

Empresa Metropolitana **EMGIRS**

EJECUCIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Procedimiento de
Operación Estándar

MACROPROCESO: N/A

PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

SUBPROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

CÓDIGO: NA-GCS-01-POE02

GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PROCEDIMIENTO DE OPERACIÓN ESTÁNDAR	Código: NA-GCS-01-POE02
	Versión: 1.0
	Página: 2 de 8

HISTORIAL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DETALLE	FECHA
1.0	Procedimiento Nuevo – Creación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), conforme al control de cambio No. CC-2022-010	Mayo 2022

CUADRO DE FIRMAS

RESPONSABLES	NOMBRE	CARGO	FIRMA
APROBADO POR:	David Argoti	Delegado de la Gerente General *	
		Gerente de Desarrollo Organizacional (e)	
	Victor Villacis	Coordinador Social y Comunicación	
ELABORADO POR:	Silvia Estrella	Analista de Gestión Social y Comunicación 3	

*Según Resolución Administrativa No. EMGIRS-EP-GGE-2022-0005-R – 25 feb

1. LINEAMIENTOS GENERALES

OBJETIVO

Establecer los lineamientos para la gestión de comunicación interna y externa, fortaleciendo de esta manera, la imagen institucional y municipal de la EMGIRS-EP.

ALCANCE

Desde: la presentación del requerimiento por parte del área a la Coordinación de Comunicación.

Hasta: la entrega del reporte de piezas comunicacionales realizadas periódicamente a la Máxima Autoridad para su conocimiento.

REFERENCIAS NORMATIVAS

1. Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública;
2. Ley Orgánica de Comunicación;
3. Código Municipal para el Distrito metropolitano de Quito;
4. Normas de Control Interno de la Contraloría General del Estado; y,
5. Normas para la Estrategia Comunicacional y Publicidad del Distrito Metropolitano de Quito.
6. Resolución N^º A10 sobre las "Normas para la Estrategia Comunicacional del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
7. Manual de Imagen del Municipio de Quito vigente.

RESPONSABLE DEL SUBPROCESO

Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación.

INTERVINIENTES

1. Gerente General;
2. Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación
3. Secretaría de Comunicación del Municipio de Quito
4. Equipo de Comunicación
5. Áreas de la EMGIRS EP

DEFINICIONES

Afiche: Lámina impresa que contiene un mensaje visual que permite la difusión de información.

Arte: Es un diseño gráfico que se realiza con base en un objetivo comunicacional.

ATL: Tipo de publicidad que utiliza medios convencionales como: televisión, radio, periódicos, etc.

Boletín de prensa: Documento escrito que se envía a medios de comunicación con el propósito de anunciar alguna acción o actividad de la institución, estos pueden ser con lenguaje técnico comprensible.

Brief: Documento que proporciona la información imprescindible sobre un evento o campaña publicitaria.

BTL: Tipo de publicidad que consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos de mercado específicos.

Canales de Comunicación: Es el medio por el cual se difunde la información. Ejemplo: internet, redes sociales, televisión, prensa, radio, etc.

Campaña Publicitaria: Corresponde a una estrategia específicamente diseñada y ejecutada en diferentes medios para obtener objetivos de notoriedad, ventas y comunicación para la EMGIRS-EP.

Comunicación externa: Conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes tipos de público objetivo de la empresa, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos, servicios y buenas relaciones.

Comunicación interna: Conjunto de actividades de intercambio de mensajes entre los actores internos de una organización a través de los diversos medios de comunicación definidos en la empresa, con el fin de proveer información, fomentar la identidad corporativa y promover el sentido de pertenencia del personal.

Contenidos: Conjunto de información que caracteriza a una temática. Datos, hechos, conceptos, que ayuden a conformar una relación secuencial de las ideas que se quiere transmitir.

Espacios publicitarios: Espacios destinados en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión o medios digitales), en los espacios públicos estos los encontramos en las vallas o pantallas digitales, ubicadas en puntos específicos de la ciudad.

Cuñas publicitarias: Espacio radial publicitario que requiere de producción, este puede ser breve y se incluyen en un programa.

Dominio: Identifica un sitio web. Estos deben ser únicos para formar parte del Internet.

Emisor: Es aquella persona que tiene capacidad para transmitir un mensaje por medio de un canal a un receptor. Es la persona que se encuentra al inicio de la emisión.

Receptor: Es aquella persona o grupo que recibe el mensaje.

Engagement: Es el grado en el que un consumidor interactúa con tu marca en varios canales, se lo usa principalmente para marketing digital.

Eventos: Actividades de importancia programadas con la finalidad de comunicar al público en general sobre alguna información destacable de una institución.

Guión, orden del día o pauta: Herramienta que permite tener una secuencia en detalle de la estructura y los momentos que existirán en un evento, momento de grabación o discurso.

Gestor de redes sociales: Son plataformas utilizadas para gestionar redes sociales con el objetivo de interactuar, escuchar y analizar a los seguidores de una cuenta. Las plataformas más conocidas son: Hootsuite, Buffer, Stacker, etc.

Hosting: Es una dirección o nombre alfanumérico único que se caracteriza por ser fácil de recordar, utilizado para identificar un sitio web.

Manual de marca: Es un instructivo que brinda las líneas maestras para el correcto manejo de la imagen de una empresa, servicio, producto o institución.

Medios de comunicación: Es un instrumento o forma de contenido utilizados por las empresas para informar y comunicar mensajes. De igual manera, puede ser fuentes de requerimientos de información.

Pauta publicitaria: Es el conjunto de espacios de publicidad que se seleccionan para comunicar algo durante un periodo de tiempo.

Pieza o producto comunicacional: Se refiere a la creación de cualquier pieza comunicativa (imágenes, audiovisuales, escritas, etc.) que requiere un diseño gráfico con el fin de facilitar la lectura de un mensaje y lograr captar la atención y transmisión de la información.

Publicar: Acción que consiste en hacer de conocimiento general del público una determinada información.

Post: Son piezas con mensajes que se publican en diferentes medios digitales como las redes sociales o los blogs.

SECOM.- Secretaria de Comunicación de una entidad pública.

Redes sociales: Una estructura digital integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí, por una o varias motivaciones.

Declaraciones: Pronunciamiento de un vocero sobre un tema de coyuntura sin previa planificación.

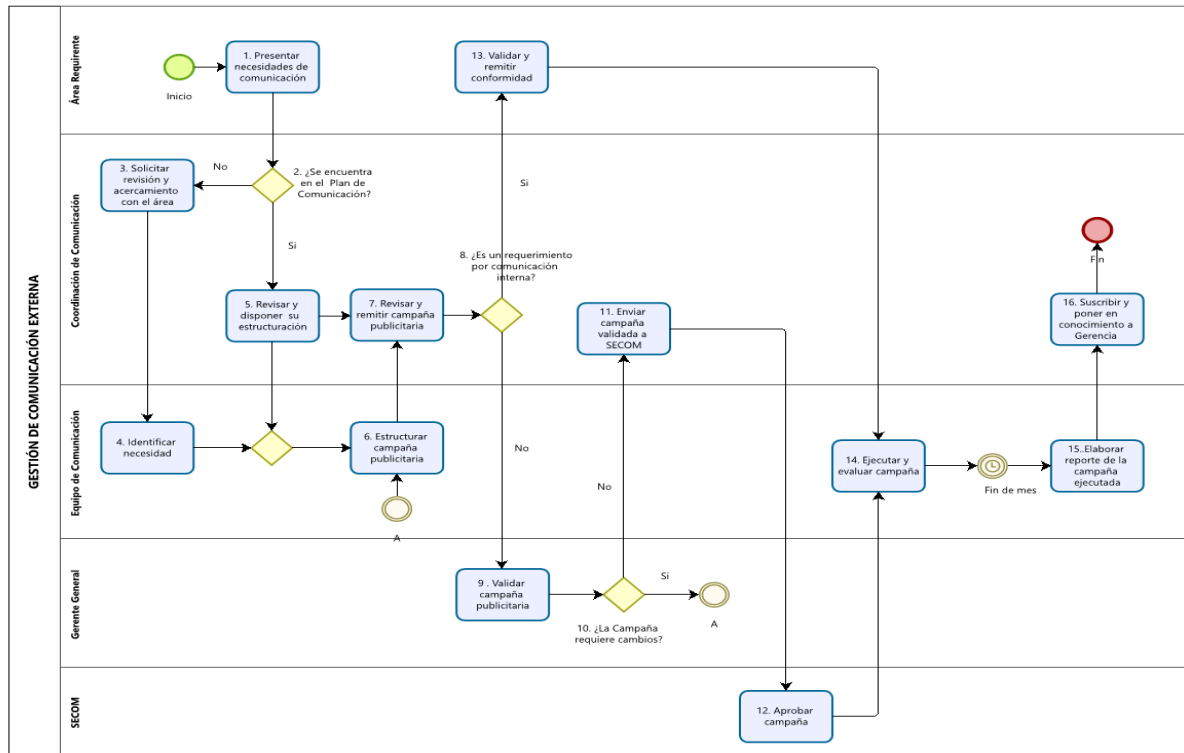
Vocero: Es el individuo que se dedica de manera profesional a hablar en nombre de una institución.

POLITICAS

1. Todos los proyectos comunicacionales de la EMGIRS-EP, deben alinearse al plan estratégico, al plan comunicacional y a la normativa interna vigente.
2. Las áreas requirentes para ejecutar los proyectos comunicacionales deben cumplir con los siguientes informes: técnico, económico-financiero, legal y de ser el caso ambiental.
3. Las gerencias, coordinaciones y unidades, son responsables de la información que desean comunicar.
4. La Coordinación de Comunicación Social, es responsable de cumplir mensualmente con cuatro (4) campañas que tienen como finalidad dar a conocer nuestros servicios y a nuestros aliados estratégicos. Y una dependiendo de los requerimientos y necesidades en temas de Responsabilidad Social, direccionadas a las 4 comunidades aledañas al Relleno Sanitario de El Inga.
5. El equipo encargado de comunicación externa y relaciones públicas (contacto con medios de comunicación) es responsable de visibilizar los diferentes frentes operativos y dar a conocer los servicios que prestan la institución.
6. La Coordinación de Comunicación Social deberá alinearse a los parámetros de difusión establecidos por la Secretaría de Comunicación del Municipio de Quito.
7. La Coordinación de Comunicación Social es responsable de presentar mensualmente el reporte de las campañas comunicacionales ejecutadas a la Máxima Autoridad.
8. El equipo de la Unidad de Comunicación Social es responsable de recopilar las necesidades comunicacionales de forma semanal de las gerencias, coordinaciones y unidades de la institución.

2. PROCEDIMIENTO

DIAGRAMA DE FLUJO



DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

	Actividad	Responsable	Descripción
1.	Presentar necesidad de comunicación	Equipo de Comunicación	Las áreas de la EMGIRS mediante memorando presentando las necesidades de comunicación a la Coordinación de Comunicación, la misma que deberá contener como mínimo los siguientes campos: <ul style="list-style-type: none"> • Área requirente. • Requerimiento. • Objetivo. • Texto explicativo. • Fechas y horas, en caso de que sean actividades como capacitaciones, etc.
2.	Decisión	Coordinador/a de Comunicación	¿Se encuentra en el Plan de Comunicación? Si: Continuar con la actividad No. 5 No: Continuar con la actividad No. 3
3.	Solicitar revisión y acercamiento	Coordinador/a de Comunicación	El/la Coordinador/a de Comunicación solicita la revisión y acercamiento con el área, para lo cual direccionará el requerimiento al Equipo de Comunicación.
4.	Revisar e identificar necesidades	Equipo de Comunicación	El Equipo de Comunicación procede a coordinar para la ejecución de la necesidad presentada por las gerencias, coordinaciones o unidades. El Equipo de Comunicación, realiza el acercamiento con el área requirente, con el fin de levantar la información necesaria para atender el requerimiento.

	Actividad	Responsable	Descripción
5.	Revisar y disponer su estructuración	Coordinador/a de Comunicación	El/la Coordinador/a de Comunicación solicita la revisión y dispone la estructuración de la campaña conforme a lo establecido en el Plan Anual de Comunicacional.
6.	Estructurar Campañas Publicitarias	Equipo de Comunicación	<p>El Equipo de Comunicación, con base a lo estipulado en el Plan Anual de Comunicación procede a estructurar la campaña.</p> <p>Las Campañas Publicitarias deben contar con al menos los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombres de las campañas publicitarias. • Descripción de las campañas. • Grupos de interés al cual van dirigidas las campañas. • Cronograma de ejecución. • Detalle del nombre de los responsables a cargo de las campañas. • Detalle del equipo de apoyo. • Detalle de las áreas participantes. • Productos comunicacionales a desarrollarse. • Medios y canales de comunicación a utilizarse. • Presupuesto asignado. <p>Las campañas comunicacionales son remitidas mediante correo electrónico al Coordinador/a de Comunicación Social.</p>
7.	Revisar y remitir campaña publicitaria	Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación	Una vez revisadas las campañas publicitarias, el Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación envía la propuesta de la campaña para su validación, al área requirente, en el caso de la comunicación interna; y a gerencia general para su revisión y validación, se envía como último filtro para la publicación a SECOM del DMQ en el caso de comunicación externa.
8.	Decisión	Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación	<p>¿Es un requerimiento por comunicación interna?</p> <p>Si: Continuar con la actividad No. 9 No: Continuar con la actividad No. 14.</p>
9.	Validar Campañas Publicitaria	Gerente General	El/la Gerente General, procede con la validación del cumplimiento de los requerimientos comunicacionales externos que tiene la institución.
10.	Decisión	Gerencia General	<p>¿La Campaña requiere cambios?</p> <p>Si: Regresar a la actividad No. 6 No: Continuar a la actividad No. 11</p>
11.	Enviar campaña validada a SECOM	Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación	Una vez aceptada la propuesta de la campaña publicitaria, la Coordinación de Gestión Social y Comunicación mediante mensaje de WhatsApp envía las Campañas, a la Secretaría Nacional de Comunicación (Secom), para su revisión y aprobación.
12.	Aprobar campaña	Secom	Secom aprueba la campaña publicitaria y autoriza su publicación por los medios pertinentes; y procede a notificar al Equipo de Comunicación. Continuar con la actividad No. 14

	Actividad	Responsable	Descripción
			Nota Aclaratoria: En el caso que la Secom remita observaciones estas serán subsanadas de forma inmediata para continuar con el proceso.
13.	Validar y remitir conformidad	Área Requirente	El área requirente procede a validar la propuesta de la campaña y remite la conformidad de la misma mediante correo electrónico a la Coordinación de Comunicación.
14.	Ejecutar y evaluar la campaña	Equipo de comunicación	El Equipo de Comunicación ejecuta la campaña publicitaria conforme a lo aprobado por SECOM o por las áreas requirente. Posteriormente, el equipo de comunicación realiza una encuesta de satisfacción, con el objetivo de conocer si el material brindado cumplió con las expectativas solicitadas. <ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de tiempos establecidos. - Valoración de las piezas - Valoración de los canales
15.	Elaborar Reporte de la Campaña ejecutada	Equipo de comunicación	El Equipo de Comunicación, alimenta periódicamente el NA-GCS-01-POE02-FOR01 Reporte de Comunicaciones ejecutadas, mismo que debe contener al menos la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> • Información de soporte del desempeño de las Campañas Publicitarias. • Detalle de la evaluación de las actividades realizadas (piezas comunicacionales). • Detalle de la gestión y avance en el cumplimiento de objetivos y metas planteadas para la Campaña. Posteriormente, el Equipo de Comunicación, entrega semanalmente a el/la Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación para su revisión mediante correo electrónico.
16.	Suscribir y poner en conocimiento al Gerente General	Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación	Una vez revisado y consolidado el reporte mensual de Campañas Publicitarias, el/la Coordinador/a de Gestión Social y Comunicación, a través de correo electrónico envía el reporte debidamente suscrito, a el/la Gerente General para su conocimiento. Fin de Procedimiento.

3. FORMATOS Y ANEXOS

- N/A-GSC-02-POE01-FOR01 Reporte de Comunicaciones ejecutadas