1. **OBJETIVO:** Establecer los lineamientos para centralizar las estrategias y acciones de comunicación interna y externa, dando cobertura a las necesidades de todas las áreas, enmarcándolas dentro de una estrategia de comunicación general.

2. **ALCANCE:** Inicia con el diseño y ejecución planes y estrategias de comunicación corporativa, dando cobertura a las necesidades de comunicación interna y externa para todas las áreas de RTVC. Incluye la gestión y atención de acciones de comunicación consecuencia de situaciones coyunturales.

3. **DEFINICIONES:**

Termino	Definición
Alcance	Porcentaje del universo total de personas a las cuales se dirige un mensaje y son impactadas con la información emitida.
Alluser	Envío masivo de información de interés general (piezas gráficas y/o audiovisuales, resoluciones, circulares, comunicados, boletines, entre otros) por medio de correo electrónico corporativo a todos los colaboradores vinculados a la entidad.
Brief de Comunicaciones	Documento mediante el cual las marcas y áreas de la entidad dan a conocer a la Coordinación de Comunicaciones sus solicitudes con el fin de planear, revisar y definir las acciones para desarrollar la estrategia de comunicación y dar cumplimiento a sus requerimientos.
Canales	El medio físico por el cual se trasmiten y reciben los mensajes de forma análoga, digital o virtual (información).
Comunicación Interna	Es la que enfoca sus acciones en los colaboradores de la entidad. Su objetivo es dar a conocer la estrategia, misión y objetivos institucionales con el fin de fomentar el mejoramiento del clima laboral.

Comunicación Externa	Es la que enfoca sus acciones en todos los agentes externos a la entidad como medios de comunicación, clientes, competencia, entidades sectoriales, nacionales e internacionales, entes de control, ciudadanos en general, entre otros. Su objetivo es difundir la imagen institucional y fomentar las relaciones con los diferentes públicos externos, sobre sus productos y servicios.
Efectividad	Capacidad de transmitir información clara y concisa a los públicos objetivos logrando que los mensajes enviados obtengan la atención deseada.
Impacto	Capacidad de producir el efecto esperado en el receptor con la información emitida.
Medios de comunicación	Mecanismos de transmisión de información que permite emitir un mensaje para un público determinado. Dependiendo su naturaleza se pueden clasificar en impresos, sonoros, audiovisuales y digitales.
Monitoreo de medios	. Acción de identificar las menciones o noticias emitidas en medios de comunicación y/o redes sociales, relacionadas con los contenidos audiovisuales, programas, planes, proyectos y demás información de interés para la entidad.

4. DESARROLLO DE PROCEDIMIENTO:

4.1. Desarrollo del Procedimiento:

#	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Documentos y Registros Relacionados
PLANEACIÓN DE COMUNICACIONES				
	Inicio			
1	Definir la estrategia de Comunicación	Definir el plan estratégico de comunicaciones, de acuerdo con los objetivos institucionales y políticas de gobierno digital que apliquen a RTVC. Esta debe tener: nombre, objetivo, acciones, responsables, mensajes, canales de transmisión, públicos objetivos e indicadores, entre otros.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Plan estratégico de Comunicaciones
2	P.C. Aprobación estrategia y/o plan de comunicaciones	Presentar a la Gerencia cada vez que se requiera la estrategia y/o plan estratégico de comunicaciones de RTVC para su validación y aprobación.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	H-F-3 Formato de asistencia a reuniones y/o correo electrónico Estrategia y/o Plan de comunicaciones
	¿Se dio aprobación estrategia y/o plan de comunicaciones? SI: Continuar con la actividad No. 3 NO: Realizar ajustes y/o correcciones y continuar con la actividad No. 2			
3	Definir presupuesto de comunicaciones	Definir el presupuesto de comunicaciones, determinando recursos físicos, tecnológicos, humanos y demás, necesarios para el desarrollo del plan de comunicación establecido.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Anteproyecto de Presupuesto
4	Definir lineamientos de comunicación	Definir los lineamientos con los cuales se manejará la comunicación de la Entidad. Identificar: · La información que se quiere comunicar, para lo cual se trabajará de la mano con los lideres de las marcas y las áreas. · El tipo de herramienta comunicativa a utilizar dependiendo de si es comunicación interna y externa.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	H-F-3 Formato de asistencia a reuniones y/o correo electrónico.

#	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Documentos y Registros Relacionados
		· Definir el público objetivo al que va dirigida la comunicación: colaboradores, periodistas, ciudadanos. · La medición de la efectividad del canal, mensaje y/o estrategia. Estas comunicaciones deben estar acorde con lo planteado en el Manual de Comunicaciones, Manual de Marca RTVC y Manual de Políticas Editoriales para los sitios web y redes sociales.		
5	Caracterizar los canales y medios de transmisión	Realizar la identificación y/o caracterización de los canales internos y externa claves para RTVC y sus marcas. Definir como mínimo: · El alcance · El impacto · La inmediatez · La efectividad	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Base de datos de medios de comunicaciones y periodistas, H-F-3 Formato de asistencia a reuniones y/o correo electrónico
6	Definir mecanismos de monitoreo de la estrategia	Definir los indicadores de gestión requeridos para la medición de la efectividad del Plan Estratégico de Comunicación establecido.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Indicadores
7	Realizar asignación de funciones	El Coordinador de Comunicaciones asigna las funciones y obligaciones de cada funcionario o contratista, de acuerdo con los requerimientos y necesidades de las áreas, marcas o procesos al interior de la entidad.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	H-F-3 Formato de asistencia a reuniones y/o correo electrónico
COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA				
	Inicio			
1	Recepción de solicitud de Comunicación	Generar solicitud por el área de marca o proceso al Área de Comunicaciones mediante del Brief de comunicaciones.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Correo electrónico o R-F-1 formato de Brief
2	P.C Revisar pertinencia de la	Recibirla solicitud enviada por el área, marca o proceso solicitante cada vez	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Correo electrónico

#	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Documentos y Registros Relacionados
	solicitud	que se requiera, se revisa la información compartida y se valida la pertinencia de esta.	Profesional Universitario Grado I Gestión de comunicaciones	
¿La información enviada por el área, marca o proceso solicitante es verídica? SI, continuar en la actividad 3 NO, finaliza la solicitud				
3	Validar Información	Luego de la revisión y validación de la información enviada por las áreas, marcas, o proceso solicitante para generar una estrategia de comunicación de manera conjunta y determinar el diseño de la propuesta.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	H-F-3 Formato de asistencia a reuniones y/o correo electrónico
¿El requerimiento son publicaciones ALLUSER? SI, continuar en la actividad 9 NO, continuar en la actividad 4				
¿El requerimiento son publicaciones en página Web y/o Intranet? SI, continuar en la actividad 9 NO, continuar en la actividad 4				
4.	Identificar necesidades técnicas (audiovisuales, fotografía y diseño) y económicas	Identificar los requerimientos técnicos (audiovisuales, fotografía y diseño) y económicos en los que se incurrirá para el desarrollo de la propuesta de comunicación.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	N/A
5.	Elaborar y presentar propuesta de comunicación.	Elaborar la propuesta de comunicaciones de acuerdo con la necesidad definiendo: canales o medios de comunicación, periodicidad de envíos, piezas gráficas y/o audiovisuales y pertinencia del contenido. Posteriormente se presenta al Coordinador de Comunicaciones para su aprobación. Nota: Las observaciones o solicitudes de ajustes del jefe del área, serán comunicadas verbalmente o a través	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Correo electrónico

#	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Documentos y Registros Relacionados
		de correo electrónico para su realización.		
6.	P.C. Validar la propuesta por parte del área solicitante	Revisión de la propuesta presentada por Comunicaciones, por parte del área, marca o proceso solicitante cada vez que se requiera.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	H-F-3 Formato de asistencia y/o correo electrónico
	En caso de que la propuesta presentada al área solicitante sea acorde a lo requerido SI: Continuar actividad No.9 NO: Continuar en la actividad No. 7			
7.	Realizar ajustes a la propuesta	Los ajustes requeridos por parte del área, marca o proceso solicitante serán comunicados a través de correo electrónico, para su ejecución y posterior aprobación del Coordinador de Comunicaciones.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	N/A
8.	P.C. Aprobar propuesta de comunicación	Aprobación de la propuesta de comunicación presentada por parte del área, marca o proceso cada vez que se requiera	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Correo electrónico
9.	Publicar contenidos solicitados y/o programados de acuerdo con los requerimientos y/o estrategia de comunicación	Publicar los contenidos en los canales o medios determinados por la Coordinación de Comunicaciones, en respuesta a los requerimientos o Plan Estratégico de Comunicaciones de RTVC. **Nota:** cuando son publicaciones de documentos en la página web e intranet se envía confirmación de la publicación a la persona solicitante a través de correo electrónico.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Publicación realizada en el canal o medio establecido. Correo electrónico
10.	Cerrar solicitud de requisición	Realizar el cierre de la solicitud de la requisición y comunicar al área, marca o proceso solicitante.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	N/A

#	Nombre de la Actividad	Descripción de la Actividad	Responsable	Documentos y Registros Relacionados
11.	Realizar informe anual de comunicaciones	Realizar el informe anual de comunicaciones el cual debe contener información de las tareas realizadas en comunicación externa, interna y registros audiovisuales.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Informe de Comunicaciones
Fin.				
#	**Nombre de la Actividad**	**Descripción de la Actividad**	**Responsable**	**Documentos y Registros Relacionados**
MONITOREO				
	Inicio			
1	Actualización de información	Actualizar periódicamente las bases de datos de periodistas y medios de comunicación en los que se pueden identificar comentarios, reacciones o noticias que generan impactos tanto positivos como negativos de la entidad.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Reporte de información
2	Monitorear y analizar las publicaciones en medios de comunicación.	Monitorear la información diaria, publicada en los diferentes medios de comunicación y redes sociales, analizando los impactos relacionados con temas de interés para la entidad.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	N/A
¿Se requiere comunicación especial? SI, continuar en la actividad 3 NO, continuar en la actividad 4				
3	Definir acciones	Definir estrategia y desarrollar las acciones de comunicación que permitan mantener la buena imagen de la entidad.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	N/A
4	Elaborar informe de monitoreo periódico	Elaborar el informe de monitoreo mensual con base en la información recolectada, incluyendo el análisis cualitativo y cuantitativo de los impactos.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Informe de Monitoreo
5	P.C. Revisar y entregar el informe a los interesados	Revisar y entregar el informe periódico de comunicaciones realizado, a las áreas, marcas o procesos interesados cada vez que se requiera.	Coordinador de Gestión de comunicaciones	Informe Monitoreo – Correo Electrónico
Fin				

Nota1: El flujograma se validará en la Coordinación de Planeación si está vigente el programa Bizagi Modeler, así mismo se deberá publicar todo el proceso de segundo nivel en el Aplicativo Vigente en los formatos dispuestos (Pdf y Word), para consulta e implementación por los usuarios de la Entidad.
Nota 2: Para visualizar el control de cambios del presente documento, por favor diríjase al Aplicativo Vigente en el módulo de información documentada, consultando por el documento (nombre, proceso, código), en donde encontrará los cambios realizados al mismo.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción del cambio	Área Productora	Fecha de Publicación
1	Se cambia código y versión del documento por actualización de la sigla del proceso a CIN. Se realiza nuevamente el cargue del documento, se ajusta el código de acuerdo con la parametrización de SUITE VISIÓN, se incluye control de cambios, así mismo dando cumplimiento a los lineamientos del manual de marca. V2 y la Guía de Administración de Información Documentada SIG.	Coordinación de Planeación	05/10/2026