

1. Objetivo: Establecer los lineamientos y estrategias para difundir información clara, oportuna y objetiva a través de las diferentes herramientas y canales de comunicación externa, con el fin de divulgar la información, productos y servicios que genera el IDEAM, contribuyendo al posicionamiento del Instituto como fuente oficial, confiable y oportuna de información ambiental en Colombia, y fortaleciendo su relacionamiento con entidades del Estado, organismos de cooperación, medios de comunicación, comunidad científica, académica y ciudadanía en general.

2. Alcance: El presente procedimiento aplica para todos los servidores públicos y contratistas del Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales – IDEAM, todos los procesos, subprocesos subdirecciones, áreas operativas, grupos de trabajo, direcciones, entre otros. Inicia con la identificación de necesidades de comunicación a partir de solicitudes internas o hallazgos del monitoreo de medios o redes sociales; incluye la planeación, producción y validación de contenidos para canales externos (prensa, web, redes sociales, audiovisual, piezas gráficas) y finaliza con la publicación, monitoreo, métricas e indicadores y mejora continua.

Las definiciones, roles, responsabilidades y flujos aquí descritos aplican exclusivamente al Procedimiento de Comunicaciones Externas del IDEAM.

3. Definiciones:

- **Atención a medios:** Conjunto de acciones para gestionar solicitudes, entrevistas, información y relacionamiento con periodistas y medios de comunicación.

- **Banners:** Elementos gráficos digitales o impresos que transmiten mensajes visuales breves para difundir información institucional, eventos o campañas.
- **Brief:** Documento o registro rápido y estructurado que consolida la necesidad de comunicación, sus objetivos, públicos, mensajes clave, entregables y línea de tiempo para orientar la producción (prensa, web, redes, audiovisual y diseño) y asegurar validación técnica y trazabilidad.
- **Comunicación:** Proceso de intercambio de información, ideas o mensajes entre emisores y receptores, que permite generar comprensión y acción.
- **Comunicación institucional:** Acción planificada de transmitir la identidad, misión, valores y resultados de una entidad pública o privada, para fortalecer su posicionamiento y legitimidad.
- **Comunicación organizacional:** Conjunto de procesos y estrategias que facilitan el flujo de información dentro y fuera de una entidad, fortaleciendo su cultura, imagen, posicionamiento y relaciones.
- **Comunicado de prensa:** Documento breve, oficial y estructurado que informa a los medios de comunicación y ciudadanía sobre hechos relevantes de la entidad, con el fin de divulgar información precisa y verificable.
- **Clipping:** Registro y recopilación sistemática de todas las menciones del Ideam en medios y redes (prensa, radio, TV, web, podcast, X, etc.) para evidenciar cobertura, medir impacto y alimentar la gestión de comunicaciones.
- **Estrategia de comunicaciones:** Plan integral que orienta las acciones, mensajes y canales de comunicación para alcanzar los objetivos institucionales y fortalecer el posicionamiento de la entidad.
- **Free press (prensa gratuita):** Gestión de contenidos periodísticos en medios de comunicación sin costo, basada en el interés informativo o de servicio público del tema.

- **Herramientas de comunicación:** Medios, canales y recursos utilizados para difundir mensajes y promover la interacción con los públicos objetivo (por ejemplo, redes sociales, página web, comunicados de prensa, videos, entre otros).
- **Kit de prensa:** Conjunto de materiales informativos (comunicado, fichas técnicas, infografías, imágenes, videos, piezas gráficas, mapas, gif, entre otros productos) que se entregan a los medios para facilitar la cobertura de un tema, un noticia o evento institucional.
- **Mensaje:** Idea central que se desea transmitir a un público determinado, formulada de manera clara, coherente y alineada con los objetivos institucionales.
- **Metadatos:** Información descriptiva sobre cada contenido publicado.
- **Monitoreo de medios:** Seguimiento y registro a la información publicada o emitida por medios de comunicación sobre temas institucionales o del sector ambiental.
- **Nota de prensa:** Texto periodístico que desarrolla de forma más narrativa y contextual un tema o actividad institucional para su publicación en medios de comunicación y/o página web del Instituto.
- **Página web:** Plataforma digital oficial que concentra información, servicios, productos y contenidos institucionales para consulta del público.
- **Partes interesadas:** Grupos, entidades o personas que tienen relación o interés en las actividades, productos o resultados del IDEAM, como entidades del Estado, medios de comunicación, academia, comunidades o ciudadanía, entre otros.
- **Piezas gráficas:** Materiales visuales diseñados para apoyar la comunicación institucional, como afiches, infografías, pendones o publicaciones digitales.
- **Pitching:** Gestión proactiva con editores y periodistas para "vender" una historia y lograr cobertura editorial sin pauta (Free press), a través del contacto a medios con un gancho noticioso claro, valor público del

tema, mensajes clave, cifras verificadas, y la vocería disponible, usualmente apoyado por un kit de prensa.

- **Posicionamiento institucional:** Percepción y reconocimiento que tiene la opinión pública y los grupos de interés sobre una entidad, construida a partir de su coherencia, credibilidad, resultados y presencia estratégica en los medios de comunicación, redes sociales y escenarios públicos.
- **Producción audiovisual:** Elaboración de contenidos en formatos de video o sonido (reels, cápsulas, animaciones, podcasts, videos institucionales, entre otros) para la divulgación institucional.
- **Redes sociales:** Plataformas digitales de interacción y comunicación con públicos diversos, utilizadas para informar, dialogar y divulgar contenidos institucionales.
- **Sentiment (análisis de tono):** Clasificación del tono de cada mención hacia positivo, neutro o negativo según el contenido (texto, audio, video). Sirve para evaluar percepción y riesgos.
- **Share of Voice (SOV):** La cuota de voz del IDEAM frente a un universo de temas u actores definidos. Mide qué porcentaje de la cobertura total o de la conversación pública corresponde al IDEAM.
- **Tier 1 (medios "agenda-setting"):** Conjunto de medios de mayor alcance e influencia (nacionales o internacionales) que marcan agenda pública, llegan a audiencias masivas y decisores, y tienen alta credibilidad.

4. Siglas

- **IDEAM:** Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales.
- **MIPG:** Modelo Integrado de Planeación y Gestión.
- **SIGI:** Sistema Integrado de Gestión Institucional.
- **SGI:** Sistema de Gestión Integrado (repositorio/gestor documental interno).

- **PQRS:** Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias.
- **ISO:** International Organization for Standardization.
- **WCAG:** Web Content Accessibility Guidelines (Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web).
- **SEO:** Search Engine Optimization (Optimización para Motores de Búsqueda).
- **KPI:** Key Performance Indicator (Indicador Clave de Desempeño).
- **SOV:** Share of Voice (Cuota de participación de voz en medios o conversación pública).
- **Q&A:** Questions and Answers (Preguntas y Respuestas).
- **UTM:** Urchin Tracking Module (parámetros de etiquetado de campañas).
- **CM:** Community Manager.
- **PC:** Punto de Control (hito de validación en el procedimiento).
- **URL:** Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos).
- **ID:** Identificador (de pieza, publicación o registro).

5. Marco normativo para Comunicaciones Externas

Este marco orienta la planeación, producción, publicación y relacionamiento con medios en el IDEAM. Incluye normas de obligatorio cumplimiento y lineamientos técnicos que afectan contenidos, identidad visual, accesibilidad, datos personales y relacionamiento con la ciudadanía.

Normativa	Artículos / temas aplicables
ISO 9001:2015 – Cláusula 7.4 Comunicación	Determinación de comunicaciones internas y externas pertinentes.
Ley 1712 de 2014	Transparencia y Acceso a la Información Pública.
Decreto 1081 de 2015 (Sector Presidencia)	Lineamientos de Gobierno Digital y publicación en web institucional.

Decreto 1499 de 2017 y Decreto 612 de 2018	Implementación y seguimiento del MIPG.
Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013	Protección de datos personales y autorizaciones de uso de imagen.
Ley 1801 de 2016 (Código de Policía) – Título IV	Protección de bienes públicos durante eventos y cubrimientos.
Política de Gobierno Digital MinTIC	Accesibilidad web, datos abiertos y lenguaje claro.

6. Líder del procedimiento: Líder de Comunicaciones Externas del Grupo de Comunicaciones y Prensa del IDEAM.

7. Políticas de Operación:

- Toda solicitud se radica a través del Formulario de Comunicaciones <https://forms.office.com/r/SZLKhKqBRj?origin=lprLink>
- Ningún contenido se publica sin validación técnica del área solicitante y visto bueno del líder de comunicaciones externas (PC).
- Para piezas con datos o indicadores, se exige fuente IDEAM y fecha de corte; tablas y gráficos deben cumplir lineamientos de accesibilidad y lenguaje claro.
- Las vocerías se coordinan con la Jefatura del Grupo; entrevistas sensibles requieren preguntas y respuestas preparadas con las áreas técnicas, así como el acompañamiento de un periodista (PC).
- Las publicaciones web siguen la taxonomía institucional, metadatos, accesibilidad (WCAG) y trazabilidad de versiones.
- El uso de imagen de terceros requiere licenciamiento o autorización escrita; se gestiona banco de imágenes con consentimientos.

- Toda acción de prensa/redes genera registro y se consolida en reporte mensual de KPIs (alcance, engagement, SOV, conversiones de pitch, etc.).
- Toda solicitud de gestiones de comunicaciones externas y prensa deberá gestionarse conforme a los tiempos establecidos para cada una de las etapas del proceso: recepción de la solicitud, producción del contenido, aprobación, divulgación, entre otras. Dichos tiempos se encuentran definidos en el formato GC-P001 – Procedimiento de solicitudes.

8. Descripción de actividades

8.1. Gestión de redes sociales - administración y publicación:

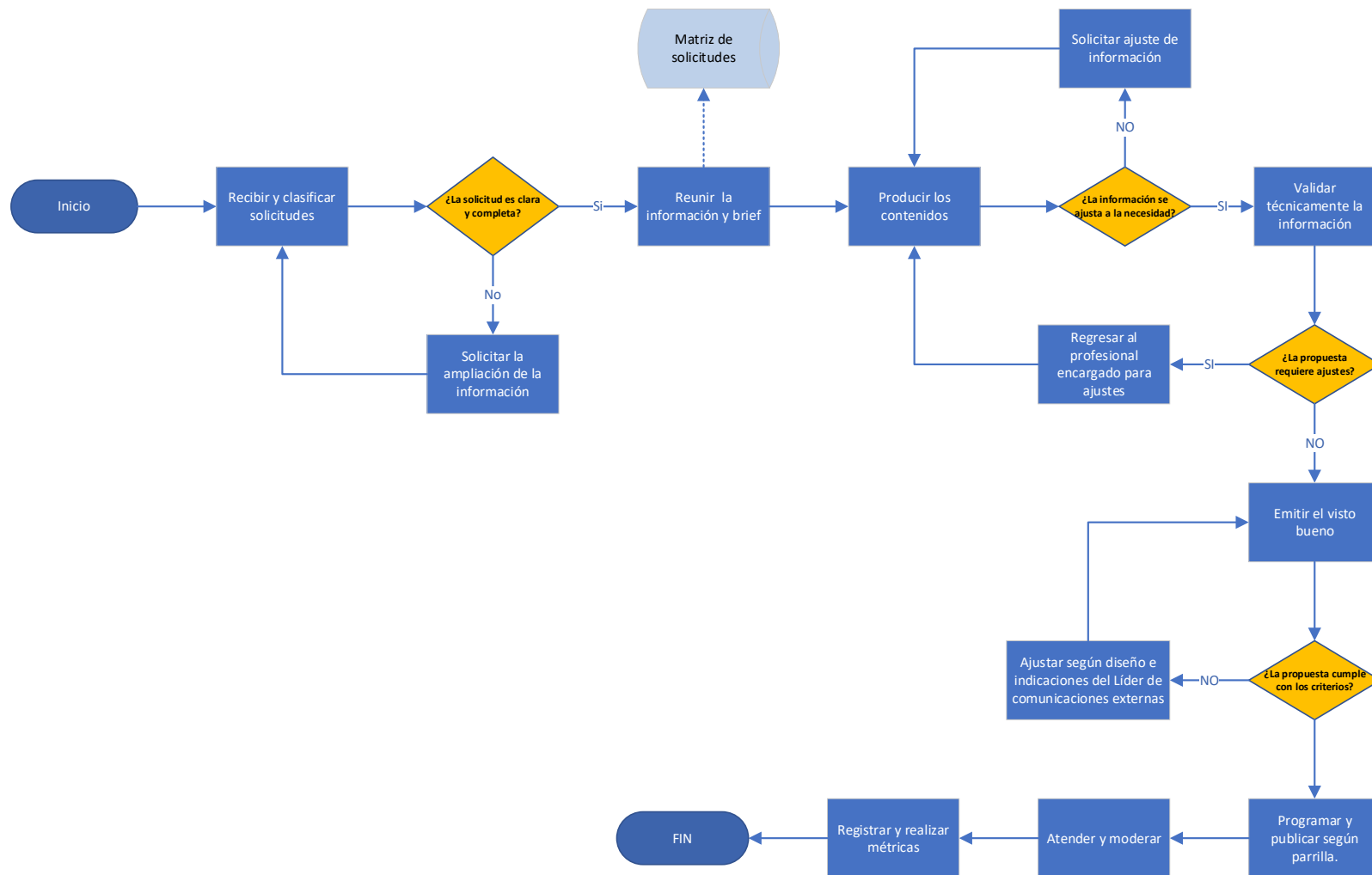
Generar, publicar y atender los contenidos comunicativos con destino a públicos externos a través de las redes sociales del Instituto como lo son: Instagram, X (antiguo twitter), Facebook, LinkedIn, YouTube, TikTok y canal de difusión de WhatsApp.

Actividad	Descripción	Responsable
1. Recibir y clasificar solicitudes (PC)	La solicitante diligencia formulario de solicitud. Comunicaciones revisa continuamente, clasifica (campana, pieza, pauta, urgencia) y asigna prioridad. ¿La solicitud es clara y completa? Sí: Se hace el registro en matriz de seguimiento a solicitudes y se continúa a la actividad No.2 No: Se pide al solicitante confirmar o ampliar información.	Solicitante (área técnica, oficina o grupo interno de trabajo) Community Manager - CM Líder de Comunicaciones Externas
2. Reunir la información y brief	Reunión rápida (15–30 min) con solicitante para objetivos, públicos, mensajes, entregables, cronograma y riesgos.	CM Solicitante (área técnica, oficina o grupo interno de trabajo)

	Se define responsable técnico para validación.	
3. Producir los contenidos (PC)	Creación de copy, hashtag, etiquetas, piezas (estáticas/carrusel), video corto, enlaces UTM. Revisión de ortografía, lenguaje claro y accesibilidad. ¿La información se ajusta a la necesidad? Sí: Se continúa a la actividad No.4 No: Se pide ajuste de la información.	CM Diseñador Equipo audiovisual (cuando aplique)
4. Validar técnicamente la información (PC)	Área técnica valida datos, cifras y textos; respuestas: Aprobado o Ajustes. ¿La propuesta requiere ajustes? Sí: Evidencia en hilo de la solicitud y regresa a comunicaciones para realizar los ajustes pertinentes. No: Evidencia en hilo de la solicitud y paso a la actividad No.	Punto focal técnico o de área solicitante
5. Emitir el visto bueno (PC)	Líder de comunicaciones externas verifica coherencia editorial y lineamientos IDEAM. Decide publicación o ajustes. ¿La información se ajusta a la necesidad y cumple con los objetivos comunicacionales y gráficos? Sí: Se continúa a la actividad No.6 No: Se pide ajuste en textos y diseño, según indicaciones de Líder de Comunicaciones Externas.	Líder de Comunicaciones Externas
6. Programar y publicar	Programación según parrilla; etiquetado a entidades aliadas;	CM

	publicación cruzada cuando aplique. Registro de URL/ID.	
7. Atender y moderar	Respuesta a comentarios o mensajes según guía de atención; escalamiento de casos sensibles (desinformación, crisis). NOTA TIEMPOS: 2 días hábiles	CM Grupo de Atención al Ciudadano o Periodista (según aplique)
8. Registrar y realizar métricas.	Carga en matriz (fecha, red, enlace, temática, origen, alcance). Elaboración de KPIs semanales y reportes mensual y trimestral consolidados. Fin del procedimiento	CM

Diagrama de flujo Gestión de redes sociales - administración y publicación:



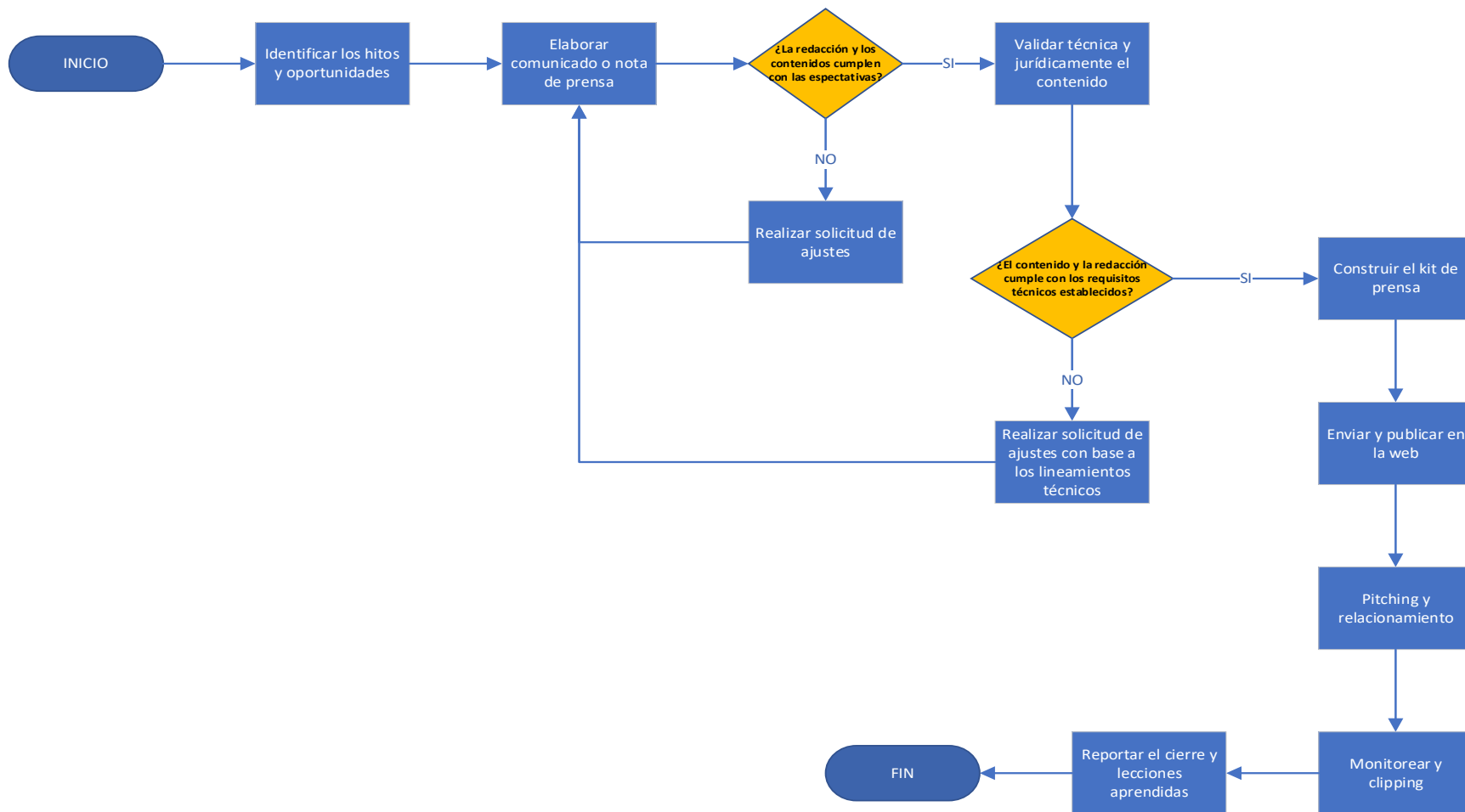
8.2. Gestión de prensa: Producir contenidos periodísticos destinados a públicos externos, medios de comunicación (tradicionales, digitales, internacionales, nacionales, regionales, locales, alternativos, comunitarios) y ciudadanía en general.

Actividad	Descripción	Responsable
1. Identificar los hitos y oportunidades	A partir de agenda técnica, cronogramas de productos y servicios y monitoreo de medios, priorizar temas con valor público. Se integran los objetivos de la Estrategia de Comunicaciones del IDEAM, priorizando temas de alto impacto como gestión del riesgo, cambio climático, agua y biodiversidad.	Periodista Líder de Comunicaciones Externas
2. Elaborar comunicado o nota de prensa (PC)	Redacción con titulares claros, cifras verificadas, cita de vocería, datos de productos o servicios y contacto. Aplicación de lenguaje claro, coherencia institucional y narrativa alineada con la Estrategia de Comunicaciones. Validar pertinencia con pilares estratégicos y verificar que los mensajes fortalezcan la imagen técnica y científica del IDEAM. Así mismo se realiza la revisión ortográfica respectiva. ¿La redacción y los contenidos propuestos cumplen con las expectativas? Sí: Se continúa a la actividad No.3 No: Se hace solicitud de ajustes.	Periodista
3. Validar técnica y jurídicamente	Área técnica valida contenido; revisión jurídica cuando haya afirmaciones	Punto focal técnico, de área solicitante

el contenido (PC)	normativas o datos sensibles. (rectificación) La validación debe garantizar rigor científico, precisión en cifras, coherencia técnica y alineación con el mensaje institucional aprobado por la Dirección General. ¿El contenido y la redacción presentados cumplen con los requisitos técnicos establecidos? Sí: Se continúa a la actividad No.4 No: Se hace solicitud de ajustes con base a lineamientos técnicos.	u Oficina Asesora Jurídica (si aplica)
4. Construir el kit de prensa	Incluir declaraciones oficiales en video o audio, fichas técnicas, Q&A, fotos con créditos y licencias, imágenes de apoyo estáticas o en video, enlaces a visores y datos abiertos (cuando aplique). Articular con audiovisuales y diseño para asegurar una presentación visual y narrativa consistente con la identidad institucional y los lineamientos gráficos del IDEAM.	Periodista Audiovisual Diseñador Community Manager Líder comunicación externas Jefe del Equipo (Si es necesario)
5. Enviar y publicar en la red	Difusión de kit de prensa a través del chat con medios de comunicación, canal de WhatsApp y sala de prensa web, donde se publican metadatos (información descriptiva sobre cada contenido), etiquetas, versión y fecha de corte. Coordinar la publicación con el equipo web y redes sociales para coherencia en mensajes multiplataforma.	Periodista

6. Pitching y relacionamiento	Llamadas y mensajes a editores o reporteros clave; coordinación de entrevistas y visitas. Registro de gestión y fortalecer la relación con periodistas y medios estratégicos. Priorizar alianzas con medios especializados en ambiente, ciencia y cambio climático para aumentar la visibilidad técnica del IDEAM.	Periodista
7. Monitorear y clipping	Seguimiento en tiempo real; consolidado de impactos y valoración cualitativa. Identificación de riesgos reputacionales, oportunidades de posicionamiento y evaluar el tono de las publicaciones. Elaborar informes trimestrales de gestión de prensa con métricas de alcance.	Periodista
8. Reportar el cierre y lecciones aprendidas	Reporte de resultados (alcance, menciones Tier 1/regionales, tasa de conversión de pitch, SOV, sentiment) y plan de mejora. Incorporar retroalimentación con base en la Estrategia de Comunicaciones para fortalecer la efectividad, el impacto y la coherencia institucional. Fin del procedimiento	Líder de Comunicaciones Externas

Diagrama de flujo Gestión de prensa

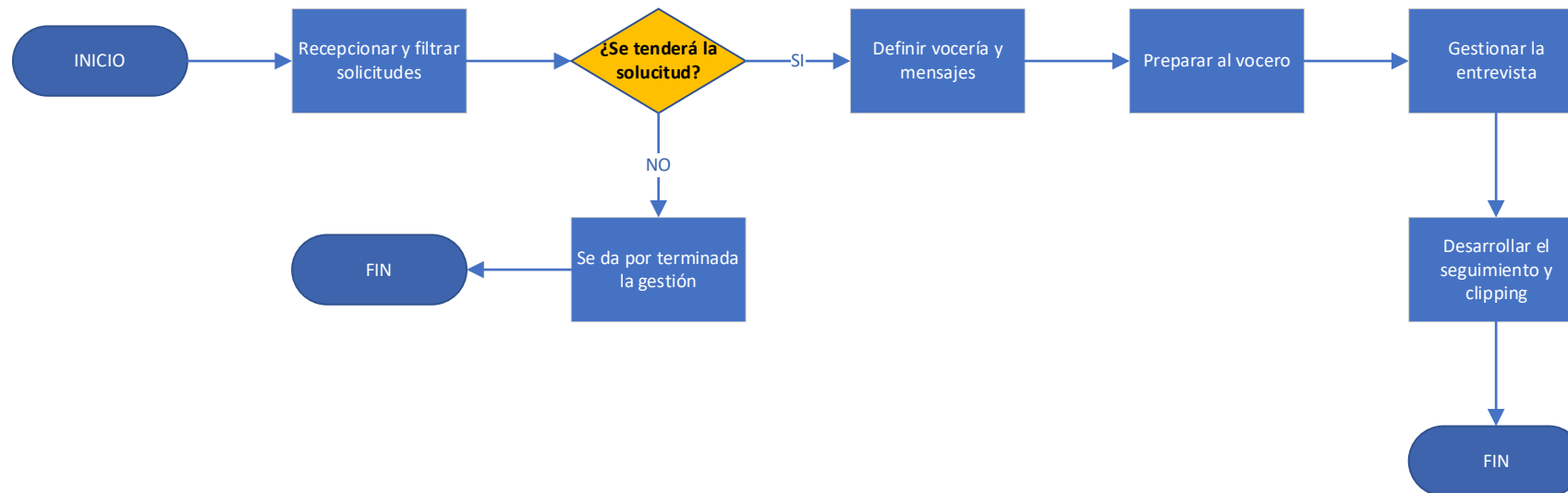


8.2.1. Atención a medios y vocerías

Actividad	Descripción	Responsable
1. Recepcionar y filtrar solicitudes (PC)	Recepción y filtro de solicitudes a través de correo, teléfono o WhatsApp. Registro con fecha/hora, periodista, medio, tema y fecha límite y tipo de requerimiento (entrevista, declaración, datos, consulta técnica, etc.). Evaluar pertinencia, oportunidad y coherencia con la Estrategia de Comunicaciones del IDEAM. Determinar si se atenderá o no la solicitud, con base en lineamientos institucionales, disponibilidad y valor estratégico. ¿Se atenderá solicitud? Sí: Se continúa a la actividad No.2 No: Se da por terminada la gestión. Fin del procedimiento	Periodista
2. Definir vocería y mensajes	Envío de solicitud a través de Chat de Atención a Medios IDEAM. Designación de portavoz según tema (Dirección General, Subdirecciones o expertos); preparación de mensajes fuerza, bullets y Q&A alineados con la narrativa institucional y los pilares estratégicos: ciencia, clima, agua, biodiversidad y gestión del riesgo. Verificación técnica de la información y aprobación final por parte del área encargada. Entrega de insumos al vocero.	Periodista Equipo directivo Punto focal técnico o de área responsable de la información temática

	NOTA TIEMPOS: 1 día hábil	
3. Preparar al vocero	Acompañamiento previo para reforzar coherencia en mensajes, tono y lenguaje claro. Ensayo de posibles preguntas sensibles o técnicas. Suministro de materiales de apoyo (fichas, gráficas, boletines, videos). Verificar que el discurso se mantenga dentro de los lineamientos de la Estrategia de Comunicaciones y de la Política de Vocerías del IDEAM.	Periodista
4. Gestionar la entrevista	Coordinación logística; acompañamiento durante la entrevista; toma de evidencia (audiovisual, según aplique) y acompañamiento durante la entrevista para garantizar la precisión técnica y el cumplimiento de los mensajes acordados.	Periodista Audiovisual
5. Desarrollar el Seguimiento y clipping	Confirmación de emisión o publicación; actualización de matriz de impactos con fecha, medio, enlace y tono. Elaborar reporte cualitativo de resultados, identificar oportunidades de mejora en mensajes y fortalecer relaciones con medios. Retroalimentación al equipo directivo y área técnica o temática. Fin del procedimiento	Periodista

Diagrama de flujo atención a medios y vocerías

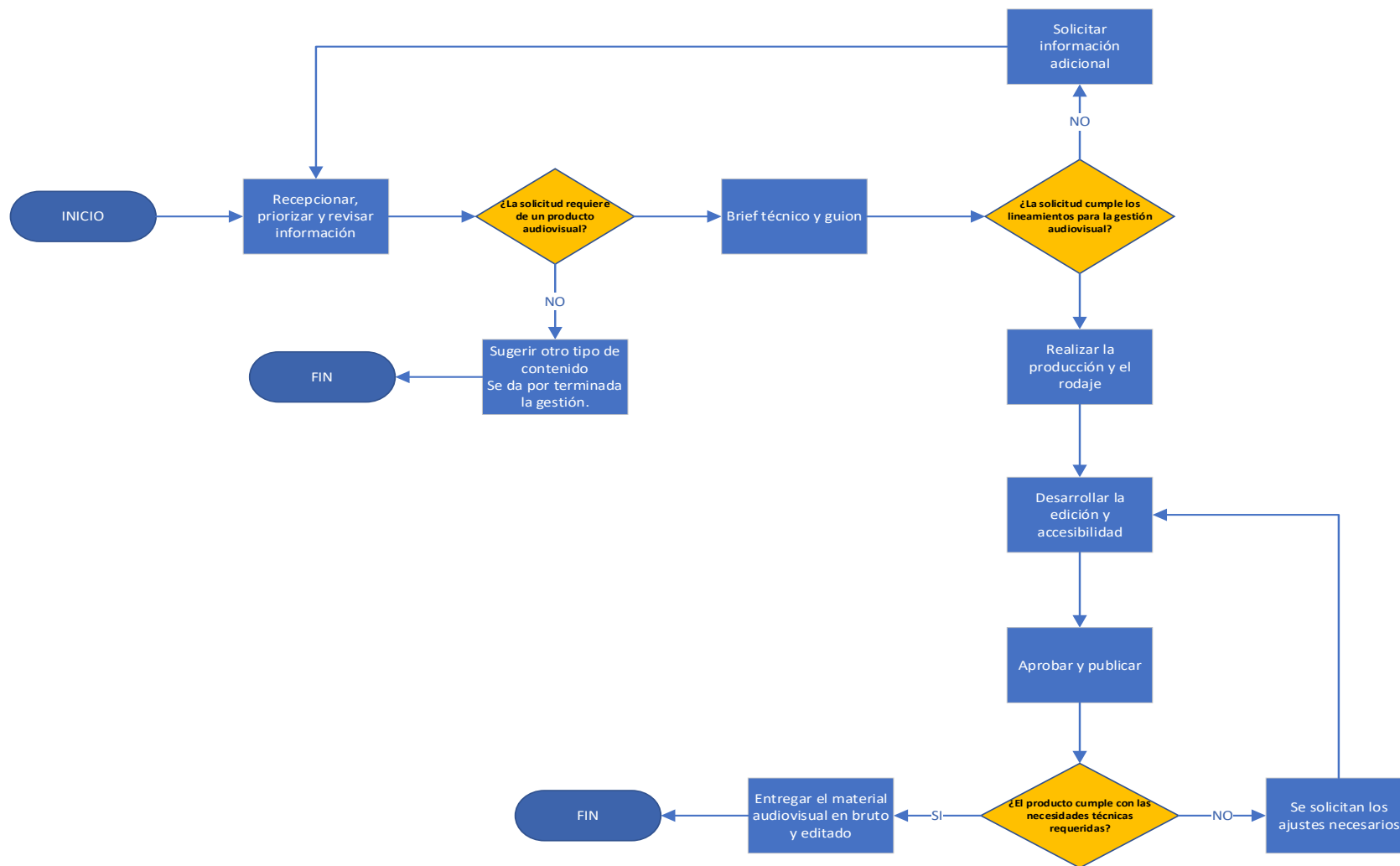


8.3. Gestión Audiovisual: Producir contenidos audiovisuales con destino a públicos externos para divulgación.

Actividad	Descripción	Responsable
1. Recepcionar, priorizar y revisar información (PC)	Recepción y revisión de solicitud, objetivos, contenidos y formatos (impreso/digital). Revisión de la información necesaria para la realización del contenido audiovisual. Definir cronograma y responsables. ¿La solicitud requiere de un producto audiovisual? Sí: Se continúa a la actividad No.2 No: Se sugiere otro tipo de contenido diferente, como el gráfico y se redirecciona la solicitud a la gestión gráfica. Fin del procedimiento	Punto focal técnico o de área solicitante Líder de Comunicaciones Externas Equipo Audiovisual
2. Brief técnico y guion (PC)	Definir objetivo, público, mensaje clave, duración y entregables. Elaboración de guion técnico y literario, o pauta de entrevistas, según aplique. Si es necesario se hace recopilación de material en video en alta resolución del área solicitante. ¿La solicitud cumple con los lineamientos para la gestión audiovisual? Sí: Se continúa a la actividad No.3 No: Se solicita la información adicional requerida para ello.	Equipo Audiovisual Área solicitante

3. Realizar la producción y rodaje	Listado de planos, definir canal de difusión y definir la grabación si se hace horizontal o vertical, esto con el fin de saber a qué redes sociales deben ir. Saber locaciones, permisos y consentimientos; grabación con protocolo de imagen institucional.	Equipo Audiovisual
4. Desarrollar la edición y accesibilidad	Posproducción de video con subtítulos, créditos, audios y logos a convenir de cada producto. Cierre institucional y ficha técnica. Revisión de derechos de autor en imágenes y musicalización (cuando aplique).	Equipo Audiovisual Líder de Comunicaciones Externas
5. Aprobar y publicar (PC)	Revisión por parte del equipo técnico y ajustes si es necesario, visto bueno técnico y comunicacional. Carga en YouTube o redes sociales con metadatos, miniatura, descripción y licencias. ¿El producto audiovisual cumple con las necesidades técnicas y comunicacionales requeridas? Sí: Se continúa a la actividad No.5 No: Se solicitan los ajustes necesarios.	Líder de Comunicaciones Externas CM
6. Entregar el material audiovisual en bruto y editado	Carga en repositorio institucional (control de versiones). Todo el material en bruto y editado se alojará en la carpeta con el nombre del proyecto a definir, en el Drive del instituto. Material que se guarda mes como evidencia mes a mes. Fin del procedimiento	Equipo Audiovisual Líder de Comunicaciones Externas

Diagrama de flujo gestión Audiovisual

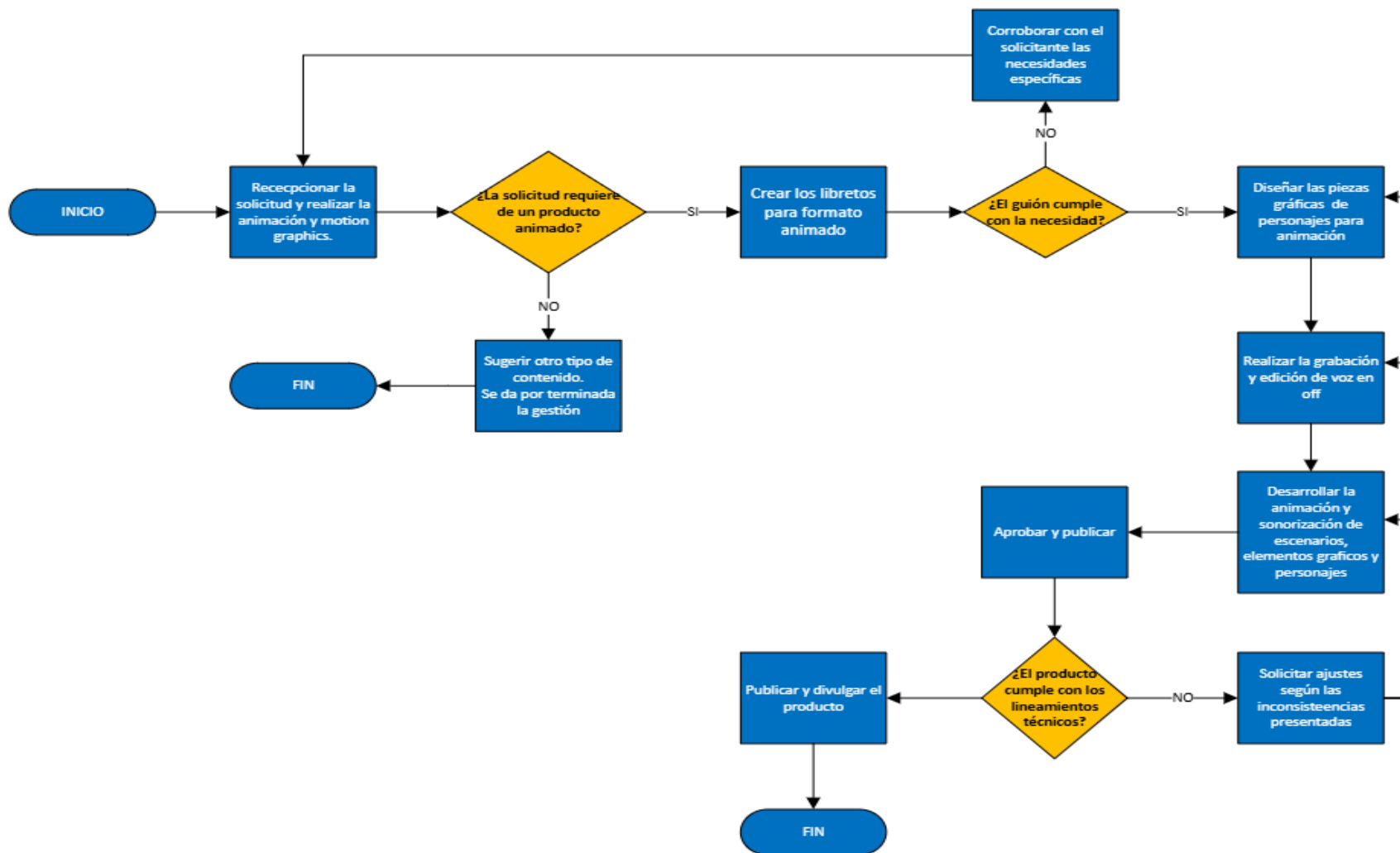


8.3.1. Animación y motion graphics

Actividad	Descripción	Responsable
1. Recepcionar la solicitud y Realizar la animación y motion graphics (PC)	Recepción y revisión de necesidades descritas en la solicitud, objetivos, contenidos ¿La solicitud requiere de un producto animado o motion graphics? Sí: Se continúa a la actividad No.2 No: Se sugiere otro tipo de contenido diferente, como el gráfico y se redirecciona la solicitud a la gestión gráfica.	Líder de Comunicaciones Externas Área solicitante Equipo Audiovisual
2. Crear los libretos para formato animado (PC)	Se genera guion técnico para el desarrollo del producto visual y se entrega al área solicitante para su revisión. Se define el canal de difusión, formatos, tiempos y parámetros técnicos dependiendo el canal elegido para publicación. ¿El guion técnico cumple con la necesidad del solicitante? Sí: Se continúa a la actividad No.3 No: Corroborar con el solicitante las necesidades específicas.	
3. Diseñar las piezas gráficas y de personajes para animación	Se realiza el proceso de graficación de elementos, escenarios y personajes para los diferentes productos animados.	Equipo Audiovisual
4. Realizar la grabación y edición de voz en off para personajes y	Se realiza la grabación de voz en off y se realiza la edición, para determinar el tiempo final que dura la animación (este paso solo se debe hacer solo	Equipo Audiovisual

videos en motion graphics que interactúa en la animación	después de tener el libreto o guion aprobado).	
5. Desarrollar la animación y sonorización de escenarios, elementos gráficos y personajes.	Se realiza la animación y sonorización de los escenarios junto con los gráficos realizados con anterioridad. Se realiza la animación y sonorización del personaje, movimientos corporales y de gesticulación. También se incluye la voz en off previamente editada.	Equipo Audiovisual
6. Aprobar y publicar(PC)	Se revisa el producto teniendo en cuenta los lineamientos comunicacionales y técnicos; una vez aprobado el video animado, se guarda en el repositorio del Ideam, en una carpeta debidamente creada en fecha y año correspondiente y se comparte el acceso por medio de un link de acceso al material. ¿El producto cumple con los lineamientos comunicacionales y técnicos? Sí: Se procede a la publicación y divulgación del producto. No: Se solicitan según las inconsistencias presentadas. Fin del procedimiento	Equipo Audiovisual

Diagrama de flujograma animación y motion graphics

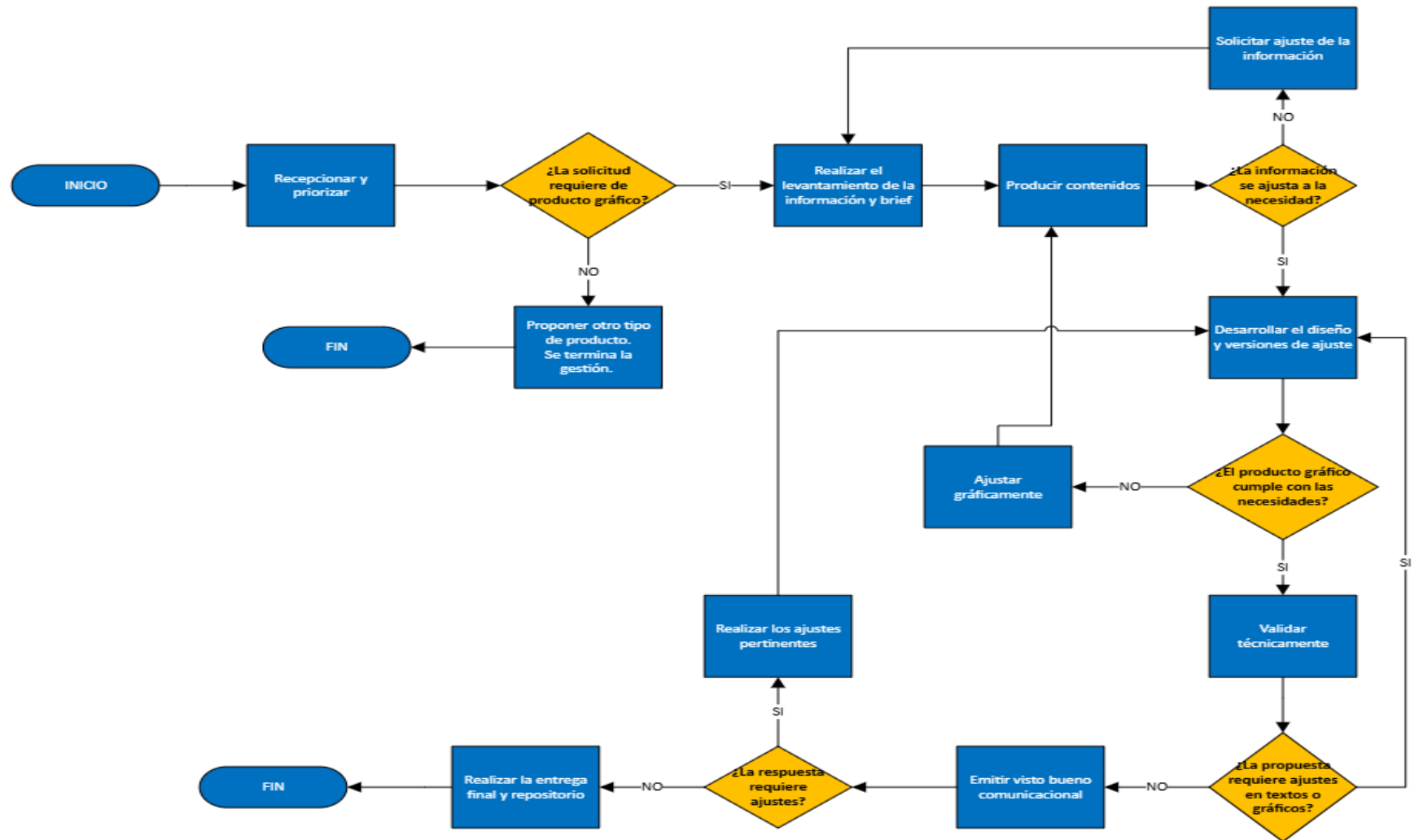


8.4. Gestión Gráfica: Diseñar, crear y desarrollar contenidos gráficos comunicativos con destino a públicos externos.

Actividad	Descripción	Responsable
1. Recepcionar y priorizar (PC)	Recepción y revisión de solicitud, objetivos, contenidos y formatos (impreso/digital). Definir cronograma y responsables. ¿La solicitud requiere un producto gráfico? Sí: Se continúa a la actividad No.2 No: Se propone otro tipo de gestión como audiovisual o de prensa y se remite a esta.	Punto focal técnico o de área solicitante Líder de Comunicaciones Externas Equipo de Diseño
2. Realizar el levantamiento de la información y brief	Reunión rápida (15–30 min) con solicitante para objetivos, públicos, mensajes, entregables, cronograma y riesgos. Se define responsable técnico para validación.	Líder de Comunicaciones Externas Solicitante (área técnica, oficina o grupo interno de trabajo)
3. Producir contenidos (PC)	Creación de copy para piezas. Revisión de ortografía, lenguaje claro y accesibilidad. ¿La información se ajusta a la necesidad? Sí: Se continúa a la actividad No.4 No: Se pide ajuste de la información.	CM o Líder de Comunicaciones Externas Diseñador Equipo audiovisual (cuando aplique)
4. Desarrollar el diseño y versiones de ajuste (PC)	Desarrollo de propuestas gráficas alineadas a manual de imagen IDEAM. Dos ciclos de ajuste estándar. ¿El producto gráfico cumple con las necesidades del solicitante y está acorde al manual de imagen del IDEAM? Sí: Se continúa a la actividad No.5 No: Se pide ajuste gráfico.	Diseñador Líder de Comunicaciones Externas

5. Validar técnicamente (PC)	Área técnica valida datos, cifras y textos; respuestas: Aprobado o Ajustes. ¿La propuesta requiere ajustes en textos o gráficos? Sí: Evidencia en hilo de la solicitud y regresa a comunicaciones para realizar los ajustes pertinentes. No: Evidencia en hilo de la solicitud y paso a la actividad No. 6.	Punto focal técnico o de área solicitante
6. Emitir visto bueno comunicacional (PC)	Líder de comunicaciones externas verifica última validación y decide publicación o ajustes. ¿La propuesta requiere ajustes en textos o gráficos? Sí: Evidencia en hilo de la solicitud y regresa a comunicaciones para realizar los ajustes pertinentes. No: Evidencia en hilo de la solicitud y paso a la actividad No. 5.	Líder de Comunicaciones Externas
7. Realizar la entrega final y repositorio	Entrega en formatos editables y finales. Carga en repositorio institucional (control de versiones). Fin del procedimiento	Diseñador Líder de Comunicaciones Externas

Diagrama de flujograma Gestión Grafica



9. Registros

- Formulario y matriz de solicitudes de comunicaciones.
- Matriz de publicaciones en redes (URL, ID, fecha, temática, red social).
- Matriz de envíos y publicaciones en web en sala de prensa (comunicados, notas, informes).
- Bitácora de monitoreo de medios (prensa, radio, TV, digital).
- Matriz de vocerías y Q&A por tema.
- Banco de imágenes y consentimientos de uso de imagen.
- Repositorios de evidencias: piezas gráficas y audiovisuales, plantillas, guiones, comunicados.
- Reporte mensual y consolidado trimestral de KPIs de comunicaciones externas y prensa.

10. Documentos relacionados en el SGI

- N/A

11. Control de cambios

Versión	Fecha	Descripción
01	16/12/2025	Creación del documento