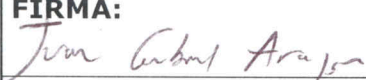

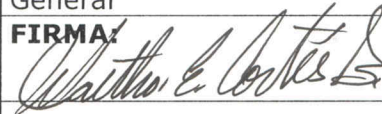
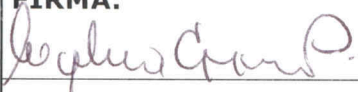
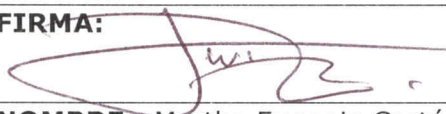
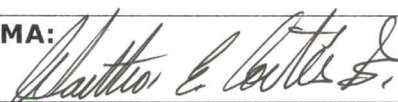
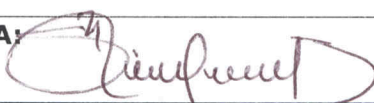


MANUAL DE COMUNICACIONES AGENCIA LOGÍSTICA DE LAS FUERZAS MILITARES

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
NOMBRE: Juan Gabriel Aragón Trujillo	NOMBRE: Marisol Cruz Gutiérrez	NOMBRE: Martha Eugenia Cortés Baquero
CARGO: Profesional de Defensa	CARGO: Asesora de la Secretaria General	CARGO: Jefe Oficina Asesora Jurídica, encargada de las funciones de la Dirección General
FIRMA: 	FIRMA: 	FIRMA: 
NOMBRE: Liz Yohanna Cipagauta Pedraza	NOMBRE: Jaime Rafael Morón Barros	26 JUL 2024
CARGO: Profesional de Defensa	CARGO: Jefe Oficina Asesora de Planeación e Innovación institucional	
FIRMA: 	FIRMA: 	
	NOMBRE: Martha Eugenia Cortés Baquero	
	CARGO: Jefe Oficina Asesora Jurídica, encargada de las funciones de la Dirección General	
	FIRMA: 	
	NOMBRE: Sandra Patricia Bolaños Rodríguez	
	CARGO: Secretaria General (E)	
	FIRMA: 	





PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES <small>— La unión de nuestras Fuerzas —</small>	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14		Página 2 de 35
		FECHA:	26	07
 <small>Grupo Social y Profesional de la Defensa</small>				

TABLA DE CONTENIDO

1.	ALCANCE	3
2.	REFERENCIA NORMATIVA	4
3.	DEFINICIONES	7
4.	CUERPO DEL MANUAL.....	9
4.1	Lineamientos para las Comunicaciones Institucionales	10
4.2	Comunicación Interna	14
4.2.1	<i>Comunicación Organizacional</i>	14
4.2.2	<i>Quiénes ejercen la Comunicación Interna</i>	14
4.2.3	<i>Tipos de Comunicación</i>	15
4.2.3.1	Comunicaciones Verbales	15
4.2.3.2	Comunicaciones Escritas.....	17
4.2.3.3	Comunicaciones Tecnológicas.....	17
4.3.	Comunicación Externa	21
4.3.1.	<i>A Quiénes se Dirige</i>	22
4.3.2.	<i>Tipos de Comunicación</i>	22
4.3.2.1.	Comunicaciones Verbales.....	22
4.3.2.2.	Comunicaciones para interactuar en el marco de nuevos negocios.....	25
4.3.2.3.	Comunicaciones Digitales.....	25
4.3.2.4.	Comunicaciones Masivas.....	26
4.3.2.5.	Paso a paso para manejo de crisis externa:	27
4.4.	Comunicación Mixta (Interna y Externa)	27
4.4.1	<i>Identidad corporativa</i>	27
4.4.2	<i>Correo Electrónico</i>	28
4.4.3	<i>Redes Sociales</i>	28
4.4.4	<i>Encuestas</i>	30
4.4.5	<i>Foros Virtuales</i>	30
4.4.6	<i>Comunicaciones gráficas</i>	30
4.4.7	<i>Comunicaciones Alternativas</i>	31
4.5	Matrices de Comunicaciones	31
4.6	Plan de Comercialización, Marketing y Comunicaciones	32

PROCESO					
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR					
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES <small>— La unión de nuestras Fuerzas —</small>	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01			
		VERSIÓN: No. 14		Página 3 de 35	
		FECHA:	26	07	2024
				 <small>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</small>	

5	CONTROL DE CAMBIOS	34
---	--------------------------	----

INTRODUCCIÓN

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, establece el fortalecimiento de las comunicaciones al interior y exterior de la Entidad, fomentando el compromiso de los funcionarios con la imagen institucional, así como el sentido de pertenencia; de igual manera crea una percepción positiva por parte de la ciudadanía en general, los grupos de interés y partes interesadas.

Cabe señalar tres elementos importantes que complementan el presente Manual, los cuales son: el Plan de Marketing y Comunicaciones, el cual comprende las actividades encaminadas a fortalecer las diferentes unidades de negocio con que cuenta la entidad; las matrices de comunicación de cada uno de los procesos y dependencias, las cuales contienen lo referente a qué se comunica, a quién se le comunica, quién lo comunica, cuándo lo comunica, y cómo lo comunica, su registro físico o digital y el proceso relacionado, documento que se puede consultar en la herramienta Suite Visión Empresarial; y el Manual de Identidad Visual dispuesto en la SVE, en el cual están los lineamientos para el adecuado uso de la marca corporativa (logos, símbolos, tipografía, colores) con el fin de manejar el mismo lenguaje, así como una comunicación unificada y dirigida al mismo objetivo.

El equipo de Marketing y Comunicaciones busca estandarizar las estrategias y mecanismos de comunicación para lograr el alcance de los objetivos, teniendo como base el cumplimiento a las políticas del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG.

OBJETIVO DEL MANUAL



Establecer directrices generales para el manejo efectivo y oportuno de la comunicación interna y externa, con el fin de interactuar, asociar y fortalecer los procesos comunicativos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

Este Manual aplica para la ciudadanía en general, quienes requieren tener información Institucional o hacen parte de las estrategias y acciones de comunicaciones establecidos en legitimidad, transparencia, confianza y participación ciudadana con la entidad.

El Manual de Comunicaciones es de obligatorio cumplimiento para los funcionarios públicos que hacen parte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

1. ALCANCE

El Manual de Comunicaciones aplica para los funcionarios de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, contratistas, partes interesadas, grupos de valor y ciudadanía en general, con el objeto de que realicen una adecuada y oportuna divulgación de la información a quien

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 4 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

la requiera, convirtiéndose en un sistema abierto a la participación, diálogo y transparencia, de acuerdo a la gestión que realiza la entidad.

El equipo de Marketing y Comunicaciones está a disposición de los diferentes procesos y dependencias, para articular e integrar el liderazgo frente a la gestión de las comunicaciones tanto internas como externas, así como velar por la imagen institucional.

2. REFERENCIA NORMATIVA

NORMA		APLICABILIDAD	EMISOR	FECHA
Constitución Política De Colombia		En ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, e conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden.	Presidencia de la República de Colombia	13/06/1991
Ley	44	Derechos de autor	Congreso de la República de Colombia	05/02/1993
Ley	1341	Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones - TIC-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia	30/07/2009
Ley	1712	Por medio de la cual se crea la Ley de transparencia y de derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia	06/03/2014
Ley	1978	Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, se distribuyen competencias y se crea un Regulador Único y se dictar otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia	25/07/2019
Ley	1581	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Congreso de la República	17/10/2012

GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR



TÍTULO
**MANUAL DE COMUNICACIONES
ALFM**

CÓDIGO: **GRV-MA-01**

VERSIÓN: **No. 14** | Página **5** de **35**

FECHA: **26** | **07** | **2024**



Ley	2108	'Ley de internet como servicio público esencial y universal" o "por medio de la cual se modifica la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones"	Congreso de la República	29/07/2021
Ley	2157	Por medio de la cual se modifica y adiciona la Ley Estatutaria 1266 de 2008, y disposiciones generales del habeas data con relación a la información financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República	29/10/2021
Ley	2345	Por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.	Congreso de la República	30/12/2023
Decreto	1360	Por el cual se reglamenta la inscripción del soporte lógico (software) en el registro nacional de derecho de autor.	Presidencia de la República de Colombia	23/06/1989
Decreto	4169	Por el cual se modifica la naturaleza jurídica de la Agencia Nacional del Espectro reasignan funciones entre ella y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	03/11/2011
Decreto	1081	Por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del sector Presidencia de la República.	Presidencia de la República de Colombia	26/05/2015
Decreto	1377	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012.	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	27/06/2013
Decreto	2573	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la estrategia de gobierno en línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones.	Presidencia de la República de Colombia	12/12/2014
Decreto	1078	Por el cual se expide el decreto único de sector de tecnologías de la información y las comunicaciones.	Presidencia de Colombia	26/05/2015

GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR



TÍTULO
**MANUAL DE COMUNICACIONES
ALFM**



CÓDIGO: **GRV-MA-01**

VERSIÓN: **No. 14** | **Página 6 de 35**

FECHA: **26** | **07** | **2024**



Decreto	498	Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1083 de 2015, Único Reglamentario del Sector de Función Pública	Presidencia de la República de Colombia	30/03/2020
Decreto	1008	Por el cual se emiten los lineamientos generales de la estrategia de Gobierno Digital, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	14/06/2018
Decreto	2278	Por el cual se adiciona la Parte 6 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015 Único Reglamentario del Sector Presidencia de la República, se reglamenta parcialmente a Ley 1941 de 2018, en concordancia con los parágrafos* 1 y 2 del artículo 281 de la Ley 1955 de 2019, en lo que hace referencia a la implementación de las Zonas Estratégicas de Intervención Integral ZEII y se dictan otras disposiciones.	Presidencia de la República de Colombia	16/12/2019
Decreto	1008	Por el cual establecen lineamientos de la política de gobierno digital y se subroga el capítulo 1 del título 9 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1078 de 2015, decreto reglamentario del sector de las TICS.	Presidencia de la República de Colombia	14/06/2018
Decreto	767	Por la cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital y se subroga el Capítulo 1 del Título 9 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	16/05/2022
Decreto	199	Por el cual se establece el Plan de Austeridad del Gasto 2024 para los órganos que hacen parte del Presupuesto General de la Nación.	Presidencia de la República de Colombia	20/02/2024
Resolución	1519	Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712/2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos.	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones	3 I/12/2020



PROCESO							
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR							
	TÍTULO	MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM			CÓDIGO: GRV-MA-01		
					VERSIÓN: No. 14	Página 7 de 35	
					FECHA:	26	07
							

Directiva Presidencial	02	Simplificación de la interacción digital entre los ciudadanos y estado.	Presidencia de la República de Colombia	02/04/2019
Directiva Presidencial	03	Lineamientos de la estrategia institucional de comunicaciones, de las entidades del orden nacional	Presidencia de Colombia	02/04/2019
Circular	01	Manejo y uso de redes sociales.	Presidencia de la República de Colombia	22/03/2019


3. DEFINICIONES

ALFM:	Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
Buzón de correo electrónico:	Depósito en el que se almacenan los mensajes de correo que llegan a un destinatario determinado de la entidad
Centro de documentación o centro documental:	Es una unidad de información que reúne, gestiona y difunde la documentación de un área del conocimiento determinado o la producida por la entidad.
Comunicaciones Oficiales:	Información que denota carácter obligatorio, en la cual se dan instrucciones, o se aclara algún hecho o acontecimiento, y se dirige por los medios de comunicación oficiales como son el correo electrónico y los documentos escritos. Son aquellas comunicaciones recibidas o producidas entre las diferentes dependencias de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, incluyendo a cada una de las Regionales, sin importar el tipo de soporte ya sea impreso, medio digitalizado, electrónico, magnético, filmico, etc. Se consideran comunicaciones Oficiales: Memorandos, actas, directivas, instructivos, correos electrónicos, Oficios, entre otros.
Comunicaciones Masivas:	Son comunicaciones divulgadas por los diferentes canales de comunicación externa
Clientes, usuarios o grupos de interés:	Son las partes interesadas, con las cuales se establece un flujo de comunicación que aplica para los procesos de la Entidad. Entre estos se incluyen. Entes de Control Entidades Contratantes Entidades del Gobierno Nacional

GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR

 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	<p>TÍTULO</p> <p>MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM</p>	<p>CÓDIGO: GRV-MA-01</p>			 <p>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</p>
		<p>VERSIÓN: No. 14</p>	<p>Página 8 de 35</p>		
		<p>FECHA: 26</p>	<p>07</p>	<p>2024</p>	

	<p>Servidores Públicos ALFM Ciudadanía en general.</p>
<p>Editor de contenido:</p>	<p>Funcionario encargado/delegado por directivo de cada área y/o proceso para realizar publicación en página web.</p>
<p>Emisor:</p>	<p>Es la persona encargada de codificar, generar y transmitir un mensaje de interés a través de diferentes medios y canales.</p>
<p>Información pública</p>	<p>De acuerdo con los lineamientos de la Ley 1712 de 2014 Transparencia y Acceso a la Información Pública, es responsabilidad de las Entidades del Gobierno Nacional, dar cumplimiento en razón a que la información hace parte de la gestión de las Entidades, la cual debe ser abierta a la ciudadanía.</p>
<p>Manual de Identidad Visual ALFM:</p>	<p>Documento en el que se relaciona la imagen de la Entidad. En este se definen los parámetros que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la Entidad. Describe los signos gráficos ya establecidos, así como la forma, color y tamaño. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas de la Entidad. Sigue lineamientos del Gobierno Nacional y del Ministerio de Defensa.</p>
<p>Manual de Comunicaciones:</p>	<p>Documento que describe los lineamientos generales de las comunicaciones, tanto a nivel interno como externo de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.</p>
<p>Matriz de Comunicaciones:</p>	<p>Documento Excel que contiene la descripción de la información la cual se debe comunicar a los grupos de valor, partes interesadas, así como quiénes serán los responsables de recolectar, editar y distribuir la comunicación. La matriz debe precisar la comunicación a cada proceso y dependencia de la siguiente manera: a quién, cómo y cuándo lo comunica. El formato de Matriz de Comunicaciones se encuentra publicado en el módulo de documentos de la herramienta Suite Visión Empresarial.</p>
<p>Plan de Comercialización, Marketing y Comunicaciones</p>	<p>Documento donde se describen las actividades para comercializar los bienes y servicios que ofrece la entidad ante los grupos de interés, así como las fechas,</p>

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM			
		CÓDIGO: GRV-MA-01		Página 9 de 35	
		VERSIÓN: No. 14	FECHA: 26	07	2024

	recursos y responsables, con el objetivo de organizarlas para que haya un control, seguimiento y cumplimiento de las mismas.
PQRSD:	Peticiones, Quejas, Reclamos, Solicitudes y Denuncias.
Receptor:	Es aquella persona que es destinatario y recibe un mensaje de interés.
Repositorio:	Espacio centralizado en donde se almacena, organiza, mantiene y difunde información digital de la Entidad
Responsable de contenido:	Directivo que aprueba la publicación de cada área y/o proceso en página web.
Webmaster:	Persona responsable del desarrollo, correcto funcionamiento y mantenimiento de la página web.

4. CUERPO DEL MANUAL

El Manual de Comunicaciones contiene lineamientos para la interacción permanente con la ciudadanía y los grupos de interés, por lo cual se da a conocer a los servidores públicos de la Entidad los fundamentos para el tratamiento, organización, desarrollo de la comunicación tanto de carácter interno como externo, en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

La comunicación en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, aplica de acuerdo con lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG establecido por el Departamento Administrativo de la Función Pública. La Información y Comunicación es una dimensión estratégica fundamental, por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la planeación, ejecución, control y evaluación de la gestión interna, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos y la misión Institucional.

El manual pretende fortalecer la imagen institucional y las comunicaciones, a través de la difusión y publicación de información hacia los funcionarios, usuarios, grupos de interés, partes interesadas y ciudadanía sobre la gestión de la Entidad y los servicios que ofrece, con el fin de afianzar los procesos comunicativos y contribuir con el cumplimiento y lineamientos de los objetivos institucionales.

Los comunicativos y contribuir con el cumplimiento y lineamientos de los objetivos institucionales.


PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES <small>— La unión de nuestras Fuerzas —</small>	TITULO	MANUAL DE COMUNICACIONES			
		CÓDIGO: GRV-MA-01		Página 10 de 35	
		FECHA:	26	07	2024




Imagen 1. El presente Manual de Comunicaciones va enfocado a aprovechar de mejor manera las herramientas digitales. Tomado de Getty-images

4.1 Lineamientos para las Comunicaciones Institucionales

- Para garantizar el logro de los propósitos misionales, la transparencia de la administración y el fortalecimiento de la confianza de la ciudadanía, la comunicación en la ALFM es de carácter estratégico y está orientada al fortalecimiento de la imagen y la identidad institucional.
- La relación con los medios de comunicación es de carácter institucional y está basada en los principios de objetividad, veracidad y publicidad, para lo cual la ALFM respeta sus actuaciones de libertad de prensa y autonomía de los medios de comunicación, pero así mismo exige de estos, la veracidad e imparcialidad.

El equipo de Marketing y Comunicaciones, debe elaborar un informe semestral de seguimiento, evaluación y control de la información publicada en la Página Web y en la Intranet, el cual evidenciará el diagnóstico situacional; y en caso que sea necesario, se solicitará y emitirán recomendaciones y/o correcciones que contribuyan al mejoramiento y agilidad en los Procesos y dependencias de la entidad.

- Cada Director, Jefe de Oficina y/o Coordinador es responsable de la publicación de la comunicación que emita su proceso, dependencia o regional.
- La información que los procesos y dependencias responsables, requieran dar a conocer en las herramientas tecnológicas de la Entidad, debe contener la fecha en la cual se actualizó, modificó y publicó, así como la firma de quien elaboró, revisó y aprobó.
- La comunicación informativa de carácter externo, como oficios e informes, serán firmados única y exclusivamente por el Director General de la Entidad u otro Servidor

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM			
		CÓDIGO: GRV-MA-01		Página 11 de 35	
		VERSIÓN: No. 14	FECHA:	26	07

- Público debidamente autorizado por la Alta Dirección, con excepción de casos en los requerimientos externos y/o manifiestos permitan y/o se establezcan que la firma está avalada por un directivo y/o Coordinador específico de alguna dependencia; lo cual debe estar soportado por la normatividad (interna) aplicable vigente.
- al debe estar soportado por la normatividad (interna) aplicable vigente.
 - Las solicitudes y/o derechos de petición deben responderse en los plazos legales, manteniendo la imagen institucional, con el uso de lenguaje claro y siguiendo los lineamientos establecidos en el Manual de Comunicaciones y el Manual de Identidad Visual ALFM.
 - La comunicación con las regionales se realizará de manera formal a través de los diferentes canales y estrategias que la ALFM ha adoptado.
 - Los directores regionales deberán suministrar de manera inmediata al equipo de Marketing y Comunicaciones, información relevante que implique la imagen de la entidad, esto con el fin de evaluar el impacto y manejo que se le dará a la información, según 4.3.2.5 Paso a paso para manejo de crisis externa.
 - El apoyo de Marketing y Comunicaciones en cada regional será el director (a), quien suministrará información de las actividades realizadas de manera interna, así como las que se realicen ante los diferentes grupos de interés.

¿Quieres dar a conocer la labor que cumple tu Regional?



Envíanos la información y nosotros publicaremos

- Comunicación**
 - Artículo de prensa
 - Nota de Revista
 - Boletín de prensa
 - Noticias para web
- Diseño**
 - Diseño piezas gráficas
 - Diseño y Diagramación de material Publicitario
- Web**
 - Diseño "Pop Up"
 - Banner para página web
 - Artículos página web
- Redes Sociales**
 - Publicación de eventos
 - Publicación de avances tecnológicos
 - Publicación de actividades
 - Publicación campañas institucionales

- 1



Envía tu solicitud a los correos.

liz.cipagauta@agencialogistica.gov.co
juan.aragon@agencialogistica.gov.co
harold.diaz@agencialogistica.gov.co
- 2



Radica tu solicitud 5 días antes de tu necesidad.
- 3

Explica de manera clara y sencilla tu solicitud.



Imagen 2. El presente Manual de Comunicaciones pretende involucrar en mayor medida a las diferentes regionales con el fin de dar a conocer y promocionar sus respectivas actividades. Realización de Marketing y Comunicaciones 2023

PROCESO						
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR						
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01			 <p>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</p>	
		MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM		VERSIÓN: No. 14		Página 12 de 35
		FECHA:	26	07		2024

- En caso de presentarse un acontecimiento que implique alguna respuesta o declaración a los medios de comunicación, el único funcionario con autoridad para dar declaraciones, es el Director General o la persona que este designe.
- El Director General como Representante Legal de la entidad es el único funcionario con potestad para aprobar políticas de operación (resoluciones, directivas y manuales), y todo documento que complemente o modifique un lineamiento ya establecido en la entidad, siguiendo las recomendaciones de los responsables de cada uno de los procesos, en aras del adecuado direccionamiento de la entidad.
- Los documentos en donde se encuentren las publicaciones, tanto internas como externas, que involucren los símbolos de la ALFM, ente certificador, Ministerio de Defensa, GSED, Gobierno Nacional y de la imagen Institucional de las diferentes unidades de servicio, deberán ser avaladas por Marketing y Comunicaciones, quien se encargará de apoyar el uso adecuado de la imagen corporativa (consultar “Manual de Identidad Visual ALFM” publicado en la Suite Visión Empresarial).
- La divulgación de resoluciones, directivas, folletos, pendones y la información que sea propia de conocimiento a nivel organizacional, es de carácter obligatorio y la responsabilidad de difundirla recae en las dependencias productoras de estas comunicaciones.
- Cada responsable de proceso debe realizar seguimiento y/o proyectar modificaciones de las políticas de operación, que serán firmadas por el Director General de la Entidad, de acuerdo a su pertinencia, conveniencia y necesidad, así como su derogación, con el fin de actuar bajo una política clara y actualizada de acuerdo con la normatividad legal vigente.
- La Oficina de Tecnología de la Información y Comunicación – TIC, recibirá la información de cada proceso, previa autorización del Jefe de Oficina (vía correo electrónico) para ser publicada en la página web.
- Los editores web, deben actualizar permanentemente los módulos que se les asignaron cada vez que se realicen cambios o modificaciones a la información, con el fin de garantizar la veracidad y actualización de la información por los canales de comunicación. Sin embargo, es preciso señalar que la responsabilidad de su revisión y publicación será del Jefe de Oficina o líder de la dependencia quien solicita la publicación.
- La información respecto a la responsabilidad de los editores de la página web y la intranet se encuentra establecidos en la Directiva Permanente de los Lineamientos editoriales para el portal web e intranet.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 13 de 35	
		FECHA:	26	07
				

- Todo material y/o pieza gráfica que se relacione con fotografías, infografías y videos que sean susceptibles de publicar, deben ser revisados previamente por el Equipo de Marketing y Comunicaciones, quien hará el filtro de los mismos antes de su publicación en los canales institucionales de la Entidad.
- Con el fin de mantener una uniformidad en la comunicación, especialmente en los boletines informativos que se difunden dentro de la Entidad, cada proceso deberá solicitar a Marketing y Comunicaciones la pieza gráfica de lo que se desea divulgar.
- En el evento en que se solicite información a la ciudadanía o se pretenda divulgar alguna imagen personal, se debe contar con su autorización y aclarar que la misma sólo será utilizada para los fines pertinentes dando cumplimiento al Habeas Data.
-
- En la solicitud de material publicitario deben estar justificados los fines, para los cuales será utilizado el documento, el cual debe estar firmado por el Director General, Secretario General, Subdirector General, Jefe de Oficina, Director Nacional o Regional; si se trata de material POP (agendas, esferos, gorras, etc), Marketing y Comunicaciones analiza y toma la decisión junto con el responsable del proceso para decidir si es pertinente o no proveer el material. Lo anterior teniendo en cuenta el Decreto 199 del 20 de febrero de 2024 del Gobierno Nacional (Plan de Austeridad del Gasto 2024).
- Los contenidos publicados en redes sociales y página web, no deben ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios u obscenos. Se debe tener en cuenta que se trata de la imagen institucional del Sector Defensa y de la Entidad. Los mismos deben resaltar la misión, visión, gestión y valores corporativos.
-
- Se deben evitar todo tipo de estereotipos de raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
-
- Los contenidos deben ser de acuerdo con las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo, establecidas por la Real Academia Española y acorde a los lineamientos de la entidad.
-
- En el evento en que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido de la información quede en duda, se debe corregir de manera diligente y oportuna por parte del responsable del Proceso.
-
- Se debe dar aplicabilidad a los lineamientos del Gobierno Nacional del portal "GOV.CO".
-
- Para hacer uso de información de la Entidad como: reproducción, transformación, o puesta a disposición del material documental y/o digital protegido por derechos de autor, es necesario contar con la autorización de los Señores: Representante Legal (Director General) y/o Secretario General de la ALFM.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 14 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

4.2 Comunicación Interna

La comunicación interna de la Entidad, es la difusión de directrices e información a los servidores públicos, partes interesadas y grupos de valor, cuya finalidad es dar a conocer los valores, productos y servicios, para fomentar la cultura organizacional y generar sentido de pertenencia de la misionalidad de la Entidad. La comunicación hace parte de la respuesta a las necesidades de los equipos de trabajo para establecer acciones, responsables, y recursos para fortalecer y hacer más eficiente y eficaz los procesos comunicativos, cuya finalidad es dar a conocer los productos y servicios al interior de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

procesos comunicativos, cuya finalidad es dar a conocer los productos y servicios al interior de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

procesos comunicativos, cuya finalidad es dar a conocer los productos y servicios al interior de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

La Información y Comunicación es una pieza estratégica, la cual facilita la planeación, ejecución, control y evaluación de la gestión interna con su entorno, dándole al cliente interno participación activa y directa con el logro de los objetivos.

4.2.1 Comunicación Organizacional

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el fin de garantizar el logro del objetivo misional institucional, la transparencia y acceso a la información pública en la gestión de la administración pública, propende por la confianza de los servidores públicos, ciudadanía y partes interesadas fortaleciendo de esta manera la comunicación institucional.

El equipo de Marketing y Comunicaciones está orientado al fortalecimiento de la identidad institucional y de la comunicación, creando estrategias que garanticen una acertada comunicación organizacional.

anticen una acertada comunicación organizacional.



4.2.2 Quienes ejercen la Comunicación Interna

La comunicación interna es dirigida a los servidores públicos, personal militar en comisión y civiles que hacen parte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

Las comunicaciones de la Entidad, se direccionan en varios flujos de información (descendente, ascendente, horizontal, diagonal o cruzada), en donde se requieren solicitudes y envío de información a través de los diferentes canales de comunicación, como el correo institucional o memorandos, los cuales deben ser de conocimiento de los responsables del proceso que las genera.

Esta clase de comunicación fluye a partir de los siguientes niveles:

- Comunicación Descendente: Son los mensajes que van desde el nivel jerárquico hacia los funcionarios de niveles subordinados.
- Comunicación Ascendente: Son los mensajes que los funcionarios envían a otros cargos, que ocupan niveles altos dentro de la Organización.

PROCESO					
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR					
	TÍTULO	CÓDIGO: GRV-MA-01			
		MANUAL DE COMUNICACIONES		VERSIÓN: No. 14	Página 15 de 35
		ALFM	FECHA:	26	07
					

- Comunicación Horizontal: Es el intercambio lateral de mensajes. Se da entre personas que se encuentran a nivel semejante dentro de la Entidad.
- Comunicación Diagonal o Cruzada: Intercambio de mensajes entre nivel superior o inferior y las diferentes dependencias.

FLUJO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Comunicación Descendente:
La que fluye de niveles jerárquicos superiores a inferiores. Desciende por la cadena de mando.



Comunicación Ascendente:
Circula de subordinados a superiores y continúa su ascenso por la cadena jerárquica.

Comunicación cruzada: Flujo Horizontal y Diagonal

Imagen 3 Fuente: <https://www.monografias.com/trabajos101/comunicacion-administradores/comunicacion-administradores>



4.2.3 Tipos de Comunicación

Los canales de la comunicación interna en la ALFM pueden ser verbales, escritos, tecnológicos, gráficos y/o alternativos.


- Verbal: Son reuniones, donde se comunican diferentes actividades relativas a la gestión de la Entidad.
- Escrita: Se divulgan por escrito.
- Tecnológica: Se manejan por medios tecnológicos/nuevas tecnologías.
- Gráfica: Son las ilustraciones complementarias (piezas gráficas).
- Alternativa: Son comunicaciones internas, diferentes a las antes mencionadas; su finalidad se orienta a divulgar de manera diferente la gestión de la Entidad.

4.2.3.1 Comunicaciones Verbales

- Reunión de Alta Dirección
 - Preside: Director General.
 - Participan: Secretario General, Subdirectores Generales, Jefes de Oficina, Directores Nacionales y Regionales, el Grupo Asesor de la Dirección General. Eventualmente se solicitará la asistencia de uno o más coordinadores de grupo y otros funcionarios que se consideren necesarios.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 16 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

- Objetivo: Socializar, analizar y proponer soluciones a los diferentes problemas o situaciones que se presentan en las actividades diarias de la organización. Proponer y definir estrategias para mejorar la gestión de la Entidad.
 - Frecuencia: El primer día hábil de la semana o cuando el Director General así lo considere.
 - Evidencia: El asistente de la Dirección General, que hace parte del Grupo Asesor de Dirección, elabora un acta de reunión con las memorias, decisiones y órdenes impartidas por parte del Director General y/o Secretario General.
 - Mecanismo: Reunión presencial y/o virtual que se realiza en la Sede Principal y Regionales de la ALFM, en esta reunión, los Directivos y Jefes de Oficina exponen los temas prioritarios relacionados de cada una de sus dependencias; el Director General imparte instrucciones acerca del mejoramiento o corrección de decisiones y/o actividades propias de sus áreas. Los Directivos acatarán las órdenes o instrucciones para conocimiento masivo y se estipularán mediante directivas y/u órdenes administrativas.
- Reunión Administrativa de la Oficina Principal y Regionales
- Preside: Director General.
 - Participan: Secretario General, Subdirectores Generales, Directores Nacionales y Regional\es, Jefes de Oficina y Grupo Asesor de la Dirección General. Eventualmente se solicitará la asistencia de uno o más coordinadores de grupo y otros funcionarios de la dependencia objeto de la reunión, que se consideren necesarios.
 - Objetivo: Evaluar y hacer seguimiento a la gestión efectuada, la situación financiera y económica, el estado actual de las cuentas, situación de las transacciones comerciales efectuadas con los proveedores y unidades militares; actualización de la normatividad y conocimiento de temas propios de las áreas de gestión, información en aras de dar cumplimiento eficiente de la Mega, Visión, Misión y Objetivos Institucionales.
 - Frecuencia: Una vez al mes o cuando el Director General, así lo considere.
 - Documento: La Oficina Asesora de Planeación e innovación Institucional, consolida el acta de reunión administrativa con las memorias, decisiones tomadas y órdenes impartidas por el Director General.
 - Mecanismo: Reunión presencial y/o virtual que se realiza en la Sede Principal y Regionales de la ALFM, utilizando los medios tecnológicos (videoconferencias).
- Reuniones de Comités
- Comité Institucional de Gestión y Desempeño (MIPG), Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST), Gestión de innovación y Redes de Valor, Comité Institucional de Coordinación de Control Interno Oficina Principal, Subcomité de Control Interno de las Regionales, Conciliación Financiera, Defensa Técnica y Política de Prevención del daño Antijurídico; las cuales inciden en las decisiones para el desempeño y mejoramiento institucional.
- Difusión desde la Recepción de la Oficina Principal
- Son mensajes telefónicos que se realizan desde la recepción en manera simultánea a todos los funcionarios de la entidad.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 17 de 35
		FECHA:	26	07

Así como, la información que se da a conocer en la cartelera digital, la cual es un medio para compartir información y contenidos audiovisuales relevantes de interés para los funcionarios de la Entidad y los visitantes.

4.2.3.2 Comunicaciones Escritas

Las comunicaciones escritas en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, son de carácter formal, para lo cual se han adoptado diferentes tipos de documentos. Para ver los lineamientos establecidos se puede consultar el "Manual de elaboración de documentos ALFM".

Se relacionan las comunicaciones escritas más relevantes para la Entidad:

- Directivas Permanentes y Transitorias
- Resoluciones
- Actas Administrativas
- Actas de Entrega del Cargo
- Oficios
- Memorandos
- Actas de reunión de coordinación
- Notas Internas
- Presentaciones
- Correo electrónico institucional

De acuerdo con el "Manual de elaboración de documentos ALFM" y el Sistema Integrado de Gestión (SIG) de la Entidad, se encuentran aprobados y publicados en la herramienta Suite Visión Empresarial los formatos generales, los cuales permiten la interacción entre los diferentes Procesos de la Entidad.



4.2.3.3 Comunicaciones Tecnológicas

La comunicación tecnológica en la entidad es un recurso fundamental para el proceso de implementación, crecimiento y evolución con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos como la organización, producción, despacho, ventas, cobranza y capacitación.

Para las Comunicaciones Tecnológicas, se deben observar y aplicar plenamente lo establecido en el "Manual de Políticas de Seguridad de la Información" publicado en la Suite Vision Empresarial y lineamientos de seguridad de la información, emitidos por la Oficina TIC.

Los medios tecnológicos en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, son herramientas de comunicación, por tal razón, es obligatorio que los funcionarios tengan presente los siguientes criterios:

- Los dispositivos móviles institucionales (teléfonos móviles, teléfonos inteligentes (Smartphone), portátiles, entre otros), son una herramienta de trabajo que se deben utilizar únicamente para facilitar las comunicaciones de los usuarios de la entidad.
- Estar en constante revisión del correo electrónico (Outlook), por lo menos cada 2 horas, en razón a que este medio y/o servicio de red permite a los usuarios enviar y

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 18 de 35	
		FECHA: 26	07	2024
				

recibir mensajes internos y externos (también denominados mensajes electrónicos o cartas digitales) mediante redes de comunicación electrónica; la interacción de solicitudes tanto internas como externas se hace fundamental.



- El ORFEO se debe revisar permanentemente, por parte de los funcionarios, ya que es un sistema de gestión de correspondencia para compartir y radicar la comunicación, y a su vez, permite la incorporación de la gestión de los documentos tanto internos como externos a los procesos de la Entidad, automatizando procedimientos.

Así mismo, se debe de garantizar que los módulos de entrada y salida e informados estén libres de documentos; por lo cual todas las comunicaciones deben estar debidamente tramitadas y/o archivadas.



Imagen 4: Plataforma ORFEO.

- Videoconferencia o video llamada, es la comunicación simultánea bidireccional de audio y vídeo, que permite mantener reuniones virtuales con las Regionales y/o funcionarios y con personal externo a la ALFM, situados en diferentes lugares del país. Para la solicitud de una videoconferencia, se debe registrar el "caso" en la '*Mesa de Ayuda Informática', con el fin de determinar la disponibilidad y soporte de sala virtual y canales, acorde a la programación del grupo encargado. Así mismo, la Oficina de TIC debe garantizar estos medios electrónicos para desarrollar el trabajo en casa en el caso de requerirse y ser autorizado.
- Protectores de pantalla y de fondos de escritorio en los equipos de cómputo, en los cuales se emiten mensajes y/o recordatorios relevantes para los funcionarios de la Entidad. Las áreas y/o procesos harán la solicitud de la pieza gráfica al equipo de Marketing y Comunicaciones y una vez aprobada por el solicitante se procederá a enviar a la Oficina de TIC para la correspondiente publicación.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 19 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

Los fondos de pantalla se tendrán máximo por una semana a partir de la fecha de publicación, salvo autorización de la Alta Dirección para que se extienda por más días, esto con el fin de rotar información de las diferentes áreas/dependencias.

Por cualquiera de estos medios se pueden publicar o gestionar comunicaciones oficiales o de interés general para los funcionarios de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

La Oficina TIC definirá y actualizará los lineamientos de las comunicaciones tecnológicas institucionales de la ALFM, de acuerdo con sus competencias y funciones.

Se relacionan a continuación las siguientes comunicaciones digitales más relevantes para la ALFM:

1) Correo electrónico interno (Outlook)

Las carpetas de correo que proporciona el Outlook configurado al usuario, ayudan a mantener el registro de todos los mensajes (entrantes y salientes). Outlook proporciona facilidades para poder acceder y administrar de la mejor manera el correo electrónico, en responsabilidad de la oficina TICS, tales como: creación y recepción de mensajes, creación de firmas, adjuntar archivos, administración de calendario y citas, gestión de tareas.

Para la gestión de los mensajes en el correo electrónico, al corresponder a un medio de comunicación oficial (interno y externo), se debe respetar la importancia de los logos y el estándar de la firma, tal como se ilustra a continuación:

Nombre completo del funcionario

Cargo

Dependencia de la sede Principal o Regional donde labora

Teléfono y extensión si aplica.

Dirección y Ciudad – Colombia

Página web



Logo de la empresa certificadora de calidad cuando se requiera

Texto del mensaje: fondo blanco con letra negra en Verdana tamaño 11 recta: "TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS" (texto en español e inglés)

En tamaño 8 Verdana negro mensaje ambiental:

"16 resmas: 1 árbol"

Razón suficiente para pensar si es necesario imprimir este correo".

PROCESO				GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM		CÓDIGO: GRV-MA-01			
				VERSIÓN: No. 14	Página 20 de 35		
				FECHA:	26	07	2024



Juan Gabriel Aragón Trujillo
 Profesional de Defensa
 Marketing y Comunicaciones
 Telefono: (601) 6510420 Ext. 1205
 Calle 95 No. 13-08 Bogotá, Colombia
www.agencialogistica.gov.co



2021 TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

Este documento es propiedad de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, puede contener información privilegiada o confidencial. Por tanto, usar esta información y sus anexos para propósitos ajenos a los de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, divulgarla a personas a las cuales no se encuentre destinado este correo o reproducirla total o parcialmente, se encuentra prohibido en virtud de la legislación vigente. La Entidad no asumirá responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este correo que no estén directamente relacionados con Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Si usted no es el destinatario autorizado o por error recibe este mensaje, favor borrarlo inmediatamente.

2021 ALL RIGHTS RESERVED



This document is property of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, it may contain privileged confidential information. Therefore using this information and its annexes for purposes different from those of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, distributing said information to people who are not among those for which this email was intended, or reproducing it partially or totally is prohibited in accordance with the law available. The organization will not assume the responsibility around the information, opinions or criteria contained in this email, if not directly related to Agencia Logística de las Fuerzas Militares. If you are not the authorized recipient, or you receive this message by mistake, please delete it immediately.



16 resmas = 1 árbol

Razón suficiente para pensar si es necesario imprimir este correo.

- 2) Intranet
 Red informática que utiliza la tecnología del protocolo de Internet para compartir información y servicios tecnológicos en la Entidad, es interna, por lo que solo los funcionarios de la ALFM tienen acceso a ella.
- 3) Centro Documental

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 21 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

Es una herramienta en donde se almacena la organización documental, así como el proceso archivístico orientado a la clasificación, organización y descripción de los Actos Administrativos y Políticas de Operación de la Entidad, lo cual resulta fácil la consulta, y ahorra tiempo y espacio en el almacenamiento de la información. Este abarca acciones como: tratamiento de documentos, flujo, distribución, consulta, reproducción, almacenamiento, envío, recepción, mejora, en formato digitalizado, electrónico y ventajas en la accesibilidad y agilidad en el manejo de la información almacenada que realiza cada uno de los procesos y dependencias de la ALFM.

ventajas en la accesibilidad y agilidad en el manejo de la información almacenada que realiza cada uno de los procesos y dependencias de la ALFM.

ajas en la accesibilidad y agilidad en el manejo de la información almacenada que realiza cada uno de los procesos y dependencias de la ALFM.

4) Suite Visión Empresarial - SVE

Esta herramienta consolida la información del Sistema Integrado de Gestión de la entidad, allí se encuentran (documentos, riesgos, indicadores, mejoras, planes institucionales, entre otros), es administrada por la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional - Proceso Desarrollo Organizacional y Gestión Integral, para lo cual existen funcionarios designados para la administración de sus diferentes módulos; así como, la publicación de la base documental del SIG, y la gestión realizada por parte de cada uno de los responsables de los procesos de la entidad, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el "Manual de Elaboración de Documentos ALFM".

5) Cartelera/pantalla Digital

Es la herramienta visual (televisores) que se ubican en la entrada principal y algunas oficinas con el fin de difundir información relevante de la entidad.

4.3. Comunicación Externa



La comunicación de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, es un deber de la Entidad para con la ciudadanía y las partes interesadas; se dan a conocer los bienes y servicios, gestión, así como la formulación de planes, proyectos y estrategias en la publicación de la información, la cual debe ser de libre acceso y tener una relación bidireccional con las partes interesadas, en razón a que apoya la gestión, toma de decisiones y el buen funcionamiento de la entidad.

Asimismo, la comunicación de la Agencia Logística debe estar alineada con las Políticas del Gobierno Nacional y de acuerdo con lo establecido en la normatividad legal vigente, en especial con el Ministerio de Defensa al cual está adscrita.

La comunicación que se difunde de forma externa de la ALFM garantiza la transmisión de la información, dando a conocer su funcionamiento y resultados; logrando mantener y optimizar las relaciones públicas con los grupos de interés, partes interesadas y ciudadanía en general para posicionar la imagen positiva; dando cumplimiento al Principio Constitucional de Publicidad y Transparencia y Acceso a la Información en el Sector Público y Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, lineamientos establecidos por parte del Gobierno Nacional.

por parte del Gobierno Nacional.

por parte del Gobierno Nacional.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 22 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

4.3.1. *A Quiénes se Dirige*

Al Personal del Ministerio de Defensa Nacional, Fuerzas Militares, Empresas del Grupo Social y Empresarial de la Defensa – GSED, Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Departamento Nacional de Planeación, Departamento Administrativo de la Función Pública - DAFP, Procuraduría General de la Nación, Contraloría General de la República, entre otras Entidades de la Administración Pública, proveedores, usuarios de la ALFM, grupos de interés, clientes o entidades contratantes, partes interesadas, así como, al sector privado y a la ciudadanía en general.

4.3.2. *Tipos de Comunicación*

La Entidad informa sobre su misión y gestión utilizando los diferentes tipos de comunicaciones, así como las verbales, escritas, tecnológicas y masivas; estas últimas, son aquellas que por su naturaleza necesitan ser divulgadas por medios de comunicación tradicionales, que tengan una cobertura como radio, televisión, periódicos, revistas, entre otros.

4.3.2.1. Comunicaciones Verbales

➤ Audiencia Pública de Rendición de Cuentas (APRC)



La Rendición de cuentas está enmarcada en la Constitución Política de Colombia y en la Ley 489 de 1998, en la cual se estableció que las Entidades y Organismos de la Administración Pública en un proceso para dar a conocer la transparencia de la Gestión de la Administración Pública y la protección de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia y transparencia en las actuaciones tanto de las Entidades del Gobierno Nacional como de los Servidores Públicos de la Entidad.

La rendición de cuentas es un compromiso de la entidad y servidores públicos para informar y dar a conocer los avances y resultados de la gestión de la entidad, garantizando los derechos de las partes interesadas, grupos de valor y ciudadanos. Así mismo, cuenta con el derecho de la ciudadanía a solicitar información, explicaciones y retroalimentar al gobierno, con evaluaciones y planes de mejoramiento, o incentivos para mejorar la gestión a los resultados de las entidades que hacen parte del Estado Colombiano.

1. Dar a conocer la respectiva información de calidad, en lenguaje claro referente a los avances y resultados de la gestión de la ALFM.
2. Interacción y/o diálogo para dar a conocer y explicar, escuchar y retroalimentar la gestión de la entidad.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, acoge este mecanismo de rendición de cuentas y permite a los ciudadanos, partes interesadas y otros grupos de interés (clientes, proveedores, ciudadanos en general) obtener mayor facilidad y acceso a la información pública, sobre la gestión, resultados obtenidos en la Entidad, generando publicidad, transparencia y activando el control social, permitiendo a su vez que la comunicación sea integral, hacia los grupos de valor, partes interesadas y ciudadanía en

Para su preparación se dictarán instrucciones específicas mediante Directiva Transitoria.

PROCESO						
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR						
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01			 <p>Grupo Social y Profesional de la Defensa</p>	
		MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM		VERSIÓN: No. 14		Página 23 de 35
		FECHA:	26	07		2024

- Integrantes: Director General, Secretario General, Subdirectores Generales, Directores Nacionales y Regionales, Jefes de Oficina, Grupo Asesor de la Dirección, Coordinadores de Grupo, funcionarios, ciudadanía en general y partes interesadas.
- Frecuencia: Se realiza como mínimo una vez al año o cuando el Director General de la Entidad, así lo considere.
- Evidencia: El Grupo de Atención y Orientación Ciudadana elabora acta en donde se recopilan las memorias de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, la cual debe ser publicada en el Portal Web de la ALFM.



➤ Consejo Directivo

De acuerdo con el Decreto No.4746 de 2005, se establece que el Consejo Directivo es un órgano de Dirección y Administración que desempeña funciones en los términos establecidos por la Constitución Política, Ley, Decreto de Creación de la ALFM, Estatutos Internos y demás Normas Reglamentarias, los participantes del Consejo Directivo son:

- El Ministro de Defensa Nacional o su delegado, quien lo presidirá.
- Jefe de operaciones Logísticas del Comando General de las Fuerzas Militar o quien haga sus veces.
- Jefe de Operaciones Logísticas de la Armada Nacional o quien haga sus veces.
- Jefe de la Jefatura del Apoyo Logístico de la Fuerza Aérea Colombiana.
- Comandante del Comando Logístico del Ejército Nacional
- Dos representantes de Presidencia de la República
- Director General de la ALFM quien asistirá con derecho a voz, pero sin voto.
- Secretario General de la ALFM
- Frecuencia: Se realiza en forma ordinaria cada dos (2) meses o extraordinariamente, cuando el Presidente del Consejo lo disponga o cuando algunos de sus integrantes o Director General de la ALFM, lo solicite.
- Evidencia: Acta de sesión suscrita por los integrantes del Consejo Directivo, en donde se consignan las decisiones tomadas y los informes que presenta el Director General de la ALFM.

➤ Plan Anticorrupción, Transparencia, Atención y Participación Ciudadana.

La Entidad cuenta con esta herramienta, soportada por Directivas Institucionales, la cual permite establecer actividades de participación ciudadana y de rendición de cuentas que promueven la utilización de canales de comunicación, con el fin de que la ciudadanía y partes interesadas se encuentren informados sobre los programas, planes, proyectos, gestión, logros, y manejo de los recursos de la Entidad, entre otros. Para implementar estas acciones de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Gobierno Nacional para la Participación Ciudadana y Transparencia y Acceso a la Información Pública.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 24 de 35
		FECHA:	26	07
		 <p>Grupo Social y Ocupacional de la Defensa</p>		

➤ Ruedas de prensa



El Representante Legal o los servidores públicos debidamente autorizados por la Alta Dirección, son los que tienen la facultad para dirigirse al público que asista a este tipo de evento, realizando la entrevista y dando respuesta a la misma. Estas son las acciones que se deben tener en cuenta en este tipo de situaciones:

- Antes de iniciar la rueda de prensa se debe identificar las siguientes actuaciones como: Nombre de los medios de comunicación que asistirán a la rueda de prensa, nombres completos de los periodistas y su correspondiente identificación. El nombre de los periodistas y el medio para el que trabajan debe estar registrado en la base de datos que se usa para enviar el comunicado o la invitación a la rueda de prensa.
- Si la información del medio informativo es falsa, esta debe negarse.
- En caso de no tener la respuesta frente a alguna pregunta que surja en la rueda de prensa, recuerde que de manera diplomática puede argumentar no poder contestar la pregunta. Permanecer en calma, así se sienta atacado.
- Se debe ser claro y limitarse a responder lo que le preguntan, enunciando únicamente lo autorizado por la Entidad.
- El Director General de la Entidad, es el único servidor público con potestad de rendir declaraciones públicas, o a su vez el funcionario que este delegue.
- Los servidores públicos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, no están en facultad de rendir información a medios de comunicación bajo ninguna circunstancia de modo, tiempo o lugar.

➤ Entrevistas

El Representante Legal o los servidores públicos debidamente autorizados son los que tienen la facultad para participar en este tipo de actividades. Las acciones que se deben tener frente a este tipo de situaciones:

- Previo al inicio de la entrevista se debe identificar las siguientes actuaciones como: Nombre del medio informativo que va a realizar la entrevista, nombres completos del periodista y su correspondiente identificación y autorización para realizar la entrevista, duración de la entrevista, enfoque de la entrevista, se debe solicitar la batería de preguntas con anticipación para dar respuesta y a su vez escogerlas ideas que se quieren comunicar para estar preparado en la entrevista.
- Si la información del medio informativo es falsa se debe negar. En caso de no tener la respuesta frente a alguna pregunta que surja en la entrevista, recuerde que de manera diplomática puede argumentar no poder contestar la pregunta.
- Permanecer en calma, así se sienta atacado.
- Se debe ser claro y limitarse a responder lo que preguntan, enunciar únicamente lo autorizado por la entidad

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 25 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

- El Director General de la Entidad, es el único servidor público con potestad de rendir declaraciones públicas, o a su vez el servidor público que éste delegue.
- Los servidores públicos de la Agencia Logística, que no estén debidamente autorizados por el Director General, no están en la facultad de rendir información a ningún medio de comunicación.

➤ Correo electrónico:

Aplica para comunicación interna y externa. Desde el aspecto externo los servidores públicos de la entidad que deban emitir alguna respuesta por medio de correo electrónico institucional a usuarios, clientes, partes interesadas o personal del Sector Defensa ajeno a la Entidad, deben hacerlo bajo los siguientes parámetros:

- La respuesta que se envía a través del correo electrónico institucional, debe garantizar que lleva la firma de un funcionario autorizado por el Director General o el Jefe de la Dependencia.
- Es importante tener presente la imagen de la entidad, por lo cual se debe utilizar un lenguaje claro, asegurando las relaciones de calidad entre la Institución y la Ciudadanía a quienes se les transmite el mensaje con la información.
- Las piezas gráficas externas enviadas por correo electrónico u otro medio, **OBLIGATORIAMENTE** deberán ser aprobadas por el equipo de Marketing y Comunicaciones.
- Las respuestas deben darse dentro de los formatos establecidos y aprobados por la Entidad.
- El correo electrónico institucional de donde se emite la respuesta y/o información debe contar con los parámetros establecidos por parte de la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones de la entidad, siguiendo lineamientos del "Manual de Identidad Visual ALFM".

4.3.2.2. Comunicaciones para interactuar en el marco de nuevos negocios.



El Director General o el funcionario que él delegue atenderá la gestión comercial (reuniones, llamadas, correos, propuestas), con el fin de dar a conocer el portafolio de servicios de la entidad y establecer nuevos negocios, conforme a las indicaciones de comunicaciones verbales y escritas informadas en el presente manual.

4.3.2.3. Comunicaciones Digitales

Estas se hacen a través de diferentes canales entre los cuales se encuentran el correo electrónico de cada funcionario, o a través del portal institucional www.agencialogistica.gov.co, portal único del Estado Colombiano "GOV.CO" y redes sociales que maneja la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

➤ Página web institucional (Sede Electrónica)

A través del Portal Web, la Entidad informa a la Ciudadanía y partes interesadas; los bienes, servicios, misión institucional, política y valores, organigrama, planes, proyectos, desempeño y gestión administrativa, entre otros.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 26 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

A través de la página web www.agencialogistica.gov.co se establece contacto con la ciudadanía para proporcionar información institucional actualizada de forma permanente, se divulgan noticias, informes permanentes donde se publican los resultados de la gestión de la entidad de acuerdo a cada proceso y mediante el portafolio de servicios se da a conocer la misionalidad de la entidad. La página web cuenta con espacios de contacto con la ciudadanía para propiciar la comunicación e interacción con los interesados.

➤ **Datos Abiertos**

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares anuncia a la ciudadanía y partes interesadas, por medio de la comunicación de Datos Abiertos, información con accesibilidad con el propósito de obtener datos estadísticos dentro del sector público. Frente a lo anterior, los datos pueden ser utilizados, reutilizados y redistribuidos por la ciudadanía o las partes interesadas, con el fin de tener estadísticas, informes y/o proyecciones en el sector Defensa.

➤ **Gobierno Digital**

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, genera una orientación digital hacia las partes interesadas, grupos de valor y sociedad, los cuales son actores importantes para la gestión administrativa y desempeño institucional, de acuerdo con las necesidades, problemáticas y aportes de la ciudadanía, generando un valor de confianza y seguridad en el manejo de la información, así como la transparencia y publicidad de la misma.



Representa una oportunidad para incrementar el bienestar de los ciudadanos fortaleciendo la confianza pública a partir de un Estado que cada vez es más cercano e inteligente, a través del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, para lo cual permite la competitividad, publicidad, buen gobierno, transparencia, calidad del servicio, innovación y empoderamiento.

Canales de publicación y difusión de información consultada por grupos de valor, en donde la ALFM tiene dispuesto para los grupos de valor los canales de publicación y difusión de la siguiente forma:

- Página web (Sede Electrónica)
- Datos Abiertos
- Redes Sociales
- Puntos de atención y orientación al ciudadano en las instalaciones o sedes de la entidad a nivel nacional.

4.3.2.4. **Comunicaciones Masivas**

Son las que se expresan de manera extensiva a una población en general, por tal razón la ALFM ha designado al Grupo de Marketing y Comunicaciones para la realización de este tipo de información, que deben contar con el aval del Director General para ser publicada hacia el usuario, entre las cuales se citan los brochures, entrevistas radiales, notas televisivas, pendones y ferias de exposición.

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 27 de 35	
		FECHA:	26	07
				

- Comunicado de prensa:

Es un acto informativo en donde el Director General o el vocero autorizado por este, divulga a la opinión pública en general una situación o versión de un hecho institucional, administrativo, de relevancia local, nacional o internacional, el cual tiene las siguientes características:

 - Debe obedecer a un hecho noticiable de actualidad.
 - Vida útil breve y concreta
 - Claridad en los mensajes
 - No debe contener información redundante, ambigua o inútil
 - Debe estar redactada en un lenguaje accesible y claro a la ciudadanía.
 - No utilizar adjetivos
 - Fuente fiable y datos contrastables

- Artículos en prensa o revistas:

Estos anuncios masivos, se realizan cuando la entidad desea comunicar a la opinión pública, un tema relevante o de interés a la ciudadanía. Debe ser autorizado por el Director General y se ajustará a lineamientos del Decreto 199 de 2024 (Austeridad del Gasto).

4.3.2.5. Paso a paso para manejo de crisis externa:

Es la respuesta efectiva a incidentes que involucran un alto impacto negativo para la imagen de la entidad ante medios de comunicación y ciudadanía en general, por lo cual se debe activar un protocolo inmediato, el cual se determina de la siguiente manera:



1. Entra noticia, la misma es de conocimiento del equipo de Marketing y Comunicaciones.
2. Verificación de la información. Se contrastan fuentes y se revisa que no sea una fake news (noticia falsa).
3. Entra a Comité de Manejo de Crisis: Este se debe realizar de inmediato una vez sea convocado por el equipo de Marketing y Comunicaciones.
4. Análisis del impacto: El Comité de Manejo de Crisis (se describe al final del ítem) analiza la información.
5. Elaboración del documento para mitigar el impacto (boletín de prensa si fuera necesario)
6. Aprobación de la Alta Dirección.
7. Publicación en medios institucionales

El Comité de Manejo de Crisis estará integrado por: Director General, Secretario General, un representante del equipo de Marketing y Comunicaciones, un representante de la Oficina Asesora Jurídica y un representante del área y/o regional que se vea afectada por el suceso.

4.4. Comunicación Mixta (Interna y Externa)

4.4.1 Identidad corporativa

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, diseñó una imagen corporativa, con la cual busca reconocimiento a nivel nacional y posicionarse en la mente de sus clientes y/o usuarios y proveedores como una entidad líder en Logística de Abastecimientos. Por tal razón, se ha

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSION: No. 14		Página 28 de 35
		FECHA:	26	07
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM		 <p>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</p>		

diseñado el “Manual de Identidad Visual”, el cual se encuentra publicado en la herramienta Suite Visión Empresarial, con el fin de establecer parámetros de manejo y utilización de los logos, tipografía y línea gráfica.

4.4.2 *Correo Electrónico*

Aplica para comunicación interna y externa, conforme a lo establecido en el numeral 4.3.2.3.

4.4.3 *Redes Sociales*

La ALFM ha creado el perfil organizacional en las siguientes redes sociales, con el fin de abarcar la demanda de comunicación exigida por parte de la ciudadanía y partes interesadas en conocer la gestión institucional en cumplimiento con la normatividad legal vigente y aplicable.

Estos son los perfiles de Redes Sociales que actualmente maneja la entidad:

- Facebook: Se encuentra como fanpage así: Agencia Logística de las Fuerzas Militares. En este espacio se publicitan bienes y servicios que ofrece la entidad, así como también información relevante de la misma.
En ocasiones, se encuentra acompañado de una “historia” (forma rápida y fácil de compartir momentos y experiencias, las cuales usan texto. Gif o stickers).
- X: Se encuentra como @aglogistica. En este espacio se publican en breves frases los bienes, servicios y gestión que ofrece la Agencia Logística y aspectos de interés general.
- Canal de Youtube: En este canal se publican videos institucionales alusivos a la gestión y a los eventos más representativos que realice la entidad. Sirve como canal para transmisiones en vivo. Se encuentra como: Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- Instagram: Se encuentra como aglogisticafm. En este espacio se publica ante todo material fotográfico alusivo a la gestión de la entidad. En ocasiones, va acompañado de una “historia” (forma rápida y fácil de compartir momentos y experiencias, las cuales usan texto. Gif o stickers).




PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM			
		FECHA:	26	07	2024



Imagen 5. Síguenos en nuestras redes sociales institucionales. Diseño realizado por Marketing y comunicaciones 2024

Nota: El equipo de Marketing y Comunicaciones es el encargado de la administración y publicidad de la información a través de las cuentas mencionadas anteriormente.

- Manejo de la información y el lenguaje en el uso de redes sociales
 - La información y el lenguaje en redes sociales, se basan en los principios de distribución efectiva y veraz de la información, las cuales se deben de tratar con respeto hacia los ciudadanos.
 - El contenido debe ser claro, preciso y con un lenguaje sencillo, en razón a que estas redes son utilizadas por diferentes perfiles de personas y regiones del país.
 - El lenguaje no debe usarse de forma técnica.
 - Los contenidos deben regirse de acuerdo a las normas de ortografía y gramática establecidos por la Real Academia Española y por la entidad.

PROCESO						
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR						
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01				
		MANUAL DE COMUNICACIONES		VERSIÓN: No. 14		Página 30 de 35
		ALFM		FECHA:		26

- Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos y oportunos.
- El contenido no debe ser ofensivo ni discriminatorio.
- Se deben tener en cuenta los derechos de autor y propiedad intelectual, así como el Habeas Data.
- El material gráfico debe ir acorde con los textos.

En atención al pronunciamiento emitido por la Corte Constitucional frente a las PQRD recibidas a través de redes sociales, se tiene que las entidades que cuentan con el uso de redes sociales como lo son Facebook, X o Instagram, deben asumir la posibilidad de que algún ciudadano formule peticiones por esta vía, toda vez que las redes sociales también son un medio idóneo para poder ejercer el derecho de petición ya que permiten una comunicación bidireccional entre instituciones y usuarios, por lo que el equipo de Marketing y Comunicaciones realiza el seguimiento y control de las peticiones radicadas por redes sociales y posteriormente deberá informar al Grupo de Atención al Ciudadano para proceder con el registro en el módulo PQR. La petición debe cumplir con los siguientes requisitos: nombres y apellidos completos del solicitante y de su representante y/o apoderado, si es el caso, con indicación de su documento de identidad y de la dirección donde recibirá correspondencia física o electrónica.

- El objeto y la razón en la que fundamenta la petición.
- La relación de los documentos que desee presentar para iniciar el trámite. (si aplica)

En caso de que el usuario no relacione dicha información, el equipo de Marketing y Comunicaciones debe requerir al usuario a través de la red usada para que complete la información solicitada.

4.4.4 Encuestas



En el módulo de encuestas, publicado en la página Web o en la Intranet, se evalúa información para interés general de las partes interesadas y se alinean con las Políticas MIPG de: Transparencia y Acceso a la Información Pública, Participación Ciudadana, Rendición de Cuentas y/o Gobierno Digital, emitidas por parte del Gobierno Nacional.

4.4.5 Foros Virtuales

Herramienta que permite proponer un tema a través de la página WEB y la Intranet, en donde la ciudadanía, partes interesadas y los funcionarios pueden participar activamente con sus opiniones/comentarios.

4.4.6 Comunicaciones gráficas

Son las ilustraciones que complementan determinada información. La Entidad utiliza diagramas, mapas, logotipos, iconos y otros tipos de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante armonizar las ilustraciones con palabras seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación. Así mismo, las fotografías tienen la función de comunicar por ellas mismas, transmitiendo el mensaje directamente al receptor.

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01			
		VERSION: No. 14		Página 31 de 35	
		FECHA:	26	07	2024
					

4.4.7 *Comunicaciones Alternativas*



Son las que se divulgan al interior de la entidad, para los funcionarios, pero que, por su condición, no son divulgadas por los medios de comunicación convencional. Entre las cuales se citan:

- Pendones: Forma de publicidad visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento propio de la entidad, o la promoción de productos.
- Folletos o Plegables: Impresos de corta extensión que sirve para informar sobre los procesos, actividades productos, precios o cualquier otra actividad que la Entidad quiera difundir de un modo interno e impersonalizado.
- Producción Fotográfica: Cada vez que se realice un evento interno o externo, se realiza la toma de fotografías para dejar evidencias de la actividad. En el caso de la publicación de fotos, el Equipo de Marketing y Comunicaciones hace previamente una revisión y aprobación del material para posteriormente su publicación en los medios Institucionales.
- Criterios y homogeneidad de publicación de la información en la página web e Intranet
- Enumeración de títulos (cuando aplique dentro de la misma información).
- Información organizada y de orden lógico.
- Justificación del texto de la información publicada.
- Revisión, redacción y ortografía antes de publicación.
- Verificar, revisar y/o modificar y actualizar la información publicada en la página (evitar duplicidad de información en las herramientas tecnológicas).
- Configuración de las fechas dentro de cada uno de los links (fechas duplicadas).
- Publicación de la información en PDF, con firma digital de quien elaboró, revisó y aprobó (información legible), haciendo uso correcto de la imagen corporativa.
- Identificación del nombre, (el nombre del archivo adjunto debe de coincidir con la información publicada).
- Imágenes de acuerdo con el tema (deben ser nítidas, completas y tener en cuenta la gama de colores establecidos en el Manual de Identidad Visual ALFM).
- Menús (organización y directrices de cada uno de los menús y qué información debe ir, evitando que haya repetición de la información).

4.5 **Matrices de Comunicaciones**

Las matrices de comunicaciones son el medio por el cual se controla el flujo de información de cada uno de los procesos que conforman el Sistema integrado de Gestión – SIG, es la consolidación de las comunicaciones que emiten los procesos a nivel interno y externo; identificando quién comunica, a quién le comunica, cuándo lo comunica, con qué frecuencia, los registros, el proceso o actividad relacionados los medios y estrategias utilizados.

La matriz de comunicaciones se debe actualizar cada vez que se requieran modificaciones y el responsable de cada Proceso la debe enviar al Grupo Desarrollo Organizacional y Gestión Integral acorde con los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" para ser publicada en la herramienta Suite Visión Empresarial. El equipo

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 32 de 35	
		FECHA:	26	07
				

de Marketing y Comunicaciones, junto con el Proceso Desarrollo Organizacional y Gestión Integral harán una verificación y acompañamiento en la elaboración de las matrices. Estas matrices se deben actualizar cuando se hagan ajustes a la información que emita cada uno de los procesos y el compromiso de mantenerla actualizada será de cada responsable, quienes deberán revisarlas mínimo una vez al año, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de Elaboración de documentos ALFM" Así mismo, los procesos pueden solicitar asesoría y acompañamiento en la creación y/o actualización de la matriz de comunicaciones de cada proceso a la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional.

4.6 Plan de Comercialización, Marketing y Comunicaciones

El equipo de Marketing y Comunicaciones dispone del Plan de Comercialización, Marketing y Comunicaciones, el cual está compuesto por una serie de actividades que describen las acciones a seguir, con el objetivo de ofrecer nuestros productos y servicios, así como posicionar la imagen de la entidad antes las partes interesadas.

4.7. Directiva Permanente-Lineamientos editorial portal web e Intranet.

Política de Operación que establece lineamientos para la actualización y publicación de información en la página Web, intranet y centro documental de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el objetivo de emitir instrucciones a la Oficina de Tecnología de la Información y Comunicaciones - TIC, Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional, Grupo de Marketing y Comunicaciones, responsables de los procesos y dependencias, así como los editores Web.



Conforme a la estructura del Esquema de Publicación, la cual se publicará en la página web e Intranet (incluye centro documental); los responsables de contenido deben asegurar que la información de su responsabilidad se encuentre permanentemente actualizada y depurada; la cual debe estar debidamente avalada por el jefe de la dependencia previo a su publicación en el portal web cumpliendo con lineamientos editoriales, el Manual de Comunicaciones de la Entidad y la normatividad vigente aplicable.

Por ningún motivo, se deberá publicar información con clasificación reservada, confidencial o que afecte la seguridad nacional.

Se establece como correo oficial y exclusivo para gestión de la información en la página web e intranet institucional (incluye centro documental) el correo electrónico: webmaster@agencialogistica.gov.co, el cual será administrado por la Oficina TIC para que de forma exclusiva se realicen las solicitudes por este canal, las cuales solo podrán ser remitidas por el jefe de la dependencia como señal de aprobación de la información a ser ajustada.

Se dará credencial de acceso para modificaciones en la página web e Intranet (incluye centro documental), en casos excepcionales a algunas dependencias, previa autorización de la Secretaría General, lo anterior con el fin de salvaguardar los contenidos.

Solicitud publicación, responsabilidad, seguridad y retiro de la publicación de la información

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES <small>— La unión de nuestras Fuerzas —</small>	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 33 de 35	
		FECHA:	26	07
				 <small>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</small>

Para la publicación de la información se debe:



- El responsable de contenidos, previa aprobación de los mismos, enviará la información al editor web, por los canales oficiales de la Entidad (Correo Electrónico), especificando las consideraciones y el sitio o link para la publicación de la información, en los casos que se requiera.
- El editor web realizará la publicación solicitada, en el sitio correcto y teniendo en cuenta las indicaciones enviadas por el responsable de la información, previa validación y revisión de la información.
- El editor web, enviará confirmación al responsable de la publicación usando el correo electrónico oficial de la entidad.
- El responsable, verificará la publicación y en caso de alguna imprecisión o modificación, se comunicará con el editor web para solicitar las modificaciones correspondientes.

Responsabilidad

- Los responsables de cada Proceso y/o Dependencia deben de velar por la información que se divulga a través de la página Web, Intranet y Centro Documental relacionada con su proceso; por lo cual, la publicación debe ser revisada y autorizada previamente.
- Los Editores Web deben de estar en permanente actualización y verificación de la información conforme a lo establecido en la Directiva Permanente – Lineamientos Página Web e intranet, la cual podrá ser consultada en el centro documental de la entidad y normatividad vigente.
- La información debe estar en lenguaje claro, verificable y completo, que genere beneficio para las partes interesadas, grupos de valor y ciudadanía en general.

Tabla- Frecuencia y responsables de contenidos de la página web.

Contenido	Periodicidad	Generador	Supervisor y/o delegado por el responsable	Publicador
Contenidos noticiosos	Según necesidad	Responsable Grupo de Marketing y Comunicaciones	Grupo de Marketing y Comunicaciones	Editor WEB
Documentos	Por solicitud	Responsables de procesos y/o dependencias	Delegado del responsable	Editor WEB

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	CÓDIGO: GRV-MA-01		
		VERSIÓN: No. 14	Página 34 de 35	
		FECHA: 26	07	2024
				

Campaña de Comunicación	Campaña de Comunicación en ejecución	Responsable Grupo de Marketing y Comunicaciones	Grupo de Marketing y Comunicaciones	Editor WEB
Información Institucional	De acuerdo a requerimiento	Responsables de procesos y/o dependencias	Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional	Editor WEB
Normatividad	De acuerdo a la Ley	Responsables de Procesos y/o dependencias	Delegado del responsable	Editor WEB



Nota:

Es importante conocer y consultar los siguientes documentos porque permiten fortalecer el manual como apoyo para la Imagen Corporativa, los cuales podrán ser consultados en la herramienta Suite Visión Empresarial de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

	NOMBRE MANUAL	RESPONSABLE
1	Manual de Elaboración de Documentos	Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional
2	Manual de Identidad Visual ALFM	Equipo de Marketing y Comunicaciones

5 CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS
00	Versión inicial del documento
01	Modificación y actualización del Documento Numerales: 1- 1.2- 1.3- 1.4- 3- 4.2.2- 4.2.3 -5.1 -5.2.3 - 5.2.5- 6.1
02	Actualización del documento y anexos
03	Actualización del documento y anexos
04	Modificación en políticas de comunicaciones, y agregación de más numerales.
05	Cambio de políticas de comunicación por lineamientos generales del

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	TITULO	CÓDIGO: GRV-MA-01			
		VERSION: No. 14		Página 35 de 35	
		FECHA:	26	07	2024
		 <p>Grupo Social y Empresarial de la Defensa</p>			

	<p>Subproceso, corrección y actualización de las mismas.</p> <p>Se adicionó en el numeral 5.2.1 Comunicaciones Verbales, el tema de reuniones o eventos con clientes y/o entes externos.</p> <p>Modificaciones a los numerales 4.2.3, 4.2.4, 6 y 8</p>
06	<p>Se incluye en la política de comunicación los lineamientos para la publicación de videos, fotografías y encuestas. En las políticas de comunicación; además se actualiza el numeral 4.2.3. Comunicaciones Tecnológicas, 4.2.4. Comunicaciones Alternativas y 8. Plan de Comunicaciones</p>
07	<p>Se actualizó conforme a la nueva versión del MECI, actualizaciones en software institucional y creación de nuevas redes sociales.</p>
08	<p>Modificación y actualización del Documento, conforme a la Reestructuración de la Agencia. Se cambian los términos "Subprocesos" por "Proceso"; Se agrega el Decreto único reglamentario de la Función Pública-1083 de 2015;</p> <p>Modificación y actualización: Numerales: 1.1-1.2-1.3-1.4-2.2-3-3.1-3.2.1-4.2.1-4.2.3-8</p>
09	<p>Actualización del documento; se adiciona nueva normatividad</p>
10	<p>Actualización del documento; se actualiza normatividad y Directrices</p>
11	<p>Se adicionó Normatividad y contenido de interés para la Ciudadanía y Entidad, se ajusta el protocolo de envío de respuestas institucionales a través del correo electrónico institucional y se actualiza la normatividad legal vigente.</p>
12	<p>Se adicionan la Ley 2108 de 2021 y la Ley 2157 de 2021. Ambas del Congreso de la República.</p> <p>En ítem 2.2. Lineamientos Generales para las Comunicaciones Institucionales se eliminan los correos como: sig.controldocumento@agencialogistica.gov.co y oscar.huertas@agencialogistica.gov.co</p> <p>En el ítem 3.2.3 Comunicaciones Tecnológicas se cambia el logo del ente certificador de calidad, de ICONTEC a GLOBAL COLOMBIA.</p>
13	<p>Se actualiza la normatividad El ítem 4.6 Redes Sociales se adiciona la opción de agregar "historias" (videos cortos) en Instagram y Facebook ya que las aplicaciones lo permiten.</p>
14	<p>Se actualiza siguiendo normatividad: Ley 2345 de 2023 "Chao marcas" y Decreto 199 de 2024 "Plan de Austeridad del Gasto".</p>