

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PROCEDIMIENTO CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL	P7.CE	11/07/2024
		Versión 4	Página 1 de 4

1. OBJETIVO:

Diseñar e implementar campañas de promoción, prevención y para la garantía de los derechos de las niñas, niños, adolescentes y familias.

2. ALCANCE:

Inicia con la recepción de la solicitud de creación de una campaña y termina con el seguimiento a la campaña creada y al plan de divulgación institucional.

3. POLÍTICAS DE OPERACIÓN:

3.1. Se debe dar cumplimiento a las directrices institucionales emitidas por los procesos misionales en todo lo relacionado a la producción de las campañas y divulgación institucional en el marco del plan estratégico de comunicación.

4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
		Inicio		
1	Recibir la solicitud de creación de una campaña y/o plan de divulgación	La Oficina Asesora de Comunicaciones recibe las solicitudes y la información enviada por las áreas o regionales del ICBF, para la creación de campañas.	Jefe / Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Memorando y F1.P7.CE Formato Brief para Solicitud de Campañas de Divulgación Institucional, diligenciado
2 P.C	Revisar, aprobar y direccionar	Se revisa la pertinencia de la solicitud para posterior aprobación e inicio de la creación de la campaña. ¿Es pertinente la creación de la campaña y/o plan de divulgación? Si: Aprobar solicitud e ir a la actividad 3 No: Notificar al solicitante y continua en la actividad 1	Jefe / Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Acta de reunión/Correo electrónico
3	Crear concepto de campaña y/o plan de divulgación	Se consolida la información y se define si la creación del concepto se va a realizar "in house" o a través de agencia. Se analiza la información para crear el concepto de comunicación que más se adapte a la necesidad de divulgación del proceso. ¿El concepto se creará in house o agencia? "In house": elaborar el concepto	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico y/o Acta de reunión

¡Antes de imprimir este documento... piense en el medio ambiente!

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PROCEDIMIENTO CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL	P7.CE	11/07/2024
		Versión 4	Página 2 de 4

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
		Agencia: enviar la información y emitir los lineamientos para la elaboración del concepto.		
4 P.C	Revisar y aprobar el concepto	Se revisa el contenido y el estilo de comunicación del concepto. ¿El concepto es aprobado? Si: Aprobar y continuar con la actividad 5 No: Enviar observaciones y regresar a la actividad 3	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional designado por la Sede de la Dirección General	Correo electrónico y/o Acta de reunión
5	Desarrollar las piezas de las campañas y/o plan de divulgación	Para el desarrollo de piezas "in house": - Coordinar la creación de las piezas de comunicación al interior de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Para el desarrollo de piezas por medio de agencia de publicidad: - Enviar "brief" a la agencia y solicitar la creación de las piezas de comunicación.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Piezas de comunicación
6 P.C	Revisar y aprobar la pieza de comunicación	Se revisan las piezas de comunicación en cuanto al estilo de comunicación y diseño ¿Es aprobada la propuesta de la pieza comunicativa? Si: Aprobar y continuar con la actividad 7 No: Enviar observaciones y regresar a la actividad 5	Jefe/Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones Director, Subdirector y/o Jefe de Oficina	Correo electrónico y/o Acta de reunión
7	Realizar reunión de plan de medios	En la reunión se revisa, se fija o ajusta el plan de medios.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Acta de reunión
8	Divulgar en medios de comunicación	La divulgación se puede realizar desde la OAC o a través de central de medios entregando el plan de medios para su ejecución, en los medios propios de la Oficina Asesora de Comunicaciones o se puede realizar a través del mensaje	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Plan de medios ejecutado/Código cívico/Pieza divulgada

¡Antes de imprimir este documento... piense en el medio ambiente!

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PROCEDIMIENTO CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL	P7.CE	11/07/2024
		Versión 4	Página 3 de 4

No	Nombre de la Actividad	Descripción de la actividad	Responsable	Registro
		cívico entregando a la Comisión de Regulación de Comunicaciones para su autorización de divulgación sin costo para la entidad.		
9 P.C	Realizar seguimiento a la campaña y plan de divulgación institucional	Se solicita a los encargados de la divulgación "in house" de la OAC o la central de medios para la producción del respectivo informe de divulgación, alcance o cubrimiento de la campaña y plan de divulgación, el cual es socializado con la Jefe de la OAC.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Informe de cubrimiento
		Fin		

P.C.: Punto de Control

5. RESULTADO FINAL:

Publicación realizada campañas y divulgación institucional.

6. DEFINICIONES:

Agencia de publicidad: Es una organización comercial independiente, compuesta de personas creativas y de negocios, que desarrolla, prepara y coloca la publicidad o propaganda, por cuenta de un anunciante que busca encontrar entre el público credibilidad para sus mensajes o difundir sus ideas.

CRC: entidad encargada de gestionar y autorizar los espacios públicos de televisión en general.

Brief: Es un documento escrito que contiene o debe contener toda la información necesaria para iniciar el desarrollo de una campaña. Es, a la vez, punto de partida e instrumento de control tanto durante el proceso de realización de la campaña como ante la campaña terminada.

Campaña: Es un amplio conjunto de acciones que tienen como objetivo dar a conocer el mensaje que se busca entregar. Esto se logra a través de mensajes de distintos formatos, pero relacionados, que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado.

Central de medios: Son empresas o estudios donde se gestionan las compras de espacios en los medios de comunicación, generando volúmenes que permiten tener un mejor poder de negociación por conseguir mejores costos.

Espacios Institucionales y Mensajes Cívicos: son un espacio gratuito reservado en todos los canales de televisión abierta por la CRC para la radiodifusión de contenidos realizados por entidades del Estado que son de interés nacional y cuyas entidades autoras de los mensajes no cuentan con planes de medios o recursos económicos para su divulgación.

¡Antes de imprimir este documento... piense en el medio ambiente!

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PROCEDIMIENTO CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL	P7.CE	11/07/2024
		Versión 4	Página 4 de 4

Concepto: Entiéndase cómo el resultado de un proceso creativo realizado por profesionales de la comunicación y estrategia que logra plasmar en un mensaje los atributos fundamentales del tema a través de un conjunto de piezas perfectamente alineadas de tal forma que sirva para alcanzar el objetivo o los objetivos que se han fijado.

OAC: Oficina Asesora de Comunicaciones

Plan de medios: Es la relación estratégica de medios, fechas y tiempos de exposición de los mensajes en los medios tradicionales o digitales para hacer llegar los mensajes promocionales al mayor número de personas del público objetivo.

Plan de divulgación: Es la relación de acciones de comunicación a ser realizadas en espacios pagos o no en medios de comunicación tradicionales o digitales.

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA:

Código de infancia y adolescencia

Política de Comunicaciones

Plan estratégico de comunicaciones

8. RELACIÓN DE FORMATOS:

CODIGO	NOMBRE DEL FORMATO
F1. P7. CE	Formato Brief para Solicitud de Campañas de Divulgación Institucional

9. ANEXOS: N/A

10. CONTROL DE CAMBIOS:

Fecha	Versión	Descripción del Cambio
21/05/2024	P7.CE V3	Se ajusto: 1. OBJETIVO: se actualiza, precisa y se hace estratégico. 2. ALCANCE: se actualizó eliminando elementos improcedentes. 3. POLITICA DE OPERACION: se actualizo y se hizo más precisa el ítem 3.1. 4. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES: se actualizaron por necesidades técnicas las actividades de la 1 a la 10. Se suprimió la actividad 3 por improcedente en el flujo del procedimiento. 6. DEFINICIONES: se actualizaron y mejoraron el contenido y pertinencia de las definiciones en función de su operatividad y carácter estratégico.
13/10/2017	P7.CE V2	Se actualiza el punto 4 descripción de actividades y los responsables.
18/11/2016	P7.CE V1	Se ajustó objetivo y actividades del procedimiento para la operación del proceso de Comunicación Estratégica.

¡Antes de imprimir este documento... piense en el medio ambiente!