



**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

<b>NOMBRE PROCESO</b>	Posicionamiento y Comunicaciones	<b>TIPO DE PROCESO</b>	Misional	<b>RESPONSABLE</b>	Director(a) comunicaciones / Profesionales Senior y Junior.
<b>OBJETIVO DEL PROCESO</b>					
Difundir el mensaje de la ACI Medellín y del Plan de Desarrollo, con los aliados internacionales para promover la ciudad como el mejor destino de inversión y cooperación. Posicionar la marca ACI Medellín como una entidad infaltable en el conglomerado público para el desarrollo y progreso de la ciudad.					
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la recepción o solicitud de información por parte de cualquiera de los procesos misionales de la ACI Medellín y del conglomerado público, y termina cuando se cumple un ciclo de comunicaciones determinado. También incluye la creación de contenidos propios que se generan para posicionar la ciudad en el exterior, tanto en las líneas temáticas de cooperación como en los sectores priorizados de inversión y terminan una vez llegan a los públicos de interés.				
<b>POLÍTICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las comunicaciones de la institución serán verídicas, claras y oportunas.</li> <li>Todas las comunicaciones externas e internas deberán ser validadas por el proceso de comunicaciones y/o la dirección ejecutiva con el fin de mantener unidad de criterios, discursos, tonos y utilización de la imagen gráfica institucional.</li> <li>Desde el proceso de Posicionamiento y Comunicaciones, la información de la ACI Medellín se cataloga como Reservada, Clasificada, Pública y No Clasificada, y se le hace seguimiento a través del formato de “Seguimiento semanal a controles de riesgos en las publicaciones”.</li> <li>La vocería está a cargo de la dirección ejecutiva. En casos especiales se podrá delegar a directores, consultores o profesionales según la experticia.</li> <li>Los planes de difusión de los mensajes de la ACI Medellín y de las líneas temáticas en las que tenemos intervención en el Plan de Desarrollo de la Alcaldía de Medellín, estarán formulados y ejecutados según el público de interés: interno, externo o mixto.</li> <li>El cubrimiento de eventos propios y la participación de la ACI Medellín en eventos externos coordinados por otros procesos, deben ser informados al proceso de Posicionamiento y Comunicaciones de manera semanal y anticipada.</li> <li>Cada evento institucional de la ACI Medellín (eventos como Medellín y sus Aliados Internacionales, y ¿Por Qué Medellín?) deberán incluir la encuesta de satisfacción para indagar ante los asistentes su experiencia con el desarrollo del evento para generar procesos de retroalimentación, mejoramiento continuo y calidad.</li> <li>La relación con los ciudadanos en el exterior se realizará mediante la red Sos Paisa, encargada de buscar aliados que quieran cooperar con los proyectos de ciudad y ser un escenario de divulgación de la transformación de Medellín.</li> <li>Las actividades de diseño de material gráfico oficial de la institución serán coordinadas y desarrolladas desde el proceso con el fin de facilitar la comunicación visual y apoyar las actividades de presentación de contenidos e información, a través de diversos canales entre la ACI Medellín y sus aliados, en la gestión de atracción de inversión y la captación de cooperación.</li> </ul>				

## CARACTERIZACIÓN PROCESO POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

- La estrategia digital para redes sociales tendrá un plan anual y un cronograma de contenidos cada semana.

### ETAPAS CLAVE DE LA EJECUCIÓN DEL PROCESO

Proveedores	Entradas/Insumos	Actividades			Salida	Cliente
		Ciclo (PHVA)	Actividades clave	Descripción de la actividad		
Direccionamiento estratégico / Aliados locales.	Plan de Desarrollo Municipal.	P	Realizar un análisis que permita identificar las acciones de comunicación desde la ACI Medellín, para la ejecución anual.	Leer, analizar, seleccionar y alinear las estrategias del plan de desarrollo municipal, para definir el plan operativo del proceso.	Plan de Operativo de Comunicaciones y ejecución del presupuesto aprobado para el proceso.	Alcaldía y conglomerado público.
Direccionamiento estratégico ACI Medellín.	Documento de planeación estratégica.	P	Identificar y analizar el plan estratégico.	Conocer las generalidades estratégicas del plan institucional e identificar los objetivos estratégicos a los cuales contribuye el proceso y definir las actividades específicas del proceso que contribuyen a su consecución.		Todos los procesos ACI Medellín y Planeación.
Conocimiento e Innovación.	Informes de tendencias de cooperación e inversión anuales.	P	Estudiar y analizar los informes de tendencias.	Reconocer las tendencias de cooperación e inversión.		Públicos internos, externos y mixtos.
Comité de Inversión y Comité de Cooperación.	Planes transversales operativos de inversión y cooperación.	P	Identificar las necesidades de los planes transversales.	Reconocer las necesidades de posicionamiento y comunicación en los planes operativos de cooperación e inversión.		Inversionistas, Cooperantes y Beneficiados.
Relaciones Administrativas.	Presupuesto solicitado	P	Solicitar aprobación del presupuesto sugerido.	Revisar históricos y estrategia Para dar cumplimiento a plan operativo.  Asignar los recursos y los supervisores según las necesidades del proceso.		Direccionamiento estratégico.
Entes de control.	Normograma. Normativa vigente.	P	Revisar la normativa asociada con el proceso.	Revisar y acoger las actividades a la normativa asociada con el proceso.		Entes de control.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eventos propios: PQM.</li> <li>- Webinars temáticos en conjunto con entidades de Cooperación y diplomacia internacional.</li> <li>- Participación en eventos externos: imagen institucional.</li> <li>- Manual de identidad de marca y estilo (gráfica).</li> <li>- Plan de mercadeo institucional (modelo de relación con los públicos).</li> <li>- Narrativas comunes de la ACI (contenidos y gráfica).</li> <li>- Postulaciones a premios internacionales.</li> <li>- Monitoreo de la percepción de los públicos: satisfacción.</li> </ul>	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional</p>	<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>
<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia de Difusión y reputación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Envío de newsletter semanal para fortalecer el posicionamiento de la ciudad con aliados locales e internacionales.</li> <li>- Envío de boletines de prensa a medios internacionales hablando de proyectos y actividades que apuntan directamente al Plan de Desarrollo.</li> <li>- Presstrip.</li> <li>- Atención a solicitudes de prensa nacional e internacional.</li> <li>- Publicaciones de empresas internacionales que transforman el territorio (Publicación de vacantes, planes de reinversión, proyectos sociales o ambientales, etc.)</li> <li>- Elaboración de columnas de opinión de la Dirección</li> </ul>	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia de Difusión y reputación.</p>	<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

				<p>Ejecutiva para medios de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar manual de gestión de crisis para la ACI Medellín.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Públicos internos y externos de la ACI Medellín.</li> <li>- Alcaldía de Medellín.</li> <li>- ARL.</li> <li>- Icontec.</li> <li>- MiPG.</li> </ul>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	<p align="center">H</p>	<p>Estrategia de Comunicación organizacional y cultura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño y ejecución de un plan anual de comunicaciones y cultura organizacional.</li> <li>- Envío de Boletín ACI Comunicamos.</li> <li>- Campañas de apropiación de la identidad institucional.</li> <li>- Campañas internas para fortalecer la cultura institucional.</li> <li>- Difusión en canales internos: boletín interno, podcast, Anuncios internos por chat y por correo masivo.</li> <li>- Creación de la Intranet.</li> <li>- Eventos Internos: ACI Mensual, Eventos de entrenamiento de comunicaciones.</li> <li>- Apoyo al Sistema de Gestión Organizacional: GTH, SG-SST, Calidad.</li> <li>- Actualización de las herramientas y formatos de calidad del proceso del sistema de gestión y asistir a las reuniones del equipo de gestión de calidad.</li> <li>- Difusión de los procesos internos.</li> <li>- Apoyo en la inducción y reinducción de los funcionarios.</li> <li>- Apoyo a la difusión del Plan Estratégico.</li> <li>- Monitoreo de canales y mensajes.</li> </ul>	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia de Comunicación organizacional y cultura.</p>	<p>Públicos internos de la ACI Medellín.</p>

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención a solicitudes de traducción oficial.</li> <li>- Campañas de difusión: del modelo de intercambio de conocimiento interno de la ACI Medellín, de los productos de conocimiento, del uso eficiente y constante del CRM, del modelo de gestión de datos de la entidad- DatACI.</li> <li>- Creación de sección de conocimiento en la Intranet y actualización de los contenidos entregados por CI. Información Clasificada.</li> </ul>		
<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>	<p>Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.</p>	H	<p>Estrategia digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administración de redes sociales.</li> <li>- Elaboración y edición de videos con aliados (inversionistas y cooperantes) con el objetivo de exponer las razones que creyeron en la región.</li> <li>- Elaboración de podcast con inversionistas instalados considerados un caso de éxito hablando de por qué decidieron instalarse en Medellín y un balance de su actividad.</li> <li>- Publicación de información relacionada directamente con la gestión de la ACI Medellín. (relaciones locales e internacionales, inversión y cooperación gestionada, premios, atención a periodistas internacionales, etc.).</li> <li>- Campaña para posicionar el banco de proyectos de la ACI</li> </ul>	<p>Ejecución de las actividades de la Estrategia digital.</p>	<p>Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
 POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

				<p>Medellín entre compradores e inversionistas internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación en el sitio web de artículos de valor y de carácter informativo destacando esas buenas prácticas que tiene Medellín, relacionadas con las líneas de trabajo de la ACI Medellín.</li> <li>- Elaboración de Podcast que ayuden a fortalecer la relación con aliados, la transferencia de conocimiento y el posicionamiento de la ciudad en cooperación e inversión.</li> <li>- Fortalecer el posicionamiento web de la ACI Medellín con publicaciones segmentadas que permitan llegar a empresas y organizaciones en el mundo claves para el desarrollo de Medellín.</li> <li>- Publicaciones de casos de éxito de empresas internacionales que transforman el territorio (Publicación de vacantes, planes de reinversión, proyectos sociales o ambientales, etc.)</li> <li>- Escribir "Historias que transforman" - Revista Digital Link.</li> <li>- Gestión para certificar las cuentas de de IG, FB y Tw.</li> <li>- Realizar informe mensual del monitoreo de redes sociales.</li> <li>- Actualizar permanente el sitio web de la ACI Medellín con los contenidos que salgan del comité de comunicaciones.</li> </ul>		
--	--	--	--	--	--	--

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de actualización y renovación Sitio web.</li> <li>- Identificar los paisas en el exterior y contactarlos.</li> <li>- Plan de actualización y renovación Sitio web.</li> </ul>		
Diáspora de paisas en el exterior.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso, según las necesidades de los paisas ubicados en el exterior.	H	Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades para participación y relacionamiento de la comunidad paisa.</li> <li>- Identificar los paisas en el exterior y contactarlos.</li> <li>- Entrevista a los paisas para la elaboración del perfil.</li> <li>- Elaboración y publicación del perfil.</li> <li>- Coordinar aporte y actividades con el paisa.</li> <li>- Gestión de redes sociales Sos Paisa.</li> <li>- Publicación periódica de noticias de interés sobre Medellín.</li> <li>- Plan de redes sociales/ Temas.</li> <li>- Boletín Paisa News.</li> <li>- Campaña Fiestas patrias.</li> <li>- Página web actualizada.</li> <li>- Publicación de Notas, perfiles, embajadores y encuentros.</li> <li>- Diseño y ejecución de campañas que de conocimiento y reconocimiento de los paisas en el exterior.</li> <li>- Trabajo en conjunto con Procolombia y su programa Colombia tu mejor Destino y Colombia Nos UNE.</li> </ul>	Ejecución de las actividades de la Estrategia Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa.	Diáspora de paisas en el exterior y público externo en general.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de convocatorias para la diáspora de multilaterales.</li> <li>- Celebración o conmemoración de fechas especiales Fechas especiales.</li> <li>- Realización de encuentros.</li> <li>- Gestión y socialización de aportes de paisas.</li> <li>- Nombramiento de embajadores paisas en el exterior.</li> <li>- Relacionamiento con embajadas y consulados de Colombia en el exterior.</li> <li>- Relacionamiento con entidades locales que tengan identificado paisas en el exterior para fortalecer la red.</li> </ul>		
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.	H	Proyectos Especiales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenio SDE - CSF</li> <li>- Convenio Área Metropolitana.</li> <li>- Convenio EPM</li> <li>- Medellín y sus Aliados Internacionales.</li> </ul>	Ejecución de las actividades de los proyectos especiales según convenios o contratos.	Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de los públicos internos y externos de la ACI Medellín según cada caso e información entregada o construida por los profesionales del proceso.	H	Productos de diseño institucional - Marca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptualización y diseño para canales digitales internos y externos.</li> <li>- Conceptualización y diseño de campañas.</li> <li>- Diseño de informes de gestión de la ACI Medellín cuatrimestrales.</li> <li>- Diseño de plantillas y presentaciones institucionales.</li> <li>- Portafolios, propuestas de valor y one pagers.</li> </ul>	Piezas de diseño entregadas y/o publicadas.	Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

				- Diseño de productos especiales: impresos y otros.		
Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.	Solicitudes de agendas a comunicaciones.	H	Atender las solicitudes de agendas que realizan los otros procesos.	Visitar, recibir y realizar relaciones con los medios de comunicación y otros actores estratégicos locales e internacionales según la acción elegida.	Agenda de trabajo, actas de reuniones, rondas de medios locales, nacionales e internacionales, artículos publicados por atención a periodistas, reseñas en medios de comunicación sobre la ACI Medellín y la ciudad.	Medios de comunicación internacional y/o actores estratégicos locales e internacionales visitantes.  Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.
Gestión jurídica.	Cronograma de contrataciones.	H	Gestionar los contratos del proceso incluidos en el cronograma de contrataciones de manera oportuna.	Entregar la documentación de los contratos de acuerdo con las listas de chequeo requeridos por cada modalidad de contratación.  Realizar la supervisión y liquidación de los contratos asignados al proceso, suministrando los documentos requeridos oportunamente mediante la plataforma SECOP II.	Documentos contractuales.  Contrato inicial.  Supervisión de contratos.  Contratos liquidados.	Gestión jurídica.
Direccionamiento estratégico. Planeación.	Requerimiento de seguimiento, verificación y reporte.	V	Seguimiento al plan de comunicaciones.	Realizar seguimiento a la ejecución del plan de comunicaciones orientado a los OKR de la organización.	Plan operativo verificado y ajustado, evidencias y seguimiento a cumplimiento de indicadores o entregables.	Direccionamiento estratégico, Planeación.
Evaluación independiente <del>(Control Interno)</del> .	Solicitud mejora del proceso.	V	Establecer mecanismos de no conformidad.	- Matriz de control de salida no conforme - Reporte de salida no conformes - Informe de la conformidad del producto o servicio	Planes de mejoramiento formulados y aprobados.	Direccionamiento estratégico, Evaluación Independiente.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

Direccionamiento estratégico, SIG, Evaluación independiente.	Mapas de Riesgos de gestión y de corrupción. GI-SIG-01 Guía para la administración de riesgos.	V	Analizar y actualizar los riesgos del proceso.	Utilizar la guía para la administración de riesgos en la identificación, análisis, valoración y tratamiento de los riesgos. - Actualizar el Mapa de Riesgos de gestión y de corrupción. - Monitoreo y seguimiento a los controles definidos para la vigilancia de los riesgos.	- Mapa de riesgos del proceso actualizado y seguimiento a los controles de los riesgos definidos. - Oportunidades de Mejoramiento.	Direccionamiento estratégico, SIG, Evaluación independiente.
SIG /Evaluación Independiente.	Informes de auditorías internas.	A	Acciones correctivas, preventivas y de mejora.	Realizar análisis de causas, definir actividades y plan de acción de acuerdo con los hallazgos de la auditoría. Implementar acciones correctivas y de mejora del proceso.	Planes de mejoramiento formulados y aprobados. Ejecución y seguimiento a las acciones definidas en el plan de mejoramiento.	Evaluación Independiente.
Evaluación Independiente.	Indicadores, controles a riesgos y acciones correctivas y de mejora.	A	Ajustes al plan de mejoramiento Ajustes a las acciones correctivas y de mejora	Realizar seguimiento a la ejecución del plan de mejoramiento de comunicaciones orientado a los OKR de la organización y de las acciones derivadas de: análisis de riesgos, oportunidades de mejora, seguimiento a indicadores y planes operativos.	Seguimiento y ajustes al plan de mejoramiento	Direccionamiento estratégico.

**ENTORNO ESPECÍFICO DEL PROCESO**

Normatividad	Riesgos identificados	Controles existentes
Ver normograma del proceso: <a href="#">normograma-2021-2</a>	Posibilidad de afectación reputacional por interrupción e incumplimiento en las actividades de comunicaciones y posicionamiento de la Agencia debido a la deficiencia en la aplicación de los protocolos de bioseguridad.	- El profesional de comunicaciones del equipo técnico de calidad realiza el seguimiento y acompañamiento al cumplimiento del protocolo de bioseguridad utilizando las listas de chequeo para verificar dicho cumplimiento y de acuerdo con el puntaje final se definen acciones para su mejoramiento.
	Posibilidad de afectación reputacional por pérdida de oportunidades desde los diferentes frentes de trabajo que tiene la agencia debido a demoras en las entregas por que al ser un equipo transversal en ocasiones se supera la capacidad instalada.	- El director del proceso de posicionamiento y comunicaciones utiliza un planeador específico para el proceso (clickup), integrando los temas sugeridos para publicación o difusión de la información recibida de los diferentes públicos, asignando responsables y tareas, por medio de la aplicación define prioridades y estados del

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

		tema: propuesta, producción, revisión y ok definitivo, asigna alarmas para que los responsables de cada tema estén atentos a su publicación y puedan dar cumplimiento con la fecha de entrega.
	Posibilidad de afectación reputacional por debilitamiento de la gestión y confiabilidad en la entidad debido a deficiente información o desinformación de los actores involucrados sobre la gestión de la entidad e inadecuado tratamiento del conglomerado con respecto a la marca ACI Medellín y su labor.	- Los profesionales de PYC realizan encuestas/entrevista uno a uno con el conglomerado con respecto a la marca ACI Medellín y su satisfacción con la gestión de la agencia analizan las respuestas para implementar un plan de acción derivado de las respuestas recibidas, verificando la ejecución de dichas actividades encaminadas en el posicionamiento de la entidad.
	Posibilidad de afectación reputacional por acciones legales y/o pérdida de la relación con posibles aliados debido a falla en divulgación inoportuna de información reservada.	- El director del proceso de posicionamiento y comunicaciones da seguimiento a las publicaciones semanal en comité editorial realizado con el equipo primario analizando los contenidos y las fuentes de donde proviene la información para que sea lo mas verídica y completa posible. Se confirma en las actas de reunión que las publicaciones hayan sido realizadas de acuerdo a lo planeado, realizando el seguimiento en el cuadro de control de riesgos.
	Posibilidad de afectación reputacional por pérdida de credibilidad en las publicaciones de la Agencia debido a falla en el suministro y consecución de información oportuna y actualizada para la elaboración de contenidos.	- El director del proceso de posicionamiento y comunicaciones da seguimiento semanal a las publicaciones en comité editorial realizado con el equipo primario donde el director del proceso analiza los contenidos y las fuentes de donde proviene la información para que este sea lo mas verídica y completa posible. Se confirma en las actas de reunión que las publicaciones hayan sido realizadas de acuerdo a lo planeado, realizando el seguimiento en el cuadro de control de riesgos.
	Posibilidad de afectación reputacional por crisis en la credibilidad de la gestión de la agencia debido a inadecuados cuestionamientos y críticas de la opinión pública sobre la gestión de la ACI Medellín y de la Administración Municipal.	- El director de posicionamiento y comunicaciones aplica el procedimiento para gestión de crisis en la entidad para dar respuesta a situaciones críticas con medios de comunicación, aliados y partes interesadas en general realizando simulaciones de acuerdo con lo establecido dicho procedimiento e implementando las acciones necesarias para una mejor aplicación.

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

Posibilidad de utilización indebida de información conocida con ocasión de sus funciones con el fin de obtener provecho propio o para un tercero.

- Los profesionales de PYC dan cumplimiento a lo establecido en la guía para la declaración de conflicto de intereses aplicando el formato para declarar cualquier situación de conflicto de intereses real, potencial, o aparente.

**RECURSOS DEL PROCESO**

Humanos	Técnicos/Tecnológicos	Comités
Mano de obra: los servidores de la dirección de comunicaciones y contratistas.	<p>Materiales: Recursos físicos, recursos financieros, recursos tecnológicos, información disponible, contratos de traducción, operador de eventos, especial multimedia Link, monitoreo, etc.</p> <p>Maquinaria y equipo: Equipos de cómputo, impresoras, puntos de red, servidores, red telefónica, equipos de comunicación, equipos de video y fotografía, programas de diseño y edición de videos.</p>	Comité Directivo, Comité de Contratación, Comité Coordinador de Control Interno, Comité de Inversión (Sectores priorizados), Comité de Cooperación (Lineas temáticas) y Comité mixto de Cooperación e Inversión.

**DOCUMENTOS ASOCIADOS**

Documentos Internos	Documentos Externos
<p><b>Documentos SIG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FR-RLI-01 Formato de agendas.</li> <li>- PC-COM-01 Procedimiento de Comunicaciones.</li> <li>- PC-COM-03 Procedimiento Ferias y eventos (formato de propuesta y formato de informe final).</li> <li>- PC-COM-06 Formato de asistencia para eventos</li> <li>- PC-COM-02 Procedimiento Sos Paisa (evaluación de aportes, certificado de cooperación, agradecimiento aportes).</li> <li>- PC-COM-05 Procedimiento de Comunicación Interna.</li> <li>- FR-DES-02 Actas de reuniones.</li> </ul> <p><b>Entregables</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Boletines de prensa (plantillas).</li> <li>- Boletín interno (plantillas).</li> <li>- Publicaciones Internas (plantillas).</li> <li>- Newsletter (Plantilla).</li> <li>- Cronograma de publicaciones digital: Tablero clickup.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan de Desarrollo de la Ciudad.</li> <li>- Manuales de identidad corporativa de los socios.</li> <li>- Estrategia de redes sociales Alcaldía Medellín</li> <li>- Libro marca Alcaldía Medellín</li> </ul>

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

– Manual de identidad de marca y estilo (gráfica). (En actualización).

**MEDICION DEL PROCESO - INDICADORES**

Nombre del Indicador	Objetivo del Indicador	Meta	Frecuencia de medición
– 2.1.4. Eventos ¿Por Qué Medellín? realizados con empresarios nacionales y/o internacionales. Plan de Acción: Campañas realizadas.	– V0: Número de eventos ¿Por qué Medellín? Realizados con empresarios nacionales y/o internacionales.	– 5	– Mensual
– 3.2.1. Aportes de paisas residentes en el exterior, que contribuyan al fortalecimiento de las apuestas de desarrollo local. Plan de Acción: Campañas realizadas.	– V0: Número de acciones de cooperación realizadas por miembros de la red SOS PAISA que contribuyan con el fortalecimiento de las apuestas de desarrollo local.	– 12	– Mensual
– 3.2.2. Campañas de activación de la Red Sos Paisa realizadas durante el año. Plan de Acción: Campañas realizadas.	– V0: Número de campañas de activación de la Red Sos Paisa realizadas durante el año.	– 10	– Mensual
– 3.3.2. Atención a solicitudes de prensa nacional e internacional.	– V0: Numero de Periodistas atendidos.	– 30	– Mensual
– 3.4.1. Iniciativas de ciudad postuladas a premios internacionales.	– V0: Número de premios internacionales postulados.	– 15	– Mensual

**NOTAS DEL CAMBIO**

REVISION	DESCRIPCIÓN	ELABORÓ	APROBÓ	FECHA	VERSIÓN FINAL
01	Logo, recursos.	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	04/05/2016	02
02	Ajuste del objetivo, alcance, políticas, descripción general y recursos	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	01/08/2016	03
03	Formato, políticas, ciclo PHVA, requisitos, indicadores, comités	Equipo Posicionamiento	Sergio Escobar	06/09/2017	04

**CARACTERIZACIÓN PROCESO  
POSICIONAMIENTO Y COMUNICACIONES**

Código: PR-PYC-01

Versión: 11

Vigencia: 7/03/2022

04	Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos	Equipo Posicionamiento	Catalina Restrepo Carvajal	04/04/2018	05
05	Se ajusta el código de PSC a COM por el cambio del nombre de la Dirección solicita por Junta Directiva en el mes de julio de 2018.	Yesenia Arango Sánchez	Catalina Restrepo Carvajal	29/08/2018	06
06	Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos.	Equipo de Comunicaciones	Catalina Restrepo Carvajal	08/05/2019	07
07	Objetivo, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	04/08/2020	08
08	Objetivo, alcance, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores.	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	24/05/2021	09
09	Riesgos y controles	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	6/10/2021	10
10	Actualización en el objetivo, políticas, ciclo PHVA, normograma e indicadores.	Equipo de Comunicaciones	Eleonora Betancur González	7/03/2022	11