Empresa de Servicios Públicos de Cajicá S.A. E.S.P.	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CARACTERIZACIÓN COMUNICACIONES	Cod: ADCOC6-01 Fecha: 25/08/2025 Versión: 01

Objetivo:

Planear, coordinar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa para posicionar la imagen institucional, garantizar el flujo oportuno de información, fortalecer la relación con la comunidad, med.ios de comunicación y grupos de interés, así como apoyar la difusión de los procesos y logros institucionales

Alcance:

Desde la recolección de información, redacción y producción de contenidos, hasta su difusión en medios institucionales, tradicionales o digitales, así como la atención a medios de comunicación y gestión de crisis comunicacional.

Dueño del proceso:

Director administrativo – Contratistas de apoyo para el área de comunicaciones.

Participantes del proceso:

Contratista diseño gráfico, Contratista Community manager, Contratista Web master y en general todas las áreas que divulguen sus actividades por los medios de la Entidad.

Proveedor/Entrada

Comunidad: Información clara, oportuna y veraz.

Alcaldía: Difusión de campañas y eventos.

Estado / Entes de control: Cumplimiento de lineamientos normativos en información.

Junta Directiva: Visibilidad institucional y reputación.

Gestión estratégica: Divulgación de misión, visión, valores y logros.

Todas las áreas de la entidad: Soporte comunicacional para procesos y proyectos.

Medios de comunicación: Acceso a información oficial y vocerías.

Todas las dependencias: Información de interés institucional.

Dirección estratégica: Lineamientos y enfoque de la comunicación.

Entes gubernamentales: Campañas y directrices externas.

Comunidad: Preguntas, inquietudes y retroalimentación.

Diseño gráfico: Piezas visuales para la difusión.

Planear

- Diseñar estrategias de comunicación interna y externa.
- Elaborar un cronograma de contenidos.
- Establecer metas e indicadores.
- Definir encargados de las diferentes actividades.

Hacer

- Implementar la estrategia de comunicación.
- Generar contenidos y piezas gráficas con base al cronograma.
- Publicar en medios y redes sociales.
- Atender requerimientos internos y externos.

Verificar

- Hacer seguimiento al Avance de la ejecución de las tareas y compromisos establecidos en la estrategia de comunicación.
- Analizar metas e indicadores
- Revisar cumplimiento del cronograma

Actuar

- Ajustar estrategias según resultados.
- Implementar acciones de mejora

Cliente/Salida

Comunidad: Boletines, publicaciones, campañas, redes sociales.

Alcaldía: Cobertura y apoyo en eventos y estrategias.

Junta Directiva: Informes de gestión, logros y visibilidad.

Medios de comunicación: Comunicados, notas de prensa, ruedas de prensa.

Entidad: Posicionamiento de marca e imagen institucional

RECURSOS

- **Humanos:** Contratistas equipo de comunicaciones.
- **Financieros:** Presupuesto de campañas.
- **Tecnológicos:** Cámara, trípode, micrófonos, computadores.
- **Infraestructura:** Oficina en las instalaciones de la EPC Cajicá.
- **Plataformas:** Sitio web, redes sociales, software de diseño.
- **Conocimientos:** Contexto interno y externo de la organización, necesidades y expectativas de los directivos, diseño gráfico y audiovisual, comunicación social, protocolo, redes sociales.

HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL

- Métricas de redes sociales (Engagement, alcance, seguidores)
- Cronograma de actividades de comunicaciones.
- Informe mensual de publicaciones y campañas.
- Actas de reunión con direcciones para programación de actividades mensuales.
- Actividades ejecutadas por contratista.

REQUISITOS QUE SE CUPLEN CON ESTE PROCESO Y ASOCIADOS A ISO 9001:

.4.4 – 4.4 – 5,3 -- 6.1.1. --7.1.3 – 7.1.4. –7.5.1 -- 7.1.5.1 -- 8.1. -- 9.1 -- 9.1.1 -- 9.1.3

DOCUMENTOS QUE SOPORTAN EL PROCESO

MATRIZ RIESGOS

PROCEDIMIENTOS

- Procedimiento comunicación interna y externa ADPRPR-01.

FORMATOS

- Autorización para el uso de derechos de imagen y propiedad intelectual ADPRFO-04.
- Formato de Comunicación Interna y Externa BRIEF ADPRFO-01.
- Planilla Seguimiento Comunicaciones ADPRFO-03.

MANUALES

- Manual de redes sociales y manejo de crisis.
- Manual de imagen de identidad.

INDICADORES

- **NOMBRE:** Variación de interacciones en redes sociales.

FORMULA: ((Interacciones del trimestre actual − Interacciones del trimestre anterior) / Interacciones del trimestre anterior) × 100

META ESPERADA: Aumentar trimestralmente un 5%
META AMBICIONADA: Aumentar trimestralmente un 10%
FRECUENCIA: Trimestral.

- **NOMBRE:** Incremento neto de seguidores en redes sociales

FORMULA: Total de seguidores al cierre del trimestre actual − Total de seguidores al cierre del trimestre anterior

META ESPERADA: 300 más en relación al mes anterior.
META AMBICIONADA: 500 más en relación al mes anterior.
FRECUENCIA: Trimestral.