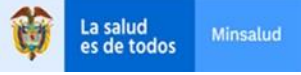




	<p>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</p> <p>PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC</p>		
<p>VERSIÓN: 1.0</p>	<p>CÓDIGO: ESESDIGPL05</p>	<p>FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021</p>	<p>Página 1 de 27</p>





**PLAN DE COMUNICACIONES DEL FONDO DE PASIVO SOCIAL DE FERROCARRILES
NACIONALES DE COLOMBIA**

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVO	3
2.1. Objetivos Específicos	3
3. ALCANCE	4
4. BASE LEGAL.....	4
5. DEFINICIONES	5
6. DOFA.....	6
7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN FPSFNC	8
7.1 DEFINICIÓN DEL PÚBLICO: INTERNO Y EXTERNO	8
7.2 USO DE LAS PIEZAS GRÁFICAS - BANNERS.....	8
7.3 MATRIZ DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS.....	9
7.4 Campañas publicitarias.....	10
8. REDES SOCIALES.....	11
8.1. Manejo de la Redes Sociales	12
8.2. Gestión de comentarios y respuestas	13
9. PÁGINA WEB (SEDE ELECTRÓNICA).....	13
10. ANEXOS.....	13

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

1. INTRODUCCIÓN

El Fondo de Pasivo Social de Ferrocarriles Nacionales de Colombia ¹ presenta su Plan de Comunicaciones, con el cual busca integrar los objetivos de comunicación interna y externa de la Entidad, ligar los canales y acciones de comunicación a sus objetivos institucionales y propender por una comunicación de carácter estratégico, transversal e integradora.

Por lo tanto, el presente plan es la guía para todas las acciones en materia de comunicación, la forma en que el FPS-FNC gestionará esta con sus grupos de valor.

Teniendo en cuenta lo anterior, su implementación es de gran importancia para que haya un adecuado flujo de información interna y externa, lo que facilitará la operación de la Entidad y su interacción con los ciudadanos, en un tono y lenguaje apropiado, fomentando la eficiencia, la eficacia, la calidad y la transparencia en la gestión pública, la rendición de cuentas y la información en general.

2. OBJETIVO

Informar y socializar a nuestros colaboradores y contratistas los detalles relacionados con la operación de la Entidad; así como mantener informados a los usuarios y a la ciudadanía en general sobre cómo hacer efectivos sus derechos, además de darles a conocer sus deberes y demás información que se genera en el desarrollo de la misionalidad de la Entidad.

2.1. Objetivos Específicos

- Mantener los canales de información confiable para todos los usuarios del FPS y ciudadanos en general, permitiendo una retroalimentación constante por parte de estos.
- Fortalecer los canales de información internos y externos, a través de los cuales se transmite información de interés a los grupos de valor de la Entidad.
- Informar la gestión realizada por parte del FPS-FNC, de manera transparente y de acuerdo a los lineamientos sobre normatividad y demás políticas impartidas por el Gobierno Nacional.

¹ En adelante FPS-FNC.

	<p>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</p> <p>PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC</p>		
<p>VERSIÓN: 1.0</p>	<p>CÓDIGO: ESESDIGPL05</p>	<p>FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021</p>	<p>Página 1 de 27</p>

3. ALCANCE

Este documento debe aplicarse a todos los procesos y oficinas responsables del contenido que se publica en la página web de la Entidad, su Intranet, sus Redes Sociales (RRSS) y demás canales oficiales del FPS-FNC, para que de esta forma se pueda dar cumplimiento a lo establecido por las normativas internas de la entidad y la Ley de 1712 del 2014 (Transparencia y acceso de la información pública) y demás normativas alineadas a Gobierno Digital.

4. BASE LEGAL

Al ser el FPS-FNC una entidad que integra la rama ejecutiva, la gestión de comunicaciones que este realiza se encuentra fundamentada en la siguiente normatividad:

- **Constitución Política de Colombia. Artículo 20.** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.
- **Ley 527 de 1999.** Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 1712 de 2014.** Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones; entre las que se encuentra el derecho fundamental que tienen todas las personas para conocer de la existencia y acceder a la información pública en posesión o bajo control de los sujetos obligados, bajo la política de Gobierno Digital.
- **Resolución 1519 de 2020 (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones).** Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos.
- **Resolución 2893 de 2020.** Por la cual se expiden los lineamientos para estandarizar ventanillas únicas, portales específicos de programas transversales, sedes electrónicas, trámites, OPAs y consultas de acceso a información pública, así como en relación con la integración al Portal Único del Estado Colombiano, y se dictan otras disposiciones. Conforme al principio de "masificación del gobierno en línea", hoy Gobierno Digital, consagrado en el numeral 8 del

	<p>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</p> <p>PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC</p>		
<p>VERSIÓN: 1.0</p>	<p>CÓDIGO: ESESDIGPL05</p>	<p>FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021</p>	<p>Página 1 de 27</p>

artículo 2 de la Ley 1341 de 2009, las entidades públicas deben adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el desarrollo de sus funciones.

5. DEFINICIONES

Administrador externo: también conocido como proveedor administrador de la página web, es quien apoya y asesora al FPS-FNC respecto del manejo de la página web y de la Intranet.

Administrador Interno de la página web y/o Intranet: contratista del grupo de TICs, quien cumple el rol de ser el canal entre el responsable de la información y el administrador externo o proveedor del contrato que cubre la administración de la página web.

Banner: imagen publicitaria digital. Estas piezas graficas se insertan en diferentes lugares como una página web, portales web, intranet, periódicos, espacios públicos, redes sociales, entre otros. En la mayoría de los casos tienen como objetivo atraer tráfico a la web o *landing page* del anunciante.

Boletines de prensa: comunicación escrita y dirigida a los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de interés periodístico.

Fan page: es una página creada en la red social Facebook, destinada a ser un canal de comunicación entre los seguidores o interesados en un asunto, empresa causa o persona y está última.

Feedback: *feedback* o retroalimentación es la acción de ofrecer información a una persona sobre el análisis de un resultado. El *feedback* se da en evaluaciones, consejos o incluso comentarios, y pretende aportar información para generar futuras mejoras.

Intranet: red o portal privado, de acceso restringido, al que tienen acceso únicamente los usuarios autorizados para ello. A nivel empresarial tiene grandes aplicaciones, ya que permite interactuar a empleados de distintos niveles jerárquicos o departamentos con contenidos necesarios para el desarrollo de la organización.

Página web (sede electrónica): documento y/o portal accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, y que puede incluir audio, vídeo, texto o sus diferentes combinaciones. Las primeras webs surgieron en el año 1992, se trataban de páginas estáticas, y que sólo podían ser accesibles para ser modificadas a través de código HTML.

Red Social: estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, comercial o personal, etc.). Tiene como finalidad la comunicación libre de información por medio de plataformas especializadas para este fin.


RRSS: acrónimo de Redes Sociales.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

6. DOFA

MATRIZ DOFA	
INTERNAS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Experiencia, conocimientos, competencia, disposición y compromiso de parte del personal que maneja las comunicaciones.	Herramientas tecnológicas desactualizadas.
Recurso humano motivado hacia el cambio.	Falta de lineamientos frente a la difusión de la Información interna.
Lenguaje definido.	Ausencia de un(a) Líder de Comunicaciones, ni dependencia con personal idóneo en materia de Comunicaciones.
Actualización constante de los contenidos publicados en las redes sociales.	Falta de caracterización de los grupos de valor, omitiendo información útil para la planeación estratégica y su ejecución.
Existencia de un rol encargado de la gestión de las redes sociales.	Plan de Comunicaciones desactualizado.
Crecimiento permanente.	Falta de recurso humano para desarrollar las actividades de la dimensión Información y Comunicación-MIPG e inestabilidad laboral del personal existente.
Contundencia en los temas.	Falta de capacitación al funcionario de Atención al ciudadano que atiende las quejas, inquietudes y las solicitudes del proceso, para implementar un filtro que permita gestionar de mejor manera las solicitudes, permitiendo que solo lleguen al proceso aquellas que requieran estudio jurídico o soporte documental.
Disponibilidad y acceso a herramientas por parte de los funcionarios y contratistas (Unidades virtuales, página web, cuentas de correos, intranet, entre otros).	Limitaciones de las plantas de personal en cuanto a su estructura, ya que no contiene cargos para facilitar el cumplimiento de la misión y visión institucional, y demás competencias otorgadas a la Entidad.
	Falta de presupuesto y/o personal idóneo para el desarrollo de estrategias pagas y de crecimiento orgánico que permitan el aumento de los seguidores en las redes sociales de la Entidad.

Página web e intranet actualizadas.	Falta de interacción con los grupos de valor en redes sociales.
Redes sociales como Facebook y Twitter creadas como canal de comunicación con nuestro usuario interno y externo.	Falta de socialización del manual de estilo corporativo y uso de la marca.
Se cuentan con canales de comunicación que permiten la visualización de la información e manera transparente, para mantener informados a los grupos de valor de la Entidad.	
Diseño de estrategias de comunicación para las diferentes campañas o actividades realizadas por el FPS-FNC.	
EXTERNAS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Asignación de recursos de inversión por parte del DNP y del Ministerio de Hacienda, periodo 2021-2022, para el fortalecimiento de la gestión administrativa y tecnológica.	Cambios en la normatividad.
Apoyo a la gestión de la Entidad por parte de las asociaciones y agremiaciones de pensionados de Puertos y Ferrocarriles.	Ataques Cibernéticos.
Implementación de las normas Internacionales ISO 9001:2015, 14001:2015, 45001:2018, ISO 2701:2013, articulándose con MIPG.	Reducción del presupuesto por las políticas impartidas por Gobierno Nación, tanto de los Rubros presupuestales de Ingresos como de Gastos.
Desarrollar acercamiento con los medios de comunicación, establecer relaciones públicas.	
Mejorar la imagen de la Entidad.	
Firma de convenios con Universidades para tener pasantes en Comunicación social y periodismo.	
Firma de convenios con diferentes entidades para la capacitación del personal.	
Asesoramiento para la implementación de la política de Información y Comunicación por parte del Departamento Administrativo de la Función Pública.	

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27



7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN FPS-FNC

Teniendo en cuenta el análisis realizado por medio del DOFA interno, es necesario generar unos parámetros generales para el uso y manejo adecuado de las comunicaciones de la Entidad a través de sus diversos canales aprobados.

Para lo anterior, se definieron los siguientes lineamientos de comunicaciones:


7.1 DEFINICIÓN DEL PÚBLICO: INTERNO Y EXTERNO

- Público Interno: Colaboradores y contratistas.
- Público Externo: Pensionados y afiliados, proveedores, ciudadanía en general, entidades públicas, Ministerio de Salud y Protección Social, Superintendencia de Salud, Procuraduría General de la Nación, Contraloría General de la República, asociaciones de pensionados y medios de comunicación.

7.2 USO DE LAS PIEZAS GRÁFICAS - BANNERS

Para el manejo de las piezas gráficas que se publican en los canales de la Entidad, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Mantener los colores institucionales de la Entidad en todos los diseños: Amarillo R: 252 – G:189 – B:8; y Azul turquesa R:13 – G:170 – B:199, descrito en el documento “REGLAS PARA EL USO DEL LOGOTIPO FINAL.pptx”, publicado en la intranet <http://intranet.fps.gov.co/documentos-sig/>.
- Utilizar el logo actualizado del FPS-FNC a color, no se puede utilizar el logo a blanco y negro.
- Utilizar el logo actualizado del Ministerio de Salud a color, no se puede utilizar el logo a blanco y negro.
- Si es necesario, es posible utilizar en el diseño el ISOTIPO aprobado.
- Se sugiere diseñar las piezas gráficas en Vertical (9:16) para envío por correo electrónico.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

- Se sugiere diseñar las piezas gráficas cuadradas (1:1) para las publicaciones en Redes Sociales (RRSS) y la sección de noticias de la página web (sede electrónica).
- Se sugiere diseñar las piezas gráficas en Horizontal (4:3) para publicaciones en la Intranet.
- Si se requiere utilizar imágenes descargadas de internet, se deben utilizar bancos de imágenes gratuitos, tales como <https://pixabay.com/es/>, <https://undraw.co/illustrations>, <https://www.pngwing.com/es>, <https://giphy.com/>.

7.3 MATRIZ DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

El FPS-FNC diseñó una Matriz de Comunicaciones a partir del contenido que generan sus procesos, de tal forma que permite identificar la información de acuerdo a su caracterización².

La Matriz de comunicaciones, fue construida con los siguientes criterios:

¿Quién Comunica?

El Fondo de Pasivo Social de Ferrocarriles Nacionales de Colombia, a través de sus Grupos Internos de Trabajo y los profesionales designados para las actividades propias de Comunicaciones.

Lo anterior, bajo los lineamientos determinados por la Dirección General, la Secretaría general y la Subdirección de Prestaciones Sociales.

¿Qué se comunica?

Mensajes e información que den cuenta de la gestión, planes, proyectos y logros del Fondo de Pasivo Social de Ferrocarriles Nacionales de Colombia, y que representen interés por parte de la comunidad del sector de los pensionados y los demás usuarios en general.


¿Qué tipo de comunicación? ¿A quién se comunica?

Si bien la Entidad cuenta con información general y contenidos para el interés de todos los ciudadanos, se han tomado y seleccionado contenidos a nivel interno para los colaboradores de la FPS-FNC, y a nivel externo para los usuarios, asociaciones, afiliados, beneficiarios y demás interesados.

¿En qué momento?

Se comunica siempre atendiendo la inmediatez y prioridad que reviste cada uno de los temas a divulgar, bajo los criterios de claridad, oportunidad y confiabilidad.

² Ver anexo “Matriz de Comunicaciones FPS-FNC”.

	<p>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</p> <p>PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC</p>		
<p>VERSIÓN: 1.0</p>	<p>CÓDIGO: ESESDIGPL05</p>	<p>FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021</p>	<p>Página 1 de 27</p>

Este criterio, de igual forma, se segmenta en información que debe comunicarse periódicamente, permanentemente o cuando los procesos, la Alta Dirección, los Entes de Control y el Gobierno Nacional así lo requieran.

¿Cómo se comunica?

Para dar atención a los usuarios, la Entidad cuenta con los siguientes canales:


- Articulación de la Dirección General y los demás Grupos Internos de Trabajo del FPS-FNC.
- Internos:
 - Intranet.
 - Mensaje de Interés.
 - Micrositios.
 - Carteleras digitales.
 - Videos.
- Externos:
 - Comunicados y notas de prensa.
 - Página Web Institucional.
 - Redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube).
 - Videos institucionales.

7.4 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Con base en los proyectos que se construyan y se desarrollen, y en la información que se maneja dentro de la Entidad, se requieren generar campañas de expectativa y socialización con la asesoría y acompañamiento de la Oficina de Planeación y Sistemas y el proveedor de la página web del FPS-FNC.

La Oficina de Planeación y Sistemas será quien lidere las actividades de este tipo de campañas y socializaciones, de acuerdo a los requerimientos de las áreas y Grupos de Trabajo Interno.

En cuanto a las piezas gráficas, serán diseñadas por el proveedor y aprobadas por la persona que realice la solicitud y el Administrador interno de la página web o quien tenga conocimiento y responsabilidades a nivel de comunicación dentro de la Entidad.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		 La salud es de todos Minsalud
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

Las campañas, plantillas gráficas y banners institucionales deben ser aprobadas por el Comité de Desempeño.

Ejemplo: Campaña de socialización del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).

8. REDES SOCIALES


Las Cuentas de Redes Sociales que el FPS-FNC maneja y administra actualmente, son las siguientes.

- Twitter: https://twitter.com/fondo_pasivo
- Facebook Fan Page: <https://www.facebook.com/Fondo-de-Pasivo-Social-Ferrocarriles-Nacionales-de-Colombia-727728047616712>
- Facebook cuenta: <https://www.facebook.com/comunicaciones.ferrocarriles.7/>



¿Por qué estar en redes Sociales?

- Son las plataformas con mayor confluencia y tráfico de usuarios en escenarios digitales.
- Para conversar con los pensionados y afiliados, entidades, colaboradores, contratistas y ciudadanía en general.
- Ayudan a fortalecer la marca FPS-FNC.
- Permiten generar posicionamiento de la Entidad y de sus temas principales.
- Hacen posible el análisis del impacto que tienen los temas de la entidad en los grupos de valor.
- Permiten conocer demográficamente la comunidad de FPS-FNC en redes.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

La persona encargada de comunicaciones tiene a cargo el manejo, administración y actualización de las redes sociales del FPS-FNC. Esta atenderá los requerimientos de otras dependencias y solicitará la información del caso para su publicación, permitiendo mantener actualizada las redes sociales y realizar un *feedback* con el público en general.

¿Que deben comunicar?

Publicación de noticias relevantes, entendibles, propositivas y de fácil uso; deben ser claras, precisas y con lenguaje sencillo.

Contenido a publicar:


A través de las redes sociales se busca la optimización de la información publicada en página web de la Entidad. Se publican agendas (actos, conferencias, presentaciones, rendición de cuentas), publicación de convocatorias, y todo lo que hace relación a la Ley 1712 de 2014 en referencia a la transparencia y acceso a la información pública, con la ayuda de post, vídeos, fotos, retransmisiones en directo, piezas gráficas, entre otros.

8.1. Manejo de la Redes Sociales

Las siguientes actividades, referentes al procedimiento para la publicación de información en las redes sociales (Twitter y Facebook) del Fondo de Pasivo Social de Ferrocarriles Nacionales de Colombia, se encuentran en detalle descritas, publicadas y aprobadas en el procedimiento “APGTSOPSPT01 PUBLICACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN MEDIOS ELECTRONICOS V6”, que hace parte del Sistema Integrado de Gestión de la Entidad.

Recomendaciones de uso de Redes Sociales Facebook y Twitter:

- Se recomienda realizar entre dos y cinco publicaciones a la semana, dependiendo del nivel de generación de información que tenga la Entidad.
- Mantener un criterio de calidad en el contenido publicado.
- Todo contenido a publicar debe estar acompañado de piezas gráficas, videos o hipervínculos web.
- Es obligatorio seguir las normas de uso general de Facebook.
- Se debe mantener la interacción con nuestros usuarios a través de los chats de las redes sociales.
- Se deben mantener activos los mensajes para facilitar el intercambio de información entre los usuarios y el organismo.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN: DICIEMBRE 29 DEL 2021	Página 1 de 27

- Se recomienda compartir contenidos de otros usuarios y páginas que mencionen al FPS-FNC, siempre que sea información relevante.
- Es recomendable no permitir etiquetas en fotografías que no tengan interés para la organización o que puedan perjudicar su imagen.
- Ver anexo “FLUJOGRAMA DEL MANEJO DE REDES SOCIALES FPS”.

8.2. Gestión de comentarios y respuestas

Corresponde al manejo que se le da a las respuestas o comentarios que llegan de nuestros usuarios o seguidores, con el fin de brindar la información confiable. Para ello, se definen los siguientes lineamientos:

- Se debe responder a los comentarios a la mayor brevedad y dentro del mismo espacio donde se haya hecho la consulta.
- Si el comentario es inapropiado o impertinente, hay que buscar la manera adecuada de responder. Es importante responder de forma corporativa.
- Se debe mantener la integración de los enlaces entre las redes sociales de Facebook, Twitter y la página web.

9. PAGINA WEB (SEDE ELECTRÓNICA)



La administración de la página web del FPS-FNC está a cargo de la persona encargada de comunicaciones. La actualización de su información se hace bajo directrices de la Ley 1712 de 2014 sobre la política de “Transparencia y acceso a la información”, política de “Gobierno Digital” y demás normatividad referente a la información web impartida por el Gobierno Nacional.

Para lo anterior, existe el procedimiento del proceso de Gestión TICs, llamado “APGTSOPSPT01 PUBLICACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN EN MEDIOS ELECTRONICOS V6”, aprobado y publicado en la Intranet <https://intranet.fps.gov.co/documentos-sig/>

10. ANEXOS

- 10.1. Matriz de Comunicaciones FPS.
- 10.2. Flujograma del manejo de Redes Sociales FPS.

CONTROL DE DOCUMENTOS



Elaboró: Hernán Andrés Sánchez G Ángela María Sierra Vivian Angélica Gómez M Ladys Estela Noble	Cargo: Profesional encargado Asesora Dirección General Asesora Dirección General Asesora Dirección General	Fecha: 24/09/2021	Firma: 
Revisado técnicamente en O.P.S: Catalina Acosta	Cargo: Profesional encargado	Fecha: 11/10/2021	Firma: 
Aprobado mediante: Acta: Acto Administrativo: Fecha	018 RESOLUCION 2487 29/12/2021		

CONTROL DE CAMBIOS


Versión	Fecha y acto administrativo de aprobación	Cambio	Solicitante
1.0	RESOLUCION 2487 29/12/2021	Documento nuevo	MARIA YANETH FARFAN CASALLAS

ANEXO 10.1. MATRIZ DE COMUNICACIONES

MATRIZ DE COMUNICACIONES - FPSFNC					
EMISOR	MENSAJE	TIPO	RECEPTOR	FRECUENCIA	MEDIO
¿Quién comunica?	¿Qué se comunica?	¿Qué tipo de comunicación?	¿A quién se comunica?	¿En qué momento?	¿Cómo se comunica?
DIRECCIÓN GENERAL	Direccionamiento de la información sobre los servicios de la Entidad. Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros). Rendición de cuentas por vigencias.	Externa	Colaboradores y partes interesadas.	Cuando se requiere	Resoluciones, correos electrónicos, notificaciones, SIG.
	Comunicaciones, Resoluciones, Directrices	Interna	Colaboradores y partes interesadas.	Cuando se requiere	Resoluciones, correos electrónicos, SIG.
SECRETARÍA GENERAL	Normograma transversal de la Entidad. Resoluciones, Leyes, Normas, Decretos. Notificaciones de actos administrativos.	Externa	Colaboradores y partes interesadas.	Cuando se requiere	Reuniones, correos electrónicos, notificaciones, SIG.
	Normograma transversal de la Entidad. Políticas relacionadas con el proceso. Indicadores relacionado al proceso. Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros)..	Interna	Colaboradores y partes interesadas.	Cuando se requiere	Reuniones, correos electrónicos, SIG.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 17 de 27

PRESTACIONES ECONÓMICAS	Trámites relacionados con pensiones y OPAS de la Entidad.	Externa	Colaboradores y partes interesadas.	Periódicamente	Comites Regionales-locales, correos electrónicos, web, RRSS, notificaciones, SIG, entre otros.
	Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Colaboradores.	Periódicamente	Comites Regionales-locales, correos electrónicos, web, RRSS, SIG, entre otros.
SERVICIOS DE SALUD	Información sobre los servicios de salud. Red de prestadores de salud. Información sobre el programa de Promoción y prevención. Tramites de afiliaciones. Pagos a las IPS. Trámites de prestación de servicios de salud. Indicadores de salud. Informes sobre la prestación de servicios de salud.	Externa	Usuarios, grupos de valor, beneficiarios, operadores de salud, entre otros.	Permanentemente	Comites Regionales-locales, correos electrónicos, notificaciones, web, RRSS, SIG, entre otros.
	Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Usuarios, grupos de valor, beneficiarios, operadores de salud, entre otros.	Permanentemente	Comites Regionales-locales, correos electrónicos, web,

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 18 de 27

					RRSS, SIG, entre otros.
GESTIÓN DE BIENES - ADMINISTRATIVA	Información sobre servicios administrativos. Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, operadores, entre otros.	Cuando se requiere	Correos electrónicos, Intranet, pantallas digitales, página web, campañas internas.
TALENTO HUMANO	Información sobre Bienestar, Salud y Seguridad en el trabajo para los colaboradores de la Entidad. Plan de Bienestar Social, Política Institucional de Gestión Ambiental. Política Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo y documentos complementarios. Política de prevención de consumo de tabaco, alcohol y drogas. Procedimiento para la vinculación, permanencia y desvinculación de funcionarios. Normas de uso del carné institucional. Convocatorias al equipo de brigadas	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, operadores, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, Intranet, pantallas digitales, página web, campañas internas.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 19 de 27

	<p>de Emergencia y COPASS. Actividades para el control de los riesgos prioritarios Biomecánico Programa Entorno Laboral Saludable. Política Institucional de Capacitación PIC. Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).</p>				
RECURSOS FINANCIEROS	<p>Información sobre la gestión presupuestal, presentación de estados financieros y gestión de pagos.</p>	Externo	<p>Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.</p>	Periódicamente	<p>Correos electrónicos, página web, RRSS, SIG, entre otros.</p>
	<p>Documentos institucionales SIG.</p>	Interno	<p>Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.</p>	Periódicamente	<p>Correos electrónicos, página web, RRSS, SIG, entre otros.</p>

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 20 de 27


ASISTENCIA JURÍDICA (Defensa Judicial, Contratación, Cobro Coactivo y Persuasivo)	Información sobre procesos contractuales, jurídicos; coactivos y persuasivos. Información sobre la gestión de Defensa Judicial. Política y plan de datos personales.	Externo	Usuarios, grupos de valor, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, proveedores, operadores, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, Intranet, pantallas digitales, página web, notificaciones, campañas internas.
	Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Funcionarios, contratistas, colaboradores, proveedores, operadores, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, Intranet, pantallas digitales, página web, campañas internas.
GESTIÓN DOCUMENTAL	Información sobre la gestión documental, como son: Tablas de Retención Documental, Inventario Documental, Plan de Gestión Documental, Sistema Integral de Conservación (SIC), entre otros.	Externa	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Periódicamente	Correos electrónicos, intranet, notificaciones, web, SIG.
	Información relacionada a la Gestión documental y las Tablas de retención documental de la entidad. Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Periódicamente	Correos electrónicos, intranet, web, SIG.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 21 de 27


OFICINA DE PLANEACIÓN Y SISTEMAS	<p>Plataforma Estratégica (Misión, Visión, Política SIG, objetivos SIG, propósitos SIG).</p> <p>Gestión Integral de Riesgos SIG.</p> <p>Desempeño y eficacia del SIG.</p> <p>Roles y Responsabilidades del SIG.</p> <p>Requisitos Legales.</p> <p>Plan de Emergencias SST y MA.</p> <p>Estructura del SIG.</p> <p>Resultados de las auditorías al SIG.</p> <p>Rendiciones de cuentas.</p> <p>Política del Sistema Integrado de Gestión</p> <p>Política Sistema de plan institucional de gestión ambiental y documentos complementarios.</p> <p>Política de Cero Papel.</p> <p>Campañas de expectativa y Gestión del cambio.</p> <p>Documentos institucionales del SIG (procedimientos, manuales, guías, indicadores, entre otros).</p> <p>Planes institucionales y seguimientos (Mejoramiento, Acción MIPG, Estratégico, Fortalecimiento, entre otros).</p> <p>Campañas sobre las políticas de</p>	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, grupos de valor, entre otros.	Periódicamente, cada vez que se requiera, cada vez que se actualice.	Comités Regionales-locales, correos electrónicos, web, RRSS, SIG, Intranet, reuniones de socialización, entre otros.
-----------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 22 de 27


	<p>seguridad de la Información. Fechas de importancia ambiental. Programas de gestión ambiental. Matriz de aspectos e impactos ambientales.</p>				
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 23 de 27

	<p>Política y plan de datos personales Informes sobre Medición y Mejora. Información estratégica de la Entidad. Información sobre el manejo de Riesgos de la Entidad. Gestión de Audiencia pública - Rendición de cuentas. Planes institucionales y seguimientos (Mejoramiento, Acción MIPG, Manejo de riesgos, Estratégico, Fortalecimiento, entre otros). Informes de Gestión y control (Indicadores de Gestión, Informes de empalme, entre otros). Tratamiento de la Seguridad dentro de los acuerdos con los proveedores.</p>	Externa	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, cliente, proveedor, grupos de valor, entre otros.	Periódicamente	Comites Regionales-locales, correos electrónicos, web, RRSS, SIG, notificaciones, redes sociales, reuniones de socialización, entre otros.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

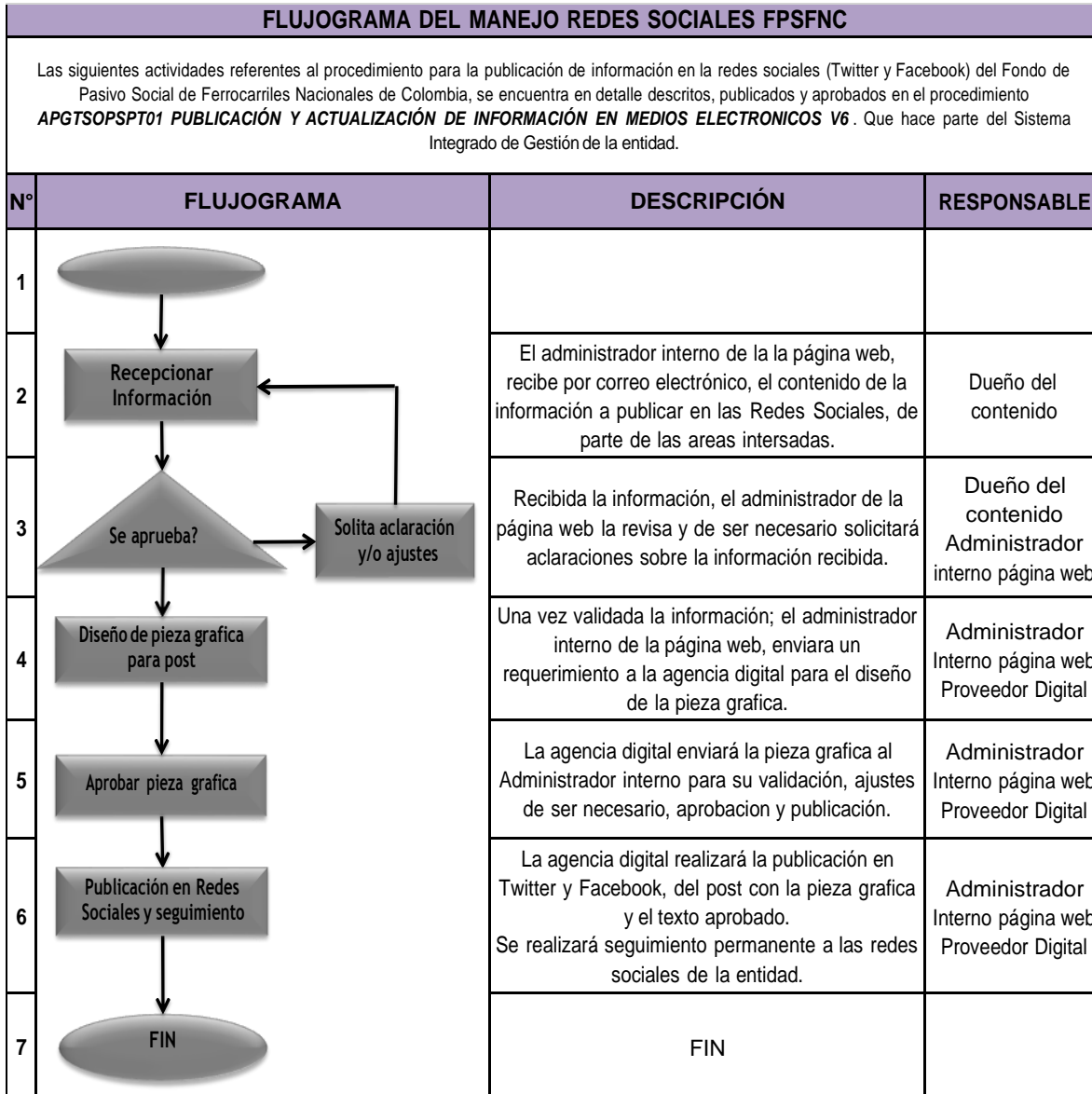
	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 24 de 27

ATENCIÓN AL CIUDADANO	<p>Información sobre mesas de participación social. Información sobre canales de atención. Derechos y deberes de los ciudadanos. Información sobre gestión de PQRSD. Información para interponer PQRSD. Información sobre satisfacción al ciudadano. Información sobre satisfacción post trámite.</p>	Externa	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Permanentemente	Mesas de participación regionales - locales, correos electrónicos, notificaciones, web, RRSS, SIG, entre otros.
	<p>Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).</p>	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, web, intranet, SIG, entre otros.
CONTROL INTERNO	<p>Información sobre Seguimiento y Evaluación Independiente (Auditorías e Informes) y Fomento de la cultura del control – MECI. Informes de Gestión y control (Estado de control interno, Informe final Auditoría Contraloría, entre otros).</p>	Externa	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, web, RRSS, notificaciones, SIG, entre otros.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 25 de 27

	Documentos institucionales SIG (Caracterización, Procedimientos, Indicadores, Formatos, entre otros).	Interna	Usuarios, beneficiarios, funcionarios, contratistas, colaboradores, Entes de Control, entre otros.	Permanentemente	Correos electrónicos, web, intranet, SIG, entre otros.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	--------------------------------------------------------------


ANEXO 10.2 . FLUJOGRAMA MANEJO REDES SOCIALES FPS



Corrección flujoograma:

A continuación, se presenta la corrección de estilo del anexo 10.2.

Paso 1: “El administrador interno de la página web recibe por correo electrónico el contenido de la información a publicar en las redes sociales, de parte de las áreas interesadas”

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PLAN DE COMUNICACIONES DEL FPS-FNC		
VERSIÓN: 1.0	CÓDIGO: ESESDIGPL05	FECHA ACTUALIZACIÓN:	Página 27 de 27

Paso 2: “Recibida la información, el administrador de la página web la revisa y, de ser necesario, solicita aclaraciones sobre la información recibida”.

Paso 3: “Una vez validada la información, el administrador interno de la página web enviará un requerimiento a la agencia digital para el diseño de la pieza gráfica”.

Paso 4: “La agencia digital enviará la pieza gráfica al administrador interno para su validación, ajuste –de ser necesario-, aprobación y publicación”.

Paso 5: “La agencia digital realizará la publicación en Twitter o Facebook del post, con la pieza gráfica y el texto aprobado”. Se realizará seguimiento permanente a las redes sociales de la Entidad”.