

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 1 de 34</p>
---	---	---

## 1. JUSTIFICACIÓN

### 1.1 Enlace con los objetivos de Calidad / Estratégicos:

Definir e implementar mecanismos que fortalezcan las condiciones de disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información, como herramientas fundamentales de calidad de la operación de la Lotería y de eficiencia administrativa.

### 1.2 Enlace con la Premisa de la Política de Calidad Integrada:

Está comprometida... con la modernización tecnológica y la implementación de acciones encaminadas a fortalecer la seguridad de la información.

## 2. OBJETIVO

Brindar la información veraz y oportuna que permita a la Empresa relacionarse con las partes interesadas, clientes internos, externos y promover la participación ciudadana en el control de la gestión y la rendición de cuentas a la ciudadanía para de esta manera, facilitar el cumplimiento de sus objetivos.

## 3. ALCANCE

Aplica a clientes internos, externos y partes interesadas de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca.

## 4. NORMATIVIDAD

Artículo 209 de la Constitución Política de Colombia

Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informática para las entidades del Estado – MCPOI.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 2 de 34</p>
---	---	---

**Ley 1474 de 2011:** Estatuto Anticorrupción. Artículo 73. “Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano” que deben elaborar anualmente todas las entidades, incluyendo el mapa de riesgos de corrupción, las medidas concretas para mitigar esos riesgos, las estrategias anti trámites y los mecanismos para mejorar la atención al ciudadano.

**Decreto 2641 de 2012 Derogado Parcialmente por el Decreto 1081 de 2015:** Por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la ley 1474 de 2011 – Estrategias para la construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.

**Ley 1712 de 2014:** Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.

**Decreto 103 de 2015:** Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones.

**Decreto 1081 de 2015:** Por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector Presidencia de la República

**Norma ISO 9001:2015**

**Decreto 1499 de 2017,** Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015.

## 5. DOCUMENTOS Y REGISTROS QUE APLICAN

Actas de Comités.

Manual de Imagen Corporativa de la Empresa.

Manual de Imagen Corporativa del Sorteo Extraordinario de Navidad

Matriz Partes Interesadas y Clientes



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

## **MANUAL DE COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 3 de 34

### **6. TABLA DE CONTENIDO**

#### INTRODUCCIÓN

##### 1. JUSTIFICACIÓN

##### 1.1 ENLACE CON LOS OBJETIVOS DE CALIDAD

##### 1.2 ENLACE CON LA POLÍTICA DE CALIDAD

##### 2. OBJETIVO

##### 3. ALCANCE

##### 4. NORMATIVIDAD

##### 5. DOCUMENTOS Y REGISTROS QUE APLICAN

5.1 Información a Publicar se encuentra en el botón de transparencia en la Página Web [www.loteriadecundinamarca.com.co](http://www.loteriadecundinamarca.com.co)

##### 6. TABLA DE CONTENIDO

##### 7. DEFINICIONES

##### 8. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

##### 8.1 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

##### 8.2 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (INTERNA)

##### 8.3 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS PROCESOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO (SGI)

##### 8.4 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

##### 8.4.1 Comité de Gerencia

##### 8.4.2 Otros Comités

##### 8.4.3 Reuniones Generales

##### 8.4.4 Cartelera

##### 8.4.5 Correo Electrónico Institucional

##### 8.4.6 Intranet

##### 8.4.7 Memorandos, Circulares, Cartas

##### 8.5 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

##### 8.6 IMAGEN CORPORATIVA

##### 8.6.1 Logotipo

##### 8.6.2 Eslogan Corporativo

##### 8.6.3 Vídeo Institucional

##### 8.6.4 Jingle

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 4 de 34</p>
---	---	---

8.6.5 Firma Institucional para correo electrónico

8.6.6 Manual de Imagen Corporativa Sorteo Extraordinario de Navidad

9. ASPECTOS GENERALES

9.1 VOCERÍA

9.2 COMPROMISO RELACIONADO CON LA COMUNICACIÓN

10. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es una herramienta eficaz en las entidades del Estado, para facilitar la veeduría de la ciudadanía y de las partes interesadas sobre su la transparencia de su gestión, así como la rendición de cuentas permanente.

La información y la comunicación tienen una dimensión estratégica fundamental, por cuanto vinculan a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas para el logro de sus objetivos. Para su desarrollo, se deben diseñar políticas, directrices y mecanismos de consecución, captura, procesamiento y generación de datos al interior y al entorno de la entidad, que satisfagan la necesidad de divulgar los resultados, mostrar mejoras en la gestión administrativa y procurar que la información y la comunicación de la empresa y de cada proceso, sea adecuada a las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas.

En la Empresa Industrial y Comercial, la comunicación está orientada a fortalecer la identidad institucional, la transparencia en sus actuaciones y una relación de confianza fundada en principios y valores con los clientes, partes interesadas y servidores públicos.

## 7. DEFINICIONES

**Canal:** Es el medio por el que circula el mensaje, el soporte por el que se transporta la información.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 5 de 34</p>
---	---	---

**Código:** Es el conjunto de signos y símbolos que forman el mensaje. Un mensaje puede transmitirse mediante códigos orales, escritos y no verbales. Para que un mensaje sea eficaz deben utilizarse códigos comunes entre el emisor y el receptor.

**Comunicación:** Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, o de una persona a otra. Los procesos de comunicación son interacciones por medio de signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio y tienen unas reglas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "*el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales*". Todas las formas de comunicación requieren un [Emisor](#), un [Mensaje](#) y un [Receptor](#) destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice.

En el proceso comunicativo, la información es incluida por el *emisor* en un paquete y canalizada hacia el *receptor* a través del medio. Una vez recibido, el *receptor* decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

**Comunicación Directa:** Es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor o receptores en forma personal, con o sin ayuda de herramientas. Es llamada también comunicación boca-oído, hablar frente a frente, charlas, conferencias, etcétera.

**Comunicación Informativa:** Garantiza la divulgación de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.

La comunicación Informativa debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza,

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 6 de 34</p>
---	---	---

mediante la definición de políticas de comunicación y la formulación de parámetros que orienten el manejo de la información.

**Comunicación offline:** Publicidad en medios tradicionales (Cine – Radio – TV – Prensa – Revistas especializadas), Vallas publicitarias, Ruedas de prensa, Notas de prensa.

**Comunicación online:** Enlaces patrocinados (SEM), Blogs, Redes Sociales (SMO), Email marketing, Soportes digitales, Publicidad de banners en medios de comunicación digital, especializada y otros.

**Comunicación Organizacional:** Herramienta de la comunicación que permite orientar la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca la misión de la entidad.

Este elemento debe convocar a los servidores públicos en torno a una imagen de identidad corporativa que comprenda una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como facilitadores y ejecutores de lo público, contribuyendo al fortalecimiento de la gestión a través del quehacer comunicativo.

**Comunicación Pública:** Es el Componente del Control que apoya la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento de relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, es decir la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyen el acercamiento de la entidad a lo públicos que atiende y estos a su vez, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 7 de 34</p>
---	---	---

**Emisor:** Es el que tiene la intención de comunicar alguna cosa. Para ello debe codificar la información mediante una serie de signos y símbolos que sean comprendidos por el receptor y emitir un mensaje.

**Feed-Back- Retroalimentación:** Es un mecanismo que aporta “calidad” al proceso de comunicación. Siempre es utilizado por el receptor, y si no se produce el emisor debe solicitarlo.

Permite detectar los errores y malentendidos a medida que éstos se producen, de manera que los mensajes pueden ser modificados y definidos nuevamente hasta eliminar las confusiones. Se utiliza para comprobar que el mensaje ha sido recibido y comprendido correctamente.

**Información Primaria:** Conjunto de datos provenientes de fuentes externas que se procesan al interior de la entidad pública, y se circunscribe a dos entornos diferentes; de un lado, se requiere del conocimiento del entorno inmediato, es decir de las circunstancias con los que la organización está en permanente contacto con la comunidad, los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otras organizaciones del mismo carácter; de otro lado, es indispensable obtener información sobre el entorno lejano, el cual se constituye por las variables que no están en relación directa ni constante con la entidad pero que afectan su desempeño, el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico.

La principal fuente de información primaria por lo tanto es la comunidad y los grupos de interés, por consiguiente, ésta debe ser observada de manera permanente, con el fin de reducir los riesgos y optimizar la efectividad de las operaciones. Para ello se recurre al análisis de las comunidades desde el punto de vista social, demográfico, económico, o desde el aspecto relevante para cada entidad; a ella se puede acceder a través de entrevistas con sus líderes, encuestas de opinión o de percepción, estudios de mercado y la implementación de un Sistema de Quejas y Reclamos.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 8 de 34</p>
---	---	---

**Información Secundaria:** Conjunto de datos que se origina y procesa al interior de la entidad; proviene de la fijación de políticas, de la ejecución de los procesos y de sus actividades y se obtiene de los diferentes sistemas de información que soportan la gestión de la entidad pública. Debe garantizarse su registro oportuno, exacto y confiable para traducirla en reportes necesarios para su divulgación, en procura de la realización efectiva y eficiente de las operaciones, soportar la toma de decisiones y permitir su divulgación a los diferentes grupos de interés.

Para lograr una efectiva operación en la entidad pública, la información debe fluir sin ningún obstáculo; es un instrumento y no un fin; su aplicación abarca todos los ámbitos de la organización; constituye el soporte al diseño, operación, evaluación y mejoramiento de los procesos y debe ser considerada como uno de sus principales recursos o activos organizacionales.

La información secundaria constituye la base para establecer la comunicación a nivel interno, y su prospección a los clientes externos y hacia la comunidad, permitiendo la rendición de cuentas.

**Medios de Comunicación:** Herramientas de la comunicación utilizados por la entidad para garantizar la divulgación, circulación amplia, oportuna, veraz y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

A partir de la definición de políticas en materia de Comunicación Organizacional e Informativa, la entidad establece los mecanismos internos y externos para socializar la información generada.

**Mensaje:** Es la información que se desea transmitir.

**Partes Interesadas.** Personas, grupos o instituciones sobre las cuales el ente público tiene influencia o son influenciados por ella.



 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 9 de 34</p>
---	---	---

Políticas. Directrices u orientaciones por las cuales la alta dirección define el marco de actuación con el cual se orientará la actividad pública en un campo específico de su gestión, para el cumplimiento de los fines constitucionales y misionales de la entidad, de manera que se garantice la coherencia entre sus prácticas y sus propósitos.

**Receptor:** es el objetivo al que apunta el emisor. El contenido del mensaje es lo que el receptor entiende.

**Rendición de Cuentas.** Deber legal y ético de todo funcionario o persona de responder e informar por la administración el manejo y los rendimientos de fondos y/o recursos públicos asignados y los respectivos resultados, en el cumplimiento del mandato que ha sido conferido. De esta manera se constituye en un recurso de transparencia y responsabilidad para generar confianza y luchar contra la corrupción.

**Research Online toBuy Offline (ROBO):** Sinergias online-offline para fomentar una conducta donde se busca que el cliente se documente en internet para crearse una opinión y comprar después en un punto de venta físico.

## 8. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

### 8.1 POLÍTICAS DE COMUNICACION E INFORMACION

La Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca tiene el compromiso de asumir la comunicación y la información como bienes públicos, a conferirles un carácter estratégico y orientarlas hacia el fortalecimiento de la identidad institucional. Igualmente, reconoce el derecho a la información pública y tomará las medidas necesarias para adoptar su vigencia.

Se establecen como políticas generales de comunicación de la Empresa Comercial Lotería de Cundinamarca, las siguientes:

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 10 de 34</p>
---	---	--

- a.) Coadyuvar a la permanente circulación de información como insumo para la toma de decisiones de forma oportuna y eficiente
- b.) Consolidar la comunicación como instrumento estratégico de transparencia y generador de confianza de la gestión de la Empresa.

## **8.2 POLITICAS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL (INTERNA)**

La comunicación interna es la que se genera dentro de la Empresa, donde el emisor y el receptor interactúan constantemente. Se clasifica en:

- a. Comunicación descendente, es decir se emite en la Gerencia General hacia los Dueños de Procesos y éstos a su vez, son promulgadores de la comunicación a sus subordinados.
- b. Comunicación ascendente, desde los funcionarios hacia sus superiores en feedback (retroalimentación), sugerencias, consultas, etc.
- c. Comunicación horizontal, entre los diferentes Procesos para coordinación de información, resolución de problemas, etc.

## **8.3 POLITICAS DE COMUNICACION ENTRE LOS PROCESOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRADO (SGI)**

La comunicación entre los Procesos del SGI, se relaciona directamente con la interrelación de los mismos, que se observa en el Mapa de Procesos del SGI y en las caracterizaciones de dichos procesos.

El flujo de comunicación se da entre todos los Procesos, gracias al Modelo Integrado de Planeación y Gestión, a su articulación con el Modelo Estándar de Control Interno MECI, con el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, el Sistema de Administración de Riesgos de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Proliferación de Armas de Destrucción Masiva, y el Sistema de Gestión de Seguridad y Privacidad de la Información, puesto que ningún sistema ni proceso trabaja de manera individual.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 11 de 34</p>
---	---	--

Los Procesos de Apoyo acompañan al desarrollo y desempeño de los demás Procesos, por tal razón la comunicación se propaga a todos y promueve la solución de problemas con el objetivo de facilitar y mejorar la ejecución de las tareas misionales y/o cotidianas de la entidad.

El Proceso de Control y Evaluación, se enfoca a la Mejora Continua, por tal razón es un intercambio de información para corregir o prevenir situaciones que puedan afectar el desempeño de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca.

Desde los Procesos Misionales la comunicación es de tipo funcional y estratégica. Funcional, porque es un flujo de información que tiene un objetivo práctico permitiendo a la entidad cumplir con su Misión. Estratégica, ya que compromete a toda la empresa y fija lineamientos para que la información divulgada sea oportuna y veraz.

## **8. 4 CANALES DE COMUNICACION INTERNA**

### **8.4.1 Comité Institucional de Gestión y Desempeño**

Presidido por el Gerente General y con la participación de directivos de la Empresa: Subgerente General, Secretario General, Jefe de la Oficina Asesora Jurídica, Jefe de la Oficina Asesora de Planeación e Informática, Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad.

Eventualmente, hay invitados internos y externos. Su objetivo es analizar y definir estrategias en todos los aspectos importantes de la Empresa, a través de reuniones, de las cuales se levantan las Actas respectivas.

Su principal objetivo es orientar la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión y sustituye los demás comités que tengan relación con los sistemas que se integran en el Sistema de Gestión y Modelo que no sean obligados por mandato legal.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 12 de 34</p>
---	---	--

En la Empresa se implementó mediante la Resolución No. 000328 de 2018 y se actualizó mediante la Resolución No. 00085 de 2023.

#### **8.4.2 Comité Institucional de Coordinación de Control Interno**

Mediante la Resolución No. 000323 de 2018, se integró y estableció el funcionamiento del Comité, como un órgano de asesoría y decisión en los asuntos de control interno de la Lotería, y en su rol de responsable y facilitador hace parte de las instancias de articulación para el funcionamiento armónico del Sistema de Control Interno en la Empresa.


#### **8.4.3 Otros Comités**

- a. Comité de Archivo y Correspondencia
- b. Coordinación de Control Interno
- c. Comité Evaluador de Bajas
- d. Comité de Convivencia Laboral
- e. Comité de Contratación
- f. Comité de Control Interno Disciplinario
- g. Comité de Conciliación y Defensa Judicial
- h. Comité Paritario de la Seguridad y Salud en el Trabajo COPASST

Los Comités antes mencionados se encuentran formalmente establecidos por acto administrativo o se generan en leyes y normas superiores.

#### **8.4.4 Reuniones Generales**

Participan el Gerente General, quien la preside y los demás funcionarios de la Empresa y tiene como objetivo informarles a éstos sobre aspectos trascendentales de la misma, que deban ser de conocimiento de todos.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 13 de 34</p>
---	---	--

#### **8.4.5 Carteleras**

Son el medio más efectivo y directo de comunicación entre los funcionarios.

Las carteleras de la Empresa, están ubicadas en el Segundo y Tercer Piso y tienen como finalidad publicar información relacionada aspectos relevantes para la Empresa y sus funcionarios y contratistas, programas de capacitación y bienestar social, eventos y demás información de interés general para funcionarios, contratistas, partes interesadas.

Las carteleras deben ser administradas por los responsables de la información y deben permanecer legibles y actualizadas.

#### **8.4.6 Correo Electrónico Institucional**

Es una herramienta de comunicación interna que facilita el envío y recepción de información entre los funcionarios de la entidad, garantizando una comunicación ágil, eficaz y amigable con el medio ambiente. Se utiliza única y exclusivamente para emitir mensajes relacionados con la actividad laboral y no personal.

Cada funcionario tiene asignado su correo institucional y es una comunicación horizontal que permite a toda la inmediatez en la información.

#### **8.4.7 Intranet**

La Intranet es una red interna corporativa que permite divulgar con efectividad información de la entidad a los funcionarios, consiguiendo que estén permanentemente informados con las últimas novedades y datos de la Empresa.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 14 de 34</p>
---	---	--

La administración del contenido de la Intranet es responsabilidad de cada Líder de Proceso y la Oficina de Planeación e Informática, apoya la administración de forma y diseño de esta.

Se utiliza como herramienta fundamental para divulgar la documentación del Sistema de Gestión Integrado de la Empresa y es administrada por el jefe de la Oficina Asesora de Planeación e Informática quien es responsable de su permanente actualización y de la divulgación de los documentos del SGI.

#### **8.4.8 Memorandos, Circulares, Cartas**

El Memorando es la comunicación de carácter interno, que se utiliza para transmitir información, orientaciones y pautas en general. Este documento NO se dirige a un grupo, es personalizado.

La Circular, es la comunicación interna o externa de carácter general o normativo con el mismo texto o contenido, dirigida a varios destinatarios. De acuerdo a los destinatarios y a su contenido se clasifican en:

- Circular Interna o General: Comunicación con el mismo contenido utilizada para dar a conocer internamente actividades de la entidad: normas generales, cambios, políticas, disposiciones, órdenes y asuntos de interés común.
- Circular Externa: Comunicaciones con el mismo texto para dar a conocer a los Distribuidores o Loteros, proveedores, contratistas, información de carácter general.

La Carta, es la comunicación escrita que se utiliza en las relaciones comerciales externas con sus partes interesadas, pero también puede utilizar en las comunicaciones internas.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 15 de 34</p>
---	---	--

La descripción y características de los Documentos se encuentra en el Procedimiento Control de la Información Documentada Dirección Estratégico del SGI, en el que se describen todas las pautas para elaboración de documentos internos y externos.

- **Telma:** es la mascota con la cual se identifica el Sistema de Gestión Integrado de la Lotería de Cundinamarca y facilita el proceso de comunicación y socialización del mismo dentro de la entidad, a través de Boletines de Calidad que se emiten periódicamente con el fin de socializar diferentes aspectos de interés para todos los funcionarios. Los boletines son enviados vía correo electrónico institucional por la Coordinadora de Calidad (Técnico Administrativo).

## **8.5 POLITICAS DE COMUNICACION EXTERNA**

La Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca en el presente Manual de Comunicaciones, tiene establecidos los lineamientos generales de sus canales de comunicación externa, encaminada a la interacción de la Empresa con sus clientes y partes interesadas y que propende a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable, a promover sus productos con base en la información que emite y a difundir los resultados de su gestión.

Para la Empresa, tiene un gran significado evaluar la percepción de aquellos que no hacen parte de la misma, pero que, de una forma u otra, están vinculados con ella a través de su producto "Lotería de Cundinamarca".

La información con medios de comunicación, clientes y partes interesadas se realiza a través de los siguientes espacios:

Visitas a Distribuidores: Se realizan esporádicamente, con el fin de recibir la retroalimentación de los clientes en cuanto a concepto general de la Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca, plan de premios, sobre el estado de las

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 16 de 34</p>
---	---	--

ventas, distribución de billetería, entre otros.

Correo Electrónico: Este es otro importante medio de comunicación a través del cual se reciben y tramitan solicitudes y requerimientos del cliente.

Línea Gratuita de Atención al Cliente 018000413672 : Es el mecanismo por el cual se reciben reclamaciones de los clientes dando cumplimiento a lo establecido en la en la normatividad aplicable y en los procedimientos internos, y en el Correo electrónico: [atencionalcliente@loteriadecundinamarca.com.co](mailto:atencionalcliente@loteriadecundinamarca.com.co)

Se tienen otros canales de comunicación externa que utiliza la Empresa y son:

1. Cuñas de Radio y comerciales de TV: Espacio de información dedicado a anuncios publicitarios pagados, relacionados con las actividades Misionales de la entidad. Está dirigido principalmente a los compradores-Apostadores de lotería, para incentivar la compra del producto.
2. Avisos de Prensa: Medio por el cual se transmite específicamente asuntos de interés para el conocimiento de la opinión pública en general o específica.
3. Publicación de Resultados: Cada semana, se publican los resultados del Sorteo, para conocimiento de todos los clientes (distribuidores, loteros y compradores-apostadores) y para las demás partes interesadas. Esta publicación se realiza a través de volantes de resultados que se divulgan en todo el País y también en un periódico de publicación nacional.
4. Redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y TikTok):
  - En Facebook se manejan mínimo publicaciones semanales, cuyos objetivos de comunicación hacen énfasis en premios en poder del público, sorteos venideros con promociones especiales, notas de prensa y fotografías de actividades internas, además de la publicación



 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 17 de 34</p>
---	---	--

oportuna de resultados.

- [www.facebook.com/LoteriaDeCundinamarca/](http://www.facebook.com/LoteriaDeCundinamarca/), cuenta con un sistema de mensajes directos y el cual constituye parte importante de la comunicación directa con los clientes usuarios de esta red social. Asimismo, se hace indispensable realizar seguimiento a las estadísticas arrojadas por la plataforma para de esa forma replantear líneas de comunicación y medir su efectividad, información que está al servicio de los administradores de la página.

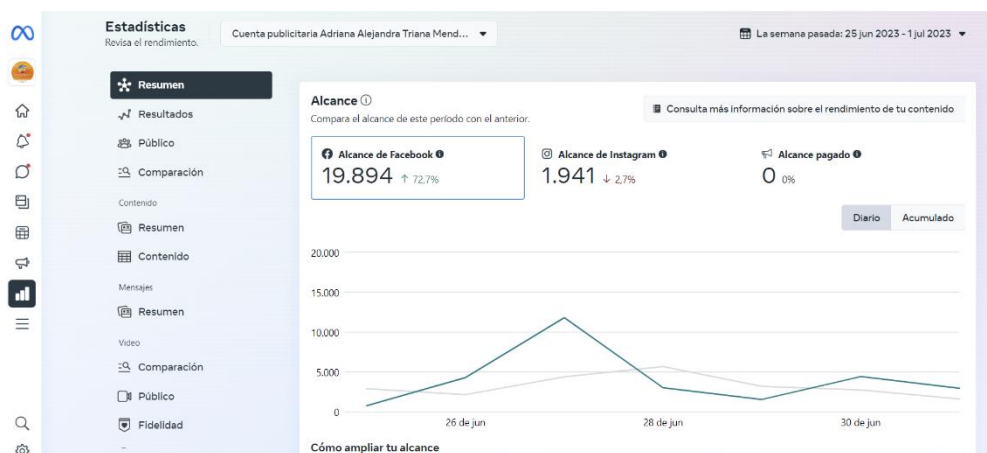


Imagen 1. Facebook Lotería de Cundinamarca

- En Twitter se manejan entre 3 y 10 trinos semanales, haciendo énfasis a los temas más relevantes del día o de la semana según sea el caso. En esta red se citan los enlaces de las demás redes sociales para generar mayor impacto y de igual manera aumentar el tráfico de las mismas. Su foto de portada puede variar de acuerdo a las directrices impartidas por la Secretaría de Prensa. Esta cuenta se encuentra alojada bajo el @LotCundi.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 18 de 34</p>
---	---	--

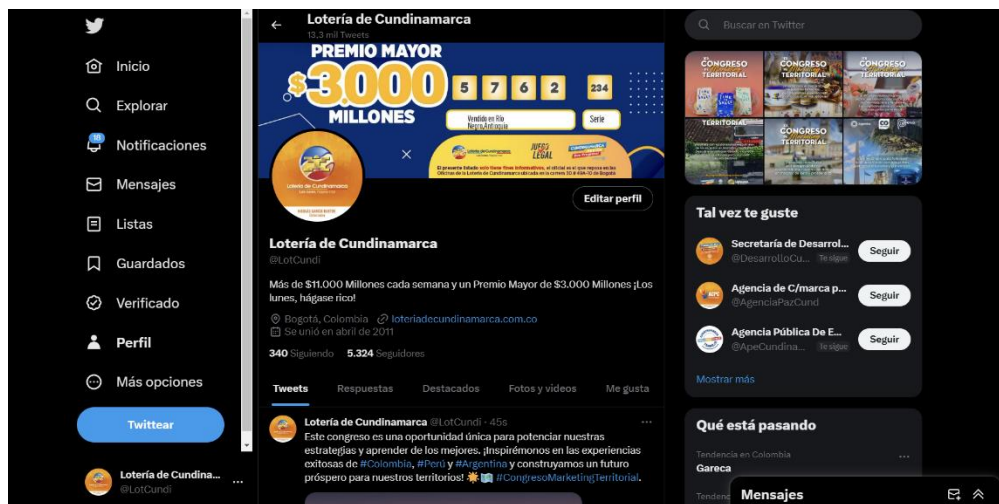


Imagen 2. Twitter Lotería de Cundinamarca

- En YouTube se realiza una publicación semanal con el video del sorteo vigente, justo la misma noche de realizado y su publicación se hace casi de manera inmediata. Se socializa a través de las demás redes sociales, así como por intermedio del home de la página [www.loteriadecundinamarca.com.co](http://www.loteriadecundinamarca.com.co). Este canal también puede ser usado para subir cualquier tipo de material audiovisual que enriquezca los contenidos de la lotería y de acuerdo a los acontecimientos que surjan en los diferentes procesos de la misma. Esta cuenta se encuentra alojada en [www.youtube.com/user/LoteCundi](http://www.youtube.com/user/LoteCundi) y está vinculada con la cuenta [lotcundi@gmail.com](mailto:lotcundi@gmail.com).

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p align="center"><b>MANUAL DE COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 19 de 34</p>
---	---	--



Imagen 3. YouTube Lotería de Cundinamarca

- En Instagram la Lotería tiene una cuenta que va incrementando positivamente, para esta red social se implementó el uso de fotografías y videos especialmente en la sección de instastories, herramienta adicional que le da mayor impacto a las publicaciones por el comportamiento mismo de los usuarios.



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

## MANUAL DE COMUNICACIONES

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 20 de 34

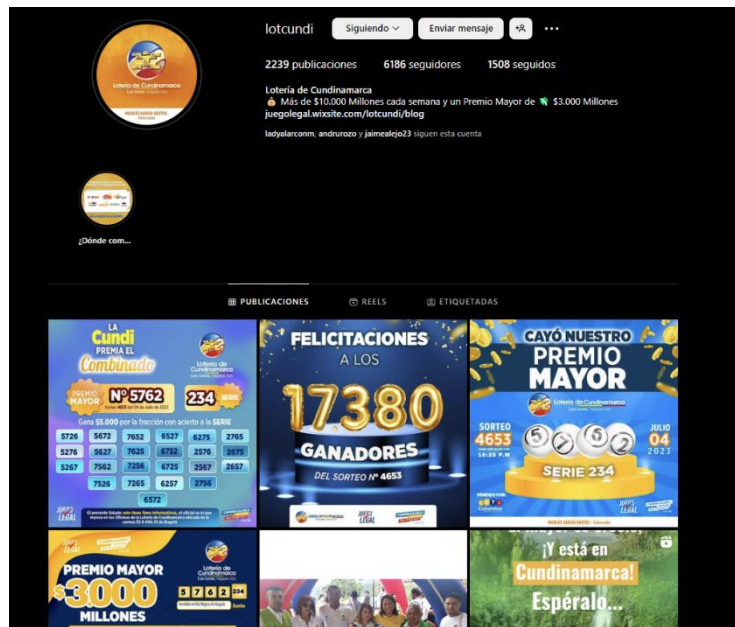


Imagen 4. Instagram Lotería de Cundinamarca

- En TikTok se manejan videos informativos y conmemorativos, esta cuenta es relativamente nueva y se creó con el objetivo de atraer un nuevo nicho de mercado, enfocado en los jóvenes y las nuevas generaciones. Esta cuenta se encuentra alojada bajo el usuario @LotCundi.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p align="center"><b>MANUAL DE COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 21 de 34</p>
---	---	--



Imagen 5. TikTok Lotería de Cundinamarca

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 22 de 34</p>
---	---	--



Imagen 6. Página web Lotería de Cundinamarca

Este portal ofrece de manera detallada a clientes y público en general información acerca de la empresa de acuerdo a la siguiente tabla:

**5. Página Web ([www.loteriadecundinamarca.com.co](http://www.loteriadecundinamarca.com.co)):**

**5.1 Información a Publicar se encuentra en el botón de transparencia en la Página Web [www.loteriadecundinamarca.com.co](http://www.loteriadecundinamarca.com.co)**

El jefe de la Oficina de Planeación e Informática será el responsable de controlar que se cumpla con la obligación de que se publique la información; en caso de presentarse algún incumplimiento, deberá formalmente comunicarlo al responsable y si la situación no se resuelve en un período de tres (3) días, deberá comunicarlo al Gerente General.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 23 de 34</p>
---	---	--

El Jefe de la Oficina Asesora de Control Interno, verificará trimestralmente la publicación de la información en la página web.

- 6. Boletines de Prensa:** Es una pieza con contenido y orientación noticiosa y periodística, dirigida a los diferentes medios masivos (prensa, radio, televisión, revistas y portales de Internet). Sirven de multiplicadores de imagen de las tareas de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca. Se envían vía correo electrónico, por WhatsApp, o entrega personalizada a los periodistas que la Empresa considere conveniente, junto con datos adicionales si se requieren (fotos, gráficas y piezas publicitarias).

La información para la publicación debe ser remitida al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y de Publicidad, quien a su vez la remitirá al administrador externo.

- 7. Ruedas de Prensa:** Convocatoria a medios de comunicación para informar de manera oficial a través de vocero oficial (Gerente General o quien éste designe), los sucesos de suma importancia para los grupos de interés. Terminada la exposición, se lleva a cabo una ronda de preguntas por parte de los periodistas con el fin de ampliar los contenidos que lo requieran.

## **8.6 IMAGEN CORPORATIVA**

La imagen corporativa de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca es un elemento de diferenciación y posicionamiento. Es la personalidad de la Empresa, lo que simboliza, por ese motivo dicha imagen tiene que estar impresa en todas las piezas que involucren a la entidad y en todos los escenarios en donde ésta se haga presente, con el objetivo de posicionarla ante la opinión pública.

La imagen de la Lotería tiene una gran influencia en el éxito que ésta pueda alcanzar.

**El Manual de Imagen Corporativa** de la Empresa comprende:

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 24 de 34</p>
---	---	--

### 8.6.1 Logotipo

Es el símbolo del Tunjo sobre la bandera de Cundinamarca. El Tunjo es una pieza precolombina perteneciente al tesoro de El Dorado, hecha por los indígenas que poblaron el altiplano cundinamarqués y denota la solidez de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca.

El círculo dividido en tres partes con los colores de la bandera del Departamento de Cundinamarca muestra el dinamismo y la adaptación al modernismo. También muestra a la Empresa como dinámica, innovadora y que evoluciona constantemente adaptándose al paso del tiempo.

Este símbolo se utiliza en – Comunicaciones offline: Publicidad en medios tradicionales (Cine – Radio – TV – Prensa – Revistas especializadas), Vallas publicitarias, Ruedas de prensa, Notas de prensa, o en comunicaciones online: Enlaces patrocinados (SEM), Blogs, Redes Sociales (SMO), Email marketing, Soportes digitales, Publicidad de banners en medios de comunicación digital, especializada y otros. Papelería, folletos, afiches, avisos de prensa, merchandising, televisión e Internet (esto no iría, porque arriba ya se detalló) y en toda la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad de la Empresa.

Su correcto uso es primordial para una perfecta comunicación de la marca “Lotería de Cundinamarca”.

### 8.6.2 Eslogan Corporativo

El Eslogan Corporativo “*Los Lunes, Hágase Rico*”, se utiliza junto con el logotipo en las piezas publicitarias y en toda la documentación del Sistema de Gestión Integrado de la Empresa.

### 8.6.3 Jingle



 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 25 de 34</p>
---	---	--

Corresponde a la versión musicalizada del eslogan “*Los Lunes, Hágase Rico*”, diseñado principalmente como material de apoyo para las cuñas publicitarias radiales y comerciales de televisión.

#### **8.6.4 Firma Institucional para correo electrónico**

Es la firma que todos los funcionarios de la Empresa deben incluir en el correo electrónico institucional.

**Nombre Funcionario.**

Cargo:

PBX: +57(1) 480 2020 Ext.:

Celular: +57

Dirección: Carrera 30 No. 49A – 10

Bogotá D.C. – Colombia.

[www.loteriadecundinamarca.com.co](http://www.loteriadecundinamarca.com.co)

#### **8.6.5 Imagen Corporativa Sorteo Extraordinario de Navidad**

La Lotería de Cundinamarca es propietaria de la marca Sorteo Extraordinario de Navidad, la cual requiere un manejo adecuado en el uso de su imagen, por cuanto existe una estrecha relación de reconocimiento entre las marcas Lotería de Cundinamarca y Sorteo Extraordinario de Navidad.

### **9. ASPECTOS GENERALES**

#### **9.1 VOCERIA**

La divulgación de noticias que se relacionan con la gestión de la Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca está en cabeza del Gerente General o quien él designe. Será el Gerente General el responsable de expresar la opinión sobre actuaciones y materias que comprometan la responsabilidad o la orientación institucional.

 <p><b>Empresa Industrial y Comercial</b> <b>Lotería de Cundinamarca</b> <b>Los Lunes, Hágase Rico</b></p>	<p><b>MANUAL DE</b> <b>COMUNICACIONES</b></p>	<p>Código: 140-CP-M003 Versión: 3 Fecha: 28/06/2023 Página: 26 de 34</p>
---	---	--

## 9.2 COMPROMISO RELACIONADOS CON LA COMUNICACION

La Empresa Industrial y Comercial Lotería de Cundinamarca tiene claramente establecidos sus compromisos de Confidencialidad, con la Circulación y Divulgación de la Información y con el Gobierno Digital.<sup>1</sup>

## 10. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Proceso	No	Aspecto a Comunicar	Responsable	A Quién le Comunica	Cuándo Comunica	Estrategia y Medios	Riesgo de Comunicación	Registro
<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO/ Planeación Estratégica</b>	1	Comunicar los resultados de la revisión del Sistema de Gestión Integrado	Gerente General	A todos los Funcionarios de la Empresa.	Una vez al año	Divulgación por correo electrónico, Intranet ó reunión con todos los funcionarios.	Incumplimiento normativo.  Incumplimiento de Objetivos.	Formato Acta de Reunión y Formato Control de Asistencia
	2	Mapa de Procesos Manual de Calidad	Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	A todos los Funcionarios de la Empresa	Cuando ingresen nuevos funcionarios  Cuando se presenten cambios que afecten al SGI.	Presencial a nuevos funcionarios.  Presencial a todos los funcionarios.	Incumplimiento normativo.  Incumplimiento de Objetivos.	Mapa de Procesos.  Manual de Calidad.
	3		Secretario General	A todos los Funcionarios	Al ingreso de los		Incumplimiento normativo.	

<sup>1</sup>Código Integridad



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
 COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
 Versión: 3  
 Fecha: 28/06/2023  
 Página: 27 de 34

		Valores del Código Integridad.		os de la Empresa	nuevos funcionarios a los contratistas y a todos los funcionarios en reinducción, a todos los contratistas.	Correos electrónicos		Correos electrónicos
	4	Política de Calidad	Gerente General	A todos los Funcionarios de la Empresa	Al ingreso de nuevos funcionarios o cuando se presenten cambios en la Política de Calidad.	Reuniones, talleres, Inducción a los Funcionarios	Incumplimiento normativo.	Formato de Inducción Personal del Proceso Gestión Humana (Hoja de Vida funcionario)
<b>DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO / Información Documentada</b>	1	Creación, modificación o eliminación de documentos.	Líderes de Procesos	Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	Cuando se requieran las modificaciones.	Correos electrónicos	Ninguno	Solicitud mediante correo electrónico de la modificación, elaboración o eliminación de documentos.
	2	Divulgar la creación, modificación o eliminación de documentos.	Líderes de Procesos Jefe Oficina Asesora	A todos los funcionarios, especialmente los involucrados en los	Cuando se presenten cambios.	Intranet Correos electrónicos	Uso de documentos obsoletos por parte de los funcionarios al no conocer las actualizaciones.	Documentos elaborados, modificados o eliminados.



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
 COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
 Versión: 3  
 Fecha: 28/06/2023  
 Página: 28 de 34

			de Planeación e Informática	procesos objeto de los cambios.				
	3	Actualización de los Procesos y los Procedimientos.	Líderes de Procesos  Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	Líderes de Procesos y a los involucrados directamente en las actualizaciones.	Cuando se requiera la modificación.	Reuniones, Intranet, Correos electrónicos	Uso de documentos obsoletos por parte de los funcionarios al no conocer las actualizaciones.	Documentos del SGC actualizados.
<b>CONTROL Y EVALUACIÓN</b>	1	Programa y plan de auditorías internas de calidad	Jefe Oficina Asesora de Control Interno/ Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	Auditados, Auditores internos de calidad	Una vez al año	Correo electrónico	No ejecutar oportunamente el programa de auditorías	Formato Programa de auditorías Formato plan de auditorías
	2	Planes de auditorías	Auditor Líder, Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	Auditores Dueños de Procesos	Una vez al año	Formato plan de auditorías	No ejecutar oportunamente el programa De auditorías	Formato plan de auditorías
	3	Planes de acción	Jefe Oficina	Dueños de Procesos	Una vez al año		Incumplimiento Procedimientos	



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
 COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
 Versión: 3  
 Fecha: 28/06/2023  
 Página: 29 de 34

		<i>ejecutar como resultado de las auditorías</i>	<i>Asesora de de Control Interno</i>	<i>Audidores internos y externos</i>		<i>Comunicación escrita Correos electrónicos carteleras</i>	<i>internos y Norma NTCGP 1000:2009</i>	<i>Formato Planes de Acción</i>
	4	<i>Productos No Conformes</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de de Control Interno</i>	<i>Todos los Líderes de Procesos Misionales</i>	<i>Cuando se levante un Producto no Conforme Anual</i>	<i>Comunicación escrita</i>	<i>Que el Producto No Conforme requiera Acción Correctiva</i>	<i>Formato Producto No Conforme</i>
	5	<i>Realizar y divulgar la evaluación de FURAG</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática</i>	<i>A todos los Funcionarios de la Empresa</i>		<i>Encuesta FURAG</i>	<i>Incumplimiento normativo</i>	<i>Encuesta FURAG</i>
	1	<i>Comunicar los resultados de los sorteos</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad</i>	<i>Clientes, partes interesadas, clientes internos</i>	<i>Semanal</i>	<i>Divulgación por página Web y redes sociales</i>	<i>Perder seguidores en redes sociales</i>  <i>Clientes-Apostadores insatisfechos</i>	<i>Publicación tabla de resultados</i>  <i>Video del sorteo</i>
	2	<i>Comunicar las actividades que se van a ejecutar(eventos)</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad</i>	<i>clientes internos</i>	<i>Cuando se realicen actividades de alto impacto</i>	<i>Correo electrónico</i>  <i>Carteleras</i>  <i>Reuniones de</i>	<i>Clientes internos desinformados</i>	<i>Cronograma de actividades</i>



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 30 de 34

<b>MERCADEO Y PUBLICIDAD</b>	3	Comunicar premios en poder del público, sorteos vendidos con promociones especiales, notas de prensa y fotografías de actividades internas, además de la publicación oportuna de resultados	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad	Clientes usuarios de esta red social (Facebook , Twitter, youtube e instagram )	Mínimo 4 publicaciones semanales	socialización www.loteriadecondinamarca.com.co	Errores en la publicación de resultados	Publicaciones
	4	Con los trinos se hace énfasis a los temas más relevantes del día o de la semana según sea el caso. En esta red se citan los enlaces de las demás redes sociales para generar mayor impacto y de igual manera aumentar el tráfico de las mismas. Su foto de portada ha sido modificada de acuerdo a los resultados el días del sorteo, o dependiendo de las directrices impartidas por la Secretaría de Prensa y no debe ser	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad	Clientes usuarios de esta red social (Twitter)	Se manejan entre 3 y 10 trinos semanales .	@LotCundi		Publicaciones



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE**  
**COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 31 de 34

		<i>modificada sin su respectiva autorización.</i>						
	5	<i>Se publica el video del sorteo vigente, justo la misma noche de realizado y su publicación se hace casi de manera inmediata. Se socializa a través de las demás redes sociales, así como por intermedio del home de la página <a href="http://www.loteriadecundinamarca.com.co">www.loteriadecundinamarca.com.co</a>. Este canal también puede ser usado para subir cualquier tipo de material audiovisual que enriquezca los contenidos de la lotería y de acuerdo a los acontecimientos que surjan en los diferentes procesos de la misma.</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad</i>	<i>Cientes usuarios de esta red social (YouTube)</i>	<i>Esta cuenta se encuentra alojada en <a href="http://www.youtube.com/user/LoteCundi">www.youtube.com/user/LoteCundi</a> está vinculada con la cuenta <a href="mailto:lotcundi@gmail.com">lotcundi@gmail.com</a>.</i>	<i>Se realiza una publicación semanal</i>	<i>No publicar oportunamente el video</i>	<i>Publicaciones</i>
	6	<i>En esta cuenta se publican los resultados, se debe tener en cuenta el uso de fotografías y videos especialmente</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad</i>	<i>Cientes usuarios de esta red social (Instagram)</i>	<i>lotcundi</i>	<i>Se realiza una publicación semanal</i>	<i>No realizar la publicación semanal</i>	<i>Publicaciones</i>



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 32 de 34

		<i>en la sección de instastories, herramienta adicional que le</i>						
		<i>Da mayor impacto las publicaciones por el comportamiento o mismo de los usuarios</i>						
	7	<i>Comunicar las actividades que se van a ejecutar (eventos)</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad</i>	<i>Clientes internos</i>	<i>Cuando se realicen actividades de alto impacto</i>	<i>Correo electrónico, carteleras, reuniones de socialización</i>		<i>Cronograma actividades</i>
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE</b>	1	<i>Presentación peticiones, quejas, reclamos, solicitudes, derechos de petición</i>	<i>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad (Responsable del Proceso de Atención al Cliente)</i>	<i>Cientes, partes interesadas, clientes internos</i>	<i>Permanente</i>	<i>Verbal/escrito, correo electrónico, línea de atención al cliente, chat de sociales y página web</i>	<i>Riesgo de Incumplimiento Incumplimiento normativo</i>	<i>Formato PQR's</i>





**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 33 de 34

<b>ELABORÓ/ACTUALIZÓ</b>	<b>REVISÓ</b>		<b>APROBÓ</b>
Gianna Kalvo Cifuentes <b>Nombre</b>	Luz Ángela Infante Rocha <b>Nombre</b>	Diego Andrés López Hernández <b>Nombre</b>	Miguel Avendaño Hernández <b>Nombre</b>
Contratista	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad	Jefe Oficina Asesora de Planeación e Informática	Gerente General
<b>Cargo</b>	<b>Cargo</b>	<b>Cargo</b>	<b>Cargo</b>
28/06/2023	28/06/2023	28/06/2023	28/06/2023
<b>Fecha</b>	<b>Fecha</b>	<b>Fecha</b>	<b>Fecha</b>



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 34 de 34

<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>		
<b>No. Versión</b>	<b>Fecha</b>	<b>Descripción del Cambio</b>
1	25/05/2018	Se codificó nuevamente el Documento, para adaptarlo a la codificación de las Tablas de Retención Documental.  Se revisó el Manual por parte de Bibiana Nieto y Sebastián Pérez, contratistas de la Oficina Comercial y de Publicidad y se adicionaron algunos aspectos relacionados con las Redes sociales.
2	28/06/2019	Se solicitó modificar el documento, para incluir el esquema de publicación de información en la página web <a href="http://www.loteriadecundinamarca.com.co">www.loteriadecundinamarca.com.co</a> , de conformidad con la Ley 1712 de 2014, ley de transparencia y para actualizar algunos lineamientos de matriz de comunicaciones internas de Proceso de Mercadeo y Publicidad.
3	08/07/020	Se solicita trasladar el Manual de Comunicaciones del Proceso de Direccionamiento Estratégico al de Mercadeo y Publicidad.
1	11/08/2021	Se codificó nuevamente el Documento desde la Versión 1, teniendo en cuenta que se creó el Código 140 para la Dependencia Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad, por lo que se hace necesario incorporar este código a las Tablas de retención Documental y a los listados maestros del Sistema de Gestión Integrado. Lo anterior, en cumplimiento de la Resolución No. 049 de 2021 Manual de Funciones de empleados públicos
2	19/08/2022	Se solicitó modificar el Manual para actualizar la información a publicar.
3	28/06/2023	La Oficina Asesora de Comunicaciones y Publicidad, solicitar modificar el Manual para agregar algunos aspectos en la Matriz de responsabilidades en la comunicación interna.



**Empresa Industrial y Comercial**  
**Lotería de Cundinamarca**  
**Los Lunes, Hágase Rico**

**MANUAL DE  
COMUNICACIONES**

Código: 140-CP-M003  
Versión: 3  
Fecha: 28/06/2023  
Página: 35 de 34