

	PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 1 de 13

CONTENIDO

1	OBJETIVO.....	3
2	DESTINATARIOS.....	3
3	GLOSARIO.....	3
4	REFERENCIAS NORMATIVAS.....	5
5	GENERALIDADES.....	5
5.1	ATRIBUTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SIC.....	5
5.2	POLÍTICA DE OPERACIÓN.....	6
5.3	MEDIOS Y FORMATOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SIC.....	6
5.4	ESTRUCTURA GRUPO INTERNO DE TRABAJO DE COMUNICACIONES.....	7
5.4.1	Gestión Comunicación Interna.....	8
5.4.2	Canales de Gestión de Comunicación Interna.....	8
6	REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA DEL PROCEDIMIENTO.....	10
7	DESCRIPCION DE ETAPAS Y ACTIVIDADES.....	11
7.1	GESTIONAR SOLICITUDES.....	11
7.1.1	Recibir las solicitudes.....	11
7.1.2	Ajustar los contenidos.....	12
7.1.3	Aprobar los contenidos.....	12
7.2	DISEÑAR LA PROPUESTA.....	12
7.2.1	Proponer el diseño.....	12
7.2.2	Solicitar Ajustes.....	12
7.2.3	Proponer diseño Ajustado.....	13
7.3	APROBAR Y PUBLICAR.....	13
7.3.1	Realizar Aprobación de las Piezas.....	13

Elaborado por: Nombre: Mónica Andrea Cuevas Cargo: Profesional Universitario	Revisado y Aprobado por: Nombre: Jonier Alberto Quiceno Ceballos Cargo: Coordinador del Grupo de Comunicaciones	Aprobación Metodológica por: Nombre: Giselle Johanna Castelblanco Muñoz Cargo: Representante de la Dirección para el Sistema de Gestión de Calidad Fecha: 2024-11-14
---	--	--

Cualquier copia impresa, electrónica o de reproducción de este documento sin la marca de agua o el sello de control de documentos, se constituye en copia no controlada.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 2 de 13

7.3.2	Realizar Informe de Publicación	13
8	DOCUMENTOS RELACIONADOS.....	13
8.1	DOCUMENTOS EXTERNOS	13
9	RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN	13

COPIA NO CONTROLADA

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	<p>Código: CS03-P01</p> <p>Versión: 2</p> <p>Página 3 de 13</p>
---	--	---

1 OBJETIVO

Describir los pasos que deben realizar las áreas interesadas en divulgar información al interior de la Entidad sobre sus procesos, utilizando los medios de comunicación interna dispuestos por la SIC para el conocimiento de todos los funcionarios y contratistas.

2 DESTINATARIOS

El presente documento debe ser conocido y aplicado por los funcionarios y contratistas de la sic que participen directa o indirectamente en la gestión de la comunicación interna.

3 GLOSARIO

Banner: Pieza gráfica dentro de una página web. Su objetivo fundamental es generar reconocimiento de marca y atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante. Puede ser una imagen animada o estática, que sirve para llamar la atención del usuario del sitio en internet. En ocasiones, contiene un vínculo que lleva a desplegar más información.

Blog: Espacio editorial en formato digital donde uno o varios autores expresan ideas o sentimientos personales sobre diferentes temas. Los lectores pueden interactuar con estos contenidos, calificándolos o publicando sus comentarios al respecto.

Campañas internas: Son aquellas actividades de divulgación que tienen como público los integrantes de una empresa o entidad. Deben tener un objetivo, un concepto, un mensaje y un orden lógico de ejecución. Pueden ser informativas o de sensibilización.

Cliente: Son las demás áreas de la SIC que requieren divulgar sus temas a través de la gestión del Grupo de Trabajo de Comunicación.

Contenidos: Pieza de comunicación (gráfica o editorial) que contenga información y se publique a través de un canal de comunicación análogo o digital. Textos, documentos, formularios, videos, archivos de audio, presentaciones, libros y animaciones, son algunos de los tipos de contenidos que se gestionan con regularidad.

Comunicación Interna: Es el conjunto de actividades llevadas a cabo para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus colaboradores, a través del uso de diferentes medios que los mantengan informados, integrados e

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	<p>Código: CS03-P01</p> <p>Versión: 2</p> <p>Página 4 de 13</p>
---	--	---

inspirados para contribuir con su trabajo al logro de las metas institucionales. Así mismo, es un medio para acercar e integrar a los colaboradores, fortalecer la cultura organizacional y la calidad de vida laboral.

Comunicación organizacional: Comunicación que tiene lugar dentro de una organización. Es un sistema sujeto a cambios constantes que implica términos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades).

Divulgación: Acción que se realiza a través de la entrega y difusión de información a los medios de comunicación, servidores públicos (en el caso de la SIC), sector privado, sector público y sociedad en general.

Estrategia de comunicación: Documento que define la distribución de los anuncios a través de un cronograma previamente establecido y que obedece a la definición de unos objetivos que responden a las necesidades de quien quiere comunicar.

Gestión de contenidos: Se denomina así a la actividad de detectar, recopilar, preparar y publicar cualquier clase de contenido en una página Web. Usualmente la gestión de contenidos es una acción planificada de acuerdo con las características del sitio e involucra a un grupo interdisciplinario de perfiles. Su objetivo es garantizar que el mejor contenido esté disponible siempre actualizado.

Infografía: Técnica mediante la cual se presenta información de manera gráfica.

Intranet: Sitio web al que sólo pueden acceder los colaboradores de una empresa.

Mailing: Envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada.

Área solicitante: Es cualquier área que apoya su gestión en actividades de comunicación realizadas a través del Grupo de Trabajo de Comunicación.

Publicación: Documentos para divulgación masiva, tales como libros, manuales, cartillas, guías, folletos, volantes, afiches y demás modelos usualmente usados en divulgación, en presentación impresa o electrónica.

Pieza de comunicación: Objeto que se articula de manera visual, escrita o auditiva con el fin de comunicar un mensaje.

 Superintendencia de Industria y Comercio	PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 5 de 13

4 REFERENCIAS NORMATIVAS

Jerarquía de la norma	Numero/ Fecha	Título	Artículo	Aplicación Específica
Ley	18 de 1989	Por medio de la cual se establecen requisitos y condiciones en el desempeño de la divulgación y prensa de los ministerios, departamentos administrativos, superintendencias, establecimientos públicos y unidades administrativas especiales del orden nacional	Total	Total
Decreto	4886 de 2011	Por el cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinan las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones.	Art. 6	Atención al ciudadano, campañas de comunicación educativa
Decreto	4886 de 2011	Por medio del cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinan las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones.	Art. 22, numeral 9	Total
Decreto	4326 de 2011	Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 10 de la Ley 1474 de 2011	Total	Total
Ley	2345 de 2023	Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal	Total	Sitio Web

5 GENERALIDADES

5.1 ATRIBUTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SIC

Las características que tenemos en cuenta para la comunicación entre la Entidad y su público son:

- Claridad: Se procura dar información de fácil entendimiento.
- Concisión: Se debe incluir información para que el mensaje se entienda, pero lo suficiente para que no se pierda el mensaje.
- Coherencia: Debe tener una estructura que facilite la comprensión de los mensajes.
- Confiabilidad: Lograr credibilidad y reconocimiento del medio.
- Oportunidad: Capacidad de utilidad del producto que cumpla su función de divulgación.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 6 de 13

5.2 POLÍTICA DE OPERACIÓN

Las diferentes áreas, oficinas, grupos, etc. que utilicen los servicios de comunicación interna como parte de su estrategia para el logro de sus objetivos nombrarán un representante que será el conducto directo de información con el equipo de Comunicaciones Internas.

Toda la solicitud de publicación se gestionará a través de un correo enviado al líder del equipo de comunicación interna.

Todos los contenidos deben llegar al Equipo de Comunicación Interna debidamente aprobados por el jefe inmediato del grupo de trabajo, o por la persona asignada para tal efecto.

El grupo de trabajo responsable del contenido es el garante de la calidad, actualidad y veracidad de la información.

Con el fin de que tanto el área o grupo solicitante, como el equipo de Comunicación Interna logren sus objetivos, el equipo de Comunicación Interna realizará con el área o grupo de trabajo solicitante Acuerdos de Nivel de Servicio que establecen las condiciones de tiempos, características de información entregada y recibida, etc. que se cumplirán en los tiempos estimados para ello.

Cuando así se requiera, Comunicación Interna será generador de contenidos propios.

5.3 MEDIOS Y FORMATOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SIC

La Superintendencia cuenta con distintos medios de comunicación interna para divulgar la información generada al interior de la entidad, promover la identidad corporativa y el conocimiento continuo de las iniciativas enfocadas en los objetivos, planes y programas institucionales brindando acceso a la información, nuevos canales de comunicación interna para facilitar procesos, pertenencia y cultura organizacional de manera tecnológica y comunicacional.

La gestión de las carteleras digitales y la multimedia institucional, permiten la implementación de Tecnologías de información y Comunicación (TIC), cuyo principal objetivo es agilizar los procesos de comunicación asociado a la actividad y gestión de la Entidad.

Estas herramientas permiten:

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 7 de 13

- Desarrollar contenido de valor con alcance formativo e informativo de acuerdo a la imagen institucional.
- Realizar plantillas de publicación de acuerdo a la imagen y marca institucional aprobadas por la SIC.
- Formalizar canales de comunicación digital de acuerdo a flujos de información eficientes.
- Divulgar información de interés institucional brindada por la Entidad para promover el sentido de pertenencia e incrementar la participación activa de los servidores públicos en los proyectos internos.
- La Oficina de Tecnología e Informática es la encargada de brindar soporte técnico cuando los medios digitales presenten novedad en su funcionamiento.

Así mismo, este documento define como Objetivos Específicos los siguientes:

- Asesorar a las diferentes áreas y grupos de interés para que la información que desean transmitir se comunique de forma óptima, a través de los canales más adecuados para el logro de los objetivos específicos.
- Generar contenidos institucionales.
- Facilitar el intercambio de información entre todos los niveles de la Entidad que permita, un funcionamiento más ágil y dinámico de las diferentes áreas y una mejor coordinación entre ellas.
- Estandarizar los procesos de comunicación generados al interior de la SIC con el fin de precisar canales y prácticas para que la información fluya de forma uniforme y eficaz minimizando el impacto de la comunicación no oficial.
- Incentivar el trabajo colaborativo a través de la creación de espacios para el intercambio de conocimiento y buenas prácticas.
- Integrar a los servidores y contratistas a la filosofía y valores de la Entidad.
- Fortalecer y mantener una imagen favorable de la Entidad, entre los miembros de la misma.

5.4 ESTRUCTURA GRUPO INTERNO DE TRABAJO DE COMUNICACIONES

Este Grupo Interno de Trabajo, adscrito a la OSCAE, cuenta con un coordinador y un equipo de profesionales en comunicación social, diseño, animación, programación e ingeniería, entre otras disciplinas, quienes se articulan bajo diferentes temas para gestionar las solicitudes en materia de comunicación del Despacho del Superintendente, las Delegaturas y demás dependencias de la Superintendencia.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 8 de 13

Estos temas son:

- Gestión Digital (Diseño, Página Web, Editorial, Redes y Fotografía)
- Gestión de Eventos
- Gestión de Comunicación Interna

5.4.1 Gestión Comunicación Interna

Desarrolla la estrategia de comunicación interna de la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de acciones de divulgación que cumplan con contenido y calidad, para el fortalecimiento de la cultura corporativa, que contribuyan al clima organizacional y al conocimiento de iniciativas y decisiones institucionales al interior de la Entidad.

La gestión de la comunicación interna consiste en optimizar los procesos de comunicación dentro de la Entidad, por medio de la difusión de mensajes claros y concretos, a través de los distintos canales, esto para facilitar a los funcionarios y contratistas conocer la gestión de la Superintendencia, generar mayor sentido de pertenencia y fortalecer la cultura organizacional.

Los funcionarios y contratistas al frente de la gestión de las comunicaciones internas asesoran a las diferentes áreas y grupos de interés para que se comuniquen de forma óptima, a través de los canales adecuados para lograr los objetivos específicos.

En el desarrollo de sus funciones, generan contenidos institucionales, facilitan el intercambio de información entre todos los niveles de la Entidad e incentivan el trabajo colaborativo a través de la creación de espacios para el intercambio de conocimiento y buenas prácticas.

La comunicación interna de la SIC busca integrar a los servidores y contratistas a la filosofía y valores de la Entidad y además fortalecer y mantener su imagen favorable entre el público interno

5.4.2 Canales de Gestión de Comunicación Interna

INTRASIC

Es la Intranet de la Superintendencia de Industria y Comercio. Es la red interna que funciona como plataforma de telecomunicaciones y que brinda un espacio de navegación donde se encuentra reunida la información relevante y de interés para los servidores públicos y contratistas de la Entidad.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	<p>Código: CS03-P01</p> <hr/> <p>Versión: 2</p> <hr/> <p>Página 9 de 13</p>
--	--	---

Contiene información de las áreas, aplicaciones y servicios de información y de comunicación. Esta herramienta impulsa la participación y el conocimiento institucional por medio de mensajes claves e información actualizada constantemente para el recurso humano de la Entidad.

CARTELERAS DIGITALES

Las carteleras digitales están ubicadas en las sedes físicas de la Entidad en Bogotá y prestan un servicio integral de desarrollo y suministro de contenidos dinámicos, creativos y oportunos de acuerdo con la imagen institucional, para el público interno.

Buscan tener alta probabilidad de visualización, a través de contenidos cortos y creativos, frecuencias adecuadas de divulgación de mensajes, información segmentada enfocada al público objetivo y planeación de contenido.

CORREO ELECTRÓNICO (MAILING)

Es el medio de comunicación interna más directo con los servidores públicos y contratistas, y a través de él se informan temas con prioridad alta. El equipo de comunicación interna administra la cuenta comunicacionintera@sic.gov.co desde la cual se emite información de interés.

FONDOS DE ESCRITORIO

Es la imagen digital que se puede visibilizar solo en los equipos de cómputo provistos por la Entidad. Se actualizan según las necesidades, con información de interés, campañas de recordación o mensajes relacionados para fomentar el clima laboral y posicionar la cultura institucional. El Grupo de Comunicaciones, como productor de los contenidos de comunicación interna es el encargado de aprobar los fondos de escritorio que se quieran implementar, los cuales son unificados en los equipos de cómputo en la entidad y activados en este espacio por la Oficina de Tecnología e Informática.

Las áreas interesadas en utilizar los fondos de escritorio deben realizar la solicitud al encargado de comunicación interna, especificando la finalidad de este y el tiempo de duración de la imagen. Una vez se realice el diseño y éste sea aprobado por el Grupo de Comunicaciones, se informará a la Oficina de Tecnología e Informática que el material es válido para su gestión pertinente.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 10 de 13

CAMPAÑAS INFORMATIVAS INTERNAS

Las campañas informativas están dirigidas a generar mayor recordación sobre los temas específicos relacionados con la actividad institucional a nivel interno.

La situación que genera la necesidad de la campaña se crea con el fin de posicionar y divulgar información dentro del marco general de cultura institucional y fortalecer el relacionamiento interno por medio de la sensibilización y comunicación experiencial de alto impacto como facilitadora de procesos, pertenencia y clima laboral.

Teniendo en cuenta el público objetivo, servidores públicos y contratistas de la SIC, las campañas informativas buscan fomentar la participación e interiorización mediante el diseño de mensajes, escenarios, medios y piezas comunicativas que generen interés y conocimiento en los temas planteados.

Esta gestión debe incluir las siguientes tres (3) fases de desarrollo, desde el punto de vista de forma y fondo (mensajes e impacto) de acuerdo con el desarrollo realizado por el área que solicite la divulgación:

- Campaña de Expectativa
- Campaña de Sensibilización y Lanzamiento
- Mensajes para sostenimiento

Las campañas de información se apoyan con material entregable, de acuerdo con la necesidad, el cual brinda información directa e institucional por medio de mecanismos de información y posicionamiento de la Entidad en el cliente interno.

6 REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA DEL PROCEDIMIENTO

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
1.	GESTIONAR SOLICITUDES	Correo de solicitud formal adjuntando contenidos debidamente aprobados por la persona asignada en el área solicitante	<p>La solicitud debe llegar al correo, de la persona encargada de la Comunicación Interna de la SIC, definida por el Coordinador del Grupos de Comunicaciones, con la anticipación requerida a la fecha en la cual se debe hacer la publicación, según sea el producto de diseño.</p> <p>En esta etapa se realizan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recibir las solicitudes - Ajustar los contenidos 	<p>Área solicitante</p> <p>Equipo de Comunicaciones Internas</p>	Correo con la propuesta de textos y tiempos de publicación

 Superintendencia de Industria y Comercio	PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 11 de 13

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
			- Aprobar los contenidos		
2.	DISEÑAR LA PROPUESTA	Documento con los textos definidos para cada una de las piezas	<p>El correo que enviará el líder de comunicación interna al cliente incluirá las piezas propuestas y describirá las fechas propuestas para las publicaciones.</p> <p>En esta etapa se realizan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proponer el diseño - Solicitar Ajustes - Proponer diseño Ajustado 	<p>Equipo de Comunicaciones Internas</p> <p>Área solicitante</p>	Correo con la propuesta gráfica de todas las piezas definidas
3.	APROBAR Y PUBLICAR	Correo de aprobación o solicitud de ajustes por parte del área solicitante	<p>Dentro de los tiempos requeridos, el cliente interno, envía al equipo de comunicación interna un correo formal de aprobación de la propuesta de diseño y la respectiva autorización para su publicación en la fecha acordada inicialmente.</p> <p>En esta etapa se realizan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar Aprobación de las Piezas - Realizar Informe de Publicación 	<p>Área solicitante</p> <p>Equipo de Comunicaciones Internas</p>	Correo con la aprobación o solicitud de ajustes para publicar.

7 DESCRIPCIÓN DE ETAPAS Y ACTIVIDADES

7.1 GESTIONAR SOLICITUDES

7.1.1 Recibir las solicitudes

El cliente interno debe remitir solicitud al correo de líder de la gestión de las Comunicaciones Internas con la anticipación requerida (ver Anexo 1) a la fecha en la cual se debe hacer la publicación, según sea el producto de diseño y debe incluir los contenidos debidamente caracterizados, explicando el objetivo de comunicación, los públicos objetivos y la fecha de publicación, todo aprobado por la persona encargada del área solicitante. Estos contenidos deben ser el texto de la información que se desea transmitir y estarán exento de dibujos, caracteres especiales, etc.

En caso de que el proceso solicitante no tenga claridad sobre el producto de diseño más adecuado para el logro del objetivo de la publicación, o si el equipo de comunicación interna considera que para lograr el objetivo hay mejores alternativas de diseño que la solicitada, programará una reunión con la persona o personas

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	<p>Código: CS03-P01</p> <hr/> <p>Versión: 2</p> <hr/> <p>Página 12 de 13</p>
--	--	--

encargadas del proceso solicitante para analizar el objetivo de la publicación y acordar el producto de diseño más conveniente.

Una vez se acuerda el producto de diseño, el equipo de comunicación interna procede a desarrollar la respectiva propuesta y la envía al solicitante, informándole el tiempo con el que dispone para enviar la aprobación o sugerir ajustes.

7.1.2 Ajustar los contenidos

El líder de la gestión de las comunicaciones internas coordinará la revisión y ajuste de los insumos entregados por el cliente interno, para editarlos y hacerlos más amigables con el lector, traduciéndolos a un lenguaje claro que se adapte al contexto y a los diferentes públicos al interior de la Entidad. Luego de esto procederá a enviar los textos al cliente interno mediante correo electrónico, aclarando cuáles serían los canales, piezas y periodicidad para la divulgación.

7.1.3 Aprobar los contenidos

El cliente interno revisará la propuesta del Grupo de Trabajo de Comunicación para aprobarla o pedir ajustes dependiendo sus necesidades. Una vez apruebe los mensajes y verifique que se ajustan a lo que se requiere, procederá a enviar correo electrónico al líder de comunicación interna con su aprobación para proceder con la elaboración de la propuesta gráfica.

7.2 DISEÑAR LA PROPUESTA

7.2.1 Proponer el diseño

El líder de comunicación interna recibirá el correo de aprobación de los insumos y coordinará la elaboración de la propuesta gráfica con el diseñador asignado para esta labor. Una vez realizada dicha propuesta, será nuevamente el líder de comunicación interna quien la envíe al cliente interno vía correo electrónico para su aprobación.

7.2.2 Solicitar Ajustes

De ser necesario, el cliente interno podrá solicitar nuevos ajustes a las piezas y mensajes, informando al líder de comunicaciones internas, para que sea él quien coordine la realización de estos cambios por parte del diseñador.

 <p>Superintendencia de Industria y Comercio</p>	<p>PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES INTERNAS</p>	Código: CS03-P01
		Versión: 2
		Página 13 de 13

7.2.3 Proponer diseño Ajustado

Realizados estos ajustes y, dentro de los tiempos establecidos y acordados previamente, el líder de comunicaciones internas enviará nuevamente al cliente interno la propuesta de diseño ajustada para su debida aprobación, informándole el tiempo de que dispone para hacerlo.

7.3 APROBAR Y PUBLICAR

7.3.1 Realizar Aprobación de las Piezas

El cliente interno aprobará las piezas y enviará un correo electrónico al líder de comunicaciones internas autorizando la propuesta de diseño y su publicación en la fecha acordada inicialmente.

7.3.2 Realizar Informe de Publicación

El líder de comunicación interna elaborará un informe de la publicación el mismo día de su publicación, donde adjuntará las evidencias (capturas de pantalla u otras imágenes) donde se pueda constatar que las piezas fueron divulgadas dentro de los parámetros establecidos en el requerimiento inicial del cliente interno. Este informe será remitido vía correo electrónico por el líder de comunicación interna al cliente interno.

8 DOCUMENTOS RELACIONADOS

Anexo 1. Productos y tiempos para Solicitudes de Comunicación Interna
Formato de Brief Campañas y Piezas - CS03 F04

8.1 DOCUMENTOS EXTERNOS

No aplica.

9 RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN

Se ajusta procedimiento eliminando las actividades relativas a la gestión digital dado que se crea un nuevo procedimiento para ello.
Se actualizan las referencias normativas, la tabla del capítulo No. 6 y el glosario.

Fin documento