


| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 1 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

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: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 2 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

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 comunicación:


Es un documento formal en el que se intenta plasmar por parte de los responsables de Comunicación.

Plan de comunicación Digital

Son las acciones que se llevarán a cabo a través de medios digitales como la página web de la empresa, el blog corporativo, las redes sociales, el correo electrónico, la publicidad digital, 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 las políticas informativas del acontecer institucional, así como de mantener la imagen e identidad de la marca ante los diferentes grupos de interés.


| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 1 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

4.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS

- Empleados públicos - libre nombramiento y remoción - periodo fijo.
- Trabajadores oficiales- planta.
- Aprendiz Sena.
- Fuerza de venta - vendedores de lotería.
- Clientes compradores.
- Practicantes profesionales
- Gobierno departamental - secretaria de salud.
- 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- terminal de transporte.
- 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 trasversal de las comunicaciones para desarrollar su labor misional.

| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 2 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

La comunicación oportuna entre las dependientes 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, 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.

4.2.1 MECANISMOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Reunión Informativa: con el fin de enterar y comunicar políticas y objetivos de los aspectos más relevantes sucedidos en la planta, 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.

Intranet. Plataforma virtual que permite la difusión de la información a nivel interno con el objetivo de articular los distintos procesos a través del manejo de la información.

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, 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, los elementos de protección personal en su actividad o por medidas de emergencia.

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.

4.3 COMUNICACIÓN EXTERNA.

La comunicación externa de la entidad se basa en la difusión, planeación y el buen

| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 1 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

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, contratación, finanzas, presupuesto e informes.

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 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. Estas publicaciones se realizan.

Comunicados de prensa y opinión pública. Informes a los medios de comunicación para la difusión de la información de manera inmediata, la información está a cargo de los líderes de cada área.

Espacios de radio institucional. Espacio para informar mediante reportajes entrevistas y crónicas, la información está a cargo de los líderes de cada área.

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

Publicidad ATL. Estrategias de marketing masivo en radio, prensa escrita, televisión.


Publicidad BTL. Estrategias de marketing en punto de venta, promocionales, patrocinio, inserción de marca, entre otros.

4.4 PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN

4.4.1 Formular y presentar a la gerencia, los planes de acción y comunicación interna/externa para aprobación y su ejecución posterior

La unidad operativa y comercial, deberá formular los planes de comunicación interna y externa, para mostrar los avances de la organización, su gestión comercial, solidez financiera y manejo de crisis, a fin de cuidar el valor de la marca.

4.4.1.1. La unidad operativa y comercial identificará el direccionamiento de las

| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 2 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

comunicaciones, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: Qué comunicar, cuándo comunicar, a quién comunicar, cómo comunicar, y quién comunica establecidos en el formato R-102 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 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 de los objetivos de los planes de comunicación estratégicos y comerciales de la Lotería del Tolima.

4.4.3 Establecer contacto con los diferentes medios de comunicación

Es deber 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 y opinión pública.


Debe hacerse como mínimo una vez por semana o según necesidad de la información con previo. 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 en su defecto al boletín de prensa de la Gobernación del Tolima.

4.4.5 Diseñar y publicar Boletines institucionales

Es deber La unidad operativa y comercial entre los funcionarios, compradores y distribuidores, información relacionada con la gestión de la empresa, logros, resultados, ganadores, historias, y todas las actividades de marketing, eventos y próximos promocionales.

4.4.6 Formular y presentar a la gerencia el plan de comunicación digital y Redes Sociales.

El responsable de la unidad operativa y comercial, deberá formular el plan de comunicación digital y redes sociales de la Lotería del Tolima, procurando la precisión de la información difundida en el portal web a través de la constante actualización de resultados, banner, comunicados, video e imágenes, a fines de atraer tráfico a la web y posicionar la marca en los buscadores.

| | | | | |
|---|--|---|---------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 1 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

4.4.7 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 el 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.

4.4.8 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.

4.4.9 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.


4.4.10 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.

4.4.11 Monitorear y elaborar informes mensuales sobre la actividad en las redes sociales

Es deber La unidad operativa y comercial, presentar a la gerencia informes mensuales que den cuenta de la estrategia digital y redes sociales, llevando el registro del volumen de interacciones con los usuarios, comentarios, alcance del post, y el aumento o disminución en el número de seguidores, así como el análisis de las audiencias.

4.4.12 Mantener la comunicación con las comunidades digitales

| | | | | |
|---|--|--|------------------------|----------------------|
|  | | PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES | | |
| VERSIÓN: 02 | RESPONSABLE: PROF. ESPECIALIZADA UNIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL | FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 05-10-2021 | PÁGINA: 2 DE 11 | CÓDIGO: P-015 |

La unidad operativa y comercial, deberá revisar, dar respuesta e interactuar con los usuarios en cada red social: mensajes privados, comentarios, menciones en foros, blogs, 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.

4.4.13 Mantener la comunicación con la unidad operativa y comercial a fin de apoyar la planificación de actividades promocionales

El responsable de la unidad operativa y comercial, deberá apoyar la planificación de las actividades promocionales y eventos en los que participe u organice la Lotería del Tolima, teniendo en cuenta que siempre se proyecte de manera correcta la imagen institucional y los valores establecidos para la marca.

4.4.14 Diseñar las piezas gráficas de las actividades de mercadeo, promocionales, y billetes de la Lotería.

La unidad operativa y comercial, deberá prediseñar y presentar ante la gerencia los artes para cada actividad promocional, así como el diseño del billete para cada sorteo, entregando la propuesta final al impresor.

4.4.15 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.

4.4.16 Mantener la comunicación con los distribuidores y vendedores de Lotería.

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


4.4.17 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.


4.4.18 Mantener y conservar el archivo fotográfico y audiovisual de todas las actividades que realiza la Lotería del Tolima.

El responsable de la unidad operativa y comercial, deberá mantener y conservar de manera organizada el registro fotográfico o audiovisual de las diferentes actividades y eventos de la lotería del Tolima, a fin de mantener evidencias y preservar la memoria histórica de la empresa, con los soportes de autorización de uso de datos e imagen.

5. PROCEDIMIENTO

| No | ACTIVIDAD | RESPONSABLE | OBSERVACIONES |
|----|--|---|--|
| |  | | |
| 1 | <p>Comunicación interna: Reuniones, intranet, carteleras informativas, comunicaciones escritas (circulares, oficios, memorandos,), charlas de inducción, material impreso, señalización.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | Proceso transversal a todas las áreas de la entidad | Las remite el área que necesita informar. |
| 2 | <p>Comunicación externa: portal web de la entidad, redes sociales, chat, comunicados de prensa, opinión pública, espacios de radio institucional, medios de comunicación digital, publicidad.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | Líderes de cada área | Información que está a cargo de los líderes de cada área y sujeta a revisión y aprobación de la Gerencia. |
| 3 | <p>Formular plan de acción de comunicación interna y externa, teniendo en cuenta los aspectos establecidos en el formato R-102 matriz de comunicaciones</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | unidad operativa y comercial | Aprobada por la alta gerencia. |
| 4 | <p>Establecer contacto con los diferentes medios de comunicación</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | unidad operativa y comercial | Previo a la aprobación de la Gerencia, se establecen y siguen los lineamientos |
| 5 | <p>Elaborar comunicados y boletines de prensa para la opinión pública, de acuerdo a la actividad comercial que se realiza para la venta del producto.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | unidad operativa y comercial | Revisión y aprobación de la Gerencia. |
| 6 | <p>Formular y presentar a la Gerencia plan de comunicación digital y redes sociales y monitorear su desarrollo y seguimiento para verificar el</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | unidad operativa y comercial | Aprobación y verificación de parte de la Gerencia, se lleva a cabo el seguimiento a las actividades y su desarrollo, presentando informe mensual |
| 7 | <p>Garantizar la transmisión del sorteo por canal establecido y redes sociales, teniendo en cuenta el manual de imagen corporativa y gobierno departamental.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> | unidad operativa y comercial | Revisión por la alta Gerencia. |

| No | ACTIVIDAD | RESPONSABLE | OBSERVACIONES |
|----|--|------------------------------|--|
| 8 | Diseño de piezas graficas de las actividades inherentes al mercadeo, promocionales y billetes e lotería | unidad operativa y comercial | Se diseña y presenta a la alta Gerencia para su revisión y aprobación los artes de cada actividad comercial, así como el billete de cada sorteo. |
| 9 | 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 |
| 10 | Mantener comunicación constante con los distribuidores y vendedores de la Lotería del Tolima. ↓ | unidad operativa y comercial | Comunicación de ventas, promocionales, incentivos, solución a PQRS. |
| 11 | Mantener y conservar archivo 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. |
| 12 | FIN | | |

| Elaboró: | Reviso/Aprobó: | Observaciones y/o Ajustes: |
|---|-------------------|---|
|  Profesional especializado unidad operativa y comercial | Comité De Calidad | Se realiza ajuste, en acción de mejora continua al SIGC |