

NOMBRE PROCESO	Posicionamiento y Comunicaciones Externas	TIPO DE PROCESO	Misional	RESPONSABLE	Director(a) comunicaciones / Profesionales.
DIRECCIÓN	Dirección de posicionamiento y comunicaciones		FECHA DE ACTUALIZACIÓN	15/06/2023	
OBJETIVO DEL PROCESO	Posicionar a Medellín y su Plan de Desarrollo con los aliados internacionales para convertir a la ciudad en un destino atractivo para la inversión extranjera directa y la cooperación internacional.				
ALCANCE	Inicia con la recepción o solicitud de acciones 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.				
POLÍTICAS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las comunicaciones de la institución serán verídicas, claras y oportunas. ▪ 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. ▪ 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”. ▪ La vocería está a cargo de la dirección ejecutiva. En casos especiales se podrá delegar a directores, consultores o profesionales según la experticia. ▪ 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. ▪ 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. ▪ 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. ▪ 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. ▪ 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)	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.

CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Código: FR-SIG-03

Versión: 08

Vigencia: 01/05/2023

- 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 y acoger las actividades a la normativa asociada con el proceso.		- Entes de control.
- 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	Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional: - Eventos propios: PQM. - Webinars temáticos en conjunto con entidades de Cooperación y diplomacia internacional. - Participación en eventos externos: imagen institucional. - Manual de identidad de marca y estilo (gráfica). - Plan de mercadeo institucional (modelo de relación con los públicos). - Narrativas comunes de la ACI (contenidos y gráfica). - Postulaciones a premios internacionales. - Monitoreo de la percepción de los públicos: satisfacción.	- Ejecución de las actividades de la Estrategia de identidad de marca / mercadeo institucional	- 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	Estrategia de Difusión y reputación: - Envío de newsletter semanal para fortalecer el posicionamiento de la ciudad con aliados locales e internacionales. - Envío de boletines de prensa a medios internacionales hablando de proyectos y actividades que apuntan directamente al Plan de Desarrollo. - Presstrip. - Atención a solicitudes de prensa nacional e internacional. - Publicaciones de empresas internacionales que transforman el territorio (Publicación de vacantes, planes de reinversión, proyectos sociales o ambientales, etc.)	- Ejecución de las actividades de la Estrategia de Difusión y reputación.	- Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.

		<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de columnas de opinión de la Dirección Ejecutiva para medios de comunicación. - Elaborar manual de gestión de crisis para la ACI Medellín. 		
<ul style="list-style-type: none"> - Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín. 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 style="text-align: center;">H</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategia digital: <ul style="list-style-type: none"> - Administración de redes sociales. - Elaboración y edición de videos con aliados (inversionistas y cooperantes) con el objetivo de exponer las razones que creyeron en la región. - 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. - 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.). - Campaña para posicionar el banco de proyectos de la ACI Medellín entre compradores e inversionistas internacionales. - 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. - 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. - 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. - Publicaciones de casos de éxito de empresas internacionales que transforman el territorio (Publicación de vacantes, planes de reinversión, proyectos sociales o ambientales, etc.) - Escribir "Historias que transforman" - Revista Digital Link. - Gestión para certificar las cuentas de IG, FB y Tw. - Realizar informe mensual del monitoreo de redes sociales. - Actualizar permanente el sitio web de la ACI Medellín con los contenidos que salgan del comité de comunicaciones. - Plan de actualización y renovación Sitio web. - Identificar los paisas en el exterior y contactarlos. - Plan de actualización y renovación Sitio web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de las actividades de la Estrategia digital. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.

<p>- Diáspora de paisas en el exterior.</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, según las necesidades de los paisas ubicados en el exterior.</p>	<p>H</p>	<p>Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actividades para participación y relacionamiento de la comunidad paisa. - Identificar los paisas en el exterior y contactarlos. - Entrevista a los paisas para la elaboración del perfil. - Elaboración y publicación del perfil. - Coordinar aporte y actividades con el paisa. - Gestión de redes sociales Sos Paisa. - Publicación periódica de noticias de interés sobre Medellín. - Plan de redes sociales/ Temas. - Boletín Paisa News. - Campaña Fiestas patrias. - Página web actualizada. - Publicación de Notas, perfiles, embajadores y encuentros. - Diseño y ejecución de campañas que de conocimiento y reconocimiento de los paisas en el exterior. - Trabajo en conjunto con Procolombia y su programa Colombia tu mejor Destino y Colombia Nos UNE. - Publicación de convocatorias para la diáspora de multilaterales. - Celebración o conmemoración de fechas especiales Fechas especiales. - Realización de encuentros. - Gestión y socialización de aportes de paisas. - Nombramiento de embajadores paisas en el exterior. - Relacionamiento con embajadas y consulados de Colombia en el exterior. - Relacionamiento con entidades locales que tengan identificado paisas en el exterior para fortalecer la red. 	<p>- Ejecución de las actividades de la Estrategia Red de antioqueños en el exterior Sos Paisa.</p>	<p>- Diáspora de paisas en el exterior y público externo en general.</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>H</p>	<p>Proyectos Especiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenio SDE - CSF - Convenio Área Metropolitana. - Convenio EPM - Medellín y sus Aliados Internacionales. 	<p>- Ejecución de las actividades de los proyectos especiales según convenios o contratos.</p>	<p>- Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.</p>

CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Código: FR-SIG-03

Versión: 08

Vigencia: 01/05/2023

- 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	- Conceptualización y diseño para canales digitales internos y externos. - Conceptualización y diseño de campañas. - Diseño de informes de gestión de la ACI Medellín cuatrimestrales. - Diseño de plantillas y presentaciones institucionales. - Portafolios, propuestas de valor y one pagers. - Diseño de productos especiales: impresos y otros.	- Piezas de diseño entregadas y/o publicadas.	- Todos los públicos internos, externos y mixtos de la ACI Medellín.
- 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	- 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.
- Control Interno.	- 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 DEL PROCESO

Código: FR-SIG-03

Versión: 08

Vigencia: 01/05/2023

- Direccionamiento estratégico, - SIG, - Evaluación independiente.	- Mapas de Riesgos de gestión y de corrupción. - GI-SIG-01 Guía para la administración de riesgos.	V	- 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	- 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	- 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

Riesgos y controles identificados	Indicadores Priorizados	Indicadores del plan operativo anual
La matriz de riesgos del proceso se encuentra en el sistema de gestión de la calidad en la siguiente ruta: <i>OneDrive - Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana\SIG-ACI\6. Dirección de Posicionamiento y Comunicaciones\5. Riesgos</i>	La matriz de indicadores institucional se encuentra en la siguiente ruta: <i>Sharepoint/ACI Medellín/Indicadores 2023</i>	El plan operativo institucional se encuentra en la siguiente ruta: <i>OneDrive - Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Area Metropolitana\SIG-ACI\1. Dirección Ejecutiva\Planeación\6 Planeación estratégica\Planeación Estratégica 2023</i>
Documentos	Normatividad	Recursos del proceso

<p>Documentos externos: Plan de Desarrollo de la Ciudad, manuales de identidad corporativa de los socios, estrategia de redes sociales Alcaldía de Medellín, libro marca Alcaldía de Medellín</p> <p>Documentos internos: Los documentos internos del proceso se encuentran en el sistema de gestión de la calidad en la siguiente ruta:</p> <p><i>OneDrive - Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Area Metropolitana\SIG-ACI\6. Dirección de Posicionamiento y Comunicaciones.</i></p> <p>Registros: Los registros del proceso se encuentran en las tablas de retención documental: Forticlient/Area_Posicionamiento</p>	<p>El normograma de la entidad se encuentra en el sistema de gestión de la calidad en la siguiente ruta:</p> <p><i>OneDrive - Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Area Metropolitana\SIG-ACI\1. Dirección Ejecutiva\Gestión Jurídica\8. Normogramas</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mano de obra: todos los servidores y contratistas - Materiales: recursos físicos, recursos financieros - Recursos tecnológicos, información disponible - Maquinaria y equipo: equipos de cómputo, impresoras, puntos de red, servidores, UPS, red telefónica, equipos de comunicación. - Medio ambiente: planta física adecuada (aire, ruido, ventilación, iluminación)
---	---	---

NOTAS DEL CAMBIO

DESCRIPCIÓN	ELABORÓ	APROBÓ	FECHA	VERSIÓN FINAL
Logo, recursos.	Equipo Posicionamiento	Director ejecutivo	04/05/2016	02
Ajuste del objetivo, alcance, políticas, descripción general y recursos	Equipo Posicionamiento	Director ejecutivo	01/08/2016	03
Formato, políticas, ciclo PHVA, requisitos, indicadores, comités	Equipo Posicionamiento	Director ejecutivo	06/09/2017	04
Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos	Equipo Posicionamiento	Directora ejecutiva	04/04/2018	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	Directora ejecutiva	29/08/2018	06
Políticas, Ciclo PHVA, indicadores, documentos internos.	Equipo de Comunicaciones	Directora ejecutiva	08/05/2019	07
Objetivo, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores	Equipo de Comunicaciones	Directora ejecutiva	04/08/2020	08

CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO

Código: FR-SIG-03

Versión: 08

Vigencia: 01/05/2023

Objetivo, alcance, políticas, ciclo PHVA, recursos, documentos asociados e indicadores.	Equipo de Comunicaciones	Directora ejecutiva	24/05/2021	09
Riesgos y controles	Equipo de Comunicaciones	Directora ejecutiva	6/10/2021	10
Actualización en el objetivo, políticas, ciclo PHVA, normograma e indicadores.	Equipo de Comunicaciones	Directora ejecutiva	7/03/2022	11
Elaboración de la caracterización de comunicación organizacional. Se desagrega la caracterización de comunicación organizacional y la caracterización de posicionamiento y comunicaciones externas. Se documenta: el objetivo del proceso, el alcance, las políticas de operación y el ciclo PHVA.	Equipo de Comunicaciones	Director de Posicionamiento y comunicaciones	15/06/2023	12