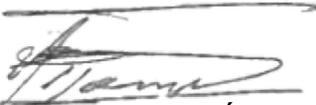


 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

TABLA DE APROBACIÓN
REVISÓ Y APROBÓ CAMBIO MENOR
 Argemiro Unibio Ávila Gerente Grupo Planeación y Desarrollo Organizacional.

AMCA

CONTROL DE MODIFICACIONES			
VERSIÓN	FECHA	CAMBIO REALIZADO	SOLICITADO POR
01	2020-11-03	<p>Se realiza ajuste del documento en los numerales 6.2 CANALES y 6.3 HERRAMIENTAS Y PIEZAS DE COMUNICACIÓN, con el fin de actualizarlos debido a la creación de nuevas herramientas en el marco de la implementación de la estrategia de comunicaciones.</p> <p>Cambia de código MDI010 versión 08 con ultima vigencia 2020-05-12 a M-CO-01 versión 01, debido a la migración de los documentos del Sistema Integrado de Gestión al nuevo Software GRC adquirido por la entidad.</p>	Gestión de las Comunicaciones
02	2022-11-20	Ajuste y actualización en el numeral 4. Definiciones generales, inclusión y eliminación de información en los numerales 6.3 Piezas o herramientas de comunicación, 9.2 Mensajes de comunicación interna, 9.3 Canales o actividades de comunicación interna y 10.5 Las redes sociales. Así mismo se realizan ajustes en la redacción a lo largo del documento.	Gestión de las Comunicaciones
03	2023-05-26	Cambio menor masivo debido a la inclusión del espacio "clasificación" en el encabezado del documento, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Manual de políticas de seguridad de la información M-RI-06 para el rotulado y etiquetado de la información y la clasificación de activos de información.	Gerente Grupo de Desarrollo Organizacional
04	2024-10-01	Cambio menor masivo por ajuste de la imagen institucional, de la razón social, de la denominación de la Gerencia General por Presidencia y del régimen de la entidad debido a la transformación de la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial, mediante Decreto 1962 de 2023, en una sociedad por acciones, del tipo de las anónimas, cuya razón social será Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.	Gerente Grupo Planeación y Desarrollo Organizacional.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	OBJETIVO	3
3.	NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS ASOCIADOS	3
4.	DEFINICIONES GENERALES	4
5.	POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ENTERRITORIO S.A.	5
6.	COMUNICACIÓN EXTERNA	6
6.1.	PÚBLICO OBJETIVO	6
6.2.	CANALES	6
6.3.	PIEZAS O HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	6
6.4	MENSAJES	7
6.5	LA VOCERÍA	7
6.5.1	DERECHOS Y DEBERES DEL ENTREVISTADO	8
6.5.2	DERECHOS Y DEBERES DEL PERIODISTA	8
6.6	REQUERIMIENTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	8
6.6.1	ENTERRITORIO S.A. COMO FUENTE DE INFORMACIÓN	8
6.6.2	KIT DE PRENSA	9
7	ENTERRITORIO S.A. EN EVENTOS	9
7.1	PARTICIPACIÓN EN EVENTOS	10
7.2	EVENTOS ORGANIZADOS POR ENTERRITORIO S.A.	10
8	LA PUBLICIDAD	13
8.1	PIEZAS PUBLICITARIAS	13
8.2	PUBLICACIONES IMPRESAS	14
8.3	DIRECTRICES SOBRE EL USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE ENTERRITORIO S.A. CON TERCEROS	15
9	COMUNICACIÓN INTERNA	15
9.1	DEFINICIÓN	15
9.2	MENSAJES DE COMUNICACIÓN INTERNA	16
9.3	CANALES O ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA	16
10	ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS	17
10.1	EL PORTAL WEB	17
10.2	ESTADÍSTICAS	19
10.3	LA INTRANET	19
10.4	EL CORREO ELECTRÓNICO	20
10.5	LAS REDES SOCIALES	20

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

1. INTRODUCCIÓN

Es una obligación constitucional de todas las entidades del Estado y de sus colaboradores mantener informados a los ciudadanos sobre los logros y los avances que alcanzan las entidades en la construcción de política pública, sus programas y de las actividades que realizan en el territorio nacional.

Todo esto se consigue con unos canales de comunicación efectivos a través de los cuales se muestren resultados, se visualice la gestión, se divulgue el portafolio de servicios y se construyan espacios de diálogo que permitan identificar oportunidades de mejora. Para ello, es necesario definir claramente los mensajes a comunicar, cómo y bajo qué contexto; y que exista una línea de mensaje institucional que permita a todos los actores del proceso de comunicación utilizar el mismo lenguaje.

El Grupo de Comunicaciones de la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A – ENTerritorio S.A., creado mediante la resolución 276 del 20 de septiembre de 2019, tiene la misión de cumplir con esos objetivos y para lograrlo cuenta con una estrategia de comunicaciones enfocada en posicionar a la Empresa como una empresa técnica y experta en la estructuración y ejecución integral de proyectos, bajo el liderazgo del Ministerio de Hacienda , y con la finalidad de apoyar a los departamentos y los municipios en la planeación de proyectos de impacto para su desarrollo.

Por lo anterior, el Grupo de Comunicaciones tiene entre sus principales funciones

- * Proponer, diseñar y ejecutar la estrategia de comunicación institucional, con el fin de divulgar las políticas, la oferta y la gestión de ENTerritorio S.A..
- * Liderar las estrategias de comunicación externa e interna de la entidad.
- * Dirigir la participación de ENTerritorio S.A. en eventos estratégicos para el posicionamiento de la imagen institucional, entre otras.

De la mano con la Presidencia, se establece la línea editorial institucional (interna y externa), para ser posteriormente ejecutada por parte del grupo.

2. OBJETIVO

Establecer los lineamientos de comunicación necesarios para el manejo responsable, ético y prudente de los mensajes que la empresa emite a las diferentes audiencias.

3. NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS ASOCIADOS

- Decreto reglamentario 1081 de 2015 “Por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del Sector de Presidencia de la República”
- Ley 1581 de 2012, “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”.
- Ley 1712 de 2014, por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.
- G-CO-01 Guía para el uso y difusión en las redes sociales de ENTerritorio S.A..
- P-CO-01 Procedimiento de validación y publicación de información.
- G-CO-02 Guía para el manejo de crisis en medios de comunicación.
- M-CO-02 Manual de identidad visual corporativa.
- F-CO-02 Solicitud y apoyo de las comunicaciones.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

4. DEFINICIONES GENERALES

Estrategia de comunicación: planificación de la gestión de canales comunicativos de la organización, creación de piezas o implementación de herramientas de comunicación acordes con el propósito superior, principios rectores y pilares estratégicos de la empresa. Se deben tener en cuenta el mensaje, acciones a ejecutar, indicadores de gestión y plazos de tiempo de ejecución.

Boletín de prensa: documento o publicación que compila información noticiosa y estratégica de los proyectos estructurados o ejecutados por la empresa, con el propósito de mantener informada a la opinión pública y a los medios de comunicación.

Comunicados de prensa: documento que expresa el punto de vista de la empresa acerca de un tema o hecho específico.

Comunicación: es el conjunto de elementos que fortalece la construcción de visión compartida y las relaciones de la empresa con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

Comunicación externa: acciones de comunicación de la organización dirigidas a los diferentes públicos de interés externo, para mantener con estos una interacción de difusión y de promoción de la imagen corporativa de ENTerritorio S.A., así como de su oferta institucional.

Comunicación interna: acciones de comunicación dirigidas a los colaboradores encaminadas a lograr una relación participativa e integradora, que contribuya al clima organizacional y al buen funcionamiento de la empresa. Esta comunicación debe basarse en el uso de lenguaje sencillo sin tecnicismos y a través de piezas o canales de fácil acceso y consulta para favorecer el flujo de comunicación entre las diferentes áreas de la organización.

Comunicación por redes sociales: acciones que, de acuerdo con la estrategia de comunicaciones vigente, están orientadas al intercambio de información e impresiones del público objetivo de la empresa. También busca la fidelización de los seguidores y la creación de nichos o comunidades por temas. Lo anterior, posibilita la comunicación de doble vía y el posicionamiento de marca al interior y por fuera de ENTerritorio S.A..

Community manager: colaborador encargado de gestionar las comunicaciones de la empresa en el ámbito digital, específicamente en las redes sociales de mayor impacto como Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y LinkedIn. Este perfil se encarga de crear contenidos, textos y multimedia para que las personas conozcan más sobre la gestión de la empresa.

Pieza de comunicación: objeto que vincula de manera visual, escrita o auditiva la imagen de ENTerritorio S.A, con el fin de comunicar un mensaje.

Pieza gráfica: se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

Canal de divulgación: medio por el cual se transmitirá el mensaje, pieza gráfica o audiovisual.

Voceros: personas que han recibido entrenamiento en habilidades de comunicación y tienen la autoridad emanada por el cargo que ocupan y las responsabilidades que atienden dentro de la empresa para dar declaraciones de manera estratégica a los medios de comunicación.

Monitoreo de medios: compilación de publicaciones o menciones obtenidas en diferentes medios de comunicación acerca de la empresa.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

Rueda de prensa: acto con carácter periodístico al cual se convocan medios de comunicación para hacerles partícipes de información noticiosa e importante de la empresa.

Kit de prensa: paquete de material promocional que se entrega a medios de comunicación para informarles acerca de los logros, avances, gestión y líneas de negocio de la empresa.

5. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ENTERRITORIO S.A.

Las comunicaciones en ENTerritorio S.A. se basan en el manejo responsable, ético y prudente de la relación con las distintas audiencias y en particular con los medios de comunicación como canal para potencializar la divulgación de los mensajes que la empresa quiere transmitir a la opinión pública.

ÉTICA

- No se divulgará información que vulnere los derechos o exponga a situaciones de riesgo a los colaboradores de ENTerritorio S.A. o a sus clientes.
- Antes de divulgar cualquier información, se debe analizar el impacto que pueda generar en la opinión pública y las consecuencias en los procesos que ENTerritorio S.A. desarrolla.
- Toda información relacionada con ENTerritorio S.A. entregada a medios de comunicación o a terceros y la cual sea para publicar en la página web o redes sociales, debe ser previamente revisada y aprobada por el Grupo de Comunicaciones.
- En el caso de asuntos que representen un riesgo reputacional o tengan carácter de crisis, deben atenderse según lo establecido en el documento G-CO-02 “*Guía para el manejo de crisis en medios de comunicación*”.

VERACIDAD

- La información suministrada por ENTerritorio S.A. a sus distintas audiencias debe ser real y verificable.
- Adicionalmente, la información debe tener una fuente de información interna o de una autoridad experta frente al tema que se vaya a divulgar.

BIEN COMÚN

- Ningún colaborador de ENTerritorio S.A. debe aprovechar su relación con medios para obtener un beneficio o ventaja personal. Priman los protocolos contenidos en el M-TH-02 “*Código de Ética*”
- Los colaboradores que tengan relación con los medios de comunicación nunca deben ceder ante presiones para pautar publicitariamente (pagar publicidad en medios) a cambio de publicar información positiva sobre la empresa.
- Los voceros autorizados de ENTerritorio S.A. deben garantizar el uso apropiado de la información que se entregue a los medios y demás audiencias de interés.
- Ningún colaborador puede hablar a nombre propio cuando proporcione información de ENTerritorio S.A..
- Ningún área o convenio puede tener colaboradores destinados a la comunicación, divulgación, difusión y publicidad de los proyectos o relacionamiento con la comunidad o entes territoriales sin la autorización de la Presidencia y posterior articulación con el Grupo de Comunicaciones.
- Como consecuencia de lo anterior, ningún área o convenio puede emitir información a medios de comunicación o redes sociales, pautar en medios de comunicación o redes sociales, organizar o pautar en eventos públicos, tales como foros, ferias, coloquios, debates, talleres, encuentros, inauguraciones o similares, sin autorización del Grupo de Comunicaciones.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

6. COMUNICACIÓN EXTERNA

Uno de los pilares de la estrategia de comunicaciones de ENTerritorio S.A. es establecer una estrecha relación con los clientes y los medios de comunicación. Es por eso que, a través de la comunicación externa, el Grupo de Comunicaciones estará en contacto con los diferentes públicos de interés para la empresa, proyectando una imagen favorable y promoviendo la oferta institucional. Este aspecto no es solo responsabilidad del Grupo de Comunicaciones, es deber de todos los colaboradores, con su desempeño en público, enviar los mensajes bien redactados y adecuados sobre la empresa, siempre expresando el impacto positivo en los distintos frentes en los que opera para contribuir con el desarrollo del país.

El Grupo de Comunicaciones, bajo la directriz de la Presidencia, debe, a través de la estrategia de comunicaciones, manejar una comunicación positiva que divulgue de manera oportuna las actividades que se adelantan y que son de interés y beneficio público (aceptación de ofertas, inauguraciones, firmas de convenios o de contratos, alianzas público-privadas, nuevos negocios, estructuración de proyectos, clausuras, eventos, foros, entre otros). Esta labor debe impactar más allá de la audiencia interna (colaboradores de la empresa), y potenciar el uso de los medios de comunicación a nivel regional y nacional, como canales para llegar de forma más amplia y con mayor impacto a la opinión pública.

El Grupo debe asegurarse de escoger los canales correctos, preparar la información adecuada, hacer uso adecuado de la imagen institucional, validar la producción de piezas de comunicación, entre otros.

6.1. PÚBLICO OBJETIVO

- a) Opinión pública en general
- b) Medios de comunicación
- c) Ministerios, alcaldías, gobernaciones y entidades del Estado y entidades territoriales.
- d) Agencias estatales
- e) Socios estratégicos

6.2. CANALES

Son los medios que nos permiten visibilizar la gestión de la empresa con el público interno y externo.

- a) Correo electrónico institucional
- b) Sitio web www.enterritorio.gov.co
- c) Pantallas digitales en los pisos del edificio
- d) Intranet
- e) Redes sociales de la empresa
- f) Medios de comunicación masivos (radio, televisión, prensa y nuevos medios digitales)
- g) Eventos presenciales: jornadas de atención, eventos de inauguración, capacitaciones, reuniones, encuentros con medios de comunicación, foros, entre otros.
- h) Eventos virtuales: reuniones, webinars, capacitaciones, foros, encuentros con medios de comunicación, entre otros.

6.3. PIEZAS O HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- a. Comunicados o boletines de prensa: publicaciones que permitan dar a conocer la gestión de la empresa.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

- b. Entrevistas con medios de comunicación: espacios para atender las preguntas de los medios de comunicación acerca de los proyectos y la gestión de la empresa.
- c. Columnas de opinión: formato periodístico que permite dar a conocer la posición de ENTerritorio S.A. acerca de temas relevantes para la opinión pública.
- d. ENTérate: video informativo con el resumen de las noticias más importantes de la empresa.
- e. Así Nos Ven: clip animado con el registro de las noticias más relevantes de ENTerritorio S.A. publicadas en medios de comunicación a nivel nacional y regional.
- f. 1 Minuto ENTerritorio S.A.: video con imágenes/fotos de las mejores noticias de la entidad tales como: avances en obras, reuniones, visitas a proyectos y trabajo articulado con clientes.
- g. Revista ReactiVAMOS Regiones: revista con contenido noticioso sobre las acciones y resultados de la empresa
- h. Newsletter ENTerritorio S.A. al día: informativo digital que recopila las noticias, avances e información de interés de la empresa y los diferentes grupos de trabajo.
- i. E-flyers: piezas informativas enviadas desde el correo de Comunicaciones para mantener a los colaboradores informados sobre la gestión de la empresa, la labor de los grupos de trabajo, generar participación y fortalecer la cultura organizacional, entre otras.
- j. Videos: contenido audiovisual para informar y promover temas de interés sobre la gestión de ENTerritorio S.A. y las campañas internas y externas de la empresa.
- k. Animaciones: piezas gráficas en formato de video para explicar e informar sobre temas puntuales relacionados con la empresa, sus proyectos y campañas.
- l. Mensaje institucional: formato audiovisual transmitido a través de los canales de televisión abierta que da a conocer los servicios de la empresa y permite posicionarla con sus diferentes públicos de interés.

6.4 MENSAJES

La Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A. – ENTerritorio S.A. dentro de su Plan Estratégico tiene como objetivo fortalecer la percepción positiva de la empresa mediante una estrategia de comunicaciones que debe estar organizada con los lineamientos establecidos por la Presidencia de la empresa y el Plan Nacional de Desarrollo.

Es responsabilidad del Grupo de Comunicaciones velar por la construcción de los mensajes que permitan de manera efectiva posicionar a la empresa como el aliado técnico de los municipios, departamentos y entidades estatales en la estructuración y gerencia de proyectos de alto impacto regional, con los insumos de la información enviada por cada subgerencia o área de la empresa.

6.5 LA VOCERÍA

La vocería natural de ENTerritorio S.A. está a cargo de la Presidencia. Los subgerentes de las áreas misionales estarán habilitados para tal fin, en el caso de que la Gerencia y el Grupo de Comunicaciones, así lo determinen. En el caso de los gerentes de convenio, podrán actuar como voceros cuando así se requiera, previa autorización de la Presidencia o del subgerente responsable.

El vocero en sus pronunciamientos debe manejar los mensajes definidos en la narrativa e ideas que sustenten un tema específico, previa directriz del Grupo de Comunicaciones como dependencia rectora de las comunicaciones e interlocutora con audiencias como los medios de comunicación.

Para desarrollar las recomendaciones y situaciones a evitar, los voceros de la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.– ENTerritorio,S.A. deben consultar la Guía para el manejo de crisis en medios de comunicación (G-CO-02).

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

Así mismo, cuando se trate de una situación de crisis, el vocero debe apoyarse con anterioridad en el Grupo de Comunicaciones de la empresa de acuerdo con la G-CO-02.

6.5.1 DERECHOS Y DEBERES DEL ENTREVISTADO

- Preguntar al periodista a qué medio representa, cuándo se tiene prevista la publicación o la emisión y cuál es el tipo de público al que llegará.
- Preguntar al periodista qué temas quiere abordar en la entrevista.
- Conocer cuál es el propósito de la entrevista y qué tipo de información se requiere.
- Indagar si se están consultando otras fuentes (organizaciones o personajes).
- Acordar con el periodista el cómo de la entrevista y precisarle los mensajes centrales.
- Intervenir en caso de que el periodista esté dando un manejo tendencioso a la entrevista (en caso de ser posible).
- No entregar declaraciones sin la documentación o material de apoyo que contenga la información completa.

6.5.2 DERECHOS Y DEBERES DEL PERIODISTA

- Recibir un trato cortés y amable
- Tener acceso a la fuente autorizada y a la información que sea de interés público.
- Obtener respuestas oportunas a sus preguntas, de forma concisa, directa y verídica.
- Que ENTerritorio S.A. le proporcione un portavoz o coordinador de entrevistas.
- Recibir el material de apoyo en caso de ser necesario para el desarrollo de su noticia.
- Solicitar de otras entidades involucradas, una reacción y opinión sobre los comentarios.
- Decidir qué comentarios, información y material visual son los apropiados para incorporarlos al correspondiente artículo.

6.6 REQUERIMIENTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Todas las solicitudes de los medios de comunicación deben direccionarse al Grupo de Comunicaciones de ENTerritorio S.A..

Los colaboradores que reciban solicitudes de información de periodistas deben suministrar los datos de contacto del Grupo de Comunicaciones de ENTerritorio S.A..

Si algún colaborador de ENTerritorio S.A. es contactado directamente por algún periodista, este debe informar al Grupo de Comunicaciones a fin de que investigue las razones que motivaron al comunicador a buscarlo y continuar el proceso de verificación de la necesidad del medio, determinando la pertinencia o no de dar respuesta, de acuerdo con la solicitud formal por parte del medio.

Se debe suministrar en el menor tiempo posible, o de acuerdo con los plazos de ley, la información asociada con derechos de petición originados por periodistas o medios de comunicación.

6.6.1 ENTERRITORIO S.A. COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

ENTerritorio S.A., dada su naturaleza y frentes de trabajo, es una fuente de información de interés para los medios de comunicación, en tal sentido la empresa se constituye en fuente de consulta y, por tanto, provee documentos, obras o testimonios que permiten complementar la noticia, informe especial o reportaje, para el caso de medios de comunicación, en cumplimiento de su labor. Un colaborador de ENTerritorio S.A., previamente autorizado como vocero, también puede ser una fuente de información.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

Pueden ser fuentes de información en ENTerritorio S.A.:

- Colaboradores autorizados por la Presidencia.
- Clientes. En este caso, se debe velar porque el pronunciamiento sea equitativo con las partes. En casos en que sean más de dos partes, es recomendable hablar en nombre de la alianza y no de la empresa particular.

Nota: Toda la información que se entregue a los medios de comunicación debe citar la fuente de ENTerritorio S.A.

6.6.2 KIT DE PRENSA

Además del tradicional formato de comunicado o boletín de prensa, se puede producir un kit de prensa de acuerdo a las necesidades y presupuesto, teniendo en cuenta la austeridad del gasto, para que el periodista, además de un resumen periodístico impreso sobre ENTerritorio S.A., cuente con otras herramientas de promoción y comunicación de la oferta institucional, elaboradas en un lenguaje periodístico estratégico y claro para garantizar la comprensión del mismo.

El paquete de prensa es elaborado por el Grupo de Comunicaciones, alineado con la estrategia de comunicaciones y principios de la imagen corporativa de ENTerritorio S.A.. Entre las piezas que puede contener el kit están:

- ABC de la empresa que explique qué es ENTerritorio S.A., sus líneas de negocio, propósito superior, principios rectores y pilares estratégicos.
- Cifras o datos interesantes para los medios.
- Fotografías y/o videos de apoyo
- Infografías
- Brochure con portafolio de servicios
- Testimonios del Presidente o voceros de la empresa en video o formato escrito.
- Testimonios de clientes o beneficiarios de los proyectos en video o formato escrito.

Nota: estas piezas podrán entregarse en formato impreso, multimedia, vía correo electrónico o chat.

7 ENTERRITORIO S.A. EN EVENTOS

Los eventos son una herramienta fundamental de comunicación que permiten crear ambientes propicios para una mejor interacción con los diversos clientes o audiencias clave que tiene la empresa. Además, se constituyen en el medio más adecuado para intercambiar y conocer puntos de vista sobre temas específicos, dada la diversidad de intereses que confluyen en estos espacios.

Organizar o participar en eventos permite la promoción institucional de ENTerritorio S.A. ante los diferentes públicos objetivos. Antes de tomar la decisión de llevar a cabo el encuentro, es importante evaluar:

- Tipo de grupos o personas a quienes se desea reunir
- Con qué objeto o para qué se desea reunirlos
- Cómo abordar el tema central por el cual se les reúne
- Qué papel desempeñan o pueden desempeñar dichos grupos o personas para la empresa
- El lugar del evento tanto en espacio como en ubicación geográfica
- El tiempo de preparación del mismo
- Enviar la invitación con antelación
- El seguimiento posterior al evento para determinar el indicador de éxito del mismo de acuerdo con

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

el objetivo planteado para este.

Los eventos pueden clasificarse en: jornadas de atención, promocionales, informativos, intercambio de experiencias, inauguración de obras, capacitaciones o celebración de fechas especiales entre otros. Pueden ser internos o externos.

Ningún evento de ENTerritorio S.A. se realiza con fines de proselitismo político. Ningún colaborador de ENTerritorio S.A. debe promover eventos de proselitismo político o asistir a estos en nombre de la empresa.

Para evitar que la imagen institucional sea objeto de señalamientos de intervención en política, no se permite que directivos y otros colaboradores de la empresa tengan la compañía de jefes o líderes políticos, miembros de corporaciones públicas o candidatos a estas.

7.1 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

El Grupo de Comunicaciones, en compañía de la Presidencia, son los responsables de coordinar con las áreas involucradas la logística de los eventos de ENTerritorio S.A. y de coordinar la participación institucional en aquellos que no son de exclusiva organización de la empresa.

También es responsable de velar porque en cada evento se cuide la imagen corporativa de la empresa, se potencie su posicionamiento y divulguen las temáticas en las que tiene un rol central. Por tal razón, el Grupo de Comunicaciones debe estar presente en todas las etapas de organización de cada encuentro.

7.2 EVENTOS ORGANIZADOS POR ENTERRITORIO S.A.

- a. **Jornadas de atención:** realizadas con la presencia de la Presidencia, el equipo directivo y los gerentes de convenio. Para garantizar su desarrollo, se hacen reuniones preparatorias mínimo 10 días hábiles antes del evento, a fin de coordinar la logística del caso.
- b. **Inauguración o entrega de proyectos:** con la presencia de la Presidencia, equipo directivo, gerentes de convenio y/o colaboradores del convenio. Para garantizar su desarrollo, se informa al Grupo de Comunicaciones con mínimo 10 días hábiles de anterioridad, para su correspondiente cubrimiento y difusión.
- c. **Eventos promocionales:** dentro de esta categoría está la participación en ferias, foros, cumbres, congresos o conferencias nacionales o internacionales, con el objetivo de impulsar las líneas de negocio de ENTerritorio S.A. o celebraciones de fechas especiales. En estos casos, el Grupo Comercial es el responsable del montaje del evento y el Grupo de Comunicaciones lo apoya con la difusión y generación de contenido.

7.3 EVENTOS ORGANIZADOS POR TERCEROS: encuentros en los que ENTerritorio S.A. participa de diferentes formas:

- **Invitación:** la participación está dada mediante la ubicación de un espacio (stand) para promover las líneas de negocio de ENTerritorio.S.A. El personal debe estar en la capacidad de transmitir de una manera clara y concisa información sobre la empresa y su portafolio de servicios.
- **Patrocinio:** eventos que cuentan con un apoyo financiero por parte de ENTerritorio S.A. En contraprestación, la imagen de ENTerritorio S.A. aparece en piezas promocionales del evento y cuenta con un espacio (stand) para promover los servicios y las líneas de negocio. Esta imagen debe estar implementada en las piezas, material publicitario si lo hubiere, stand u otros, cumpliendo

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

las indicaciones y respetando los lineamientos establecidos en el documento M-CO-02 Manual de Identidad Visual Corporativa.

Teniendo en cuenta las Directivas Presidenciales que expresan los lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la Rama Ejecutiva del orden nacional, los secretarios generales de los ministerios y departamentos administrativos o su equivalente, y los del Departamento de la Presidencia de la República, validarán y consolidarán las solicitudes de las entidades de su sector y enviarán a la Consejería Presidencial para las Comunicaciones lo correspondiente para su aprobación.

Por lo anterior, de conformidad con lo establecido en el Decreto Ley 1962 de 2023, siendo ENTerritorio S.A. una sociedad anónima de economía mixta, de la rama ejecutiva del orden nacional de carácter financiero, vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, no estaría obligada al cumplimiento de lo dispuesto en dicha Directiva Presidencial. Sin embargo, es necesario resaltar que la excepción que contempla dicha orden no implica el desconocimiento del deber que tiene esta empresa, de coordinar sus herramientas de publicidad y promoción con la Consejería Presidencial para las Comunicaciones.

7.4 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

El trabajo articulado en la organización de eventos es requisito fundamental para el éxito de estos. Dicha articulación requiere que el área y colaborador responsable, construyan un plan de trabajo con definición de objetivos, agenda, número de participantes, listado de invitados, lugar seleccionado y necesidades logísticas.

La ambientación y decoración del lugar deben ser sobrios evitando los excesos.

El Grupo de Comunicaciones diseña y define las piezas promocionales del evento, teniendo para su desarrollo la información institucional requerida (portafolio institucional, paquete de prensa y pendones institucionales).

- **Protocolo y etiqueta:** el personal es uno de los puntos clave para el éxito de un evento, por lo que deben reunir las siguientes características: amabilidad, respeto, excelente presentación personal, conocimientos detallados sobre la empresa, habilidad en el trato con las personas, seguridad y profesionalismo, excelente expresión oral, adaptabilidad y tolerancia.
- **Actos ceremoniales:** existen reglas que por norma o por tradición se deben seguir dentro de la práctica de las relaciones públicas y las siguientes son comunes a todos los actos oficiales:
- **Himnos**
 - Colombia
 - Departamento o Distrito Capital
 - Países participantes (en orden alfabético)
- **Intervenciones**
 - Presidente, subgerentes
 - Invitado especial (generalmente gobernador o alcalde)
 - Conferencistas según agenda definida
- **Mesa Principal**
 - Directivos de la empresa que organiza el evento e invitados especiales
 - Habladores con los nombres de quienes presiden el evento

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

- Habladores para personajes no previstos
 - Carpetas del evento
 - Mantel blanco
 - Adornos florales bajos para no obstaculizar la visión
 - Vasos de agua
- **Banderas:** se ubican a un lado de la mesa principal o en la parte de atrás, así:
 - Al centro, la de Colombia
 - A la izquierda, la del departamento o ciudad
 - A la derecha, la de institución organizadora
 - Cuando participan varios países, se ubican en orden alfabético después del país sede
 - **Atril**
 - Se utiliza para los discursos. Si el acto es de pie, su presencia es obligada, mientras que es optativa en el supuesto de que haya una mesa principal. Su finalidad esencial es servir como soporte a los papeles de los oradores, al tiempo que psicológicamente ofrece mayor seguridad frente al público.
 - Se debe ubicar a la derecha de la mesa principal
 - El maestro de ceremonias siempre debe contar con un libreto para el acto.
 - Siempre se debe tener lista de protocolo de los invitados al evento.
 - **Invitados especiales**

La ubicación de los invitados se hará de acuerdo con el orden de precedencia y si se utiliza mesa de honor, en ella debe ubicarse un número impar de personas, conformado por las autoridades de máxima jerarquía que participen en ese acto.

El ordenamiento de las demás autoridades se establece alternándose de derecha a izquierda de mayor a menor jerarquía (se entiende como derecha a aquella de la autoridad que preside la reunión). La alternancia, se observa también en las primeras filas.

No es recomendable ponerle rótulos con el nombre de la persona invitada a las sillas, a menos que se tenga la plena seguridad de la participación del funcionario o autoridad. Es más recomendable colocar rótulos de reservado, que permiten mayor flexibilidad al organizador para las ubicaciones preferenciales. Sin embargo, siempre debe contarse con un plano de distribución de los espacios preferentes, que pueda ayudar a este fin.

- **Protocolo en eventos inaugurales**

- **Corte de Cinta:** en algunos eventos de inauguración se acostumbra a desanudar una cinta, la cual puede ser de un color claro o con los colores de la institución. Según el corte de cintas, así como para los descubrimientos de placas, la intervención de los oradores varía así:
 - Beneficiario directo de la obra
 - Representante legal de la entidad beneficiaria
 - Representante legal de la entidad que entrega la obra
- **Descubrimiento de placas:** las placas siempre deben estar cubiertas por una tela, de un solo color. El momento del descubrimiento lo hace el representante de mayor jerarquía de la entidad cliente, junto con su homólogo de ENTerritorio S.A. y la persona de mayor jerarquía de la región.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

8 LA PUBLICIDAD

La publicidad es un conjunto de actividades cuyo objetivo fundamental es informar, persuadir, convencer y conseguir un comportamiento determinado de un grupo objetivo; se constituye en una herramienta útil para visibilizar la labor que desarrolla ENTerritorio S.A. en beneficio de los colombianos.

De acuerdo con las Directivas Presidenciales vigentes, los eventos organizados por terceros deben contar con aprobación de la Consejería Presidencial para las Comunicaciones para la ejecución de las diferentes actividades relacionadas con la publicidad y la promoción de la empresa.

Nota: Todo material publicitario o pieza gráfica que lleve el logo de ENTerritorio S.A. debe tener la aprobación del Grupo de Comunicaciones, desde su creación.

8.1 PIEZAS PUBLICITARIAS

Una pieza publicitaria es el resultado de una estrategia creativa para una serie de anuncios que aparecen en diversos medios durante un período específico.

Estos son algunos ejemplos de piezas publicitarias:

- **Material audiovisual:** comercial de televisión, video clips, cuñas radiales, piezas digitales y videos promocionales, entre otros. En todos los casos, debe llevar en un lugar visible el logotipo de ENTerritorio S.A. y dentro de la producción elementos gráficos o audiovisuales que hagan alusión a la identidad corporativa. Cualquier producción audiovisual debe contar con la aprobación del Grupo de Comunicaciones.
- **Material impreso para medios de comunicación:** avisos oficiales, anuncios, comunicados, edictos, convocatorias, entre otros. Todo material impreso para medios de comunicación debe llevar el logo de ENTerritorio S.A. y cumplir con los requisitos establecidos en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02). Cualquier material impreso para medios de comunicación debe estar debidamente aprobado por el Grupo de Comunicaciones.
- **Material impreso general:** brochure, infografías, carteles, folletos, volantes, afiches, vallas, pasacalles, pendones, pancartas y backing, entre otros. Todo material impreso debe respetar los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).
 - Los textos deben ser claros y concisos
 - Deben cumplir con el estilo editorial determinado por la Presidencia
 - Si son propuestos por las áreas, deben ser avalados por comunicaciones
 - Las ilustraciones, gráficos y fotografías deben ser de alta calidad
 - Este material debe ser aprobado por el Grupo de Comunicaciones
- **Material promocional:** material P.O.P (Point of Purchase, por sus siglas en inglés) que hace alusión a cualquier objeto que tenga un logo o emblema que represente una marca, como camisetas, gorras, bolígrafos, llaveros, agendas, entre otros. En todo momento debe respetar los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).
 - Asegurarse que la impresión del logo en los elementos sea de alta calidad
 - No elegir objetos demasiado pequeños donde no se vea con claridad el logo de ENTerritorio
 - Pedir al fabricante una muestra de prueba antes de hacer la impresión general
 - Todo material publicitario debe ser aprobado por el Grupo de Comunicaciones

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

8.2 PUBLICACIONES IMPRESAS

Se entiende por publicaciones impresas las cartillas, revistas, folletos, manuales, investigaciones y libros, entre otros, que son diseñados, producidos y distribuidos por ENTerritorio. Según el tipo de publicación, debe contar con una estrategia que incluya:

- Público objetivo
- Presupuesto para producción y distribución
- Redacción y difusión en medios de comunicación masiva
- Diseño atractivo con fácil lecturabilidad
- Tiraje (cantidad de impresión) y tipo de papel
- Aprobación del machote
- Organización de un evento de lanzamiento (cuando la publicación lo amerite)
- Plan de distribución

- **Consideraciones especiales**

- Cuando la ocasión así lo amerite, es posible contar con un proveedor externo para la producción del material, en este caso todos los contenidos y diseños deben ser aprobados por el Grupo de Comunicaciones y las áreas involucradas según el tema.
- El Grupo de Comunicaciones debe velar porque se acaten los lineamientos de Imagen Corporativa de ENTerritorio, establecidos en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).
- El Grupo de Comunicaciones y áreas involucradas deben asegurarse de que, tanto los contenidos escritos, como las fotografías, tengan derechos de autor de acuerdo con la normativa legal vigente.
- **Proceso de producción:** toda publicación que se produzca en ENTerritorio S.A. debe tener el siguiente proceso:

- a) **Contenido**

- El texto debe ser impecable, sin errores de ortografía, gramática o sintaxis
- Incluir información que describa qué es ENTerritorio S.A., cómo trabaja y cuáles son sus líneas de negocio.
- Incluir los créditos de ENTerritorio S.A. y de los autores respectivos
- Las fotografías utilizadas en las publicaciones deben tener pie de foto y el autor se identifica así:
 - Foto: (nombre del fotógrafo)
 - Foto cortesía de: (nombre de la empresa)
 - Foto: archivo ENTerritorio S.A.
 - Cuando se trate de fotografías de personas menores de 18 años, se debe contar con autorización expresa del padre o acudiente, quien debe diligenciar el formato F-CO-03 autorización de uso de derechos de imagen.

- b) **Diseño**

- Respetar en su totalidad los lineamientos de la imagen corporativa de ENTerritorio S.A., según lo establecido en el documento el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).
- Incluir siempre el logo de ENTerritorio S.A. en la portada de la publicación.
- En caso de que la publicación sea en alianza, el logo debe ubicarse en igualdad de condiciones que el socio, aliado o cliente.

- c) **Impresión**

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

- Se debe realizar con un proveedor que certifique la calidad en la entrega del producto final
- Destinar una parte del material para ser utilizada como herramienta de difusión en medios u otras organizaciones.
- El proceso de impresión varía de acuerdo con el número de páginas del documento y la cantidad de publicaciones.

d) Distribución

- Distribuir inmediatamente
- Realizar estrategias de free press para difundir la publicación en medios de comunicación, cuando el caso lo amerite.
- Levantar una base de datos para envío de ejemplares de cortesía
- Elaborar carta de presentación que acompañará los ejemplares enviados
- Contemplar la publicación en formato JPG para ser incluida en el sitio web de ENTerritorio S.A. y redes sociales.

8.3 DIRECTRICES SOBRE EL USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE ENTERRITORIO S.A. CON TERCEROS

En documentos de convenios suscritos entre ENTerritorio S.A. y un tercero, se deben seguir los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).

La empresa contratista debe utilizar el logo de ENTerritorio S.A. en todos los eventos públicos que se lleven a cabo, en el marco y desarrollo de los respectivos convenios, contratos o alianzas que se celebren entre las partes.

Así mismo, se debe asegurar la inclusión en todas las publicaciones y material de información generado, siguiendo los lineamientos establecidos en este Manual de Comunicaciones.

El Grupo de Comunicaciones de la empresa da el visto bueno a cualquier pieza visual de comunicación que utilice el logo de ENTerritorio S.A..

La empresa contratista debe velar porque en los contratos que se suscriban con terceros se garantice el cumplimiento de lo establecido en este Manual de Comunicaciones, el Manual de Identidad Visual (M-CO-02) y la Guía para el Uso y Difusión en las Redes Sociales (G-CO-01), en relación con la utilización de la imagen de la empresa en vallas, pendones, pasacalles, impresos y las piezas de comunicación utilizadas para visibilizar el objeto y los resultados del respectivo convenio.

Cuando la empresa contratista tenga su propio manual de comunicaciones, al momento de suscribir el convenio debe quedar formalizado por escrito, las condiciones para utilizar el logo de ENTerritorio S.A en las piezas de comunicación que se elaboren durante el desarrollo del convenio.

9 COMUNICACIÓN INTERNA

9.1 DEFINICIÓN

La comunicación interna en ENTerritorio S.A. se entiende como la relación participativa e integradora entre los colaboradores de la empresa, para conocer, gestionar y aportar en la consecución de los logros y metas institucionales, al tiempo que cada colaborador conoce su aporte y el de su área para el logro de esos objetivos.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

Es responsabilidad de la Presidencia y del equipo directivo promover acciones eficaces para lograr una buena comunicación interna en todos los niveles de la organización, donde se informe, promueva, estimule o dé a conocer contenidos relacionados con los planes y objetivos de la empresa.

Es responsabilidad del Grupo de Talento Humano y del Grupo de Comunicaciones posibilitar los canales de comunicación que permitan difundir dichos contenidos y, al mismo tiempo, generar acciones para la recepción de opiniones y sugerencias por parte de los colaboradores de ENTerritorio S.A.

9.2 MENSAJES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Temas de comunicación interna

- Plan Estratégico de la empresa
- Propósito superior, principios rectores y pilares estratégicos
- Logros, resultados, gestión y metas alcanzadas
- Interacción de ENTerritorio S.A. con medios de comunicación.
- Procesos de mejora continua
- Fortalecimiento de la cultura organizacional

9.3 CANALES O ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA

El Grupo de Comunicaciones, en compañía con el Grupo de Talento Humano establece los canales o actividades de comunicación interna que resulten más eficientes de acuerdo con el mensaje a difundir o de la retroalimentación que espera recibirse por parte de los colaboradores de ENTerritorio S.A.. Algunos canales o actividades de comunicación interna son:

a) Intranet

El Grupo de Talento Humano, en compañía del Grupo de Comunicaciones es responsable de elaborar y diseñar contenidos atractivos e interesantes para los colaboradores de ENTerritorio S.A., mientras que el Grupo de Tecnologías de la Información es responsable de cargar los contenidos en la Intranet. (<http://www.ENTerritorio.gov.co/portal/page/portal/Portal2>)

b) Correo electrónico

La Presidencia, el equipo directivo y el personal autorizado podrán utilizar el correo electrónico institucional para enviar comunicaciones de interés a toda la empresa (correos masivos).

- c) El correo electrónico es una herramienta de comunicación utilizada en ambas direcciones, que permite establecer niveles diferentes de posibilidades de información, cruces de comunicación horizontal y vertical, individualizada o de grupos, ventajas en cuanto a redacción, relectura y archivo, rapidez en la distribución de la información (tiempo real), seguimiento y respuesta, comentarios o nueva información de forma inmediata. En el uso correcto de este canal se deben ajustar a los lineamientos definidos en el Manual de Políticas de Seguridad de la Información. **Pantallas o carteleras**

Canal de información unidireccional descendiente. ENTerritorio S.A. cuenta con pantallas ubicadas estratégicamente en las instalaciones físicas, las cuales son usadas para difundir información de manera periódica.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

Es responsabilidad de todas las áreas suministrar los contenidos a distribuir a través de las pantallas, para lo cual el Grupo de Comunicaciones recolecta la información, elabora y diseña los contenidos y publica en las mismas, teniendo en cuenta la pertinencia.

d) Avisos o plegables

Son elementos gráficos de información sobre un tema específico, dotados de un diseño que permita atraer la atención de los colaboradores. Es responsabilidad de todas las áreas informar al Grupo de Comunicaciones la necesidad de producción de este tipo de material, el cual se debe ajustar a la identidad corporativa de la empresa.

e) Videos

Son producciones audiovisuales desarrolladas por ENTerritorio S.A. utilizadas para transmitir información sobre la empresa y sus actividades, productos o servicios. Es responsabilidad de todas las áreas informar al Grupo de Comunicaciones sobre la necesidad de producción de este tipo de material, el cual se debe ajustar a la identidad corporativa de la empresa.

f) Boletín virtual o newsletter

La publicación interna impresa puede reemplazarse por el boletín virtual o newsletter con información sobre las actividades desarrolladas por ENTerritorio S.A. y temas de interés para la empresa. Es responsabilidad de todas las áreas informar al Grupo de Comunicaciones sobre los eventos que se van a desarrollar. Este boletín lleva por nombre ENTerritorio S.A. al día.

g) Cápsulas informativas

Pieza audiovisual de corta duración que contiene las acciones y resultados de la gestión de la empresa, como estrategia de visibilización y creación de flujo de comunicación entre las diferentes áreas de ENTerritorio S.A.. Pieza que se puede proyectar en pantallas, enviar por correo masivo o compartir por canales como WhatsApp. Esta pieza audiovisual podrá tener voz en off o contar con entrevista de validadores que refuercen el cumplimiento de la premisa de “aliado técnico”. Esta cápsula tiene el nombre de ENTérate.

h) Clip de presentación de noticias publicadas

Animación en la que se publica una relación mes a mes de todas las noticias publicadas por los diferentes medios de comunicación, como portafolio de garantías de la continuidad y transparencia en la información pública y de la imagen de ENTerritorio S.A.. Esta pieza se ha denominado Así nos ven.

Nota: para solicitar apoyo por parte del Grupo de Comunicaciones para la divulgación de información a través de los canales de comunicación interna y externa, correo electrónico, Intranet, videos, boletines, acompañamiento en eventos, entre otros, se debe tener en cuenta el Procedimiento de Validación y Publicación de la Información (P-CO-01), y realizar el requerimiento a través del formato F-CO-01 el cual se encuentra automatizado por aplicativo Soporte de Servicio CIC, detallando la solicitud.

10 ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS

10.1 EL PORTAL WEB

La información del Estado debe ser entendida como un bien público, al igual que los trámites y servicios que toda empresa debe proveer a la comunidad para cumplir su objeto social y reconocer los derechos del

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

ciudadano. Por lo tanto, es un derecho de los ciudadanos y es un deber del Estado orientar su acción a las necesidades de la ciudadanía y una obligación ofrecer la información, trámites y servicios de manera eficiente, transparente y participativa a toda la sociedad, en cumplimiento de los lineamientos de apertura de datos y clasificación de la información, de la Estrategia de Gobierno en Línea.

Para este fin, los medios electrónicos se han constituido en un canal que permite su acceso de manera ágil y sencilla, a la vez que facilitan la mejora en la calidad de los servicios, así como ahorros en costos y tiempos de acceso.

El portal de ENTerritorio S.A. es la única puerta de acceso a todas las actividades web que desarrolla la empresa. Ninguna dependencia, programa misional o de apoyo, proyecto, alianza o convenio de la institución puede crear o promocionar el acceso directo a aplicativos o contar con un sitio web independiente.

Si se llegara a presentar un caso excepcional, el Grupo de Comunicaciones, previa solicitud de los interesados y tras la aprobación de la Presidencia, determinará los términos y condiciones en los cuales el *landing page* debe desarrollarse. En ningún caso será un sitio web por fuera del dominio enterritorio.gov.co.

Los contenidos referentes al Grupo de Comunicaciones para la web deben ser previamente aprobados por el líder de comunicaciones. La web es administrada por el Grupo de Tecnologías de la Información y es a través de su web máster que se sube o actualiza información a la página de ENTerritorio S.A..

Es obligación de todas las áreas suministrar con anticipación (mínimo 8 días hábiles) la información correspondiente, según lo estipulado en el Esquema de Publicación de Información.

En todos los casos, el Grupo de Comunicaciones y el equipo de Tecnologías de la Información deben orientar a las áreas encargadas de subir los contenidos para que estos respondan a lo establecido en el Manual de Implementación de la Estrategia de Gobierno en línea:

- Ser entendibles, agradables y de fácil uso, así como claros, precisos y de lenguaje sencillo
- Ser vigentes, relevantes, verificables y completos
- No deben ser ofensivos ni discriminatorios
- Respetar la privacidad.
- Respetar el derecho de autor y de propiedad intelectual.
- Respetar los lineamientos definidos en el Manual de Políticas de Seguridad de la Información, en relación con la clasificación de la información institucional.

Nota: el cargue y publicación de dichos contenidos es responsabilidad del Grupo de Tecnologías de la Información.

En todos los casos, las solicitudes para actualización o inclusión de nuevos contenidos en el portal web se deben realizar a través del aplicativo Soporte de Servicio CIC ubicado en la Intranet.

Ninguna empresa pública o privada podrá utilizar en sus sitios web la imagen institucional de ENTerritorio S.A. sin autorización previa del Grupo de Comunicaciones, quien se encargará de suministrar el material gráfico necesario (logos y fotografías) siguiendo los lineamientos del Manual de Identidad Visual de ENTerritorio S.A. (M-CO-02).

Los contenidos noticiosos, fotografías y material multimedia publicado en el portal web, son públicos y de libre utilización, siempre y cuando sean para fines de divulgación a favor de la empresa y se les dé su debido crédito.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VIGENCIA:	2024-10-01
		CLASIFICACIÓN:	IP

El *webmaster* de ENTerritorio S.A. depende del Grupo de Tecnologías de la Información y su responsabilidad es la de realizar el cargue de los contenidos, mantenimiento de la página web y generación de estadísticas.

En cuanto a la seguridad informática del portal web, está también recae sobre el Grupo de Tecnologías de la Información, para lo cual se recomienda que después de cada actualización y de manera periódica se generen *backups* de información, lo cual permita restablecer la operación del sitio web ante cualquier contingencia.

10.2 ESTADÍSTICAS

La usabilidad del sitio web debe estar en constante evolución. Las tendencias y motivaciones de los usuarios son susceptibles de cambiar, como lo hacen las tecnologías.

Con el fin de determinar el comportamiento del sitio, es necesario su constante evaluación para obtener estadísticas de uso, número de visitas, secciones más visitadas, porcentaje de rebote, entre otros datos que apoyarán la toma de decisiones de una manera más acertada.

El informe de estadísticas del portal www.enterritorio.gov.co es responsabilidad de Tecnologías de la Información y deberá emitirlo cuando se requiera la medición de algún aspecto específico.

10.3 LA INTRANET

La Intranet de ENTerritorio S.A. forma parte de www.enterritorio.gov.co y se convierte en el medio de comunicación oficial de la empresa con su público interno.

Los contenidos de la Intranet están enfocados en el público interno, buscando mantenerlo al día frente a las decisiones que lo involucran o afectan y orientarlo sobre conductas, procedimientos, valores y actividades propias del que hacer interno de la empresa. Esta publicación también debe cumplir con los lineamientos de clasificación de información institucional que se definen en el Manual de Políticas de Seguridad de la Información M-RI-06.

La información publicada en la intranet debe seguir el procedimiento de radicación el sistema de gestión ARANDA o también conocido como Soporte de Servicio CIC. Cada área debe suministrar información de manera periódica y velar porque cada una de las áreas conozcan de manera permanente su gestión y actividades más importantes.

Los aplicativos, diseños y contenidos para la Intranet deben ser previamente aprobados por el Grupo de Comunicaciones. Estos contenidos serán administrados y actualizados por el Grupo de Tecnologías de la Información.

Es obligación de todas las áreas, suministrar con anticipación (mínimo 8 días hábiles) la información correspondiente, según lo estipulado en el Esquema de Publicación de Información.

La Intranet debe cumplir con los lineamientos del Manual de Identidad Visual de ENTerritorio (M-CO-02).

La intranet debe contar con una sección de comunicaciones que sirva como repositorio de todas las comunicaciones internas y como evidencia de todo el trabajo desarrollado por el Grupo de Comunicaciones, así como mecanismo de consulta para los funcionarios y colaboradores.

 <small>Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.</small>	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	M-CO-01
		VERSIÓN:	04
		VIGENCIA:	2024-10-01
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	IP

10.4 EL CORREO ELECTRÓNICO

El correo electrónico masivo de comunicaciones, comunicaciones@enterritorio.gov.co, es una de las herramientas oficiales de divulgación de contenidos que están aprobadas para el envío de información, establecidas en el Plan de Acción de Comunicaciones. Su utilización está limitada únicamente a asuntos institucionales y al envío masivo de piezas o campañas de comunicación.

El Grupo de Comunicaciones deberá optimizar las piezas enviadas para que su peso no afecte la funcionalidad del servidor y de la herramienta de Outlook y seguir los lineamientos establecidos sobre el uso correcto del correo electrónico que aparecen en el Manual de Políticas de Seguridad de la Información M-RI-06.

10.5 LAS REDES SOCIALES

Los lineamientos de uso de las redes sociales de ENTerritorio S.A. se encuentran plasmadas en la Guía para el Uso y Difusión en las Redes Sociales de ENTerritorio S.A. (G-CO-01).

Solo los perfiles oficiales, pertenecientes a ENTerritorio S.A., son los autorizados para la divulgación de información sobre proyectos y convenios de la empresa

Todas las comunicaciones de ENTerritorio S.A. en Redes Sociales también se rigen bajo los lineamientos vigentes de la Presidencia de la República.