



PROCEDIMIENTO: IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA
PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS
Versión: 2.0 Fecha: 20/11/2024 Código: CIE-P-07

1. OBJETIVO:	Implementar las acciones de comunicación interna que contribuyen al cumplimiento de la gestión del MVCT, mediante la generación de productos comunicacionales que se difunden a los servidores de la entidad, de acuerdo con la normatividad vigente.
2. ALCANCE:	Inicia con la solicitud de producto de comunicación interna (impreso o digital) o la necesidad de comunicar información de interés al público interno y termina con la evaluación y calificación de los productos de comunicación interna. Aplica MVCT y FONVIVIENDA.
3. RESPONSABLE:	Coordinador del Grupo de Comunicaciones Estratégicas.
4. DEFINICIONES.	<p>Aviso: los avisos son publicaciones o mensajes que contienen información concreta, sobre temas específicos, para ser difundida por medio de la Intranet y red social interna.</p> <p>Afiche: aviso que comunica algún evento futuro o situación actual y que generalmente ostenta una considerable dimensión para que sea bien apreciado y notado por el público al cual va dirigido y una deliberada intención artística que buscará atraer más de lo ordinario.</p> <p>Audiovisual: creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada, esencialmente, a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de reproducción de imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contiene</p> <p>Backing: es una impresión de gran formato que se utiliza para ubicarse en la parte posterior de una mesa principal de un evento como fondo, con un diseño acorde a la actividad y con los logos de las entidades participantes</p> <p>Bandera: También se denomina página de créditos y contiene información general del libro: autor, título de la obra, personas o empresas que aparte del editor y autor han participado en la obra, como traductor, revisor, ilustrador diseñador, maquetador, autor de la cubierta o de las fotografías, número de la edición, fecha y símbolo de copyright si corresponde.</p> <p>Boceto: es un dibujo rápido y esquemático de las características principales de una publicación. Generalmente se usan papel y lápiz o tinta para su elaboración, aunque también es posible que desde un comienzo sea un archivo electrónico con la ayuda de tabla digitalizadora y lápiz óptico.</p> <p>Brief: consiste en una ficha que contiene información del cliente para generar una campaña o producto. Lo emplean con mayor frecuencia las agencias de publicidad. En el Grupo de Comunicaciones del Ministerio se emplea a manera de formato para identificar las necesidades de productos y canales de comunicación para dar a conocer información de carácter institucional.</p> <p>Canal de comunicación: medio o herramienta por medio de la cual se emiten o transmiten los productos interno.</p> <p>Guion y/o libreto: texto que expone, con los detalles necesarios para su realización, el contenido de un video o de un programa de radio o televisión. Abarca tanto los aspectos literarios (los parlamentos) como los técnicos (las acotaciones, escenografía, iluminación, sonido).</p> <p>International Standard Book Number ISBN: Número de libro estándar internacional para libros. Los ISBN identifican libros impresos o digitales y se utilizan como dispositivos de seguimiento de inventario.</p> <p>Campaña: es una serie de mensajes que comparten una misma idea y tema. Las campañas aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.</p> <p>Certificación: documento o constancia que una entidad o empresa entrega a una persona para dar testimonio que asistió a un determinado evento (taller, seminario, capacitación).</p> <p>Correo masivo: canal o medio para envío de información, mensajes y avisos a todos los servidores públicos para promocionar un tema de interés.</p> <p>Diagramación: es distribuir u organizar los elementos de un mensaje en texto e imagen en un papel o documento, utilizando criterios de jerarquización, funcionalidad y fácil lectura del mensaje, bajo una apariencia estética agradable.</p> <p>Empresa editorial: persona jurídica responsable económica y legalmente de la edición de libros, revistas, folletos o coleccionables seriados de carácter científico o cultural, pudiendo realizar su producción en talleres propios o de terceros, total o parcialmente.</p> <p>Estrategia de Comunicación: Las estrategias de comunicación son una herramienta de negocio que ayuda a la empresa a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios.</p> <p>Folleto: impreso reducido de hojas (menos de 25 hojas), que sirve como instrumento divulgativo. Un folleto no es utilizado para divulgar información demasiado abundante ni de un nivel muy académico si no que tienen por objetivo principal el captar la atención de las personas y difundir algunos conceptos elementales.</p> <p>Impresiones en plotter: son impresiones de gran tamaño por lo general (planos, esquemas complejos, mapas, etc.)</p> <p>Informe: documentos que presentan un contenido específico para una determinada audiencia y que requieren una presentación diagramada. Se utilizan informes en el ámbito del gobierno, los negocios, la educación, la ciencia y otros campos.</p> <p>Intranet: Denominada institucionalmente NuestraNet. Esta red interna ofrece la facilidad de ingresar desde casa o desde cualquier ubicación, a través del celular, laptop o cualquier dispositivo móvil, utilizando el acceso desde la página del Ministerio.</p> <p>Logotipo: es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logotipos suelen incluir símbolos —normalmente lingüísticos— claramente asociados a quienes representan.</p> <p>Meme: término digital que describe una idea, concepto, situación, expresión y/o pensamiento de manera llamativa con fotografía y texto.</p> <p>Pantallas: televisor o aparato tecnológico en donde se emiten productos audiovisuales.</p> <p>Pantallas institucionales: Espacio dedicado a informar de una forma rápida y llamativa, tanto las noticias internas como las comunicaciones externas del Ministerio de Vivienda, usando formatos de audio y video, siempre y cuando se cuente con herramientas tecnológicas y el talento humano para realizarlos. Ubicadas en puntos estratégicos para atraer y captar la atención.</p> <p>Pendón: es una impresión que se caracteriza vertical y que además pende o cuelga para ser expuesto o exhibido en un evento público. Los pendones por lo general vienen con tubos de aluminio y un cordón.</p> <p>Plegables y volantes: Para la elaboración de este tipo de piezas, la dependencia solicitante deberá enviar al Grupo de Comunicaciones Estratégicas la versión final aprobada de los textos para su diagramación con el visto bueno del encargado del tema. De igual manera, deberán suministrar las imágenes en formato .jpg o .tif, de buena resolución y calidad, junto con los respectivos créditos y observando la normativa en términos de derechos de autor.</p> <p>PDF: (Portable document format) se trata de un archivo que permite enviar documentos con imágenes, vectores y textos para ser visualizados sin el empleo de programas de edición digital especializados.</p> <p>Red social interna: En el ministerio se cuenta con la red social interna Microsoft Yammer, la cual es una red social empresarial (organizacional) que ayuda a mejorar el compromiso y la comunicación en la entidad. Conecta a todos los compañeros de las dependencias, permite publicar información y se pueden generar conversaciones de manera libre, respetando las políticas de uso. Es una red que genera información, pero a la vez interacción a partir de sus publicaciones. Se pueden realizar sondeos y preguntas de opinión sobre un tema en específico.</p>
5. ABREVIATURAS.	<p>GCE: Grupo de Comunicaciones Estratégicas</p> <p>MVCT: Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio</p> <p>FONVIVIENDA: Fondo Nacional de Vivienda</p>
6. DOCUMENTOS Y REGISTROS ASOCIADOS.	<p>CIE-I-01 Instructivo de Comunicación Interna</p> <p>CIE-PL-01 Plantilla de presentación de power point 2024</p> <p>CIE-F-05 Autorización De Difusión De Imágenes De Menores De Edad</p> <p>CIE-F-09 Autorización de Uso de Derechos de Imagen</p> <p>CIE-M-01 Manual Estratégico de Comunicación Interna y Externa</p> <p>CIE-M-03 Manual de identidad visual del Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio</p>

7. CONDICIONES GENERALES Y/O POLITICAS DE OPERACION:	<p>El proceso o dependencia que solicite el producto de comunicación interna deberá diligenciar el formato establecido para ello y tener presente los tiempos de diseño y publicación de la información dispuestos en el Instructivo de Comunicación interna. De esta forma podrán planificar los requerimientos de diseño y publicación.</p> <p>Para la generación de productos y mensajes de comunicación interna todas las dependencias y procesos de la entidad deben seguir los lineamientos expuestos en el Instructivo de Comunicación Interna, publicada en el SIG.</p> <p>Todo producto en el que emplee la imagen institucional debe ser aprobado y diseñado por el proceso de Gestión de Comunicaciones Internas y Externas.</p> <p>El coordinador del grupo de comunicaciones podrá delegar la revisión y aprobación de productos de comunicación interna en momentos en los que no esté disponible o que por el ejercicio periodístico fuera de la ciudad no le sea fácil establecer comunicación en tiempo real.</p> <p>La actualización de las pantallas digitales se realizará periódicamente según la información con que se cuente a partir de disponibilidad de equipos y recursos humanos.</p> <p>La cantidad de productos de comunicación interna que se ofrezcan en la entidad dependerá del número de profesionales asignados a esta labor. El formato de solicitud de productos de comunicación interna contiene varias opciones para la elaboración de productos de comunicación interna, los cuales llevan un desarrollo diferente para su elaboración. Estos pueden ser digitales, audiovisuales o impresos.</p>
---	---

8. DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO.

FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	PUNTO DE CONTROL	RESPONSABLE / DEPENDENCIA	EVIDENCIA/ REGISTRO GENERADO
	<p>1. Gestionar la solicitud: Recibe la solicitud de productos de comunicación interna y se distribuye al profesional, según solicitud:</p>		Coordinador del Grupo de Comunicaciones Estratégicas o Profesional del GCE	Formato Solicitud de productos de comunicación interna FRA-F-08
	<p>A. Generar avisos y campañas solicitadas: redacta y elabora el mensaje o se genera la campaña. Verifica la información con la dependencia solicitante y se remite a diseño. Pasa al punto 2</p>		Profesional designado del GCE	Herramienta de planeación Office 365
	<p>B. Productos digitales generados en el Grupo de Comunicaciones: Se identifica la necesidad y se distribuye entre los profesionales la información a publicar. Investiga y realiza cubrimiento de actividades internas, se toman o seleccionan fotografías o imágenes y se redacta información. Pasa al punto 2</p>		Profesional designado del GCE	Archivo en carpeta del GCE
	<p>C. Producto audiovisual interno: Identifica la necesidad del producto audiovisual a publicar, elabora guion o libreto. Pasa al punto 3.</p>		Profesional designado del GCE	Libreto o guion
	<p>D. Otros diseños o impresos: con base en la solicitud se redacta la información y se remite a diseño. Pasa al punto 2</p>		Profesional designado del GCE	Correo electrónico
	<p>2. Realizar diseño gráfico: se diseñan los productos con la información suministrada. Se remite a revisión para ajustes y/o aprobación. Si son impresos, una vez se tenga la aprobación del solicitante, se imprime.</p>		Diseñador gráfico contratista	Archivo en carpeta del GCE
	<p>3. Generar producción: Coordina con los profesionales del procedimiento audiovisual para la grabación y edición del video o informativo.</p>		Profesional del Grupo de Comunicaciones	Informe mensual de visualizaciones e Informe mensual de indicador con la
	<p>4. Gestionar aprobación: se remite para aprobación del solicitante el material digital de avisos y campañas. Se remiten todos los productos para aprobación del coordinador del GCE o el profesional que él delegue, para aprobación y autorización de publicación. ¿Se requieren ajustes? SI: Se devuelve a la actividad 3. NO: Continúa con la actividad 5.</p>	X	Coordinador de Grupo de Comunicaciones y/o profesional / delegado para liderar actividades de comunicación interna.	Producto finalizado. Archivo del GCE
	<p>5. Realizar publicación: se publica las piezas de comunicación solicitadas en los canales de comunicación interna existentes.</p>		Profesional designado del GCE	Publicación en canal interno o correo electrónico enviado.
	<p>6. Realizar seguimiento e informe: se remite solicitud para calificación a una muestra de los colaboradores de la entidad y se elabora informe de calificación de comunicación interna.</p>		Profesional designado	Informe mensual de indicador con la calificación de productos internos.

8. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	MOTIVO DE LA MODIFICACIÓN	RESPONSABLE
2.0	20/11/2024	Se ajusta la palabra guía por instructivo Se ajustan los pasos del procedimiento Se ajusta plantilla del formato Se incluye flujograma	Líder del proceso