



Estrategia de comunicación interna

Presentado por:
Agencia Isma Comunicaciones

Objetivo general:

Aportar a la construcción y la consolidación de sentido de pertenencia, cultura organizacional, clima laboral y acceso a la información por parte de los colaboradores de Servicios Postales Nacionales, a través de estrategias de comunicación interna de 360° que integren productos, formatos, herramientas, lenguajes, canales y segmentación.

Alcance

A través de esta estrategia se proyecta beneficiar los colaboradores de la sede principal y de las regionales de Servicios Postales Nacionales 4-72, aportando al fortalecimiento de la identidad corporativa, cultura organizacional, fidelización del equipo de colaboradores internos, el clima organizacional y la mejora continua del servicio hacia el público externo, dando énfasis en:

- Generar divulgación continua de la gestión, los servicios y las oportunidades
- Promover la misión, la visión, los objetivos y los objetivos institucionales en la comunidad interna.
- Desarrollar campañas pedagógicas y preventivas a nivel comunicacional y en articulación con las áreas técnicas respectivas.
- Elaborar estrategias que aporten al clima organizacional, en articulación con las áreas técnicas respectivas.
- Reconocer los logros obtenidos por parte de los equipos de trabajo.
- Dar a conocer las historias de vida y desempeño laboral de los colaboradores internos que con su dedicación, compromiso y disciplina, aportan a la misión de la entidad.

Público objetivo



Público interno	Caracterización
Colaboradores 4-72	5. 000 colaboradores hombres y mujeres entre los 21 a 48 años de edad

Ejes estratégicos

- **Cultura organizacional y clima laboral:** desarrollo de estrategias de sensibilización y comunicación interna, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales, a la satisfacción de las necesidades y expectativas de las partes interesadas, así como la consolidación de la cultura organizacional y el mejoramiento del clima laboral.
- **Sentido de pertenencia:** orientar la comunicación interna a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los colaboradores de la entidad.
- **Acceso a la información institucional:** generar una comunicación directa, oportuna y diversa, hacia nuestros públicos internos, a través de estrategias, productos, herramientas, lenguajes y canales que promuevan el acceso a la información a los colaboradores internos sobre la gestión, las oportunidades y los servicios brindados por 4-72.
- **Reconocimiento:** dar a conocer las historias de vida, logros y resultados obtenidos por parte de los colaboradores de la entidad, para así promover cercanía, empatía y reconocimiento.

Modelo de comunicación interna

¿Qué comunicar?	Información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión, proyectos y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.
¿Cuándo comunicar?	Priorizamos de acuerdo a las necesidades comunicacionales de las áreas técnicas, coyunturas, direccionamiento estratégico y flujo de trabajo del equipo.
¿A quién comunicar?	Público interno: Funcionarios de la Entidad y proveedores que deben conocer la información precisa de la entidad para así mismo potenciar su sentido de pertenencia, y garantizarles el suministro de información oportuna para la realización de sus actividades diarias.

Modelo de comunicación interna

¿Cómo comunica r?

De acuerdo a las propuestas y las necesidades comunicacionales, relacionadas por parte de las áreas técnicas, así como al cumplimiento del debido proceso frente al flujograma del procedimiento de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, se establecen los criterios técnicos, creativos y editoriales para el desarrollo de las estrategias, las campañas y las piezas comunicativas pertinentes, para el desarrollo de la información.

Todas las comunicaciones que se realicen desde Servicios Postales Nacionales, deben ir enmarcadas al mensaje institucional y la esencia de la institución, resaltando la misión y los ejes estratégicos que permiten una comunicación fluida, clara y transparente.

Adicionalmente, se segmentarán los canales de difusión para cada público objetivo, para cada tipo de información y para cada necesidad comunicacional:

Comunicación interna:

- Correo institucional
- Carteleras institucionales
- Pantallas electrónicas
- WhatsApp
- Página web
- Papel tapiz

Productos de comunicación interna de 4-72.

Presentado
por:



Producto 1



Producto	4-72 Comunica
Descripción y objetivo	<p>Contenidos con presentador, tipo influenciador , que nos permita contar las noticias y demás temáticas previstas en esta estrategias, además se realizarán contenidos escritos, gráficos, fotográficos y/o audiovisuales que tienen como objetivo mantener informada a la comunidad interna de 4-72, de manera constante y cercana.</p> <p>Las temáticas a tratar con esta estrategia son:</p> <ul style="list-style-type: none">- Lo que pasa en 4-72- Esta es mi labor: entrevistas a funcionarios de 4-72 para dar a conocer su labor en la entidad.- Convenios comerciales- Proyectos estratégicos- Alianzas- Visitas del presidente a los diferentes municipios y regiones- Emisiones filatélicas- Conmemoración fechas especiales
Parámetro editorial	<p>Redacción: primera persona Tono: cercano</p> <p>Debe incluir la noticia, contexto, entre comillado de vocero, datos cualitativos y cuantitativos. Máximo tres (3) párrafos.</p>
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Audios de voz: los audios grabados en formato mp3 a una velocidad de 192 kbps o superior, en estéreo, la voz debe estar en primer plano.con una duración no superior a los 3 minutos.- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Video: formato mp4. Full Hd 1920x1080p a 60 cuadros. Para exportar videos se hace a una tasa de 30 fps, o 60 fps, en máxima calidad de procesamiento y en audio estéreo de 48.000 khz.
Periodicidad	Diario

Producto 1 - Referencias



Referencias

Observación importante: se proyecta que uno de los productos principales de 4-72 Comunica, sean vídeos con un presentador tipo influenciador, para que de manera dinámica, cercana e interactiva, de a conocer las noticias y los servicios más importantes. Se articulará con el Área de Marketing, para lograr contar con el apoyo, tanto para el presentador, como para contar desde la Agencia con un gráfico y un creativo. Desde RTVC, apoyo audiovisual.

Referencias de videos informativos - tipo presentador tipo influenciador:

Socialización de servicios: <https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/941178473147358/> / <https://www.facebook.com/watch/?v=663377227964994>

Entrevistas a ciudadanos o funcionarios:

<https://www.facebook.com/watch/?v=422443366086926>

Socialización de proyectos estratégicos: <https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/911594969736837>

Sensibilización y prevención: <https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/663377227964994>

Invitación actividades de Bienestar Institucional: <https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/169472612041556>

REFERENCIAS DE OTROS TIPOS DE FORMATOS:

Referencia de piezas informativas:

https://drive.google.com/drive/u/2/folders/11bNhx-_5eIVp7b422CtbVQiyCFITHctq Referencia participación en

eventos: <https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/645835296577737>

Producto 2



Producto	Personaje 4-72
Descripción y objetivo	Piezas comunicacionales a nivel audiovisual y fotográfico que permitan dar a conocer las historias de vida y desempeño laboral de los colaboradores internos que con su dedicación, compromiso y disciplina, aportan a la misión de la entidad.
Parámetro editorial	<p>La gestión, los servicios y las oportunidades brindadas por la entidad, tanto a los públicos internos como externos, son conceptualizados y desarrollados por más de cinco mil colaboradores que desde la sede principal y las regionales, permiten llegar a todos los rincones de Colombia y el mundo.</p> <p>Por lo anterior, se resaltarán los personajes que permiten hacer realidad esta labor, a través de historias de vida y testimonios.</p> <p>Textos de máximo dos párrafos, con entre comillado. Estilo muy narrativo, tipo crónica.</p>
Parámetro técnico	<p>Todos los videos se graban en formato Full Hd 1920x1080p a 60 cuadros. Para exportar videos se hace a una tasa de 30 fps, o 60 fps, en máxima calidad de procesamiento y en audio estéreo de 48.000 khz. / - Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px..</p> <ul style="list-style-type: none">- Videos: planos y tomas detalles que permitan resaltar las emociones, las expresiones y el mensaje que transmite el personaje. Planos de apoyo que den contexto del personaje y el entorno del mismo.- Fotografías: planos medios o primeros planos, con justificación a un costado para incluir texto.
Periodicidad	Semanal
Referencia	<p>Referencia 1: https://web.facebook.com/watch/?v=161889505863438</p> <p>Referencia 2: https://drive.google.com/file/d/142rHVo5SzZkAJJTfInnqHm8iw2ilHQHM/view?usp=sharing</p>

Producto 3



Producto	El presidente te informa
Descripción y objetivo	Textos, videos, audios y fotografías del presidente Gustavo Adolfo Araque Ferraro, en donde se dirija a la comunidad interna con información relevante de la entidad (gestión, servicios y oportunidades), mensajes de motivación y agradecimiento, invitaciones a eventos, clima laboral y demás temáticas que él como vocero principal de la entidad deba comunicar.
Parámetro editorial	<ul style="list-style-type: none">- Tono: cercano- Videos: planos medios y detalle que permitan sentir al presidente cercano, con tomas de apoyo que den contexto a su discurso.- Fotografías: planos medios o primeros planos, con justificación a un costado para incluir texto.- Audios: cortos y concisos, acompañados de una fotografía que de contexto a su discurso.
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Audios de voz: los audios grabados en formato mp3 a una velocidad de 192 kbps o superior, en estéreo, la voz debe estar en primer plano.con una duración no superior a los 3 minutos.- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Video: formato mp4
Periodicidad	Quincenal
Referencia	Referencia 1: https://www.facebook.com/DQuinteroCalle/videos/890904138260962 / https://www.facebook.com/wilsongarciaf/videos/206339248337405 Referencia 2: https://www.youtube.com/watch?v=cPBeQ-7QBBY Referencia 3: https://drive.google.com/drive/u/2/folders/11bNhx-_5eIVp7b422CtbVQiyCFITHctq/ / https://www.facebook.com/vozpoutilidigital/photos/a.286211404804748/4107635309328986/?type=3&source=54

Producto 4



Producto	Tu Postal <i>(Producto ya existente en la entidad, pero sin continuidad)</i>
Descripción y objetivo	Boletín interno que tiene como objetivo informar a los colaboradores de 4-72, sobre los hechos, estrategias, eventos, proyectos y demás acciones que se realicen durante el mes en la entidad.
Parámetro editorial	<p>Titular: llamada de atención del lector. Debe atraer, informar, sintetizar, impactar, ser ingenioso y generar recordación. Su extensión, de máximo una línea y media.</p> <p>Fotografía: debe ser reciente, acorde al titular y de propiedad de 4-72</p> <p>Cuerpo: debe desarrollar la noticia, teniendo en cuenta el ¿Qué?, ¿Quién o quiénes?.,¿Dónde?, ¿Cuándo?, y el ¿Por qué? Máximo dos párrafos por nota.</p>
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.
Periodicidad	Mensual - Difundido a través del correo de comunicaciones y pantallas de la entidad.
Referencia	

Producto 5



Producto	4-72 es Colombia	
Descripción y objetivo	<p>Contenidos escritos, gráficos, fotográficos y/o audiovisuales que tienen como objetivo mantener informada a la comunidad interna de 4-72, sobre la labor y proyectos que se adelantan en las regionales que conforman a la entidad, de manera constante y cercana.</p> <p>Las temáticas a tratar con esta estrategia son:</p> <ul style="list-style-type: none">- Lo que pasa en las regionales de 4-72- Esta es mi labor: entrevistas a funcionarios de 4-72 de las diferentes regionales para dar a conocer su labor en la entidad.- Convenios comerciales de las regionales- Proyectos estratégicos de las regionales- Alianzas de las regionales- Visitas del presidente a los diferentes municipios y regiones	
Parámetro editorial	<p>Redacción: primera persona Tono: cercano</p> <p>Debe incluir la noticia, contexto, entre comillado de vocero, datos cualitativos y cuantitativos. Máximo tres (3) párrafos.</p>	
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Audios de voz: los audios grabados en formato mp3 a una velocidad de 192 kbps o superior, en estéreo, la voz debe estar en primer plano.con una duración no superior a los 3 minutos.- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Video: formato mp4	
Periodicidad	Semanal	
Referencia	<p>Referencia 1: https://www.facebook.com/SENA/videos/265734552194484</p> <p>Referencia 2: https://www.facebook.com/179837178886146/posts/1676034379266411/</p> <p>Referencia 3: https://www.facebook.com/179837178886146/posts/1677364045800111/</p>	

Producto 6



Producto	4-72 te recuerda
Descripción y objetivo	<p>Campañas informativas y pedagógicas que permitan promover la cultura organizacional, fortalecer el clima laboral e identidad en los colaboradores de 4-72:</p> <p>Las temáticas a comunicar con esta estrategia son:</p> <ul style="list-style-type: none">- Filosofía 4-72- Misión - Visión- Valores- Ambiente laboral- Sentido de identidad- Normas, reglas y lineamientos- Estructura de la entidad - Áreas y funciones- Voceros de áreas.- Etc.
Parámetro editorial	<p>Piezas gráficas y audiovisuales enmarcadas en campañas pedagógicas con;</p> <ul style="list-style-type: none">- Redacción: primera persona - Tono: cercano- Videos: informativos que contextualicen a los colaboradores sobre las temáticas a tratar con esta- Fotografías: planos medios o primeros planos, con justificación a un costado para incluir texto.
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Audios de voz: los audios grabados en formato mp3 a una velocidad de 192 kbps o superior, en estéreo, la voz debe estar en primer plano.con una duración no superior a los 3 minutos.- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Video: formato mp4

Producto 6



Periodicidad	Semanal
Referencia	<p>Referencia de piezas informativas: https://drive.google.com/drive/u/2/folders/11bNhx-_5eIVp7b422CtbVQiyCFITHctq</p> <p>Referencia presentador: https://web.facebook.com/watch/?v=422443366086926</p> <p>Referencia formatos playground: https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/217206643840833</p>

Producto 7



Estrategia	4-72 te cuida
Descripción y objetivo	<p>Campañas de sensibilización y prevención, articuladas con las áreas de Bienestar Institucional y Salud Ocupacional, que permitan promover el bienestar de los colaboradores de 4-72:</p> <p>Las temáticas a comunicar con esta estrategias son:</p> <ul style="list-style-type: none">- Salud en el trabajo- Maternidad y trabajo- Jornadas y/o brigadas de salud- Alimentación- Actividad física- Higiene postural- Gestión del tiempo- Etc.
Parámetro editorial	<p>Piezas gráficas con texto y audiovisuales enmarcadas en campañas preventivas con:</p> <ul style="list-style-type: none">- Redacción: primera persona- Tono: cercano- Videos: informativos que contextualicen a los colaboradores sobre las temáticas a tratar con esta- Fotografías: planos medios o primeros planos, con justificación a un costado para incluir texto.- Afiches en carteleras / Videos en pantallas
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Fotografías: tamaño 16/9 de Formato jpg 1080 x 720 px. (de acuerdo a la solicitud del medio).- Audios de voz: los audios grabados en formato mp3 a una velocidad de 192 kbps o superior, en estéreo, la voz debe estar en primer plano.con una duración no superior a los 3 minutos.- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Video: formato mp4

Producto 7




Periodicidad	Semanal
Referencia	<p>Referencia 1 sensibilización y prevención: https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/663377227964994</p> <p>Referencia 2 socialización de actividades de bienestar institucional https://web.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquira/videos/169472612041556</p>

Producto 8



Estrategia	4-72 en los medios de comunicación
Descripción y objetivo	Se compartirán a los colaboradores a través del mail institucional, las publicaciones que realicen los diferentes medios de comunicación sobre la gestión y nuevos proyectos de 4-72, con el objetivo de mantenerlos informados de los contenidos de 4-72 que se mueven en los medios.
Parámetro editorial	Creación de cabezotes introductorios y/o piezas gráficas que permitan contextualizar las diferentes publicaciones.
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Piezas de máximo dos (2) párrafos
PeriodicidadSe	Cada vez que se identifique una publicación relevante de 4-72 en los diferentes medios de comunicación.
Referencia	<p>Referencia 1: https://www.radionacional.co/noticias-colombia/estampillas-de-caldas-correo-postal-192-paises</p> <p>Referencia 2: https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/el-salto-digital-de-4-72/202100/</p> <p>Referencia 3: https://www.semana.com/economia/capsulas/articulo/la-red-postal-4-72-sera-el-operador-logistico-de-la-plataforma-kolau-para-digitalizar-a-miles-de-pymes-en-colombia/202143/</p>

Producto 9

Estrategia	¿Sabías qué?
Descripción y objetivo	Piezas gráficas con datos de interés para los colaboradores internos, acerca de las diferentes áreas y procesos de la entidad, esto con el objetivo de que todos los funcionarios conozcan el trabajo, datos curiosos del trabajo que se realiza día a día y las funciones de toda la entidad sin importar su rol.
Parámetro editorial	- Extensión de máximo tres (1) párrafo de mínimo dos (2) y máximo cuatro (4) líneas
Parámetro técnico	Diseño: 600px x lo que dé de largo Conservando la identidad gráfica de 4-72
Periodicidad	Semanal
Referencia	<p>Referencia 1: https://cadenapolitica.com/wp-content/uploads/2020/12/Sabias-que-accidentes.jpeg</p> <p>Referencia 2: https://www.facebook.com/1037152426326941/posts/6602000283175433/?sfnsn=scwspwa</p> <p>Referencia 3:</p> <div data-bbox="1121 1068 1676 1349"> SABÍAS QUE... Una herramienta digital ayuda a llevar la administración de tiempo y asistencia dentro de una organización, da flexibilidad al estar en la nube, por lo tanto, el acceso al sistema se podrá realizar desde cualquier lugar y dispositivo electrónico. Además, permite mejorar la distribución de los costos en esa área.</div>

Producto 10



Estrategia	Filatelía
Descripción y objetivo	<p>Piezas gráficas y/o audiovisuales con contenidos enmarcados en la filatelía:</p> <ul style="list-style-type: none">- Emisiones filatélicas- Si Las Estampillas Hablaran: campaña tipo historieta con la cual se busca contar relatos a través de los diseños de las estampillas.- Historia Postal
Parámetro editorial	<ul style="list-style-type: none">- Redacción: primera persona- Tono: cercano- Videos: informativos que contextualicen a los colaboradores sobre las temáticas a tratar con este producto- Fotografías: planos medios o primeros planos, con justificación a un costado para incluir texto.
Parámetro técnico	<ul style="list-style-type: none">- Diseño: 600px x lo que dé de largo- Conservando la identidad gráfica de 4-72- Pieza gráfica: puede estar en formato jpg y png.- Piezas de máximo dos (2) párrafos
Periodicidad	Quincenal
Referencia	<p>Referencia 1: https://www.facebook.com/158563347561320/posts/3989057464511870/?sfnsn=scwspmo</p> <p>Referencia 2: https://www.facebook.com/158563347561320/posts/4129115180506097/?sfnsn=scwspmo</p> <p>Referencia 3: https://www.facebook.com/158563347561320/posts/4459840020766943/?sfnsn=scwspmo</p>

Plan de trabajo de acuerdo a los productos anteriores

Presentado
por:



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
29	30	1	2	3
4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 es Colombia
4-72 en los medios de comunicación	4-72 Te Cuida	4.72 Te Recuerda	Filatelía	¿Sabías qué?
6	7	8	9	10
4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 es Colombia
4-72 en los medios de comunicación	4-72 Te Cuida	El presidente te informa	4.72 Te Recuerda	Personaje 4-72
13	14	15	16	17
4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 es Colombia
4-72 en los medios de comunicación	4-72 Te Cuida	4.72 Te Recuerda	Filatelía	¿Sabías qué?
19	20	21	22	23
4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 Comunica	4-72 es Colombia
4-72 en los medios de comunicación	4-72 Te Cuida	El presidente te informa	4.72 Te Recuerda	Personaje 4-72
				Tu Postal

2022

Propuesta económica

Presentado por:



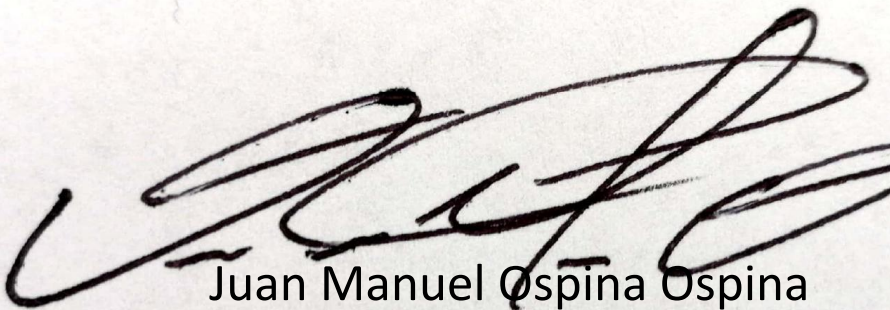
Propuesta económica

Valor de la propuesta: ochenta millones trescientos mil pesos M/CTE, incluido el IVA (\$ 80.300.000).

Duración del contrato: 11 meses.

NO incluye costos logísticos para el desarrollo de eventos, traslado, ni hospedaje de nuestro personal.

Cordialmente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to be "Juan Manuel Ospina Ospina", is written over a light-colored background.

Juan Manuel Ospina Ospina
Representante legal

Agencia Isma Comunicaciones



