1. OBJETIVO

Establecer la metodología de trabajo, mediante la cual se ejecute oportuna y eficazmente las actividades, con miras a la difusión y promoción masiva de proyectos e iniciativas adelantados por la Cámara de Comercio de Valledupar, con destino a los diferentes grupos de interés internos y externos, contribuyendo a la proyección de la imagen institucional, posicionamiento de marca y garantizando un correcto flujo y acceso a la información.

1. ALCANCE

Aplica a los procesos estratégicos, misionales y de apoyo de la Cámara de Comercio de Valledupar. Inicia con la solicitud de la necesidad de gestionar un servicio ya sea en el ámbito de la comunicación interna, externa o redacción de contenido y finaliza con la publicación y/o difusión del elemento comunicativo solicitado.

1. DEFINICIONES

**Publicidad:** Es una herramienta de la mercadotecnia, que se encarga de la promoción y divulgación de información, que es utilizada por todo tipo de empresas, para entregar mensajes o información de interés relacionada con el producto o servicio ofrecido a un target objetivo.

**Comunicación interna:** Este tipo de comunicación tiene como objetivo compartir con el cliente interno la gestión que realiza la entidad, fortaleciendo el sentido de pertenencia y facilitando la interacción entre áreas. Esta puede ser física o electrónica.

**Comunicación externa:** Este tipo de comunicación tiene como finalidad promocionar hacia el exterior la gestión de la entidad y posicionar su imagen corporativa ante el stakholders definido.

**Boletín de prensa:** Su principal característica es la presentación escrita, periódica y breve de información de interés pública, emitida institucionalmente, con destino a los medios de comunicación para su divulgación.

**Volante:** Es una pieza publicitaria impresa, generalmente en media cuartilla, utilizada para la divulgación directa de información de interés general, que se entrega mano a mano. Su mensaje debe ser breve y conciso.

**Banner:** Es una pieza publicitaria utilizada en internet. Esta consta de información breve que es emitida en el sitio web oficial de la empresa y tiene como finalidad atrapar la atención de los clientes.

**Folleto:** Es una pieza gráfica publicitaria impresa, utilizada para informar sobre temáticas específicas. Es propicia para entregar información amplia sobre temas de interés general.

**Portafolio de servicios:** Proporciona información específica sobre las características de productos y/o servicios de una marca establecida en el mercado competitivo.

**Afiche:** Es un gráfico impreso, que contiene información breve, a través de imágenes, las cuales plasman la idea central de un tema específico.

**Cuña radial:** Es una pauta publicitaria, que se emite en canales radiales, mediante la cual se divulgan mensajes corporativos o de actividades específicas.

1. RESPONSABLES

El Director del área de Comunicaciones y Relaciones Públicas es el responsable de hacer cumplir este procedimiento. El Director del Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas y su equipo de trabajo son responsables de su aplicación. La persona encargada de la Dirección de Calidad es el responsable de hacer el seguimiento a la metodología establecida para la ejecución de las actividades.

1. **CONTENIDO**
	1. **PROCEDIMIENTO PLANEACIÓN**

| **Paso** | **Etapa** | **Descripción**  | **Responsables**  | **Formatos** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Elaboración del Plan de Comunicaciones**  | Para iniciar con la elaboración del Plan de Comunicaciones anual es necesario identificar sus respectivas actividades y su proyección. Con base en lo anterior, se prosigue a establecer la periodicidad del cumplimiento de cada uno de los objetivos, las herramientas de trabajo a utilizar y el porcentaje de las metas alcanzadas.Incluye el establecimiento de las actividades anuales de Comunicación Interna para el fortalecimiento del clima organizacional de la empresa. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Plan de Comunicaciones anual |

* 1. **PROCEDIMIENTO DE CUBRIMIENTO DE EVENTOS Y SUPERVISIÓN DE FREE PRESS.**

|  **Paso** | **Etapa** | **Descripción**  | **Responsables**  | **Formatos** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Solicitud del servicio** | Se recibe el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones, previamente diligenciado con la fecha, lugar y hora del evento a realizarse.**Nota 1:** Los eventos programados por el Presidente ejecutivo y el Vicepresidente Administrativo de la entidad, se eximen de presentar Formato de Solicitud de Servicios. **Nota 2:** A través del Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones se identifican los eventos en los que el Área debe prestar este servicio. El cliente interno o externo deberá diligenciarlo con 48 horas de anticipación, para programar el evento en los diferentes instrumentos de planificación con los que el Área cuenta y de esta forma priorizar, de acuerdo al nivel de importancia, los eventos a cubrir, para lo cual se hace necesaria la presencia del fotógrafo, con sus respectivos equipos en excelentes condiciones, y del Director del Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas o en su defecto, el Profesional Universitario en Comunicación Social. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **2** | **Cubrir el evento** | Esta actividad consiste en registrar mediante fotografías, vídeos, audios y entrevistas los eventos internos y externos en los que la entidad hace presencia institucional. Para ello se debe planificar oportunamente la ejecución de los eventos (equipos electrónicos y delegación de tareas) para posteriormente cubrir el evento.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **3** | **Publicar el registro fotográfico en las redes sociales**  | La primera red social que se actualiza es Twitter con contenido (Imágenes y texto) informativo del evento. Seguidamente, se actualiza la red social Instagram con contenido (Imágenes y Vídeos) netamente sociales. Por último se actualiza la plataforma digital Facebook. Posteriormente, el camarógrafo editará en máximo un (1) día el insumo recolectado en el evento, para luego difundirse por las redes sociales Facebook y por Youtube y ser enviado al Presidente Ejecutivo de la entidad.Si el evento involucra rueda de prensa, convenios con entidades u otras actividades que la Vicepresidencia de Promoción y Desarrollo considera que requieren boletín de prensa, se continúa en la actividad 4, en caso contrario en la actividad 6. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social |  |
| **4** | **Redactar boletín de prensa** | Con base en los archivos registrados y en las fuentes primarias (entrevistas) se redacta boletín de prensa y se pasa a revisión con la Vicepresidente de Promoción y Desarrollo.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas |  |
| **5** | **Enviar a los medios de comunicación** | Luego de ser revisado, se procede a enviar el boletín de prensa aprobado a los medios de comunicación, a través del correo electrónico masivo y grupo de whatsapp de los periodistas, para su divulgación. (Ronda de medios). | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas |  |
| **6** | **Realizar Monitoreo de medios, a través del seguimiento a las publicaciones emitidas por los mass media.** | Diariamente se realiza un monitoreo de medios locales en torno a la Cámara de Comercio, que han sido generadas o no por el Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas y así medir nuestra presencia institucional en estos medios. Las publicaciones de medios impresos y digitales son archivadas en el Formato Monitoreo de Medios.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato Monitoreo de Medios.Base de datos supervisión de free press |
| **7** | **Supervisión de Free press** | Con base en el Formato Monitoreo de Medios se alimenta una tabla de Excel llamada Supervisión de Free Press en la que se recopilan datos estadísticos que establecerán cuál fue la noticia generada o no generada por la entidad que tuvo más impacto en el mes, así como cuáles son los medios que más nos publican, en qué horario, qué día, en qué sección y demás datos concretos.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Supervisión de free press |
| **8** | **Evaluar el servicio** | Después de realizar el cubrimiento de evento y las publicaciones en las redes sociales, se prosigue a solicitarle al cliente interno o externo evaluar el servicio prestado, para posteriormente tabularlo en una tabla de Excel y realizarle seguimiento al proceso. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |

* + 1. **FLUJOGRAMA DE CUBRIMIENTO DE EVENTOS Y SUPERVISIÓN DE FREE PRESS.**

No

* 1. **PROCEDIMIENTO DE CUÑAS RADIALES**

| **Paso** | **Etapa** | **Descripción**  | **Responsables**  | **Formatos** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Solicitud del servicio** | Se recibe el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones, previamente diligenciado con la información a difundir en la cuña radial.**Nota 1:** Los servicios solicitados por el Presidente ejecutivo y el Vicepresidente Administrativo de la entidad, se eximen de presentar Formato de Solicitud de Servicios. **Nota 2:** El cliente interno o externo deberá diligenciar el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones con 48 horas de anticipación. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **2** | **Redactar la cuña radial** | Con base en la información depositada por el cliente interno o externo, mediante el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones, se redacta el enfoque que se le dará a la cuña radial.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **3** | **Revisar texto de cuña radial** | Después de haber redactado la cuña, se pasa a revisión con la Vicepresidente de Promoción y Desarrollo, para su aprobación. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **4** | **Grabar cuña radial** | Se realiza la grabación del texto en la cabina de la emisora virtual CCVALLEDUPAR STEREO, con base en la realización de pruebas de sonido y musicalización del audio.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **5** | **Editar cuña radial** | Luego de la grabación del audio se procede a editar y musicalizar el audio en el programa Adobe Audition. Esta actividad está a cargo del Auxiliar de Producción Audiovisual. Posteriormente se exporta y se guarda en un CD o en la nube, en formato MP3. | Auxiliar de Producción Audiovisual | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **6** | **Enviar a los medios de Comunicación** | De acuerdo a la solicitud del cliente interno o externo de ser divulgada la cuña en los diferentes medios de comunicación determinados base de datos de medios, se realiza el envio del audio a las emisoras, vía correo electrónico, acompañado de una orden de servicio que emite el área Gestión Financiera, donde el solicitante debe especificar la cantidad de emisiones de la cuña.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato Solicitud de compra de bienes o serviciosBase de datos de medios |
| **7** | **Evaluar el servicio** | Posterior al envio del audio, se prosigue a solicitarle al cliente interno o externo evaluar el servicio prestado, para posteriormente tabularlo en una tabla de Excel y realizarle seguimiento al proceso. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |

* + 1. **FLUJOGRAMA DE CUÑAS RADIALES**
	1. **PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Paso** | **Etapa** | **Descripción**  | **Responsables**  | **Formatos** |
| **1** | **Recibir Solicitud de servicio** | Se recibe el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones, previamente diligenciado con el contenido del vídeo. **Nota 1:** Los servicios solicitados por el Presidente ejecutivo y el Vicepresidente Administrativo de la entidad, se eximen de presentar Formato de Solicitud de Servicios. **Nota 2:** El cliente interno o externo deberá diligenciar el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones con 48 horas de anticipación. | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **2** | **Designar tareas** | Designarle al Auxiliar de Producción Audiovisual la solicitud y organizar fecha de grabación, de acuerdo al cronograma de actividades establecido.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **3** | **Grabar tomas y voz en off** | De acuerdo a la petición del cliente interno o externo se realizan tomas del entorno, de ser necesario se graba un off en la cabina de la emisora virtual CCVALLEDUPAR STEREO, que será la base del vídeo institucional.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **4** | **Edición del vídeo** | A través del programa editor Adobe Premier Pro se edita el vídeo a emitir.  | Auxiliar de Producción Audiovisual | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **5** | **Revisión y aprobación del vídeo** | Posteriormente, el encargado de la Dirección del área revisa y aprueba el archivo previamente editado.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **6** | **Publicar el vídeo en las redes sociales y página web institucional** | Después de haber sido aprobado el archivo se publica en las diferentes plataformas digitales de la entidad.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |
| **7** | **Evaluar el servicio** | El cliente interno externo debe evaluar el servicio prestado.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas | Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones |

* + 1. **FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**
	1. **PROCEDIMIENTO INFORME FINAL**

| **Paso** | **Etapa** | **Descripción**  | **Responsables**  | **Formatos** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **Realizar informe de gestión del proceso, mensualmente y trimestralmente** | De acuerdo a las actividades realizadas en el mes, se hace el cálculo de indicadores y el informe de gestión del proceso, estableciendo las acciones correctivas que sean pertinentes, en caso de que aplique.  | Director de Comunicaciones y Relaciones Públicas o Profesional Universitario en Comunicación Social | Acta de informe mensual y acta de indicadores |

1. **PLAN DE CONTINGENCIA**
2. Realizar copia de seguridad mensual en disco duro externo.
3. **DOCUMENTOS RELACIONADOS**
4. Manual de Imagen Corporativa.
5. Plan anual de Comunicaciones.
6. Base de Datos supervisión de Free Press
7. Base de datos de Medios
8. **FORMATOS**
9. Formato Solicitud de Servicios de comunicaciones.
10. Formato Monitoreo de Medios
11. **ANEXOS**

N.A