

MANUAL DE COMUNICACIONES

• 2018 •



La seguridad
es de todos

Mindefensa

SuperVigilancia

Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....

3

1. OBJETIVO.....

4

2. ALCANCE.....

4

3. POLÍTICA DE COMUNICACIONES.....

4

4. DEFINICIONES.....

5

5. RESPONSABILIDADES DEL GRUPO DE COMUNICACIONES.....

6

5.1 PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....

6

5.2 ESTRATEGIA DE RENDICIÓN DE CUENTAS.....

7

6. LINEAMIENTOS

7

6.1 GENERALES.....

7

6.1.1 Contenido.....

8

6.1.2 Forma.....

8

6.1.3 Seguridad de la información.....

8

7. LINEAMIENTOS ESPECIFICOS.....

9

7.1 ESTRUCTURA DE LAS COMUNICACIONES.....

9

7.2 COMUNICCAIÓN INTERNA.....

10

7.2.1 Canales de comunicación interna.....

10

7.3 COMUNICACIÓN EXTERNA.....

11

7.3.1Canales de comunicación externa.....

11

8. EJECUCIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PUBLICACIÓN EN PÁGINA WEB.....

13

9.EVENTOS Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....

13

10. IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL

14

11. GUÍA IMAGEN CORPORATIVA SUPERVIGILANCIA.....

15

INTRODUCCIÓN

La comunicación como un derecho y como un deber ciudadano y del Estado debe ser activa y participativa.

La comunicación juega un papel esencial en la consolidación de la cultura organizacional en las entidades, ya que facilita el entendimiento de la misión institucional, las directrices, objetivos y metas que se espera cumplir y fortalece el sentido de pertenencia.

A través de la comunicación se garantiza el acceso y la participación de los ciudadanos en la gestión del Estado. Por ello la SuperVigilancia propende por el fortalecimiento de la comunicación tanto interna como externa de la Entidad. De esta manera se fomenta la transparencia y la participación de funcionarios, órganos de control, veedurías ciudadanas y ciudadanía en general, a través de la divulgación de la información institucional a estos grupos de interés, fortaleciendo así la imagen institucional.

Por ello la SuperVigilancia emite el presente lineamiento con el cual se actualiza el Manual de comunicaciones versión 10, que define directrices, orientaciones y herramientas en el marco de la planeación, ejecución, medición y mejoramiento de la comunicación, con el propósito de asegurar procesos comunicativos e informativos oportunos, dirigidos tanto a los colaboradores como a los ciudadanos, visibilizando la gestión y los resultados generados por la entidad.

1. OBJETIVO

Enmarcar dentro del Manual de Comunicaciones las directrices establecidas para el manejo efectivo de las comunicaciones internas y externas de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, respondiendo a las funciones, acatando los valores del servidor público y la normatividad vigente.

2. ALCANCE

Las directrices enmarcadas en el manual aplican para los servidores públicos, en el desarrollo de las funciones para el cumplimiento de la misión institucional.

3. POLITICA DE COMUNICACIONES

La Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada fundamenta las comunicaciones internas y externas en los principios y valores de transparencia, acceso a la información, participación ciudadana, compromiso, honestidad y justicia.

Para fortalecer la credibilidad y confianza se compromete a divulgar los resultados de su gestión, el cumplimiento de las metas, con información idónea, oportuna, veraz, clara y precisa, utilizando los diferentes canales de información y dándole cumplimiento a la normatividad vigente.

Así mismo, la entidad trabajará de manera estratégica, para estimular el dialogo, la participación positiva hasta lograr una articulación con los diferentes grupos de interés, promocionando, invitando y fomentando la intervención de los particulares en la formulación de planes y programas, así como la toma de decisiones en la gestión pública.

Se fomentará una actitud transparente y amable como elemento principal de la cultura comunicativa y se mantendrán mecanismos de comunicación de carácter institucional que permitan el flujo e intercambio de mensajes en las diferentes áreas. Se promocionará el conocimiento, el clima organizacional y el sentido de pertenencia.

4. DEFINICIONES

Canal de Comunicación: Es el medio a través del cual se emite un mensaje y se da la posibilidad de interactuar, estableciendo un contacto directo entre el emisor del mensaje y los receptores del mismo.

Grupos de Interés: Según el Manual para la Práctica de las Relaciones con los Grupos de Interés (UNEP, 2002) son “individuos o grupos que afectan o se ven afectados por una organización y sus actividades”.

Servicios de Vigilancia y Seguridad Privada
Ciudadanía en general
Entidades Públicas
Medios de Comunicación
Órganos de control
Grupos de presión
Funcionarios
Proveedores y Contratistas

Información: Hace referencia a un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Información y Comunicación Interna: La comunicación interna es la que se origina del ejercicio de la función de la Entidad y se difunden en su interior, es contemplada como el agente dinamizador de los procesos de gestión, nace como respuesta a las nuevas necesidades de motivar al equipo y de mantenerlo informado de los cambios organizacionales y de los temas de su interés.

Con la comunicación interna, la organización busca buenas relaciones con y entre sus miembros manteniéndolos informados, integrados y motivados.

Información y Comunicación Externa: La comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por la Entidad hacia sus diferentes públicos externos y están encaminados a mantenerlos informados de las decisiones, mejorar las relaciones con ellos y a alcanzar un determinado nivel de reconocimiento y posicionamiento, es decir, que también se encarga de gestionar la imagen que la Entidad quiere proyectar.

La comunicación externa permite proyectar una imagen favorable mediante la promoción de actividades, planes, proyectos y servicios.

Información pública: Es la información generada por el sector público o que sea de naturaleza pública y dada a conocer a la ciudadanía a través de cualquier canal de comunicación.

Comunicado de prensa: Es una comunicación escrita dirigida a los periodistas de los medios de comunicación para anunciar algo de interés periodístico y que a la vez permite el posicionamiento de la entidad.

Pieza comunicativa: Esta puede ser una foto o imagen diseñada y contiene una breve descripción de contenido (máximo un párrafo), es importante la descripción para afianzar la información que se quiere transmitir.

Campaña publicitaria: Una campaña publicitaria es un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir una marca, un producto o un servicio. Para que la acción sea considerada una campaña es fundamental que exista unidad entre las piezas. Esto es, que presenten la misma idea, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares.

Cartilla: Es un cuaderno pequeño en el que se anotan datos determinados de carácter oficial, son educativas e informativas.

Folleto: Texto impreso en pequeñas hojas de diferentes formas que sirve como una herramienta publicitaria, conciso y sin rodeos, se muestra la intención con palabras claves y con imágenes de ser posible.

Volante: Papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla en el cual se anuncia algo.

Afiche: Están diseñados para difundir un mensaje rápidamente, se usa un lenguaje sencillo y directo, con el fin de que el contenido sea fácil de recordar.

5. RESPONSABILIDADES DEL GRUPO DE COMUNICACIONES

El Proceso de Gestión de Comunicaciones, tiene como objetivo asesorar, dirigir y establecer lineamientos de comunicación, que faciliten la divulgación de información de la Gestión Pública de la SuperVigilancia, así como, promocionar y

apoyar espacios de participación ciudadana, que afiancen las relaciones con los grupos de interés, permitiendo la incidencia para el mejoramiento continuo, a través de las comunicaciones internas y externas.

Esta labor se realiza mediante el diseño de estrategias y la creación de mensajes de comunicación coherentes con la misión y los objetivos institucionales que proyecten el que hacer de la SuperVigilancia.

Por ser un proceso estratégico, el grupo de comunicaciones con el apoyo de la oficina de Planeación y de las demás dependencias, tiene la responsabilidad de diseñar y presentar el Plan de Participación Ciudadana y la Estrategia de Rendición de Cuentas para cada vigencia.

5.1 PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La SuperVigilancia en su planeación, incorporará el Plan Anual de Participación Ciudadana, el cual tiene como objetivo priorizar el dialogo como mecanismo de participación democrática permanente, y garantizar la participación de los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil en las fases de planeación, implementación, seguimiento y evaluación de la gestión pública.

Lo anterior en cumplimiento a la Ley 1757 de 2015, que obliga a las entidades públicas del orden nacional y territorial a formular un plan institucional anual para promover la participación ciudadana, para lo cual se diseñarán acciones en todos los niveles o grados de participación durante todas las fases de la gestión pública. Además, se deberán identificar las instancias y los mecanismos de participación que pueden estar vinculados directamente con el quehacer administrativo, las funciones y la misión propia institucional, con el fin de implementar mecanismos de diálogo y promover la interacción, comunicación, consulta y seguimiento de políticas públicas a nivel nacional y territorial.

Con el desarrollo de este plan se busca que los funcionarios de todas las dependencias de la SuperVigilancia sean conscientes de la importancia de tener una comunicación bidireccional entre la entidad y la ciudadanía, fortaleciendo así, el uso de los canales dispuestos para aumentar la participación ciudadana en el diseño, formulación, desarrollo y seguimiento de las políticas, planes y programas de la SuperVigilancia.

Así mismo, se busca que tanto la información que se ofrece a los ciudadanos, como los espacios de diálogo, sean de fácil comprensión para el público en general, es decir, que el proceso de comunicación se lleve a cabo en lenguaje claro, pues esto garantiza el acceso efectivo de derechos y el cumplimiento de obligaciones por parte de los ciudadanos.

El Plan de Participación Ciudadana es diseñado con el apoyo de las áreas misionales y de apoyo; quienes son los responsables de identificar las actividades en las que se involucra a los grupos de valor para el cumplimiento de las metas, determinando a qué etapa del ciclo de la gestión corresponde la actividad de participación ((diagnóstico, diseño o formulación, implementación, seguimiento y evaluación), así como las fechas a realizarlas durante cada vigencia; y las informará oportunamente a la oficina de comunicaciones para la elaboración y presentación del cronograma.

La oficina de comunicaciones es la encargada de divulgar el cronograma que identifica y define los espacios de participación ciudadana, presenciales y virtuales, que se llevarán a cabo y así como de lo referente a la convocatoria, promoción, invitación y socialización de cada espacio.

La dependencia misional o de apoyo encargada de llevar a cabo el espacio de participación ciudadana es la responsable elaborar el informe del mismo, para ello se contará con un formato interno de reporte de las actividades de participación ciudadana, que contenga como mínimo:

- Actividades realizadas
- Grupos de valor involucrados
- Temas institucionales asociados a los espacios de participación ciudadana.
- Observaciones, propuestas y recomendaciones de los grupos de valor.
- Resultado de la participación

EL formato interno de reporte de las actividades de participación ciudadana diligenciado, y el resultado de la evaluación de los espacios de participación desarrollados será publicado en la página web de la SuperVigilancia.

La Oficina de Planeación realizará un seguimiento periódico a las actividades contempladas en el Plan de Participación ciudadana, de acuerdo con el procedimiento establecido para el Plan de Acción Institucional. (Modelo Integrado de Planeación y Gestión).

El plan anual de participación ciudadana que se desarrolle en la entidad deberá contemplar un enfoque basado en derechos humanos y un enfoque territorial. (Consulte la cartilla el ABC de la Ley 1757 de 2015 Publicada por DNP) (Consulte el Manual de Planes de la SuperVigilancia).

5.2 ESTRATEGIA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

La oficina asesora de comunicaciones con el acompañamiento de la oficina asesora de planeación diseñará y preparará la estrategia de rendición de cuentas, definirá sus fases, contenidos, instrumentos de participación ciudadana y las responsabilidades de cada una de las dependencias de la entidad. Para el efecto consultará y desarrollará la estrategia de acuerdo con lo estipulado en el Manual Único de Rendición de Cuentas de la Función Pública.

El objetivo es dar a conocer a los grupos de interés los resultados de la gestión realizada por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada en cada vigencia, aplicando mecanismos de información, diálogo, incentivos y evaluación de la participación ciudadana e integrando el enfoque de derechos humanos y paz, para mostrar cómo se protegen, se garantizan y se materializan los derechos económicos y sociales de nuestros grupos de interés.

6. LINEAMIENTOS

6.1 GENERALES

6.1.1 Contenido

- Los contenidos informativos que sean difundidos por la SuperVigilancia, deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos, con el fin de que el mensaje llegue de manera clara a los destinatarios y se eviten interpretaciones erróneas.
- De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en los diferentes medios y canales institucionales. En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Estado.

- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales, se debe usar un lenguaje claro.
- Los contenidos deben estar acorde a las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo establecidas por la Real Academia Española.
- La SuperVigilancia solo divulgará información de la cual tenga completa seguridad en términos de veracidad de la misma. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- Antes de ofrecer contenidos, la dependencia generadora debe validar la vigencia y calidad de los mismos.
- En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de manera diligente.

6.1.2 Forma

- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Cualquier material que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.
- Se deben tener en cuenta los lineamientos de la Guía de Lenguaje Claro para servidores Públicos de Colombia del Programa Nacional de Servicio al Ciudadano del Departamento Nacional de Planeación (DNP).
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acorde con los textos y manejar una alta resolución.

6.1.3 Seguridad de la información

- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la Entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (" ") y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada y fecha de publicación.
- En caso de detectar errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente. El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede derivar acciones civiles o penales.

7. LINEAMIENTOS ESPECIFICOS

Es importante que en una entidad pública exista una comunicación fluida entre los servidores públicos, las dependencias y los grupos de interés, para que la gestión se visibilice tanto al exterior como al interior.

Por ello es necesario establecer procesos y canales de fácil acceso que garanticen que la información que produce la SuperVigilancia llegue a cada parte interesada, fortaleciendo la participación ciudadana y la transparencia en la gestión de la entidad.

Por lo anterior, es necesario que todos los servidores públicos conozcan los objetivos institucionales, la estructura organizacional, sus funciones, derechos y deberes, a través de los canales creados para tal fin como son las capacitaciones, los boletines, entre otros.

Por medio de la comunicación interna se fortalece el sentido de pertenencia y se favorece la eficacia y eficiencia de los servidores públicos, esto se ve reflejado en cómo nos ven desde afuera y de allí se genera la comunicación externa que es la que se produce entre la SuperVigilancia y los grupos de interés, a través de los canales de comunicación externos.

7.1 ESTRUCTURA DE LAS COMUNICACIONES

La SuperVigilancia, estructura y coordina los requerimientos de comunicación interna y externa de manera planeada, unificada y coherente a través del procedimiento denominado “COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS” y su flujograma para darle cumplimiento al sistema de calidad, así mismo formaliza y registra todas las acciones de comunicación con el propósito de construir memoria de la entidad, a través del Formato “SOLICITUD COMUNICACIONES”, donde se define cual es la necesidad de comunicación y cómo se debe actuar, el responsable de comunicaciones para que diseñe y ejecute el producto o acción de comunicación.

SuperVigilancia

Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada

PROCEDIMIENTO COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

MINDEFENSA

PROCESO

SECCIÓN DE COMUNICACIONES

ÁREA DE ASISTENCIA

SECCIÓN DE COMUNICACIONES

OBJETIVO

El objetivo de este procedimiento es establecer los canales de comunicación interna y externa de la SuperVigilancia, para garantizar la transparencia y la participación ciudadana, así como la eficiencia y eficacia en la gestión de la entidad.

ALCANCE

Este procedimiento aplica a todos los servidores públicos de la SuperVigilancia, así como a los grupos de interés que interactúan con la entidad.

DEFINICIONES

Este procedimiento define los términos utilizados en el documento.

FLUJOGRAMA

Este procedimiento describe el flujo de trabajo para la gestión de las comunicaciones internas y externas.

ANEXOS

Este procedimiento incluye los anexos que forman parte del mismo.

REVISIÓN

Este procedimiento ha sido revisado y aprobado por el Comité de Gestión de la Calidad.

APROBACIÓN

Este procedimiento ha sido aprobado por el Comité de Gestión de la Calidad.

FECHA DE APROBACIÓN

Este procedimiento ha sido aprobado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REVISIÓN

Este procedimiento ha sido revisado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN

Este procedimiento ha sido actualizado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE VIGENCIA

Este procedimiento ha sido vigente desde el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE EXPIRACIÓN

Este procedimiento ha sido expirado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE CANCELACIÓN

Este procedimiento ha sido cancelado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE DESAPROBACIÓN

Este procedimiento ha sido desaprobado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REPROBACIÓN

Este procedimiento ha sido reprobatado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REVISIÓN

Este procedimiento ha sido revisado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN

Este procedimiento ha sido actualizado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE VIGENCIA

Este procedimiento ha sido vigente desde el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE EXPIRACIÓN

Este procedimiento ha sido expirado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE CANCELACIÓN

Este procedimiento ha sido cancelado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE DESAPROBACIÓN

Este procedimiento ha sido desaprobado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REPROBACIÓN

Este procedimiento ha sido reprobatado el día 10 de mayo de 2019.

SuperVigilancia

Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada

PROCEDIMIENTO COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

MINDEFENSA

FLUJOGRAMA

Este flujograma describe el flujo de trabajo para la gestión de las comunicaciones internas y externas.

SuperVigilancia

Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada

SOLICITUD COMUNICACIONES

MINDEFENSA

OBJETIVO

El objetivo de este formato es registrar la solicitud de comunicación interna o externa de la SuperVigilancia.

ALCANCE

Este formato aplica a todos los servidores públicos de la SuperVigilancia, así como a los grupos de interés que interactúan con la entidad.

DEFINICIONES

Este formato define los términos utilizados en el documento.

FLUJOGRAMA

Este formato describe el flujo de trabajo para la gestión de las comunicaciones internas y externas.

ANEXOS

Este formato incluye los anexos que forman parte del mismo.

REVISIÓN

Este formato ha sido revisado y aprobado por el Comité de Gestión de la Calidad.

APROBACIÓN

Este formato ha sido aprobado por el Comité de Gestión de la Calidad.

FECHA DE APROBACIÓN

Este formato ha sido aprobado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REVISIÓN

Este formato ha sido revisado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE ACTUALIZACIÓN

Este formato ha sido actualizado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE VIGENCIA

Este formato ha sido vigente desde el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE EXPIRACIÓN

Este formato ha sido expirado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE CANCELACIÓN

Este formato ha sido cancelado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE DESAPROBACIÓN

Este formato ha sido desaprobado el día 10 de mayo de 2019.

FECHA DE REPROBACIÓN

Este formato ha sido reprobatado el día 10 de mayo de 2019.

Mensaje Central de la SuperVigilancia

MENSAJE CENTRAL DE LA SUPERVIGILANCIA

“FORTALECIENDO LA SEGURIDAD Y LA CONFIANZA DE LOS COLOMBIANOS”

Esta frase, clara y contundente, permite difundir la misión de la entidad de forma implícita, debe ser de uso permanente y en todas las actividades desarrolladas por la Entidad, el uso constante del mensaje en los diferentes escenarios, presentaciones, documentos fortalecerá el posicionamiento de la Entidad ante la opinión pública.

La Oficina de Comunicaciones se encargará de reforzar el mensaje al interior de la SuperVigilancia para que haya una comunicación interna coherente con el logro de los objetivos y la misión.

Se recomienda el trabajo de todas las dependencias y oficinas para que sea constante la difusión de la frase y quede gravada en la memoria de los servidores públicos, de los contratistas y por supuesto de los usuarios externos y la ciudadanía en general.

7.2 COMUNICACIÓN INTERNA

Es el mecanismo que orienta la difusión de información generada al interior de la Entidad, con un enfoque que ordena y le da valor estratégico a la práctica comunicativa en los ámbitos organizacional e informativo.

La oficina asesora de comunicaciones apoya a las diferentes dependencias a través de la difusión de los contenidos en los canales internos.

7.2.1 Canales de Comunicaciones Interna

Correo electrónico interno: Cada uno de los funcionarios de la SuperVigilancia cuenta con este servicio, previa solicitud de creación del Jefe inmediato y aprobación por parte del Área de Tecnologías y Sistemas de Información. El correo facilita el envío y recepción de información entre los funcionarios de la entidad, garantizando una comunicación ágil, veraz y eficaz.

Intranet: Es el sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de la Entidad, es privado y la información que se publica tiene como objetivo facilitar a los funcionarios el acceso a la información en tiempo real.

La intranet cuenta con acceso a diferentes aplicativos, como el directorio de la entidad, cumpleaños, temas de interés, comprobantes de nómina, entre otros.

Circulares internas. Su objetivo es informar a los funcionarios de la Entidad sobre un asunto de carácter normativo legal y disposiciones emitidas por la entidad. Éstas tienen la particularidad de tratar cualquier tipo de circunstancialidad al interior de la SuperVigilancia, que impacten en la gestión de cada una de las dependencias. Las circulares son remitidas por lo general a través del correo electrónico a cada uno de los funcionarios y publicadas en la intranet, con el objetivo de que la comunicación llegue a la totalidad de los interesados.

Buzón de Sugerencias. Es un canal de información que permite a los funcionarios formular sugerencias respecto de los temas que los afectan y tener

un espacio de participación para que obtengan respuesta a las necesidades que allí plantean. El responsable de su tratamiento es el Grupo de Atención a la Ciudadanía.

Capacitaciones a los Funcionarios. La oficina de Talento Humano elabora de manera anual el Plan Institucional de Capacitación. Para su formulación se determinan las necesidades de capacitación, teniendo en cuenta las necesidades identificadas por cada una de las dependencias y otros lineamientos normativos. De todo lo anterior, se saca una priorización de programas de educación, al que pueden aplicar todos los funcionarios de la SuperVigilancia.

Campañas internas institucionales. Consiste en las estrategias de comunicaciones que durarán un tiempo determinado y pretenden llevar información, crear conciencia y cambiar actitudes entre los funcionarios y colaboradores acerca de algún aspecto que se considere necesario cambiar, mejorar o dirigir hacia un comportamiento diferente.

Boletines informativos. Es una publicación que se realiza de acuerdo con las necesidades de las dependencias, que contiene temas de interés de los funcionarios. Estos pueden socializarse a través de correo electrónico o Intranet.

Memorandos: Comunicación de carácter interno, destinado a transmitir información, orientar recordar, solicitar, dar instrucciones y pautas a las dependencias o funcionarios que tengan relación laboral. Los memorandos son remitidos por lo general a través del Gestor Documental Oficial de la Entidad, con el objetivo de que la comunicación llegue a la totalidad de los mismos o al funcionario que se requiera.

7.3 COMUNICACIÓN EXTERNA

Teniendo en cuenta que la comunicación del Estado debe ser entendida como un bien público y el derecho que tiene la ciudadanía de conocer la gestión de las entidades públicas, se requiere de la formulación de estrategias que promuevan no solo la publicación de información sino una relación bidireccional con la ciudadanía, ya que de ella depende en gran medida la toma de decisiones y el funcionamiento del sector público.

Por tanto, comunicación externa es toda la información producida por la SuperVigilancia, dirigida a los diferentes grupos de interés, a los medios masivos de comunicación, y a los usuarios de los medios digitales.

7.3.1 Canales de comunicación externa

Oficios: Los oficios son tipos documentales que son utilizados para comunicar disposiciones o responder consultas a entidades y personas externas de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada.

Comunicados de prensa: Serán producidos por el grupo de comunicaciones, quienes evaluarán la pertinencia de divulgarlo y de seleccionar el medio de comunicación que se requiere según el tema y a quien va dirigido.

Ruedas de prensa: Consiste en la convocatoria de diferentes medios de comunicación, ante la cual el vocero de la Entidad (el Superintendente o a quien delegue), expone un tema de gran interés para que los medios tengan acceso simultáneo a ciertos datos y luego puedan reproducirlos en las emisiones de los noticieros radiales, televisivos o medios escritos.

La rueda de prensa se utiliza para dar a conocer un hecho relevante y noticioso, que captura y atrae la atención de los medios y se convoca sólo si el Superintendente lo decide.

Publicaciones oficiales: La Entidad podrá hacer uso de diversas herramientas informativas de acuerdo con la necesidad y al público que se dirija.

Oficios, presentaciones, folletos, periódicos, boletines informativos, campañas institucionales, manuales, documentos e informes de gestión, hacen parte de los productos que dispondrá la SuperVigilancia para divulgar la información.

Estas publicaciones se elaborarán siguiendo la Guía de Presentación Identidad Visual Corporativa de la Entidad, la Directiva Presidencial, Directrices para el manejo de imagen, mensajes y publicidad por parte del Ministerio de la Defensa Nacional.

Página web. El sitio web www.supervigilancia.gov.co es el canal donde se publica el contenido noticioso de la entidad, y toda la información producida por las áreas y exigida por la Ley de Transparencia.

Los contenidos, información y promoción que se publique en la página Web de la SuperVigilancia se harán bajo la estructura y pautas trazadas por la Estrategia de Gobierno Digital y apuntando al cumplimiento de la Ley 1712 de 2014 y Decretos Reglamentarios, la “Guía de Lenguaje Claro para Servidores Públicos de Colombia”, elaborada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), y la Ley 1757 de 2015, para garantizar el derecho de los usuarios, ciudadanos y diferentes grupos de interés a mantenerse informados sobre la administración pública desarrollada por la entidad y a ejercer el control social sobre la gestión.

Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en el home de la página web de la SuperVigilancia, dependerá exclusivamente de la oficina de comunicaciones.

Los contenidos que se publiquen en el sitio web serán responsabilidad de cada una de las áreas de las cuales provenga la información. Esto quiere decir que, si bien la oficina de comunicaciones es la encargada de publicar la información en el sitio web, el proceso de gestión, seguimiento, control y verificación, es competencia y responsabilidad de cada área que solicite el cargue de los contenidos.

Para los contenidos que no están relacionados en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública se identificarán sus categorías, áreas responsables y la periodicidad de actualización de la información, mediante el esquema de publicación de la Entidad.

Los documentos que se publiquen en la página web deben tener fecha de elaboración y firma del responsable, así mismo, deben estar debidamente rotulados con el nombre que describa su contenido evitando el uso de abreviaturas. Cada vez que se realice una publicación en el sitio Web, debe quedar el registro de la fecha y hora en que se publicó.

Todos los elementos publicados en la página web deben estar debidamente marcados y/o etiquetados, incluyendo una descripción adecuada de su contenido o lo que representa, evitando el uso de abreviaturas.

8. EJECUCIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PUBLICACIÓN EN PÁGINA WEB

El área solicitante diligencia el Formato de solicitud de comunicaciones FOR-GCM-100- 008 y lo envía al correo de comunicaciones@supervigilancia.gov.co.

El líder del Proceso de Comunicaciones y/o su delegado recibe la solicitud y dentro de las dos horas siguientes la direcciona al profesional del área encargado para que proceda con la revisión, elaboración, redacción, y/o diseño de la pieza comunicativa. Si se trata de la publicación de un documento el profesional debe verificar que tenga fecha de elaboración, firma del responsable y que este rotulado con el nombre que describa su contenido evitando el uso de abreviaturas, en el término de una hora.

Dentro del de la información recibida para publicación, se debe tener en cuenta los lineamientos establecidos para la redacción y presentación de documentos establecidos en este manual.

Una vez verificada la información el profesional la publica acompañada de las piezas de diseño, si así se requiere, estas estarán publicadas durante el tiempo que indique el área solicitante.

Redes sociales. La Entidad cuenta con redes sociales como Facebook - Supervigilancia, Twitter@Supervigilancia y Canal Youtube – LaSupervigilancia, redes que son actualizadas constantemente con información de la gestión de la entidad y solo el proceso de comunicaciones está encargado de publicar contenidos en este medio.

9. EVENTOS Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Los eventos son espacios a través de los cuales, en un momento dado, se comunican los proyectos, decisiones, actos administrativos y estrategias, etc., que son trascendentales para el sector y para los usuarios.

La SuperVigilancia busca a través de ellos, posicionar una imagen positiva de la Entidad, al presentar los proyectos y beneficios para la ciudadanía en general, en este caso, para el sector de la vigilancia y seguridad privada. Su participación en eventos, facilita la difusión de los mensajes institucionales, dado que generalmente, cuentan con la asistencia de funcionarios, del Superintendente o sus delegados, encargados de transmitir el mensaje con propiedad y veracidad.

La SuperVigilancia es una entidad altamente participativa, incluyente en eventos y actividades que demandan una interactividad mayor con sus públicos. Su participación está representada en:

- Foros
- Congresos
- Conferencias
- Mesas de trabajo
- Seminarios
- Conversatorios
- Encuentros nacionales e internacionales
- Rendición de Cuentas
- Ferias

Planeación: Las dependencias interesadas en solicitar apoyo de la oficina de comunicaciones para la realización de un evento, deben enviar la solicitud al correo comunicaciones@supervigilancia.gov.co, indicando la clase de actividad

que se llevara a cabo, el grupo de valor involucrado, el tema institucional a tratar, la fecha y el lugar a realizarse.

Responsabilidad del Solicitante

1. Hacer contacto con las personas invitadas a su evento.
2. Reservar el espacio en el que se va a ejecutar el acto.
3. Consultar y tener claro el número de invitados o una aproximación de ellos.
4. Asignación de rubros.

Responsabilidad de la oficina de comunicaciones

- Himnos
- Banderas, pendones, backing
- Cámara fotográfica/video
- Orden de intervenciones
- Organización de la mesa principal
- Ubicación del atril
- Guion- protocolo
- Maestro de ceremonia

Organización: Se realiza con anticipación, primero se define el objetivo evento, con qué medios se cuenta, que recursos se necesitan, audiencia prevista (asistentes, público en general). De acuerdo al grupo de valor al que este dirigido el evento debe ser promocionado en medios como página web, redes sociales, correo masivo, los cuales sirvan de emisor para llegar al público objetivo.

Ejecución: El día del evento, el profesional de la oficina de comunicaciones designado realiza un cubrimiento periodístico y entrega informe con registro fotográfico, de máximo diez fotos del evento el cual debe ser guardado en la carpeta compartida de comunicaciones, con el nombre y fecha del evento.

10. IMAGEN CORPORATIVA INSTITUCIONAL

Con el objetivo de Introducir e impartir las directrices de la identidad visual corporativa consolidada y unificada de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, SuperVigilancia, se presenta el Logosímbolo de la Entidad, el cual corresponde a los lineamientos establecidos por el Ministerio de la Defensa Nacional y guarda relación con los colores asignados en el Manual Gráfico de la Presidencia de la República al Ministerio.

Un identificador corporativo o marca gráfica es un signo visual de cualquier tipo cuya función específica es la de individualizar a una Entidad. Posee la misma función que el nombre propio, sirve para indicar el emisor, propiedad o autoría y es de suma importancia respetar y proteger sus características únicas.

La imagen corporativa de la entidad, siempre está visible a los públicos, es el elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, es la personalidad de la organización, lo que la simboliza; por tal razón debe estar impresa en todas las piezas comunicativas que involucren a la Entidad y en todos los escenarios donde se haga presente como institución, siempre con el objetivo de posicionarla ante la opinión pública.

Este logo, solo se puede usar en tres fondos como se muestra.

GUÍA IMAGEN CORPORATIVA SUPERVIGILANCIA

Identidad Visual Corporativa Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada



El logotipo está construido con diversas variaciones de la tipografía Rounded Elegance. Esta familia tipográfica se escogió porque es seria y corporativa, sin renunciar a la humanidad, la amabilidad y naturalidad por sus curvas y terminaciones moduladas. Se establecen dos mayúsculas en el nombre, la S y la V, resaltando la identidad corporativa.

Versión permitida para impresión en blanco y negro.



Versión permitida en fondo azul



Versiones Incorrectas



TIPOGRAFÍA

PRIMARIA





















Rounded Elegance
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890¡´#\$%&/()=?;¡*

SECUNDARIA

Centhury Gothic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!"#\$%&/()=?;¡]*'[_:

COLORES CORPORATIVOS

PRIMARIOS

	<div> 100</div> <div> 95</div> <div> 05</div> <div> 0</div>
	<div> 97</div> <div> 81</div> <div> 0</div> <div> 0</div>
	<div> 89</div> <div> 43</div> <div> 0</div> <div> 0</div>
	<div> 75</div> <div> 11</div> <div> 16</div> <div> 0</div>

TAMAÑO MÍNIMO

Con el fin de una mejor legibilidad y mayor impacto del logotipo de la Entidad, los usos deben aplicarse con un tamaño mínimo que se expresa de la siguiente manera.

La dimensión menor admitida para la aplicación de la marca será de 1 cm y su correspondiente proporción horizontal.



La Oficina de Comunicaciones es la única autorizada para la publicación y divulgación de mensajes masivos en la Entidad.

Documentos Soporte Manual

- Política de Comunicaciones del Sector Defensa
- Directiva Presidencial
- Gestión de la Comunicación en Redes Sociales de la Presidencia de la República
- Manual de Comunicaciones Presidencia de la República
- Manual de Identidad Corporativa de la SuperVigilancia
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Ley 1712 de 2014
- Ley de Participación Ciudadana 1757 de 2015
- Política de Gobierno en Línea