas por los profesionales del proceso de comunicaciones o de los profesionales que la solicitan | Asesor de Dirección General  Profesionales del proceso de comunicaciones  Profesionales que la solicitan | Dirección General  Todoslos procesos | Verificar que la pieza de comunicación este de acuerdo con los parámetros establecidos | Pieza de comunicación |
| **8** | Diseñar la parrilla de mensajes para redes sociales | Contratista Comunicaciones | Dirección General | No aplica | Parrilla de mensajes |
| **9** | Publicar y socializar la campaña de comunicación en los medios establecidos (Redes sociales, página web, micrositios e INCI Radio) | Asesor de Dirección General  Profesional Especializado  Contratistas | Dirección General | No aplica | Documentos, piezas comunicativas, medios impresos y/o audiovisuales  Página web |
| **10** | Realizar el seguimiento mensual al desarrollo del plan de comunicaciones | Asesor de Dirección General | Dirección General | No aplica | Plan de comunicaciones |
| **11** | Divulgar las menciones, notas y entrevistas logradas en la sección de agenda pública de la página web y la información solicitada por los diferentes procesos o dependencias | Profesional Especializado  Contratista web master | Dirección General | No aplica | Registro de novedades página web institucional  Página web |

## 8. ANEXOS ASOCIADOS

* Estrategia de Comunicaciones
* Plan de comunicaciones
* Política de comunicación corporativa
* Política editorial
* Formatos de acta
* Formato de novedades página web institucional
* Formato planeación campañas comunicaciones

## 9. CONTROL DE CAMBIOS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Versión | Fecha de Entrada en Vigencia del Procedimiento | Relación de las Secciones Modificadas | Naturaleza Del Cambio |
| 1 | 05/01/2022 | No aplica por ser versión inicial | Adopción del procedimiento |
| 0001 | 20/12/2022 | Políticas de operación  Anexos asociados | Se incluye política de operación relacionada con la entrega de insumos para la construcción del plan de comunicaciones  Se incluye Formato planeación campañas comunicaciones |

## 10. ETAPAS DEL DOCUMENTO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ETAPAS DEL DOCUMENTO | NOMBRE DE LA PERSONA RESPONSABLE | FECHA |
| Elaboración | Juan Esteban Gómez | 05/11/2022 |
| Revisión | Juan Esteban Gómez | 05/11/2022 |
| Aprobación | Carlos Parra Dussan | 19/12/2022 |