

1. Objetivo

Caracterizar y documentar las operaciones del Grupo de Comunicaciones y Prensa con el fin de proporcionar una guía clara y detallada sobre los objetivos, estrategias y requisitos de las solicitudes recibidas por parte de las diferentes áreas, grupos y subdirecciones del instituto.

2. Alcance

Este procedimiento aplica a todas las operaciones desarrolladas por el Grupo de Comunicaciones y Prensa relacionadas con la recepción, análisis, planificación, ejecución y seguimiento de solicitudes provenientes de las áreas, grupos y subdirecciones del Instituto.

3. Definiciones

- **Brief de Comunicación:** Documento base que recopila la información esencial de una solicitud. Define objetivos, públicos, mensajes, entregables, tiempos, responsables y criterios de éxito de una acción o campaña de comunicación.
- **Objetivo de la Comunicación:** Propósito específico que se busca alcanzar mediante una acción o estrategia comunicacional. Orienta el enfoque del mensaje, el tono, los recursos y los canales utilizados.
- **Público Objetivo:** Grupo de personas al que se dirige una comunicación. Se define por características sociodemográficas, comportamentales o funcionales, y determina la forma, el canal y el mensaje a emplear.
- **Mensajes Clave:** Ideas principales que deben transmitir las acciones de comunicación. Aseguran coherencia y consistencia en todos los medios y piezas utilizadas.
- **Canales de Comunicación:** Medios internos y externos utilizados para difundir información institucional (correo masivo, WhatsApp,

intranet, redes sociales, web, carteleras digitales, entre otros). La selección depende del público objetivo y los objetivos de la solicitud.

- **Pieza Gráfica:** Elemento visual diseñado para transmitir un mensaje específico (banner, imagen, afiche, portada, infografía, etc.), siguiendo la estrategia planteada en el brief.
- **Estrategia de Comunicación:** Conjunto de acciones planificadas para alcanzar un objetivo comunicacional. Incluye análisis del contexto, definición del público, mensajes clave, canales, recursos y métricas.
- **Línea Gráfica:** Conjunto de elementos visuales que conforman la identidad de una campaña (colores, tipografías, iconografías, composición y estilo).
- **Indicadores o Métricas de Éxito:** Criterios definidos para evaluar el impacto, alcance y efectividad de las acciones de comunicación (clics, visualizaciones, participación, interacción, cumplimiento de objetivos, etc.).
- **Tiempo de Respuesta:** Periodo establecido para la entrega de un producto o acción de comunicación, de acuerdo con la carga operativa, prioridades institucionales y complejidad de la solicitud.
- **Aprobador(es):** Persona(s) responsables de validar el contenido, diseño o enfoque de una pieza o acción comunicacional antes de su publicación o entrega.

4. Siglas (si se requiere)

- **Ideam:** Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales.
- **GCP:** Grupo de Comunicaciones y Prensa.
- **OAP:** Oficina Asesora de Planeación.
- **OAJ:** Oficina Asesora Jurídica.
- **TH:** Grupo de Administración y Desarrollo del Talento Humano.
- **MIPG:** Modelo Integrado de Planeación y Gestión.
- **PEI:** Plan Estratégico Institucional.

- **PQRSD:** Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias.
- **SINA:** Sistema Nacional Ambiental.
- **KPIs:** Indicadores Clave de Desempeño (Key Performance Indicators) Normatividad.

5. Líder del procedimiento

Secretaría General - Grupo de Comunicaciones y Prensa

6. Políticas de Operación

6.1. Uso obligatorio del Formulario de Solicitudes

Todas las solicitudes de comunicación deben ser gestionadas exclusivamente a través del **Forms institucional:**
<https://forms.office.com/r/SZLKhKqBRj>

No se recibirán requerimientos por correo, WhatsApp u otros canales, excepto en casos de contingencia autorizados por el Grupo de Comunicaciones y Prensa (GCP).

6.2. Información completa y veraz como requisito de inicio

Las solicitudes solo serán admitidas cuando el formulario esté diligenciado en su totalidad, con información clara, precisa y verificable.

Los requerimientos incompletos, ambiguos o sin los insumos necesarios no iniciarán proceso y serán devueltos al solicitante para completar la información requerida.

6.3. Priorización según criterios estratégicos e institucionales:

El GCP organizará y programará las solicitudes según criterios definidos:

- Alineación con objetivos institucionales,
- Impacto institucional,
- Complejidad técnica,
- Urgencia real (no percibida),
- Carga operativa del equipo,
- Cronograma del Instituto.

Nota: No se garantizarán entregas inmediatas de las solicitudes debido a que el proceso de comunicaciones requiere el cumplimiento de etapas técnicas y administrativas indispensables para asegurar la calidad, coherencia institucional y oportunidad de los mensajes. Cada solicitud debe ser analizada, priorizada y programada de acuerdo con su alcance, el tipo de producto comunicacional requerido, los públicos objetivo y la disponibilidad de recursos humanos y técnicos.

Adicionalmente, es necesario realizar procesos de validación de contenido, revisión de lineamientos institucionales, aprobación por las instancias correspondientes y, en algunos casos, articulación con otros procesos o dependencias, lo cual implica tiempos mínimos de gestión que no pueden omitirse. Garantizar entregas inmediatas podría afectar la precisión de la información, el cumplimiento de la imagen institucional y la efectividad de las acciones comunicativas.

Por lo anterior, las solicitudes serán atendidas conforme a los tiempos establecidos en el procedimiento, permitiendo una planeación adecuada y asegurando productos comunicacionales alineados con los objetivos estratégicos de la entidad.

6.4. Tiempos de respuesta sujetos a carga operativa y alcance

Los tiempos de producción se definirán según:

- Tipo de solicitud,

- Volúmenes de trabajo en curso,
 - Disponibilidad técnica,
 - Validaciones requeridas por el solicitante.
- La fecha estimada de entrega será comunicada formalmente y podrá ajustarse si el solicitante no entrega oportunamente los insumos requeridos.

6.5. Responsabilidad del solicitante en la entrega de insumos

Todo insumo (texto, datos, imágenes, avales técnicos, logos, documentos fuente, etc.) debe ser entregado en el momento de radicar la solicitud. Los retrasos en la entrega de insumos serán registrados y modificarán automáticamente la fecha final de entrega.

6.6. Validación y aprobación obligatoria por el área solicitante

Todo producto entregado por el GCP requerirá revisión y aprobación del solicitante antes de su publicación o difusión. Las devoluciones solo serán atendidas si se relacionan con:

- Precisión técnica,
- Datos errados,
- Necesidades justificadas de la campaña.

Nota: No se atenderán devoluciones estéticas subjetivas que afecten los tiempos del plan de producción o vulneren la línea gráfica.

6.7. Registro y trazabilidad obligatoria

Cada solicitud recibida será registrada en la matriz de control del **Formulario Único de Solicitudes** (<https://forms.office.com/r/SZLKhKqBRj>) y la trazabilidad de las mismas serán monitoreadas desde el correo institucional que permitirá:

- Seguimiento del estado,

- Registro de tiempos,
- Control de versiones,
- Historial de entregas.

Esta trazabilidad es la única fuente válida para verificación interna y auditoría.

Nota: De ser necesario el GCP citará a una mesa de trabajo con el solicitante, con el fin de llegar a acuerdos y responsabilidades que aseguren la efectividad del proceso y el cumplimiento de los objetivos.

6.8. Tiempos de solicitud y entrega

Se deben tener en cuenta los tiempos descritos en la siguiente tabla para las actividades relacionadas con las solicitudes y sus entregas.

6.8.1. Comunicaciones internas

Tipo de Solicitud	Tiempo para la solicitud	Tiempos de entrega o divulgación
Comunicaciones masivas	Mínimo 5 días hábiles antes del evento, fecha límite de la acción o inscripción requerida	Hasta 3 días hábiles después de recibida la solicitud
Campaña institucional interna	Mínimo 15 días hábiles antes del evento o de la convocatoria, lo que ocurra primero	Según lo acordado en los compromisos pactados después de la solicitud

Tipo de Solicitud	Tiempo para la solicitud	Tiempos de entrega o divulgación
Diseño de pieza gráfica interna	Mínimo 10 días hábiles antes del evento, fecha límite de la acción o inscripción requerida	Hasta 3 días hábiles después de recibida la solicitud
Videos de comunicación interna	Mínimo 20 días hábiles antes de la fecha prevista para su publicación	10 días hábiles después de la producción
Cubrimiento a evento interno (Foto y/o video)	Mínimo 10 días hábiles antes del evento o de la convocatoria, lo que ocurra primero	-

6.8.2. Comunicaciones externas

6.8.2.1. Diseño gráfico

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
Presentación PPT	Diagramación de slides	Al menos 2 días hábiles de anterioridad	1 día hábil si la PPT es de 5 a 10 slides 2 días hábiles si la PPT es de 11 a 20 slides 3 días hábiles si la PPT es de 21 o más slides	1 día hábil si la PPT es de 5 a 10 slides 2 días hábiles si la PPT es de 11 a 20 slides 3 días hábiles si la PPT es de 21 o más slides	1 día hábil 2 días hábiles 5 días hábiles
Kit de eventos	Imagen del evento	Al menos 3 días hábiles de anterioridad	2 días hábiles	1 día hábil	3 días hábiles
	Invitación	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Agenda	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Piezas de transmisión	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
	Piezas de invitación en redes sociales	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Espacios por agenda	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Certificados	Al menos 1 día hábil de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Plantilla ppt	Al menos 2 días hábiles de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
Piezas para redes sociales	Sinergias	Al menos 3 días hábiles de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Carruseles	Al menos 5 días hábiles antes	2 días hábiles	1 día hábil	3 días hábiles
	Fechas ambientales	Al menos 5 días hábiles antes	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
	Convocatorias	Al menos 3 días hábiles de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
	Historias	Al menos 2 días hábiles de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
Línea gráfica especial	Determinar concepto, tipografías, estilo, paleta de colores, etc.	Al menos 3 días hábiles antes	2 días	1 día hábil	3 días hábiles
Diseños impresión	Diseño de gran formato con "arte finalizado" para envío a producción.	Al menos 3 días hábiles antes	<u>2 días</u>	1 día hábil	3 días hábiles
	Diseño doble carta para impresión con "arte	Al menos 3 días hábiles antes	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
	finalizado" para envío a producción.				

6.8.2.2. Audiovisual

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
Cubrimiento de evento	Toma de fotografías, edición, selección y envío	Al menos 3 días de anterioridad	Dependiendo situación o la importancia del evento. Si es en tiempo real para redes, se envía de una vez para publicaciones. Si es un evento de mediana importancia igual	En tiempo real	1 día hábil

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
			forma se envía de una y se encargarán de la publicación.		
	Video resumen: pre y post producción	Al menos 3 días de anterioridad	3 días hábiles	En tiempo real	3 días hábiles
	Video para historias: pre y post producción	Al menos 2 días de anterioridad	1 día hábil	En tiempo real	1 día hábil
	Video tipo reel: pre y post producción	Al menos 3 días de anterioridad	1 día hábil	En tiempo real	1 día hábil
Video institucional	Pre y post producción	Al menos 3 días de anterioridad	5 a 7 días hábiles sin revisión	4 días hábiles	1 día hábil
Video full para medios	Pre y post producción	Al menos 1 día de anterioridad	Por máximo en jornada laboral o dependiendo la importancia de la	En tiempo real	4 días hábiles

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad, diseño y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
			noticia, máximo 2 horas.		
Reel para medios	Pre y post producción	Al menos 1 día de anterioridad	1 día hábil	1 día hábil	1 día hábil
Videos animados	Pre y post producción	Al menos 5 días de anterioridad	Depende el grado de animacion y/o dificultad 20 días por una animacion de 2 minutos.	5 a 7 días hábiles	20 días calendario
Loop para eventos	Pre y post producción	Al menos 3 días de anterioridad	1 día hábil	1 día o 2 hábiles	1 día hábil

6.8.2.3. Redes sociales

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución para creatividad y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
Sinergia SNGRD	Reportería, concepto, creación de copys, revisión, etc	Al menos 3 días hábiles antes	2 días hábiles	1 día hábil	3 días hábiles
Fechas ambientales	Reportería, concepto, creación de copys, revisión, etc	Al menos 5 días hábiles antes	2 días hábiles	1 día hábil	3 días hábiles
Contenidos especiales	Reportería, concepto, creación de copys, revisión, etc	Al menos 5 días hábiles antes	3 días hábiles	1 día hábil	4 días hábiles
Cubrimiento de eventos	Reportería, creación de copys, revisión, etc	Al menos 5 días hábiles antes	1 día hábil	1 día hábil	El día del evento si se cumple con la solicitud

6.8.2.4. Prensa y gestión de comunicaciones

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
Comunicado de prensa/web	Si se tiene la información completa puede durar (medio día) el trabajo de construcción, organización, estructura y publicación. Si la información hay que buscarla o solicitarla puede durar hasta 2 días.	1 día hábil	1 día hábil	1 día hábil	2 días
Gestión y atención de solicitudes de medios de comunicación. (Free press)	Recepción de mensaje, acompañamiento a la solicitud y asesoría para gestionar la vocería. Una vez definida, se procede agendar el espacio y se entrega la respuesta (Audio/Video/Texto) al periodista y/o	1 día hábil	1 día hábil	1 día hábil	Máximo 2 días o en caliente se realiza esta temática. (puede salir el mismo día)

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
	medio de comunicación.				
Ruedas de prensa	Antes, durante y después: para realizar esta labor, hay que hacer una preparación previa, que incluya todos los detalles a presentar a los medios de comunicación. Durante, se refiere al día, la logística, el acompañamiento, el apoyo y también el personal que participe de este espacio. Si es necesario, hay que realizar palabras de la directora, presentaciones, información al detalle de la	2 días hábiles	2 días hábiles	1 día hábil	3 días hábiles en total

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
	temática que se abordará, etc. Después, viene siendo la difusión, kit de prensa o información a enviar a los medios de comunicación y/o canales de difusión externos del Ideam.				
Palabras para la directora	Redacción de textos para discursos o intervenciones para eventos de dirección general.	2 días hábiles	1 a 2 días hábiles	1 día hábil	2 a 3 días hábiles
Libreto presentador	Redacción de libreto para presentador, con base en agenda definida para evento.	1 día hábil	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles
Guiones videos	Redacción de guion para videos a realizar sobre temas específicos.	2 días hábiles	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles

Tipo de producto	Descripción	Tiempo de informar sobre la necesidad	Tiempo de ejecución y entrega	Tiempo de revisiones y correcciones	Tiempo de entrega final
Ficha de evento	Creación de ficha técnica para dirección general con personas a participar en un evento, agenda, mensajes clave, entre otros.	1 día hábil	1 día hábil	1 día hábil	2 días hábiles

Nota: los tiempos anteriormente descritos están sujetos al tráfico y la priorización estratégica del GCP.

6.9. No intervención externa en decisiones técnicas

Las decisiones sobre diseño, lenguaje visual, formatos y criterios de producción corresponden exclusivamente al GCP. No se aceptarán exigencias o instrucciones técnicas por fuera de la disciplina comunicacional.

6.10. Cumplimiento del flujo de aprobación y jerarquías

Cualquier pieza o campaña que involucre:

- Mensajes estratégicos,
- Vocería institucional,

- Cambios de identidad visual, debe contar con las aprobaciones definidas en el procedimiento (Dirección General, Secretaría General, área técnica, etc.).

6.11. Publicación solo a través de canales autorizados

Las piezas o campañas generadas por el GCP solo podrán ser publicadas en los canales institucionales autorizados. Está prohibida la publicación autónoma por áreas solicitantes.

6.12. Carácter obligatorio y transversal del procedimiento

Todos los grupos, áreas, oficinas y subdirecciones deben cumplir estas políticas sin excepción. El desconocimiento del procedimiento no exime su cumplimiento.

7. Descripción de actividades

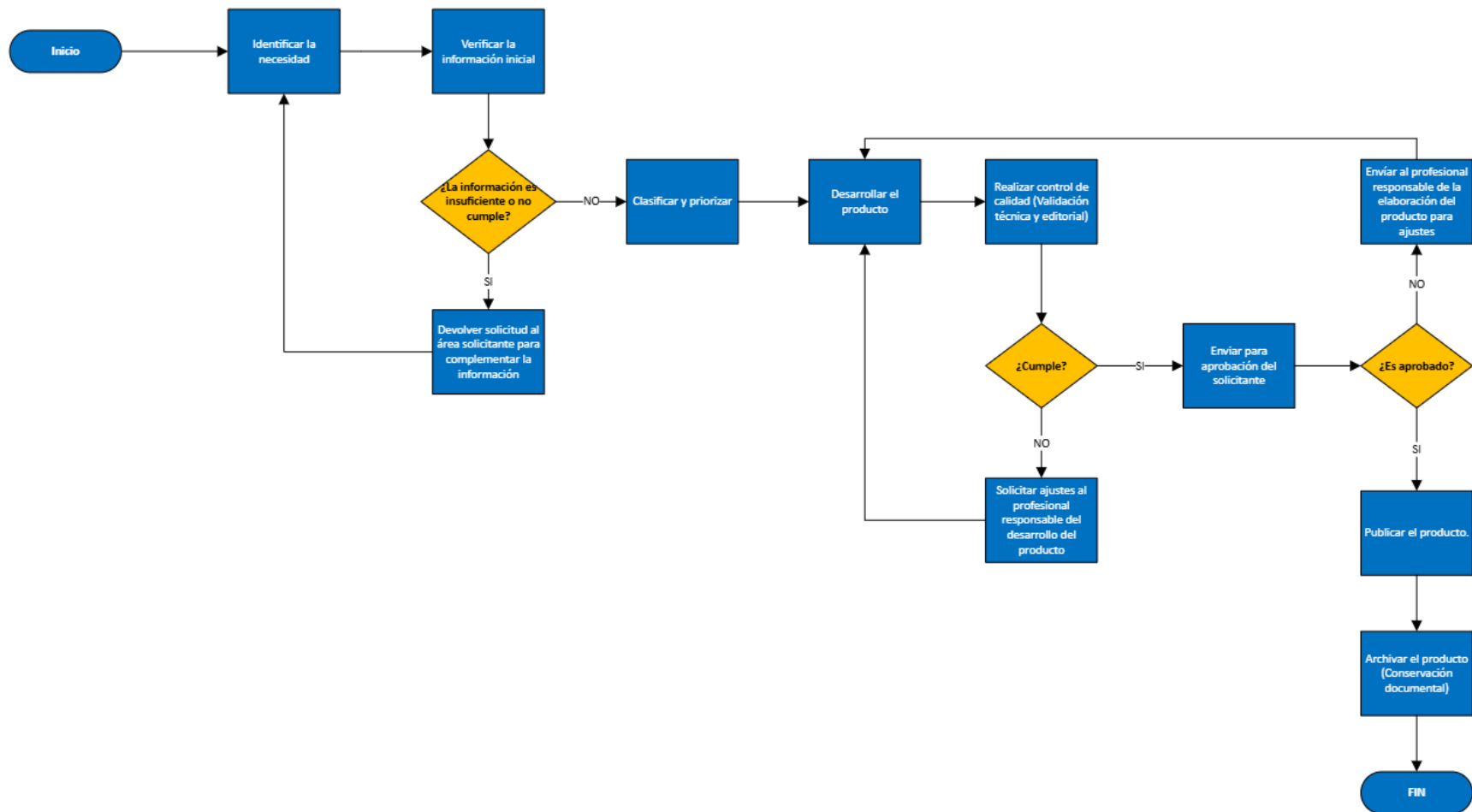
Actividad	Descripción	Responsable
1. Identificar la necesidad	Radicación de la solicitud a través del Formulario institucional (https://forms.office.com/r/SZLKhKqBRj). El área solicitante diligencia en su totalidad el formulario oficial, adjuntando insumos obligatorios (texto, aval técnico, logos, imágenes, archivos fuente o referentes). El sistema registra automáticamente la	Área solicitante

	solicitud y notifica al Grupo de Comunicaciones y Prensa (GCP).	
2. Verificar la información inicial (PC)	Revisión preliminar del contenido recibido: El GCP revisa que la solicitud esté completa y cuente con los insumos mínimos para iniciar. ¿No Cumple? Si la información es insuficiente o no cumple los requisitos, la solicitud se devuelve al área solicitante para que complete la información necesaria antes de ser aceptada. Se devuelve a la actividad 2 ¿Si cumple? Pasa a la actividad numero 3	Profesional de Comunicaciones asignado / Líder del GCP.
3. Clasificar y priorizar	Determinación del nivel de prioridad de la solicitud. El GCP evalúa la solicitud con base en criterios institucionales: tiempos de solicitud (descritos en las políticas operacionales de este procedimiento), impacto estratégico, urgencia real, alineación misional, volumen de producción, carga operativa y disponibilidad de recursos. Se asigna fecha tentativa de entrega por medio de correo electrónico.	Profesional de Comunicaciones asignado / Líder del GCP.
4. Desarrollar el producto	Elaboración de la pieza, contenido o acción comunicacional.	Profesional de Comunicaciones

	El profesional correspondiente desarrolla la pieza gráfica, contenido, texto, publicación, campaña o recurso solicitado, siguiendo el brief y los lineamientos institucionales.	asignado / Líder del GCP.
5. Realizar control de calidad (PC)	Validación técnica y editorial. El producto es revisado por el GCP para garantizar coherencia estratégica, pertinencia del mensaje, corrección ortotipográfica, cumplimiento de la línea gráfica y ajuste técnico. Se realizan ajustes antes de enviarlo al solicitante. ¿No cumple?, Se solicitarán los ajustes pertinentes al profesional que desarrolló el producto. Se devuelve a la actividad 4. ¿si cumple?, continua con actividad 6	Profesional de Comunicaciones asignado / Líder del GCP.
6. Enviar para aprobación del solicitante (PC)	Entrega formal de la pieza para validación. El GCP envía el producto al área solicitante para su revisión. El solicitante debe validar datos, enfoque técnico y contenido, así como aprobar formalmente la versión final. Dicha aprobación se realizará vía correo electrónico. Devoluciones por estética subjetiva no serán atendidas si afectan los tiempos establecidos.	Profesional de Comunicaciones asignado / Líder del GCP.

	¿es aprobado?, continua con la actividad 7 ¿no es aprobado? Se envía al profesional responsable de la elaboración del producto para los ajustes respectivos.	
7. Publicar el producto	Difusión del contenido o entrega final. Según corresponda, la pieza se publica en los canales institucionales autorizados (correo masivo, WhatsApp, intranet, web, redes, carteleras digitales) o se entrega al solicitante para su uso específico.	GCP (según canal: webmaster, administrador de intranet, responsable de página web, redes sociales de la entidad, etc.).
8. Archivar el producto	Conservación documental y cierre en registro. La pieza final y su historial de versiones se archivan en el repositorio institucional. La solicitud se marca como "cerrada" en el sistema de trazabilidad. Fin del procedimiento	Profesional de Comunicaciones asignado / Líder del GCP.

8. Diagrama de Flujo



9.



Gestión de Comunicaciones y prensa
Procedimiento de solicitudes

Código: GC-P001
Versión: 01
Fecha: 15/12/2025

10. Registros

Matriz del formulario único de solicitudes

11. Documentos relacionados en el SGI

- GC-C001-Characterización de proceso Gestión de las Comunicaciones

12. Control de cambios

Versión	Fecha	Descripción
01	15/12/2025	Creación del procedimiento