CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

MACROPROCESO	Comunicación Estratégica y Relacionamiento Grupos de Valor	**PROCESO**	Comunicación Organizacional	**LÍDER DEL PROCESO**	Director(a) Oficina de Comunicaciones
DOCUMENTO DE REFERENCIA	Manual de Identidad Institucional				
OBJETIVO: Diseñar, coordinar e implementar planes, lineamientos y estrategias de comunicación para la gestión del P.A. FONTUR y su equipo interno de trabajo a través los medios de comunicación y difusión en canales digitales como intranet, televisores informativos y correos institucionales, con el fin de facilitar la gestión y el logro de las metas de FONTUR.					
ALCANCE: Comprende la atención de solicitudes internas de las áreas de campañas o necesidades de comunicación al público interno, incluye el diseño de las piezas de comunicación para, mensajes, campañas y correo masivo, la identificación de las necesidades en términos de comunicación corporativa, la generación y divulgación de contenidos para los medios de comunicación interna, el envío comunicaciones institucionales por correo electrónico, la diagramación, redacción y administración de los contenidos en la intranet, el seguimiento a la satisfacción de los usuarios frente a las campañas realizadas y la adopción medidas y acciones de mejora. El diseño, publicación y mantenimiento de los puntos de información (televisores).					

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES (Ciclo PHVA)	SALIDAS	CLIENTES
EXTERNOS	• Lineamientos y directrices de comunicación (manual de imagen) • Políticas, circulares, lineamientos provenientes del MinCIT y de las instancias de gobernanza de FONTUR	**PLANEAR** 1. Diseñar planes, lineamientos y estrategias de comunicación para dar a conocer la gestión de FONTUR y su equipo interno de trabajo, a través canales de difusión en como intranet, televisores informativos y correos institucionales. 2. Elaborar un plan de comunicaciones internas para cada vigencia, atendiendo las necesidades en términos de comunicación organizacional **HACER** 3. Coordinar e implementar la estrategia de comunicaciones, en el marco del plan de comunicaciones definido 4. Atención a solicitudes internas de las áreas de campañas o necesidades de comunicación masiva 5. Diseño de las piezas de comunicación para los correos masivos 6. Generar y divulgar contenidos informativos para los medios de comunicación organizacional 7. Diagramación, redacción y administración de los contenidos de la intranet 8. Diseñar, publicar y mantener actualizados los puntos de información (TV)	• Correos de Comunicaciones FONTUR (Producto) • Boletines informativos (Producto • Puntos de información digital (TV) (Producto) • Encuestas de percepción de comunicaciones internas (Producto) • Publicaciones en la intranet (Producto) • Campañas de comunicación (Producto)	**EXTERNOS**
• MinCIT • Gobierno Corporativo • Fiducoldex				
INTERNOS		**VERIFICAR** 9. Hacer seguimiento al plan de comunicaciones 10. Realizar seguimiento a la satisfacción de los usuarios frente a la comunicación organizacional		**INTERNOS**
• Todos los procesos de FONTUR				• Todos los procesos de FONTUR

COPIA CONTROLADA PARA CONSULTA GENERAL

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES (Ciclo PHVA)	SALIDAS	CLIENTES
		ACTUAR		
		11. Definir mejoras en la estrategia de comunicaciones 12. Adoptar medidas de acuerdo con el análisis de los resultados de la satisfacción frente a la comunicación organizacional		

DOCUMENTOS DESCRIPTIVOS	
CÓDIGO	**NOMBRE**
PCOI-01	Plan de comunicación organizacional
PCOI-02	Gestión de comunicaciones internas

RIESGOS DEL PROCESO
MRCOI-001 Posibilidad de pérdida reputacional por resultados poco favorables en la medición de la satisfacción de los usuarios frente a la comunicación organizacional, debido a errores (fallas o deficiencias) en la elaboración, actualización e implementación del plan de comunicaciones internas
MRCOI-002 Posibilidad de pérdida reputacional por observaciones de las áreas del P.A. FONTUR frente al cumplimiento de las necesidades de comunicación interna o resultados no satisfactorios en la medición de la comunicación organizacional, debido a la generación de mensajes institucionales sobre la gestión del P.A. FONTUR erróneos, inoportunos o que no atienden los lineamientos y directrices comunicacionales, a través de los medios de difusión internos

MEDICIÓN			
INDICADOR	**OBJETIVO DEL INDICADOR**	**META**	**FRECUENCIA**
Plan Interno de Comunicaciones ejecutado	Medir el avance o cumplimiento en la ejecución del Plan Interno de Comunicaciones	90%	Trimestral

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	**VERSIÓN**	**DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO**
10/10/2024	01	Primera versión del documento

RÓTULOS DE APROBACIÓN		
ELABORÓ	**REVISÓ**	**APROBÓ**
No requiere firma, documento validado por correo electrónico.	No requiere firma, documento validado por correo electrónico.	No requiere firma, documento validado por correo electrónico.
María Alejandra Bolaño González	**Diana Carolina González García**	**Luis Alejandro Gómez Hernández**
Profesional Oficina de Planeación	**Profesional Oficina de Comunicaciones**	**Director Oficina de Comunicaciones**

COPIA CONTROLADA PARA CONSULTA GENERAL