



## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GCO-PD-03

Fecha: 2021-06-30

### DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS

Versión: 3

Página: 1 de 7

#### 0. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha de Aprobación	Responsable	Descripción de Cambios realizados
2	2014-09-30		
3	2021-06-30	ELIANA IVONN CASTANEDA SAAVEDRA	Se realiza la solicitud de modificación por cambio en el procedimiento

#### 1. LIDER DE PROCESO: ANGELA MARIA CANIZALEZ HERRERA

**1.1 OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO:** Divulgar la información oficial de las políticas, programas, eventos y convocatorias del Instituto Distrital de las Artes - Idartes a través de los diferentes medios de comunicación.

**1.2 ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO:** Inicia con el requerimiento a través del formato de solicitud de comunicaciones por parte de las diferentes áreas y finaliza con la presentación y ejecución de la estrategia.

**1.3 RESPONSABLES DEL PROCEDIMIENTO:** 140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

#### 2. GLOSARIO:

**COMUNICADO DE PRENSA:** Pronunciamiento oficial exclusivamente de la entidad acerca de un hecho, tema o resultados de los procesos que realice la entidad.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

**INFORME DE IMPACTOS:** Documento que contiene el seguimiento a los diferentes medios de comunicación para registrar los impactos que sean publicados sobre las políticas, programas, eventos, actividades y convocatorias de la entidad.

**RUEDA DE PRENSA:** Evento en el que son invitados los medios de comunicación, con el fin de conocer sobre un tema específico o pronunciamiento oficial.

**FREE PRESS:** Consiste en el ejercicio de prensa gratuito que se hace a través de las relaciones públicas entre los periodistas del área con los medios de comunicación para lograr la difusión de los eventos, logros, convocatorias, actividades y programas de la entidad.

#### 3. CONDICIONES GENERALES:

Todas las requerimientos al área de comunicaciones se deben tramitar con el formato establecido por el área el cual cuenta con un documento soporte para entender la dinámica del área llamado ABC.

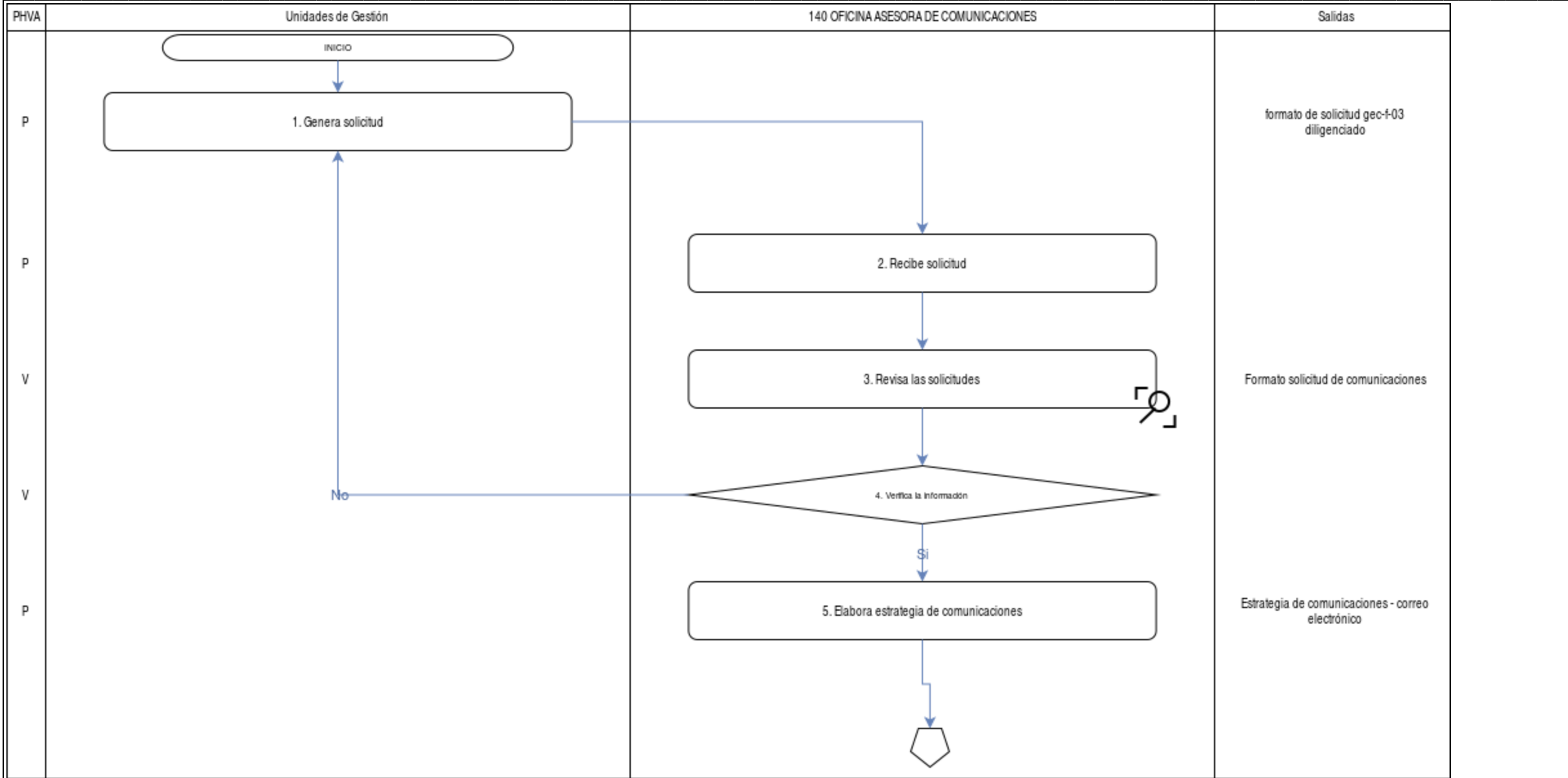
Los tiempos establecidos en este procedimiento son la clave para el óptimo desarrollo de esta actividad al interior de la entidad

#### 4. RELACIÓN CON OTROS PROCEDIMIENTOS Y PROCESOS: Esquema gráfico de la relación del procedimiento con otros procedimientos y/o procesos del IDARTES.

Procesos que se requieren como proveedor	Que insumos requiero del proveedor	Procedimiento	Que se obtiene del procedimiento	Para quien va dirigido el servicio o producto
<ul style="list-style-type: none"> <li>TODAS LAS ÁREAS</li> </ul>	Solicitud de la elaboración de la Estrategia de Comunicaciones	DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS	Lineamientos para el diseño y ejecución de la estrategia de comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>TODAS LAS ÁREAS</li> </ul>

#### 5. ICONOGRAFÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO: Iconografía asociada al diagrama del flujo del procedimiento.

#### 5.1 DIAGRAMA DE FLUJO: Secuencia lógica de las actividades establecidas en el procedimiento.





PHVA	Unidades de Gestión	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Salidas
H			Estrategia de comunicaciones - correo electrónico
H			Propuesta de contenido periodístico
V			
A			Contenido periodístico (noticia, crónica, comunicado entre otros, piezas gráficas)
A			Contenido periodístico (noticia, crónica, comunicado entre otros, piezas gráficas) en paginas web



PHVA	Unidades de Gestión	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Salidas
H		<pre>graph TD; Start(( )) --&gt; Step[11. Realiza seguimiento de impactos]; Step --&gt; End([FIN]);</pre>	Matriz de impactos

5.2. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES: Características específicas de las actividades del procedimiento.

## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GCO-PD-03

Fecha: 2021-06-30

### DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS

Versión: 3

Página: 5 de 7

No.	Ciclo PHVA	Ciclo de Gestión	Descripción del Ciclo de Gestión	Actores	Responsable	Tiempo (Horas)	Documento o Registro
1	P	Genera solicitud	Diligencia el formato establecido por el área de comunicaciones en donde especifica el tipo de requerimiento que necesita la unidad de gestión y la radica mediante Orfeo	Unidades de Gestión		1 día	formato de solicitud gec-f-03 diligenciado
2	P	Recibe solicitud	Recibe la solicitud mediante orfeo el cual debe tener anexo el formato gec-f-03 debidamente diligenciado con la información que se requiere para la planeación de la estrategia de comunicaciones	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Asistente administrativa	1 día	
3	V	Revisa las solicitudes	Revisa la solicitud y establecer la pertinencia y modo de comunicarla, el periodista revisa que la información este completa, con fundamento en el formato gec-f-03	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista asignado a la unidad de gestión	1 día	Formato solicitud de comunicaciones
4	V	Verifica la información	¿la información llevo completa?	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Oficina de comunicaciones periodista asignado	3 horas	
5	P	Elabora estrategia de comunicaciones	Elabora la estrategia de comunicación a desarrollar y establece si se requiere de piezas comunicacionales y su cantidad. establecer los medios en los que se dará a conocer el evento ( redes sociales, freepress, afiches, volantes) y enviar al proceso solicitante.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista asignado	3 días	Estrategia de comunicaciones - correo electrónico
6	H	Aprueba la propuesta de la estrategia	¿Se cuenta con la aprobación de la propuesta?	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Asesor de comunicaciones	2 días	Estrategia de comunicaciones - correo electrónico
7	H	Elabora contenido periodístico	Elabora el contenido periodístico (noticia, crónica, comunicado entre otros.) y enviar a través del correo electrónico a los responsables de la edición y corrección de estilo.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista profesional editor	2 días	Propuesta de contenido periodístico
8	V	¿Requiere piezas comunicativas?	¿Se requiere de piezas comunicativas?  <b>Fin:</b> En caso de requerir piezas comunicativas remitirse al procedimiento Diseño piezas de comunicación con código: GCO-PD-07	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista	1 hora	
9	A	Remite información a medios de comunicación	Remite contenido a los medios de comunicación para la difusión del evento, actividades o convocatorias, de acuerdo con la estrategia aprobada.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista asignado	1 día	Contenido periodístico (noticia, crónica, comunicado entre otros, piezas gráficas)
10	A	Publica en paginas web	Publica la información generada a la página web que corresponda.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista asignado	3 horas	Contenido periodístico (noticia, crónica, comunicado entre otros, piezas gráficas) en paginas web

11	H	Realiza seguimiento de impactos	Realiza seguimiento a través de la matriz de impactos mediáticos gestionados en los diferentes medios de comunicación y realizaseguimiento de free -press	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Periodista asignado	1 día	Matriz de impactos
----	---	---------------------------------	---	---------------------------------------	---------------------	-------	--------------------

**6. POLÍTICAS DE OPERACIÓN:**

**1. TIPO DE SOLICITUD Y TIEMPO**

Eventos tipo A: Reúne los hitos de la Entidad o eventos de carácter metropolitano y de gran impacto. Convocan a un gran número de personas en un mismo lugar. Suelen ser eventos de circulación de gran formato. Radicar con 1 mes de anticipación

Eventos tipo B: Representan el 50% de los eventos misionales. Suelen ser especializados. Convocan público y se desarrollan en mediano formato. Radicar con 15 días de anticipación

Eventos tipo C: Eventos de pequeño formato que suelen desarrollarse en espacios cerrados, con públicos específicos, algunos funcionan con previa. Radicar con 15 días de anticipación

Otros- Imprevistos: Estos eventos corresponde a situación que se presente de un día para otro o que no necesiten del desarrollo de una estrategia de comunicación. Esta solicitud se debe realizar vía-email al periodista asignado a la unidad de gestión.

2. Todas las solicitudes se deberán tramitar a través del formato de Comunicaciones y deberán tener información completa.

3. La Unidad de Gestión que realice la solicitud debe asignar un encargado que sirva de enlace con el periodista. El tiempo de inicio del proceso se tomará en cuenta a partir de cuando la información se encuentre completa.

4. Cuando se requiera realizar entrevistas, ensayos para medios y material para redes sociales de los artistas, las Unidades de Gestión deben entregar el contacto y anunciar que serán contactados por la Oficina de comunicaciones para agendar, con el fin de programar las actividades pertinentes en el ejercicio de comunicaciones.

5. Las Unidades de Gestión deben remitir toda la información relacionada con el evento en el formato destinado para este fin.

6. La información (foto, video, reseña) remitida por parte de las Unidades de Gestión debe contener derechos de autor y se asumirá como la información oficial.

7. Los periodistas del área deben registrar la información de los comunicados en tiempo real en el documento dispuesto por parte del área de Comunicaciones, con el fin de realizar el respectivo seguimiento.

8. La trazabilidad y la comunicación de la solicitud se hace de manera exclusiva en el formato de comunicaciones.

9. El área de comunicaciones informará la estrategia aprobada para cada evento de acuerdo con los lineamientos y la estrategia de la Entidad.

10. Si bien la solicitud le llega a periodista CM y diseñadores el proceso inicia en el momento en que el se aprueba la propuesta de comunicación.

**7. POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONFORME:**

Actividad	Producto y/o Servicio	Criterio de Aceptación	Corrección	Registro
3. Revisa las solicitudes: Revisa la solicitud y establecer la pertinencia y modo de comunicarla, él periodista revisa que la información este completa, con fundamento en el formato gec-f-03	El formato radicado por Orfeo	Formato completamente diligenciado y entregado dentro de los tiempos establecidos	Completar el diligenciamiento del formato y tener en cuenta los tiempos para solicitar la estrategia de comunicación para cada tipo de evento	Formato radicado por Orfeo
13. Realiza seguimiento de impactos: Realiza seguimiento a través del formato en excel de los impactos mediáticos gestionados en los diferentes medios de comunicación y hacer seguimiento de free -press	Formato de excel de impactos	Diligenciamiento del excel con el seguimiento a las noticias generadas	Solicitar incluir dentro del formato establecido los medios pendientes	Formato de excel con notas periodísticas

**8. DOCUMENTOS ASOCIADOS:**

Los documentos asociados del presente procedimiento se pueden acceder a través del mapa de procesos



## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GCO-PD-03

Fecha: 2021-06-30

### DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE MEDIOS

Versión: 3

Página: 7 de 7

#### 9. NORMATIVA ASOCIADA:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991, Título II Art. 20 Carta Magna de la República de Colombia que define las relaciones del estado y la sociedad. En el Título II están consagrados los derechos, las garantías y los deberes . Allí se menciona el derecho que tienen los ciudadanos al recibir información veraz e imparcial.

ACUERDO 257 DE 2006 Modificado por el Acuerdo Distrital 641 de 2016 "Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, Organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, distrito capital, y se expiden otras disposiciones

ACUERDO 2 DE 2011 Por el cual se establece la estructura organizacional del Instituto Distrital de las Artes - IDARTES y se señalan las funciones de sus dependencias.

PLAN DE COMUNICACIONES IDARTES.

#### 10. RECURSOS:

Recursos físicos: Equipos de computo, impresora y papelería

Recursos humanos: Funcionarios y contratistas de la entidad designados por la Asesora de Comunicaciones

Recursos Económicos : Disponibilidad presupuestal de los rubros que amparan

Elaboró	Aprobó	Validó	Avaló	Código Verificación
ELIANA IVONN CASTANEDA SAAVEDRA 2021-06-25 10:51:11	ANGELA MARIA CANIZALEZ HERRERA 2021-06-25 10:58:07	AURORA CAMILA CRESPO MURILLO 2021-06-25 10:52:44	CARLOS ALFONSO GAITAN SANCHEZ 2021-06-30 15:15:13	