



# POLÍTICA DE COMUNICACIONES

**SUPERINTENDENCIA**  
DE NOTARIADO Y REGISTRO

<b>Código: CE – PL – 01</b>	<b>Versión: 01</b>	<b>Fecha: 18/11/2020</b>
-----------------------------	--------------------	--------------------------

**EQUIPO:**

**RUBEN SILVA GOMEZ**

SUPERINTENDENTE DE NOTARIADO Y REGISTRO

**WILLIAM ANTONIO BURGOS DURANGO**

SECRETARIO GENERAL

**JUAN CARLOS TORRES RODRIGUEZ**

JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN (e)

**IVÁN ENRIQUE COLMENARES MORALES**

COORDINADOR DEL GRUPO DE COMUNICACIONES

**ELIANA HENAO RENGIFO**

PROFESIONAL UNIVERSITARIO



República de Colombia

Ministerio de Justicia y del Derecho

**Superintendencia de Notariado y Registro**

---

## CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. OBJETIVO GENERAL.....	5
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
4. ALCANCE.....	5
.4.1. MAPA DE ACTORES INTERNOS:.....	6
.4.2. MAPA DE ACTORES EXTERNOS:.....	7
5. MARCO DE ORDEN CONCEPTUAL.....	7
6. CONTENIDO.....	9
.6.1. COMUNICACIÓN INTERNA.....	10
.6.2. COMUNICACIÓN EXTERNA.....	10
.6.3. REDES SOCIALES.....	11
.6.4. VOCEROS.....	11
.6.5. MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS.....	12
.6.6. PORTAL WEB.....	12
.6.7. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA.....	13
8. GLOSARIO.....	13
9. BIBLIOGRAFÍA.....	14

## 1. INTRODUCCIÓN

La comunicación en la Superintendencia de Notariado y Registro (SNR) es un proceso que se desarrolla de manera transversal, interactuando con todas las áreas de la entidad. De acuerdo a lo anterior, se proyecta esta Política de Comunicaciones que contiene los lineamientos generales que se deben seguir para lograr una comunicación efectiva en el ámbito interno y externo, teniendo en cuenta a los públicos objetivos.

Esta Política se ajusta a los lineamientos propuestos para el Plan Estratégico Institucional de la Superintendencia de Notariado y Registro y la Dimensión 5 de Información y Comunicación del MIPG.

En este documento se determinan las pautas a seguir para garantizar la fluidez y el óptimo desarrollo de los procesos de comunicación interna y externa, incluyendo en esta última a las redes sociales. Así mismo, se establecen los criterios que deben tener en cuenta quienes actúen como voceros de la entidad y los criterios a seguir en caso de presentarse situaciones de crisis que atenten contra la operabilidad, prestación del servicio, reputación e imagen de la entidad.

A su vez, el documento aborda los lineamientos para el correcto uso de todos los elementos de identidad visual y de imagen corporativa de la SNR.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Definir los lineamientos generales para el efectivo desarrollo de las comunicaciones al interior y exterior de la SNR, estableciendo el alcance de las mismas, las áreas involucradas y los canales dentro de los cuales se ejecutan, de tal manera que trabajen de forma transversal con todos los procesos.

## 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los parámetros generales dentro de los cuales deben desarrollarse las comunicaciones internas y externas y a los que se deben ceñir quienes intervengan en estas.
- Precisar criterios relevantes que deben ser tenidos en cuenta en la entidad para el correcto desarrollo de las comunicaciones, como los son: redes sociales, voceros, manejo de las comunicaciones en situaciones de crisis, portal web e identidad visual corporativa.
- Obtener el insumo principal para el desarrollo del Plan Anual de Adquisiciones del Grupo de Comunicaciones, teniendo en cuenta las necesidades técnicas y humanas necesarias para la correcta gestión de las comunicaciones internas y externas en la entidad.
- Empoderar al Grupo de Comunicaciones, principal ejecutor de esta política, para que funja como asesor estratégico para las tomas decisiones o acciones desarrolladas por la entidad atinentes a los fines misionales, dentro de las cuales la comunicación cumple un rol importante.

## 4. ALCANCE

Dentro de la Superintendencia de Notariado y Registro la comunicación cumple un rol fundamental, dado que, al ser desarrollada de manera transversal trabaja de la mano con todas las áreas de la entidad. Este proceso es ejecutado por el Grupo de Comunicaciones, que vela porque su gestión sea de manera efectiva y coadyuve al logro de los objetivos misionales.

Es así como, esta política define los lineamientos para la ejecución las comunicaciones internas y externas, teniendo en cuenta los canales y los públicos objetivos de la SNR.

A continuación se presenta dos mapas de actores, uno para el trabajo interno y otro para el externo:

#### **.4.1. MAPA DE ACTORES INTERNOS:**



## 4.2. MAPA DE ACTORES EXTERNOS:



## 5. MARCO DE ORDEN CONCEPTUAL

El Gobierno Nacional expidió el Decreto 1599 de 2005, por medio del cual se adoptó el Modelo Estándar de Control Interno (MECI), que debe ser acogido por todas las entidades del Estado. Posteriormente, en 2014 se expidió el Decreto 943 que actualiza este modelo.

En este se desarrollan tres subsistemas: Control Estratégico, Control de Gestión y Control de Evaluación. En el segundo, se desarrolla, entre otros, el componente de 'Comunicación', que establece que las entidades del Estado deben adoptar una Política y Estrategia de Comunicación.

En 2009, se sancionó la Ley 1341 en la que se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones —TIC; además, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.

A partir de lo anterior, en la Superintendencia de Notariado y Registro se expidió la Resolución 14606 de 2015 por medio de la cual se adoptó una Política y Estrategia de Comunicaciones con el fin de ser acogida por todos los funcionarios.

Entre tanto, en 2018, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 612 por medio del cual se fijan directrices para la integración de los planes institucionales y estratégicos al Plan de Acción por parte de las entidades del Estado. En esta Ley se incluye el Plan Estratégico de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, PETI.

De acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, PETI...

*“es el artefacto que se utiliza para expresar la Estrategia de TI. Incluye una visión, unos principios, unos indicadores, un mapa de ruta, un plan de comunicación y una descripción de todos los demás aspectos (financieros, operativos, de manejo de riesgos, etc.) necesarios para la puesta en marcha y gestión del plan estratégico. El PETI hace parte integral de la estrategia de la institución. Cada vez que una entidad hace un ejercicio o proyecto de Arquitectura Empresarial, su resultado debe ser integrado al PETI”.*

Lo anterior deja ver como los avances tecnológicos, ligados a cambios socioculturales y económicos interfieren en los procesos de comunicación, al tiempo que generan cambios significativos. Como prueba de ello, el Gobierno Nacional, basado en los artículos 21 y 29 del Decreto 179 de 2019, expidió la Circular 01 del mismo año, que imparte recomendaciones para la ejecución de buenas prácticas para el manejo de las redes sociales de servidores públicos y entidades públicas, ambos de la rama ejecutiva del orden nacional.

Allí se definen a las redes sociales como un mecanismo de comunicación entre el Gobierno Nacional, la ciudadanía, los empresarios, los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad en general.



Adicionalmente, la dimensión quinta del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, “Información y comunicación”, señala la importancia de garantizar un adecuado flujo de comunicación interna y externa en las entidades, que permita la operatividad institucional y la interacción con los ciudadanos. Para lo cual son necesarios canales de comunicación acordes con lo previsto de la política de Transparencia y Acceso a la información.

*“...es importante que tanto la información como los documentos que la soportan (escrito, electrónico, audiovisual, entre otros) sean gestionados para facilitar la operación de la entidad, el desarrollo de sus funciones, la seguridad y protección de datos y garantizar la trazabilidad de la gestión... Contar con servidores públicos bien informados, sobre cómo opera la entidad, y con ciudadanos bien informados sobre cómo hacer efectivos sus derechos, fomenta la eficiencia, la eficacia, la calidad y la transparencia en la gestión pública, la rendición de cuentas por parte de la administración y el control social ciudadano.”*

Todo este recorrido histórico en materia normativa, deja ver la importancia de actualizar la Política de Comunicaciones de la Superintendencia de Notariado y Registro, de tal manera que esté alineada con las nuevas directrices del Gobierno Nacional y que, a su vez, responda de forma satisfactoria a las nuevas prácticas y cambios generados desde los ámbitos sociales, públicos y privados en materia de comunicaciones.

## 6. CONTENIDO

Con el fin de garantizar los fines misionales de la entidad y, a su vez, contribuir al logro de los objetivos estratégicos, en esta Política de Comunicaciones se determinan los parámetros institucionales dentro de los cuales se deben ejecutar las diferentes acciones comunicacionales, y se establecen las acciones a las cuales se deben ceñir los funcionarios para al fortalecimiento de la identidad institucional y cuidar la imagen tanto al interior como al exterior de la SNR.

De esta forma se determinan los lineamientos a seguir para una correcta ejecución de la “Comunicación Interna”, “Comunicación Externa”, “Voceros”, “Redes Sociales”, “Situaciones de Crisis”, “Portal Web” e “Identidad Visual Corporativa”. A continuación, se explica cada punto:

## **.6.1. COMUNICACIÓN INTERNA.**

El proceso de comunicación interna de la SNR busca mantener actualizados a los públicos objetivos internos de la entidad acerca de los diferentes procesos, requerimientos, noticias, logros y avances de la SNR y sus integrantes. Se debe desarrollar dentro de un lenguaje cordial, claro y conciso, se debe propender, además porque sea inclusivo teniendo en cuenta a personas en condición de discapacidad.

Para su correcta ejecución es necesario contar con el acompañamiento y asesoría del Grupo de Comunicaciones, que dará las pautas a seguir para desarrollar diferentes temas o piezas cumpliendo con los lineamientos requeridos; por ejemplo, correcto uso de los logos, fuentes, lenguaje, entre otros.

Este proceso se desarrolla a través de los canales establecidos, como son: intranet, correos y carteleras institucionales. La administración de estos espacios está a cargo del Grupo de Comunicaciones; sin embargo, en las oficinas ubicadas por fuera del nivel central, estará a cargo de las Direcciones Regionales con el acompañamiento del Grupo de Comunicaciones.

## **.6.2. COMUNICACIÓN EXTERNA.**

El proceso de comunicación externa de la SNR busca acercar la entidad a sus públicos objetivos externos, a través de tácticas o acciones que permitan visibilizar el trabajo que realiza, los diferentes servicios que presta y los hechos noticiosos de esta. Se debe desarrollar dentro de un lenguaje cordial, claro y efectivo, de acuerdo con el canal en el que se emita. También se debe buscar que sea inclusivo teniendo en cuenta a personas en condición de discapacidad.

Este proceso se ejecuta bajo los lineamientos y consideraciones dispuestas por el Superintendente de Notariado y Registro, quien define, con el acompañamiento y asesoría del Grupo de Comunicaciones, los criterios de manejo de información, su confidencialidad y el cuidado de la imagen institucional.

Las acciones derivadas de la comunicación externa son responsabilidad del Grupo de Comunicaciones, que elabora los boletines de prensa, administra las redes sociales, realiza fotografía y video o, en algunos casos, aprueba las piezas realizadas por un tercero. También es labor de este Grupo liderar y acompañar la realización de eventos institucionales.

El contacto con los medios de comunicación se debe realizar a través de este Grupo; por lo tanto, las solicitudes de información institucional tendrán que ser siempre filtradas a través de esta área, en coordinación con el despacho del Superintendente.

### **.6.3. REDES SOCIALES.**

Las redes sociales son un canal de comunicación, información e interacción con los ciudadanos, esto último da la posibilidad de conectarse con las personas ya que algunas de sus inquietudes pueden ser resueltas por estos medios. A través de ellas también se da a conocer la gestión de la entidad, los servicios que presta, los eventos y las noticias o novedades.

Para dar un correcto uso a estos canales se recomienda revisar la circular 01 de marzo de 2019 emitida por el Gobierno Nacional y demás disposiciones afines, en la que se definen los parámetros a seguir para su correcta gestión. Se hace énfasis en la responsabilidad que adquieren quienes administran las cuentas, y el compromiso en materia penal, administrativa y disciplinaria que acarrea esta función, ya que son los responsables no solo de los contenidos emitidos sino del control de las cuentas (interacción con usuarios, destino de las bases de datos, violación de datos personales y uso inadecuado de la información, entre otros). Lo que se publique debe contener un lenguaje claro, amable y conciso.

La administración de las redes sociales está a cargo del Grupo de Comunicaciones, este determina el cronograma de publicación, los horarios y pertinencia, así como el manejo del material audiovisual que se emite.

### **.6.4. VOCEROS.**

El vocero oficial de la Superintendencia de Notariado y Registro es el Superintendente o quien él delegue, es decir que es la única persona que puede hablar a medios sobre determinado tema. Las solicitudes de entrevista o información al vocero deben realizarse a través del Grupo de Comunicaciones de la SNR, quienes gestionarán el tema con la alta dirección.

El Grupo de Comunicaciones debe realizar acompañamiento previo, durante y posterior a la entrevista y estar atento a los diferentes requerimientos de las partes.

## **.6.5. MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS.**

Se considera una crisis toda situación que atente contra la operabilidad, prestación del servicio, reputación e imagen de la Superintendencia de Notariado y Registro. Los factores que desencadenan una crisis pueden variar desde causas extremas hasta muy leves. Por ejemplo, pandemias, atentados, cambios políticos, desastres naturales, errores técnicos y/o humanos, rumores, declaraciones, entre otras.

Este tipo de acontecimientos en algunas circunstancias se pueden prever, haciendo un mapeo de posibles riesgos; sin embargo, algunos de ellos no se logran determinar por lo que podrían aparecer de manera imprevista. Para anticiparse a los posibles escenarios de crisis se recomienda revisar la matriz de riesgos institucionales que anualmente actualiza la Oficina Asesora de Planeación.

En caso de que la SNR se enfrente a una situación de este tipo, el Grupo de Comunicaciones debe hacer un monitoreo permanente del tema y suministrar esta información al Despacho del Superintendente. Es necesario tener en cuenta que el vocero oficial es la cabeza de la entidad o quien él delegue.

El Grupo de Comunicaciones debe estar preparado y responder a los requerimientos de la alta dirección y de los delegados por el Superintendente para responder a esta crisis.

## **.6.6. PORTAL WEB.**

El Grupo de Comunicaciones se encarga únicamente de la parte funcional del portal web de la entidad, es decir cargue y actualización de contenidos relacionados con el Superintendente de Notariado y Registro y hechos noticiosos, eventos, entre otros, para los cuales se realizan boletines de prensa, fotos, videos y campañas en general.

Otros temas, como actualizaciones de información exclusiva de cada una de las dependencias, sus links y contenidos, están a cargo de cada área interesada, la cual debe delegar a un funcionario para que, con la ayuda de la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI), puedan realizar este trabajo. En caso de requerir apoyo sobre redacción, semántica, sintaxis y realización de diseños gráficos o audiovisuales, podrán solicitarla al Grupo de Comunicaciones, teniendo en cuenta que se trata de una asesoría y que la responsabilidad es del área encargada.

Así mismo, para la administración del portal es indispensable el trabajo continuo de la OTI, área responsable en su totalidad del funcionamiento, seguridad y mantenimiento técnico de la página de la entidad.

## **.6.7. IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA.**

A través de su imagen visual la Superintendencia de Notariado y Registro busca proyectar seriedad, compromiso y trabajo articulado de las diferentes áreas para prestar un adecuado servicio a la ciudadanía. Al mismo tiempo que reafirma y mantiene el sentido de pertenencia en los funcionarios.

En este proceso es indispensable que todos los actores de la entidad tengan presente la correcta utilización de los elementos de identidad visual y de imagen corporativa de la SNR, los cuales están estipulados en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

Todo material audiovisual generado por las diferentes dependencias debe tener en cuenta los lineamientos de este Manual y, en caso de que se requiera, contar con la aprobación del Grupo de Comunicaciones, área que deberá estar pendiente de su correcto uso.

## **7. GLOSARIO**

**Actores:** Personas, grupos, entidades u organizaciones que están relacionados con la Superintendencia de Notariado y Registro, debido a que forman parte de ella, trabajan en conjunto, tienen o pueden llegar a tener interés en el trabajo que presta.

**Boletín de Prensa:** Comunicado oficial que informa sobre una noticia de la entidad. Se utiliza como herramienta para convocar a medios de comunicación o difundir dicha noticia a través de los canales de comunicación.

**Canales de Comunicación:** Son el medio por el cual se transmite información a los públicos objetivos de la entidad. Como, por ejemplo, las redes sociales, el portal web, Grupo de Chat de Prensa en WhatsApp, entre otros.

**Intranet:** Canal de comunicación interna de la entidad por medio del cual se dan a conocer todas las noticias, novedades, cambios y demás información de interés para los funcionarios, contratistas y directivos.

**Mapa de actores:** Esquema en el cual se ubican todos los actores que, de alguna u otra forma, están relacionados con la entidad.

**Públicos objetivos:** Grupo de personas al cual están dirigidas las acciones de la entidad. Son las personas de interés para el que hacer de la SNR o para acciones puntuales.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Función Pública. (09 de 2017). Obtenido de  
<https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/como-opera-mipg>

Función Pública. (04 de 2018). Obtenido de  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=85742>

Función Pública. (03 de 2019). Obtenido de  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=91470>

Ministerio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones. (07 de 2009).  
*www.mintic.gov.co*. Obtenido de  
[https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf)

Ministerio de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones. (04 de 2018).  
*www.mintic.gov.co*. Obtenido de  
<https://www.mintic.gov.co/arquiturati/630/w3-article-9148.html>

Presidencia de la República. (02 de 2019). Obtenido de  
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20179%20DEL%2008%20DE%20FEBRERO%20DE%202019.pdf>

Resolución 14606 de 2015. Superintendencia de Notariado y Registro. Obtenido de  
[www.supernotariado.gov.co](http://www.supernotariado.gov.co)

VERSIÓN DE CAMBIOS			
Código:	Versión:	Fecha:	Motivo de la actualización:

ELABORACIÓN Y APROBACIÓN							
ELABORÓ		APROBÓ		Vo. Bo Oficina Asesora de Planeación		Vo. Bo Oficina Asesora de Planeación	
Eliana Henao Rengifo	Profesional Universitario Grado 10	Iván Colmenares Morales	Coordinador Grupo de Comunicaciones	Juan Carlos Torres Rodríguez	Coordinador Grupo de Arquitectura Organizacional y Mejoramiento Continuo	Ricardo García Ramírez	Jefe Oficina Asesora de Planeación
Fecha: 04 - 11- 2020		Fecha: 04 -11- 2020		Fecha: 19-11-2020		Fecha: 19-11-2020	