

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 1 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

1. OBJETO

El objeto de este procedimiento es establecer los lineamientos que permitan una eficaz comunicación interna y externa entre los diferentes niveles de la Lotería del Tolima E.I.C.E. y sus partes interesadas.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica para la gestión de las comunicaciones, divulgación de información interna y externa, y a todas las solicitudes realizadas por las partes interesadas a las cuales se les dará su debido y oportuno tratamiento, garantizando, si es necesario, un manejo confidencial y anónimo de todas las situaciones.

3. DEFINICIONES

Comunicación Interna

Es la comunicación dentro de la Organización, donde participan todos los niveles administrativos, técnicos y de servicios, utilizando los canales formales e informales de comunicación para manifestar sus requerimientos, acuerdos, planes, programas, informes, noticias de la Organización, noticias del personal, solicitudes, opiniones, etc.

Comunicación Externa

Es la que tiene su énfasis sobre todas las partes interesadas externas como son los clientes, los proveedores, las entidades gubernamentales, los medios de comunicación, los vendedores y distribuidores, entre otros; y las relaciones públicas que están orientadas a crear lazos y fortalecer la imagen institucional y corporativa.

Partes interesadas

Persona o un grupo de personas con un interés legítimo y/o demostrable o que está directamente afectado por las actividades de una organización y las consecuencias de esas actividades.

Comunicación Oficial de la empresa

Hace referencia a aquella comunicación relevante para la actividad económica de la empresa y que cumple el protocolo establecido.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 2 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

Comunicación formal

Es la forma de comunicación que de manera expresa establece la Organización, mediante protocolos, manuales, reglamentos, etc., y genera todo un sistema de comienzo a fin dirigido y utilizado por todos los miembros de la misma. Define el modo cómo cada persona debe recoger y transmitir la información que circula. Este tipo de comunicación constituye el cómo debe llegar la información según el nivel jerárquico que ocupe el receptor.

Comunicación informal

La comunicación informal fluye dentro de la organización sin canales preestablecidos y surge de la espontaneidad de los empleados. Se le da alto nivel de credibilidad y suele estar relacionada con asuntos personales acerca de individuos o grupos de la organización.

Comunicación horizontal

Es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico.

Plan estratégico de comunicaciones:

Es un documento formal (MP-R-009) en el que se plasma por parte de los responsables de comunicaciones, cuál será la estrategia de difusión de la información. En esta se incluyen los medios digitales como la página web de la empresa, las redes sociales, correos internos etc., con miras a incrementar la presencia de la marca y su posicionamiento en internet.

4. CONDICIONES GENERALES

La unidad operativa y comercial de la LOTERÍA DEL TOLIMA, es el área encargada de producir, difundir, promover, gestionar, fomentar y articular la información institucional, así como de mantener la imagen e identidad de la marca ante los diferentes grupos de interés.

4.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

- Empleados públicos - libre nombramiento y remoción - periodo fijo.
- Trabajadores oficiales- planta.
- Aprendiz Sena.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 3 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

- Fuerza de venta - vendedores de lotería.
- Clientes (compradores).
- Practicantes profesionales
- Gobierno departamental.
- Contratista.
- Proveedores.
- Distribuidores lotería física y lotería virtual.
- Concesionarios - apuestas permanentes chance.
- Autoridades públicas- fiscalía - CTI.
- Medios de comunicación.
- Consejo nacional de juegos de suerte y azar.
- Entidades financieras.
- Aliado estratégico.
- Agregaciones - Fedelco – Andelote.
- Sorteo extraordinario de Colombia.

4.2 COMUNICACIÓN INTERNA

Se refiere a la comunicación dentro de los diferentes niveles y funciones de la LOTERÍA DEL TOLIMA E.I.C.E., todas las áreas se apoyan en la gestión transversal de las comunicaciones para desarrollar su labor misional.

La comunicación oportuna entre las dependencias que articulan la gestión de la LOTERÍA DEL TOLIMA es un factor relevante para llevar a cabo de manera exitosa, los proyectos y metas que cada miembro de la entidad se plantea. Para ello, la gerencia lidera el proceso de comunicaciones y gestión humana, tiene como objetivo primordial servir de puente en las comunicaciones internas, divulgando y planteando de la forma más eficaz para que los miembros de la organización actúen como un grupo sincronizado y efectivo.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 4 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

4.2.1 MECANISMOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Reunión Informativa. La reunión es convocada cuando se requiera por la alta gerencia o el jefe de cada unidad, con el fin de enterar y comunicar la información o aspectos más relevantes de la entidad, establecer metas o informar del cumplimiento de indicadores de productividad, entre otros. De estas reuniones se deja registro de asistencia y acta en donde se asignan responsables y tiempos a las actividades derivadas de la reunión.

Cartelera Informativa. Este mecanismo se utiliza para divulgar información relacionada con los procesos de Salud y Seguridad en el trabajo, asuntos laborales, instrucciones y medidas impartidas por la Gerencia, campañas internas y toda la información que sea necesario hacer llegar a los empleados y visitantes.

Comunicaciones escritas y Vía E-mail (Cartas, circulares, comunicaciones internas, memorandos, etc.) Este medio se utiliza para transmitir información a un destinatario o grupo específicos, se envía con copia y el destinatario debe firmar dejando evidencia con fecha y hora de recibido.

Charlas de inducción. Son un medio para suministrar información relacionada con la valoración de riesgos de las actividades que realizan dentro de la empresa.

Material impreso y señalización. Se establece para comunicar a todo el personal a los riesgos a los que están expuestos mientras se encuentran en las instalaciones de la empresa, así como de las disposiciones a seguir en caso de emergencia; identificación de alarmas, rutas de evacuación y puntos de encuentro.

Boletín institucional SOMOS LT. Mínimo se realizarán publicaciones mensuales relacionadas con la gestión de la empresa, logros, resultados, ganadores, historias, y demás actividades de marketing, eventos y promocionales entre otros.

4.3 COMUNICACIÓN EXTERNA.

La comunicación externa de la entidad se basa en la difusión, planeación y el buen manejo de las relaciones con los diferentes medios de comunicación, al igual que la búsqueda de espacios para dar a conocer a los interesados los proyectos, eventos promocionales y la información de carácter público, transferencias a la salud, resultados semanales de los sorteos, temas de gestión, plan de premios, ganadores, e informes.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 5 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

4.3.1 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Portales Web de la Lotería del Tolima. Espacio interactivo que permite actualizar y promover la información multimedia. Además, permite una retroalimentación con las partes interesadas que pueden establecer contacto con la empresa, la información a publicar está a cargo de los líderes de cada área.

Redes Sociales y chat. Espacio para la interacción entre la empresa y los usuarios, publicación de contenidos y actualización de la información de manera inmediata.

Comunicados de prensa y opinión pública. Informes a los medios de comunicación para la difusión de la información de manera inmediata.

Espacios de radio. Espacio para informar mediante reportajes, entrevistas y crónicas.

Medios de comunicación digital. Medios impresos, canales de televisión, emisoras, portales digitales.

4.4 PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN

4.4.1 Formular los planes de acción y comunicación interna/externa para su ejecución

La unidad operativa y comercial, cuenta con el plan estratégico de comunicaciones (MP-R-009) para mostrar los avances de la organización, su gestión comercial, a fin de cuidar el valor de la marca.

Para lo anterior se identifica el direccionamiento de las comunicaciones, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: Qué comunicar, cuándo comunicar, a quién comunicar, cómo comunicar, y quién comunica establecidos en el formato MP-R-011 matriz de Comunicaciones que se anexa.

4.4.2 Programar, elaborar y presentar el proyecto de presupuesto anual para la comunicación.

La unidad operativa y comercial, deberá proyectar y presentar a la gerencia y a la unidad financiera para su aprobación, los recursos necesarios a ser incorporados en el presupuesto de la vigencia fiscal para el desarrollo del plan de medios de comunicación, en miras de garantizar el cumplimiento del plan estratégico de comunicaciones.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 6 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

4.4.3 Establecer contacto con los diferentes medios de comunicación

Es deber de La unidad operativa y comercial, establecer contacto y brindar apoyo a los diferentes medios de comunicación en el proceso de difusión de las actividades realizadas por la LOTERÍA DEL TOLIMA, a fin de proyectar y posicionar la imagen institucional.

4.4.4 Elaborar comunicados y/o boletines de prensa institucionales y de opinión pública.

Debe hacerse como mínimo una vez al mes o según necesidad de la información. La unidad operativa y comercial, deberá redactar y enviar notas relacionadas con la actividad comercial o la gestión de la Lotería a los medios de comunicación que hagan parte del plan de medios, o el boletín de prensa de la Gobernación del Tolima.

4.4.5 Administrar las Redes Sociales de la Lotería del Tolima.

Es deber la unidad operativa y comercial, administrar de manera idónea las Redes Sociales de la empresa, programando y/o publicando contenido de calidad de manera periódica en cada una de las redes sociales en función de sus características propias, garantizando que el contenido allí compartido se ajuste a los parámetros establecidos, así como a la voz y personalidad definidas para la marca.

4.4.6 Crear contenido en diferentes formatos y géneros.

La unidad operativa y comercial, deberá crear contenido multimedia atractivo y de alto impacto, que cautive la atención de los seguidores e incremente la comunidad social de la Lotería del Tolima.

4.4.7 Monitorear los medios de noticias, redes sociales e internet

Es deber La unidad operativa y comercial, monitorear y realizar seguimiento a los medios de noticias tradicionales y digitales, así como a las redes sociales para saber qué se dice de la marca y de sus funcionarios, a fin de medir el impacto en la imagen institucional y si es el caso, prever posibles crisis. (Informes mensuales de redes sociales).

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 7 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

4.4.8 Garantizar la emisión de los sorteos de la Lotería del Tolima

Es deber La unidad operativa y comercial, garantizar que la emisión de los sorteos de la Lotería se transmita a la hora y fecha acordada para cada uno, así como por los canales de televisión establecidos y las redes sociales de la Lotería del Tolima, teniendo en cuenta proyectar siempre los parámetros y condiciones establecidos en el manual de imagen de la marca y de acuerdo a los lineamientos de la actual Gobernación.

4.4.9 Mantener la comunicación con las comunidades digitales

La unidad operativa y comercial, deberá revisar, dar respuesta e interactuar con los usuarios en cada red social: mensajes privados, comentarios, menciones en redes, etc. Así como promover la conversación entre los usuarios, hablando siempre en nombre de la empresa y utilizando el tono definido por los valores de la marca.

4.4.10 Mantener la comunicación con el CLUB DE CLIENTES VIP Lotería del Tolima, a fin de dar atención personalizada con resultados y sorteos especiales.

La unidad operativa y comercial, debe garantizar la comunicación constante y precisa con los afiliados al Club de Clientes VIP de la Lotería del Tolima, en aras de cumplir con las promesas de valor “Atención Personalizada” que se da a los clientes que se afilian.

4.4.11 Mantener la comunicación con los distribuidores de Lotería.

Es deber de la unidad operativa y comercial, redactar y difundir entre los distribuidores, comunicados de las actividades promocionales que realiza la Lotería del Tolima.

4.4.12 Realizar el registro fotográfico y/o audiovisual de la Lotería del Tolima.

Es deber de la unidad operativa y comercial, realizar el registro fotográfico o audiovisual de las diferentes actividades promocionales, sorteos especiales, o eventos internos/externos de la marca, con los permisos de manejo de uso de imagen.

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 8 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

PROCEDIMIENTO

No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
	INICIO		
1	Comunicación interna: Reuniones, cartelera informativas, comunicaciones escritas (circulares, oficios, memorandos,), charlas de inducción, material impreso, señalización.	Proceso transversal a todas las áreas dela entidad	Las remite el área que necesita informar.
2	Comunicación externa: portal web de la entidad, redes sociales, chat, comunicados de prensa, opinión pública, espacios de radio, medios de comunicación.	Líderes de cada área Gerencia	Información que está a cargo de los líderes de cada área y sujeta a revisión
3	Seguir el plan estratégico de comunicaciones MP-R-009 teniendo en cuantos aspectos establecidos en el formato MP-R-011 matriz de comunicaciones	unidad operativa y comercial	
4	Establecer contacto con los diferentes medios de comunicación	unidad operativa y comercial	
5	Elaborar comunicados y boletines de prensa para la opinión pública, de acuerdo a la actividad comercial que se realiza para la venta del producto.	unidad operativa y comercial	
6	Garantizar la transmisión del sorteo por canal establecido y redes sociales, teniendo en cuenta el manual de imagen corporativa y gobierno departamental.	unidad operativa y comercial	Supervisor del contrato.
7	Diseño de piezas graficas de las actividades inherentes al mercadeo y promocionales.	unidad operativa y comercial	
8	Mantener comunicación constante con el Club de clientes VIP de la Lotería, brindando atención personalizada en todos los aspectos.	unidad operativa y comercial	Valor agregado de atención personalizada

		PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 25-09-2023	PÁGINA: 9 DE 9	CÓDIGO: MP-P-002

No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	OBSERVACIONES
9	Mantener comunicación constante con los distribuidores de la Lotería del Tolima.	unidad operativa y comercial	Comunicación de ventas, promocionales, incentivos, solución a PQRS.
10	Tener registro fotográfico y audiovisual de todas las actividades realizada por la lotería del Tolima y la comercialización del producto.	unidad operativa y comercial	Soportes en medio digital, físico para mantener memoria histórica de la entidad.
11	FIN		

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
4	25/09/2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se actualiza el procedimiento de comunicaciones de acuerdo con la comunicación establecida en los diferentes medios
3	5/09/2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se actualiza el documento de acuerdo con los lineamientos establecidos por MIPG en atención al cliente
2	9-05-2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se modifica el cuadro de control de cambios con la Rev. y fecha de elaboración. 2. Se modifica la codificación de los documentos de acuerdo con el procedimiento control de la información documentada.
1	30-06-2022	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se implementa el SIGC. 2. Se actualiza por revisión y ajuste del formato del SIGC.
0	18-08-2020	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Creación del documento