

	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA		CÓDIGO: CPM-CR01	
	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	CARACTERIZACIÓN	VERSIÓN N° 13 DE MARZO DE 2025	

LÍDER DEL PROCESO: JEFE DE OFICINA DE COMUNICACIONES

1. OBJETIVO	Consolidar la comunicación como base de la cultura de la gestión organizacional y a su vez apoyar los procesos que garanticen la relación interna y externa de los actores con el fin de posicionarse claramente en la mente de los mismos, asegurando la interacción para promover la gestión institucional, enfoque al cliente, la conservación del ambiente, seguridad de la información, enfoque de transparencia y cumplimiento y la salud y seguridad en el trabajo.
--------------------	--

2. ALCANCE	Inicia con la identificación de las necesidades de divulgar la gestión de la Terminal, continua con la definición del Plan de comunicaciones internas y externas y culmina con el monitoreo a la ejecución del plan.
-------------------	--

3. RIESGOS SG-SST	Revisar los riesgos en el documento GTS-FT39 Matriz de peligros, que se puede consultar en el siguiente enlace www.ttbinstitucional.gov.co/sig/
--------------------------	---

4. IMPACTOS AMBIENTALES	De acuerdo con la Matriz de Aspectos e Impactos ambientales, que se puede consultar en el siguiente enlace www.ttbinstitucional.gov.co/sig/
--------------------------------	---

5. GESTIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES	Revisar los riesgos en el documento GMC-FT11 Matriz de riesgos y oportunidades que se puede consultar en el siguiente enlace www.ttbinstitucional.gov.co/sig/
--	---

6. ACTIVIDADES DEL PROCESO					
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDAD		SALIDAS	CLIENTES
Direccionamiento estratégico	Misión, visión, Lineamientos estratégicos, objetivos, políticas, valores, alcances. Indicadores y metas por cumplir Planificación de cambios y mejoras Asignación de recursos	P	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los lineamientos de comunicación de la empresa • Identificar y formular el plan de comunicaciones (Interna y Externa.) • Definir la gestión de riesgos y oportunidades 	Necesidades de recursos Informes de Gestión y de cumplimiento de metas e indicadores Solicitud de Creación y Edición de Documentos Solicitud de AC y de mejora Solicitudes de Capacitaciones	Direccionamiento Estratégico Gestión de la Mejora continua
Gestión de la Mejora continua	Creación y Edición de Documentos Gestión de Acciones Correctivas y de mejora	H	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar los lineamientos de comunicación. 		

	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA		CÓDIGO: CPM-CR01	
	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	CARACTERIZACIÓN	VERSIÓN N° 13 DE MARZO DE 2025	

<p>Todos los procesos</p> <p>Control disciplinario</p> <p>Oficial de cumplimiento</p> <p>Gestión Humana Y Seguridad y Salud en el trabajo</p> <p>Gestión de Infraestructura</p> <p>Sostenibilidad ambiental y gestión social</p> <p>Evaluación de la Gestión</p> <p>Gestión de tecnologías de la información y las comunicaciones</p> <p>Gestión Jurídica</p> <p>Gestión administrativa</p> <p>Gestión Financiera</p>	<p>Ejecución de Capacitación</p> <p>Solicitudes y apertura de tickets</p> <p>Informe proceso disciplinario</p> <p>Lineamientos Antisoborno</p> <p>Informes disciplinarios</p> <p>Personal Competente y capacitación</p> <p>Solicitud de informes de evaluación de desempeño</p> <p>Lineamientos en SST</p> <p>Mantenimiento de instalaciones</p> <p>Soporte de índole ambiental</p> <p>Lineamientos ambientales para minimización de impactos y cumplimiento de requisitos legales y de otra índole</p> <p>Informes de auditoría</p> <p>Solicitudes de evidencias de cumplimiento</p> <p>Suministro y Mantenimiento de software y hardware</p> <p>Lineamientos en Seguridad de la Información</p> <p>Acompañamiento legal</p> <p>Procesos contractuales</p> <p>Elementos inventariables</p> <p>Procesos precontractuales</p> <p>Solicitud de planeación de adquisiciones</p> <p>Pagos y desembolsos</p>	V	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y difundir los lineamientos de comunicación entre las partes interesadas. • Implementar el plan de comunicaciones. • Desarrollar contenido relevante y atractivo. • Utilizar diversos canales como boletines, redes sociales, reuniones, entre otros. • Implementar estrategias para gestionar riesgos y aprovechar oportunidades. 	<p>Quejas</p> <p>Atención de ticket y solicitudes</p> <p>Denuncias de posibles casos de soborno</p> <p>Informe relacionado con los casos de soborno</p> <p>Necesidades de personal competente</p> <p>Requisición de personal</p> <p>Informes de evaluación de desempeño</p> <p>Solicitud de lineamientos SST</p> <p>Necesidades de mantenimiento de instalaciones</p> <p>Solicitud de soporte de índole ambiental</p> <p>Requerimiento en la mesa de ayuda</p> <p>Cumplimiento en Seguridad de la Información</p> <p>Solicitudes de auditoría</p> <p>Evidencias de cumplimiento</p> <p>Solicitud de Acompañamiento legal</p> <p>Solicitud de Procesos contractuales</p> <p>Requisición de elementos inventariables</p> <p>Solicitud de Procesos precontractuales</p> <p>Planeación de adquisiciones</p> <p>Solicitud de pagos y desembolsos</p>	<p>Control Disciplinario</p> <p>Todos los procesos</p> <p>Oficial de cumplimiento</p> <p>Gestión Humana Y Seguridad y Salud en el trabajo</p> <p>Gestión de Infraestructura</p> <p>Sostenibilidad ambiental y gestión social</p> <p>Gestión de tecnologías de la información y las comunicaciones</p> <p>Evaluación de la gestión</p> <p>Gestión Jurídica</p> <p>Gestión administrativa</p> <p>Gestión Financiera</p>
	A	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la efectividad de los lineamientos de comunicación. • Analizar el impacto en las comunicaciones externas. • Comparar el logro de objetivos con los resultados. • Evaluar la efectividad de las estrategias de gestión de riesgos y oportunidades. • Realizar revisiones periódicas del plan de comunicaciones. • Implementar cambios basados en las métricas y retroalimentación. • Mejorar continuamente las estrategias de gestión de riesgos y oportunidades. • Implementar acciones de mejora y correctivas 			

	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA		CÓDIGO: CPM-CR01	
	COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	CARACTERIZACIÓN	VERSIÓN N° 13 DE MARZO DE 2025	

Gestión Documental	Cronograma de transferencias documentales			Transferencias documentales	Gestión Documental
Prensa (Medios de comunicación)	Solicitudes y requerimientos. Solicitudes de información Ruedas de prensa, entrevistas Atención y acompañamiento.			Suministro de información, boletines de prensa, entrevistas. Atención y acompañamiento.	Prensa (Medios de comunicación)

7. REQUISITOS

CLIENTE EXTERNO	INDICADORES	LEGALES, REGLAMENTARIOS Y OTROS	NORMA	
Información confiable, veraz y oportuna. Reportes fiables. Buen trato en la prestación del servicio	De acuerdo con Plan Estratégico de la anualidad y de gestión de proceso	Consultar Matriz legal de la Terminal de Transporte S.A. GJC-FT13	9001	Numerales 5.2.2, 6.1.1, 7.4, 7.5, 8.1, 9.1 y capítulo 10
			14001	Numerales 6.1.1, 7.4, 7.5.3, 9.1 y capítulo 10
CLIENTE INTERNO	EQUIPO DE TRABAJO (Trabajadores de planta)	RECURSOS	45001	Numerales 6.1.1, 7.4, 7.5.3, 9.1 y capítulo 10
Comunicación interna clara y oportuna Informe de gestión oportuna	Jefe de Oficina Profesional II Técnico 3	Infraestructura. Tecnológicos. Financiero.	27001	Numerales: 4.1, 4.4, 5.3, 6, 7.4, 8 y controles según aplicabilidad del anexo A.
			37001	Numerales 6.1; 7.4, 8.1, 10.

8. DOCUMENTOS ASOCIADOS AL PROCESO

De acuerdo con el listado maestro de documentos de la Terminal de Transporte S.A.

CONTROL DE CAMBIOS		
DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FECHA	VERSIÓN
Se actualizan los nombres de los procesos de acuerdo con el nuevo mapa de procesos, las interacciones entre ellos y el ciclo PHVA.	14/12/2023	12
Se adiciona referencia a los indicadores de gestión de proceso se revisan numerales aplicables al proceso en las normas, incorporando 7.4 para Antisoborno.	03/03/2025	13