



	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Manual estratégico de comunicaciones
Grupo Estratégico de Comunicaciones
Despacho Ministerio de Transporte

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVO	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos	5
LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN.....	9
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	11
Responsables	11
Línea del mensaje general.....	12
PÚBLICOS DE INTERÉS	13
COMUNICACIÓN EXTERNA	16
Directrices.....	18
Línea del mensaje	23
Canales	24
COMUNICACIÓN INTERNA	26
Directrices.....	27
Línea del mensaje	29
Canales	29
COMUNICACIÓN DIGITAL.....	31
PROCESO DE COMUNICACIONES EXTERNAS E INTERNAS	35
IMAGEN INSTITUCIONAL.....	38
PLAN DE COMUNICACIONES	43
ESTRATEGIA.....	46
ANEXO 1.	50
MANUAL DE PROTOCOLO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS INSTITUCIONALES EN EL MINISTERIO DE TRANSPORTE	50

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

INTRODUCCIÓN

El Manual de Comunicaciones establece la estrategia y los lineamientos estructurales para el proceso de comunicación del Ministerio de Transporte, el cual, tiene como propósito mantener informados a los grupos o públicos de interés de la entidad, tanto internos como externos, medios de comunicación y ciudadanía en general; sobre los programas, planes, proyectos, avances y gestión Gobierno Nacional, el sector Transporte y el Ministerio, con el fin de lograr reconocimiento y posicionamiento como una entidad de austeridad, ejecución y eficiencia.



Los lineamientos buscan establecer criterios de acción encaminados al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad, que deben ser aplicados en todos los niveles jerárquicos de la misma, con el fin de optimizar los mecanismos de comunicación.

Para el Ministerio de Transporte, el Manual Estratégico de Comunicaciones es una guía que establece pautas en los diferentes tipos de relaciones que se dan al interior y exterior de la entidad.

La socialización de este Manual es responsabilidad del Grupo Estratégico de Comunicaciones, perteneciente al Despacho del Ministerio. Los documentos y material de apoyo se dejarán para consulta en los canales correspondientes. Sin embargo, es responsabilidad de los interesados cumplir con lo estipulado.



Para los servidores públicos el manual, es una herramienta que con su uso permanente ayudará a que las comunicaciones generadas desde la normatividad, las políticas y las instrucciones, entre otras; sean divulgadas de manera clara, asertiva y oportuna.

Así mismo se establecen directrices para garantizar que la información divulgada cumpla con las mismas características de claridad, veracidad y oportunidad a través de los canales establecidos por la entidad.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

En este manual también se establece que la comunicación debe ser incluyente desde todos los frentes establecidos y gestión del contenido, haciendo uso e implementación de piezas gráficas y/o audiovisuales y textos sustentados desde la cultura del respeto, la no violencia, la inclusión de las diversidades sociales y culturales, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 “Colombia, Potencia Mundial de la Vida”.

La implementación de este manual es responsabilidad de cada uno de los colaboradores que hacen parte del Ministerio de Transporte y debe ser liderado por Grupo Estratégico de Comunicaciones y el Despacho Ministerial.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

OBJETIVO


Objetivo General

Establecer las acciones comunicacionales en el Ministerio de Transporte como un proceso estratégico y transversal, que incrementa la efectividad de la comunicación con los públicos de interés, mediante la estandarización de flujos de información, mecanismos de medición, lineamientos y directrices del uso de la imagen, línea de mensaje y canales institucionales, teniendo en cuenta las necesidades y comentarios de las áreas misionales de la entidad.


La comunicación efectiva es una herramienta vital en nuestra entidad. Con este manual estratégico, estaremos listos para optimizar habilidades de comunicación y maximizar los resultados en todos los aspectos y lograr las metas trazadas. Para poder cumplimiento a nuestras metas se implantarán acciones pertinentes.

Objetivos Específicos

- Establecer la comunicación de la entidad como un elemento esencial en el cumplimiento de la misión del Ministerio de Transporte y como una acción estratégica.
- Conocer nuestra audiencia: Antes de comunicarnos, identificaremos a quién nos dirigimos Analizaremos sus necesidades, expectativas y conocimientos previos. Adaptaremos el mensaje a su nivel de comprensión así garantizamos una mejor recepción y compenetración.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



- Fortalecer el proceso de comunicaciones y desarrollar acciones permanentes para que la comunicación e imagen institucional sea clara, transparente, oportuna, veraz e incluyente.
- Definir objetivos: Establecer metas claras y específicas para cada comunicación. ¿Queremos informar, persuadir o motivar? Establecer objetivos ayudará a enfocar esfuerzos y medir el éxito de la comunicación.
- Adoptar estándares editoriales de calidad para la realización de comunicados, mensajes institucionales, publicaciones digitales y piezas comunicativas de divulgación.
- Ser claro y conciso: Evitar el uso de jerga técnica o palabras complicadas innecesarias. Utilizar un lenguaje claro y sencillo que todos puedan entender. Ser directo, evitar ambigüedades y utiliza ejemplos para ilustrar tus puntos.
- Escuchar activamente: La comunicación no es solo hablar, sino también escuchar. Prestar atención a las necesidades y preocupaciones de los demás. Hacer preguntas relevantes y mostrar interés genuino en lo que dicen. Esto fomentará la confianza y la colaboración.
- Utilizar diferentes canales de comunicación: No todos se comunican de la misma manera. Utiliza una variedad de canales, como correos electrónicos, reuniones en persona, llamadas telefónicas o mensajería instantánea. Adaptarte a las preferencias de tus interlocutores aumentará las posibilidades de una comunicación efectiva. En nuestro caso el WhatsApp.
- Adapta tu mensaje al medio: Cada medio de comunicación tiene sus propias limitaciones y características. Aseguren adaptar el mensaje a las especificidades del canal que se esté utilizando. Utilizar

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

imágenes, gráficos o videos cuando sea apropiado para mejorar la comprensión.

- Ser empático: Intentar comprender la perspectiva de los demás y mostrar empatía hacia sus preocupaciones. Evita juicios y críticas negativas. La empatía fomenta la comprensión mutua y facilita la resolución de conflictos.
- Consistente: Mantener un mensaje coherente en todas las comunicaciones. Evitar las contradicciones y confusiones. La consistencia genera confianza y fortalece la imagen como comunicadores confiables.
- Evaluar y mejorar (RDA): Después de cada comunicación, evaluar los resultados y aprender de las experiencias. Identificar áreas de mejora y buscar oportunidades para perfeccionar habilidades de comunicación. La comunicación efectiva es un proceso continuo de aprendizaje y crecimiento. Este análisis se conoce como la Reacción después de la Acción.
- Practica, practica, practica: La comunicación efectiva es una habilidad que se mejora con la práctica constante. Aprovechar todas las oportunidades para comunicar y buscar retroalimentación para seguir mejorando.

Recordar, la comunicación efectiva es la clave para construir relaciones sólidas, transmitir ideas poderosas y lograr resultados excepcionales.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



ALCANCE

Las acciones, roles, mecanismos y estrategias propuestas en el Manual de Comunicaciones deberán ser adoptadas y aplicadas a los diferentes públicos de interés externos e internos del Ministerio de Transporte, estableciendo de esta manera un flujo de la información y orientación de la comunicación acorde y referente a la gestión de la entidad.

Con lo anterior, se activan compromisos claves con los servidores públicos de la entidad a todos niveles, primando la producción y circulación de la información como aspecto importante por la realización del trabajo interno de los procesos, mediante el diálogo y la colaboración. En este aspecto, se favorece la consolidación de un clima organizacional y sentido de pertenencia en línea con el cumplimiento de la misión institucional.

Así mismo, en contribución a lo público, la comunicación externa del ministerio se responsabilizará y orientará hacia la apertura y visibilidad de los planes, los programas y los proyectos de infraestructura, transporte y tránsito, generando transparencia y disponibilidad de escucha y receptividad con la ciudadanía, los medios de comunicación, los contratistas, los proveedores, las empresas del sector, los gremios y organismos de control.

Igualmente, se adoptan mecanismos por la confidencialidad, para que la información que es reserva de la entidad y su gestión, no sea conocida por terceros sin autorización, evitando así la fuga de información imprecisa o falsa. Teniendo en cuenta, que el ministerio trabajará por mantener la información disponible en la página web, redes sociales atendiendo así los compromisos de la política del Gobierno del Cambio.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN



El Ministerio de Transporte dará cumplimiento a los principios consagrados en el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, los cuales corresponden a igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad; mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Con el propósito de cumplir con los objetivos institucionales, lograr una interacción permanente e ininterrumpida con la comunidad y fortalecer la comunicación organizacional en el Ministerio de Transporte, se implementará el Plan de Comunicaciones, consagrado en el presente manual, el cual, permitirá presentar al público en general una entidad abierta y visible en todas sus actuaciones.



Este manual define acciones que facilitan la comunicación tanto externa como interna de la entidad, con los servidores públicos y con todas las personas que tengan que ver directamente con el sector transporte, el público en general y grupos de interés.

Para la gestión de la comunicación e información se establecieron las siguientes acciones:

- Preparar la información que se ha de divulgar por los medios de comunicación, redes sociales, digital, boletines de prensa, material audiovisual (Reell, full, audios y fotografía).
- Apoyar la logística en los eventos donde el Ministerio de Transporte interviene ante los medios de comunicación, con el fin de difundir actuaciones de interés y competencia del ministerio y del sector transporte.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- Participar y asesorar a las dependencias del Ministerio de Transporte en el adecuado uso de la información, que a través de diferentes canales deberá llegar a los servidores o particulares.
- Apoyar la difusión de los actos administrativos emitidos por la entidad que sean de interés nacional o internacional. Especialmente resoluciones y socializaciones con medios de comunicación.
- Divulgar el quehacer institucional para dar a conocer los beneficios derivados de la gestión del ministerio.
- Mantener actualizada la información que deba ser divulgada a través de la página Web, en coordinación con el Grupo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Comunicar desde el respeto, la tolerancia, la no violencia e inclusión por las poblaciones que social y culturalmente son diversas, esto incluye una implementación desde la concepción de contenidos, su lenguaje y representación gráfica o audiovisual.
- Las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza para la cual fue creado el grupo.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL


La comunicación organizacional estará caracterizada por el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la búsqueda constante de relaciones de diálogo con los públicos de interés, desde el desarrollo de estrategias y tácticas que promuevan las acciones de sensibilización, promoción y divulgación de la gestión en infraestructura, transporte y tránsito a niveles internos de la entidad, entendiendo que la información es un bien colectivo e indispensable para el cumplimiento de la misión institucional.

En consecuencia, se fomentará su producción y su circulación. Desde lo interno se acompañarán a las diferentes áreas o dependencias, de tal forma que se contribuya al entendimiento de los procesos por parte de los servidores públicos, contratistas y terceros garantizando el adecuado flujo de la información en cualquiera de sus formas.

El Ministerio de Transporte deberá propiciar el flujo ascendente, descendente, cruzado y horizontal de la información, mediante canales de comunicación permanentes y sistematizados que transmitan la información necesaria para facilitar la toma acertada de decisiones.

Así mismo, para consolidar su adecuado posicionamiento en la sociedad, el Ministerio de Transporte implementará una estrategia que permita la construcción y proyección de una identidad e imagen institucional sólida, con este propósito, todas las publicaciones, documentos y presentaciones de la entidad se harán de acuerdo con lo establecido y en coherencia con las directrices del Gobierno Nacional.

Responsables

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



El Grupo Estratégico de Comunicaciones es el equipo oficial responsable de divulgar la información pertinente al interior y exterior de la entidad, por lo tanto los contenidos a publicar deben ser desarrollados y/o aprobados por el coordinador del proceso y/o el asesor de comunicaciones del Despacho.

Así mismo, el grupo será el encargado de generar los contenidos acorde a la imagen institucional y línea de mensaje establecido, e igualmente podrán solicitar a otras dependencias de la entidad o a otras entidades del sector la información necesaria para la producción de los mismos.

Línea del mensaje general

La línea del mensaje estará sujeta a un lenguaje claro y sencillo, que precise el mensaje que se va a transmitir, teniendo en cuenta el alcance de este y su entendimiento para toda la población. Asimismo, se evitarán en lo posible las abreviaturas y tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesarios y al usar siglas se deberá indicar su significado.

Con lo anterior, prevalece así que los contenidos sean entendibles, agradables y equilibrados. Igualmente, este manual establece que tanto el lenguaje como el diseño de las piezas y productos audiovisuales deben promover la diversidad social y cultural, desde el respeto y la no discriminación. Así como, hacer parte de la imagen institucional enviada desde la Secretaría de las Comunicaciones y Prensa de la Presidencia.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

PÚBLICOS DE INTERÉS

- **Servidores públicos de la entidad:**



Es indispensable que el capital humano de la entidad, tanto los funcionarios de planta como contratistas, estén permanentemente informados de la gestión interna y externa de la entidad, esto con el fin de promover e incentivar su compromiso con la institución y su labor. Asimismo, las comunicaciones deben llegar a todos los colaboradores de la sede central, Direcciones Territoriales e Inspecciones Fluviales.

- **Entidades adscritas o vinculadas al Ministerio de Transporte**

Las entidades adscritas o vinculadas al Ministerio de Transporte son: Agencia Nacional de Infraestructura (**ANI**), Agencia Nacional de Seguridad Vial (**ANSV**), Instituto Nacional de Vías (**INVIAS**), Superintendencia de Transporte (**Supertransporte**), Aeronáutica Civil, (**Aerocivil**), Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte (**UPIT**), Unidad de Corporación Autónoma Regional Del Rio Grande De La Magdalena (**Cormagdalena**) y la Dirección de Tránsito y Transporte de la Policía Nacional (**DITRA**).

- **Ciudadanía**

El flujo de la información sobre los planes, programas y proyectos de la entidad y el sector, van acorde con el cumplimiento de los derechos políticos y sociales de todos los colombianos, y bajo la ley 1712 de 2014 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- **Medios de comunicación**

Se brinda la información y se da respuesta a las solicitudes hechas de forma clara y acorde a los lineamientos del ministerio, para evitar interpretaciones erróneas.

- **Entidades de Gobierno**

Los servidores públicos a nivel interno y externo deben estar informados sobre su proceso, la entidad y en general el sector, para poder dar respuesta a los requerimientos hechos por otras entidades. **No obstante, según los lineamientos del Ministerio estos no son voceros oficiales.**

- **Congreso de la República**


Es indispensable mantener al poder legislativo del país informado sobre los temas técnicos y de gestión de la entidad, para el conocimiento que se necesita referente a la toma de decisiones sobre el sector.

- **Organismos de Control**

Se debe dar respuesta oportuna y permanente a la Procuraduría General de la Nación, la Defensoría del Pueblo y la Contraloría General de la República.

- **Autoridades locales y regionales**

La conectividad con las regiones es fundamental para el ministerio, por lo tanto, el flujo de la información sobre los programas, planes, proyectos, políticas y gestión de ésta, debe llegar a las autoridades locales y regionales

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

y por ende a las comunidades, proyectando así el desarrollo y aporte de la entidad.

- **Industria**



Como un sector influyente y necesario para el desarrollo de proyectos, se debe suministrar información clara y con el debido flujo, teniendo en cuenta su opinión o reacción, igualmente, se debe tener presente a los profesionales y especialistas de la industria del sector transporte e infraestructura.

- **Gremios**

Las asociaciones o gremios del sector transporte e infraestructura de transporte son indispensables para los temas del sector, pues ellos se benefician o afectan de la gestión de la entidad. Para eso, se requiere que la información sea constante, directa y precisa con los líderes y/o participantes de estos.

- **Organizaciones no gubernamentales**

Por el carácter o índole de estas organizaciones, el Ministerio de Transporte adicionalmente, establece un flujo de comunicación en donde se suministre la información necesaria sobre las iniciativas, políticas y programas de impacto social y desarrollo liderados por la entidad.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

COMUNICACIÓN EXTERNA



La comunicación externa en el Ministerio de Transporte está orientada hacia la apertura, la visibilidad y la construcción de lo público como un servicio que cumple con los objetivos misionales de la entidad. La gestión se basa principalmente en el relacionamiento con los públicos de interés externos a los cuales se les difunde información veraz y oportuna de la gestión, las políticas, planes, programas, proyectos y avances del sector transporte.

El Ministerio de Transporte como entidad del primer orden nacional responde a los lineamientos y orientaciones de la Secretaría para las Comunicaciones y Prensa de la Presidencia en cuanto a los mensajes y lineamientos de Gobierno Nacional, así como de Urna de Cristal para los temas digitales.

En este sentido, los mensajes focalizados de infraestructura y transporte serán coherentes con la línea de Gobierno y del Despacho Ministerial con el fin de divulgar las acciones y gestión del ministerio en los diferentes medios de comunicación.

De manera permanente se emitirán diferentes productos comunicativos como comunicados de prensa, informes especiales, audios, videos, infografías, historias de vida, informes estadísticos, entre otros, en los que se actualizará la información de los diferentes proyectos que ejecuta el Ministerio de Transporte y sus Viceministerios de Infraestructura y de Transporte.

En tal sentido, el Plan de Acción del Grupo Estratégico de Comunicaciones del Despacho se orienta a participar en el cumplimiento de dichos objetivos, a través de actividades específicas encaminadas a promover una mayor proyección institucional, conocimiento de la gestión y resultados entre sus públicos de interés, y reconocimiento como una entidad técnica encargada de los planes y proyectos de infraestructura y transporte.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



Para efecto, dentro de las actividades del plan de acción se incluyen, entre otras, las siguientes: Apoyar y divulgar la gestión institucional, así como el desarrollo de eventos y actividades dirigidos a grupos externos de interés, conforme a las competencias del grupo. A los productos comunicativos mencionados anteriormente se pueden sumar la producción de piezas gráficas y audiovisuales de contenido institucional para mantener informados a los grupos de interés.

De manera permanente y continua el Grupo Estratégico de Comunicaciones del Ministerio de Transporte deberá estar preparado y en capacidad de informar a la opinión pública la gestión institucional y sus resultados, a través de medios masivos, públicos y privados. Administrar y actualizar los contenidos y los perfiles institucionales en las redes sociales de la entidad. Prevenir y contrarrestar situaciones de crisis reputacional a las que se puede ver expuesta la entidad y fortalecer todos los canales de comunicación externa.

El Grupo Estratégico de Comunicaciones dentro de su gestión y competencias ante una posible conversación en contra de la reputación de la entidad, actúa primero desde la divulgación de información veraz y confiable, lo que permite disminuir riesgos ante una mala comprensión de la información por parte de los medios o ciudadanía; segundo, al presentarse un caso, el equipo hace el seguimiento y el análisis correspondiente, identificando la fuente, tema y falencias; tercero, el grupo genera una comunicación, campaña o táctica para corregir o mitigar el impacto desfavorable del caso, si es necesario rectificar la información se hace con la debida transparencia y variedad de fuentes; cuarto, se hace seguimiento de los resultados hasta que desaparezca o pierda validez la crisis.

Acciones generales:

- Se realizarán cubrimientos periodísticos de la agenda del Despacho Ministerial y de los Viceministerios.



 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- Se Redactarán comunicados de prensa y boletines, y se efectuará su respectiva gestión en medios de comunicación.
- Se realizará la coordinación de visitas de obras a los proyectos estratégicos.
- Se atenderán periodistas regionales, nacionales e internacionales.
- Se efectuará un seguimiento a la estrategia de comunicación de las diferentes entidades del sector.
- Se elaborarán estrategias de comunicación digital.
- Se desarrollarán contenidos audiovisuales, redacción de escritos y elaboración de productos fotográficos para medios y plataformas digitales, tanto de las entidades del sector como del Gobierno Nacional.
- Se aplicarán con rigurosidad los manuales de marca de Gobierno y Ministerio de Transporte.
- Se realizará monitoreo permanente de las noticias emitidas por los medios de comunicación.
- Se atenderán de manera permanente las crisis del sector.

Directrices

Rendición de cuentas

1. El Ministerio de Transporte dentro de la rendición de cuentas anual que se presenta a la organización, a la sociedad y a los entes de control, pondrá a disposición la información oportuna de los resultados más importantes de la gestión de la entidad.
2. La rendición de cuentas se realizará de acuerdo con los lineamientos que disponga el Gobierno Nacional y/o la Comisión Interinstitucional para la Implementación de la Política de rendición de cuentas.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

3. Los responsables de los procesos asesorarán al Ministro(a) sobre la oportunidad y el tipo de información que debe enviarse para la rendición de cuentas.

4. La rendición de cuentas deberá hacerse en términos sencillos y en lenguaje entendible para la ciudadanía.

Interacción informativa con los usuarios



La comunicación con la ciudadanía parte desde el principio de transparencia y publicidad de la gestión institucional, dentro del marco de la administración pública como servicio.

1. El Grupo Estratégico de Comunicaciones dentro de sus competencias y alcance dará respuestas de forma oportuna, clara y suficiente a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los ciudadanos.

2. La interacción informativa de la entidad con los ciudadanos se basará en el respeto, la independencia, la objetividad y la oportunidad; se desarrollará conforme a la ley y a través de los canales establecidos por la entidad.

3. El Ministerio de Transporte solicitará y entregará, con total respeto por el manejo de documentos confidenciales, la información suministrada por los ciudadanos y/o usuarios que requieran de los servicios prestados por parte de la entidad.

4. La comunicación con todos los ciudadanos y/o usuarios será fluida y en buenos términos, con el fin de cumplir eficientemente la misión institucional.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

5. Los servidores públicos del Ministerio de Transporte que interactúen con los usuarios deberán aplicar en sus actuaciones el Código de Ética de la Entidad.

6. El Ministerio de Transporte hará uso e implementación de mecanismos de escucha, con el propósito de dar respuesta oportuna a los requerimientos y necesidades de la ciudadanía en el marco de las posibilidades de la entidad.



7. La comunicación para ser oficial debe generarse o producirse en formatos de correspondencia establecidos por la entidad y bajo autorización de las áreas o dependencias correspondientes.

Relaciones con los medios de comunicación

La relación del Ministerio de Transporte con los medios de comunicación es de carácter institucional y se basa en los principios de veracidad y libertad, los cuales, buscan establecer relaciones que garanticen un adecuado nivel de confianza e imparcialidad, mediante el suministro de información a todos los medios masivos, en igualdad de condiciones de acceso y oportunidad. Basados en los criterios de objetividad, transparencia y cooperación.

1. El Grupo Estratégico de Comunicaciones es la dependencia responsable de coordinar todo lo relacionado con la comunicación de la entidad y sus voceros frente a los medios de comunicación.



2. El Grupo Estratégico de Comunicaciones debe gestionar todo los posibles contactos entre periodistas y servidores públicos, con el propósito de formalizar y establecer relaciones de confianza, oportunidad y exactitud en la información.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

3. El suministro de información a los medios de comunicación se harán en igualdad de condiciones, permitiendo el acceso a la misma sin preferencias especiales por ninguno de ellos,
4. El Grupo Estratégico de Comunicaciones estará dispuesto y abierto a los requerimientos de los periodistas y los medios de comunicación para colaborarles en la consecución de información.
5. La pauta institucional se adjudicará de acuerdo con los criterios técnicos definidos por el ministerio y bajo las normas establecidas de contratación y transparencia, con el propósito de garantizar el mayor impacto en el público estratégico destinado. Las pautas además de contribuir al fortalecimiento de la buena imagen de la entidad, deben brindar datos puntuales que informen a los públicos de interés sobre los logros y los avances en temas o procesos específicos.
6. El Grupo Estratégico de Comunicaciones actuará como asesor ante los demás procesos de la entidad que requieran divulgación. Entre ellos definirán el medio apropiado para pautar de acuerdo con criterio de mayor cobertura e impacto y del mensaje que se quiere expresar.

Vocerías institucionales

El Ministerio de Transporte definirá voceros institucionales para los temas estratégicos y críticos de su gestión, sobre los cuales deba pronunciarse ante los medios de comunicación y ante los diferentes auditorios y escenarios.



 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

1. El Ministro(a) y Viceministros(as) serán los voceros institucionales de la Administración. En circunstancias extraordinarias, el Ministro(a) o los viceministros(as) delegarán dicha función en el funcionario directamente implicado en el proceso a comunicarse. si es un tema de carácter técnico u operativo, el Ministro(a) definirá a criterio propio, quién es el funcionario más adecuado de su equipo de trabajo para hacer las veces de vocero, basándose en el nivel de conocimiento de la información y el manejo del tema.
2. Los voceros designados, tendrán la competencia de expresarse en los temas que sean de su conocimiento y dominio; en ningún caso en otro tema de la gestión del Ministerio que no conozca o no domine.
3. Los voceros oficiales o designados verificarán la información antes de dar cualquier declaración respecto a un tema determinado y no emitirán información dudosa o que no haya sido autorizada previamente.

Interacción informativa con los organismos de control

La interacción informativa del Ministerio de Transporte con los organismos de control del orden nacional, departamental o municipal estará enmarcada por el respeto y por el principio de separación e independencia de las ramas del poder público.

1. Se propenderá por la distinción de funciones y el respeto por las competencias de cada uno de los órganos de control.
2. La rendición es un deber ético y legal de la entidad, por tanto, será el mecanismo para informar sobre su gestión a los órganos de

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

control.

3. Los fundamentos de la información enviada a los órganos de control, serán única y exclusivamente la solicitada por ellos.

4. El Ministerio de Transporte buscará garantizar la circulación fluida y oportuna de la información hacia los organismos de control cada vez que lo requieran y de manera obligatoria con la periodicidad establecida por la ley.


5. A través de la oficina de Control Interno el Ministerio de Transporte rendirá a los órganos de control, informes consolidados que se relacionan con los logros alcanzados en los planes de acción establecidos.

Interacción informativa con otras entidades

La comunicación con los demás entes de orden local, regional y nacional será oportuna y pertinente, para lo cual se establecerán canales que garanticen fluidez y claridad en las interacciones comunicativas. Así mismo, la comunicación se enfocará hacia la construcción de un trabajo concertado y colaborativo con beneficios bilaterales, además de la proyección de la buena imagen institucional del Gobierno Nacional.

Línea del mensaje

El Gobierno del Cambio traza la directriz estratégica por la cual todos los ministerios, departamentos administrativos y consejerías deberán regirse y sus variantes. Adicionalmente, el Gobierno del Cambio establece los ejes transversales y el Ministerio de Transporte, se regirá y orientará por el cual le sea asignado.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Canales

- **Página Web**

La información publicada en la página web de la entidad www.mintraspnorte.gov.co será la oficial del ministerio y en todo caso habrá una sección especial en la cual reposarán los comunicados de prensa del sector para consulta de los usuarios interesados.

- **Redes sociales**

Mediante la administración y actualización de las diferentes redes sociales se actualizarán los contenidos y los perfiles institucionales del Ministerio de Transporte. Estas se utilizarán para la divulgación de campañas masivas digitales.

- **Correo electrónico (masivo – personal)**

Con el fin de llegar a todos los interesados en la información emitida por el ministerio de transporte, se enviará información desde la cuenta oficial del Grupo Estratégico de Comunicaciones a las bases de datos actualizadas únicamente para este fin.


- **WhatsApp**

Mediante la creación específica de grupos segmentados por sector se podrá generar mayor interacción con los usuarios, en especial los periodistas respondiendo sus inquietudes y sugerencias.

- **Oficios o informes**

Mediante la atención de la correspondencia física y virtual dirigida a la oficina del Grupo Estratégico de Comunicaciones se dará respuesta oportuna a las inquietudes sobre los temas específicos.

- **Líneas telefónicas.**

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Las líneas telefónicas estarán habilitadas de manera permanente para atender las solicitudes de los diferentes medios de comunicación y de los diferentes públicos externos que estén interesados en la información del Ministerio de Transporte.

- **Eventos institucionales**

Con la organización y logística se atenderá con el debido protocolo los eventos de carácter institucional para dar a conocer hechos concretos del Gobierno y atender los requerimientos que en materia de comunicación se generan desde el Ministerio de Transporte.

- **Reuniones con medios de comunicación**



Atender y solucionar de manera particular los requerimientos de los directores, editores, periodistas y líderes de opinión que en materia de comunicación se generan desde los viceministerios y el despacho.

- **Boletines de prensa**

Mediante comunicados de prensa avalados por los voceros institucionales, se Informará a la opinión pública del quehacer institucional y sus resultados, a través de medios masivos, públicos y privados.

- **Ruedas de prensa**

Atender de manera oportuna a los periodistas que requieren de primera mano obtener la información y las respectivas explicaciones de un anuncio o una decisión del Ministerio de Transporte, con el fin de que pueda ser divulgada a los ciudadanos de manera expedita. Estas se convocarán en el momento que el despacho decida o que las necesidades propias de la entidad lo requieran.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

COMUNICACIÓN INTERNA



La información es indispensable para el conocimiento de los procesos internos y el cumplimiento de la misión institucional. En consecuencia, se fomentará su producción y circulación fluida mediante la implementación de sistemas de información y procedimientos que contribuyan al entendimiento de los procesos y la toma acertada de decisiones por parte de los servidores públicos, garantizando el adecuado flujo de la información en cualquiera de sus formas.

En este sentido la comunicación interna del Ministerio de Transporte tiene como objetivo general, divulgar la gestión, políticas, planes, programas y proyectos del Ministerio de Transporte y sus diferentes dependencias, fortaleciendo el sentido de pertenencia y conocimiento de los colaboradores, a través de diferentes formatos y canales de comunicación adaptados a la actualidad social y tecnológica.

Bajo esta lógica, se busca a través de la comunicación interna demostrarles a todos los colaboradores de la entidad (funcionarios, contratistas y pasantes) que su bienestar es prioritario para el Ministerio, usando canales de comunicación de doble vía que permitan identificar las necesidades y atenderlas y desde la información y el conocimiento de las acciones del sector.


Si bien algunos mensajes estarán dirigidos solo a una de estas audiencias, la estrategia de comunicaciones plantea gestionar la información de tal manera que sea incluyente para todos los colaboradores de planta central, Direcciones Territoriales e Inspecciones Fluviales.

La comunicación interna está basada en pilares de contenido informativo o noticioso y de bienestar.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003


Directrices

1. La comunicación interna en el Ministerio de Transporte contribuye a la creación de condiciones para la participación de los Servidores Públicos en la gestión de sus respectivos procesos y en el desarrollo de los objetivos misionales de la entidad.
2. En el cumplimiento de sus funciones diarias, los servidores públicos deberán practicar un estilo de comunicación incluyente, de respeto por las ideas y argumentos ajenos, que contribuyan al diálogo y el entendimiento; la colaboración y la participación serán la base de las relaciones para la promoción del trabajo en equipo y la cooperación entre las dependencias. Esto también es la base de las comunicaciones masivas internas, ligadas a los valores institucionales, la inclusión y respeto por la diversidad.
3. Solo el equipo de comunicación interna podrá divulgar de forma masiva la información de la entidad, ello en respeto y cumplimiento con la línea del mensaje e imagen institucional establecida.
4. Los responsables de los procesos, áreas o dependencias deberán solicitar por escrito al proceso de comunicaciones las necesidades que en materia de redacción y corrección de textos informativos tengan. Además, solicitarán su ayuda para la divulgación.
5. Los Servidores Públicos relacionados con el proceso de Comunicaciones apoyarán a los procesos en la elaboración y corrección de documentos e informes que deban difundirse a nivel interno y externo.
6. Los Servidores Públicos del proceso de Comunicaciones apoyarán

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

a los procesos en la elaboración y diseño de piezas para divulgación a nivel interno y externo.

7. La comunicación interna debe proponer mecanismos y procedimientos que garanticen un adecuado lineamiento de los servidores públicos con respecto a la gestión de la entidad. Para ello, se realizarán procesos de inducción y reinducción a todos los servidores públicos del Ministerio de Transporte con el fin de darles a conocer el Plan de Acción Institucional, la estructura organizacional y por procesos, resultados, avances y desarrollo de la gestión.
8. Para reducir el rumor, la incertidumbre y la mala interpretación que resultan de la información imprecisa que proviene de los medios informales, el Grupo Estratégico de Comunicaciones propenderá por la circulación formal de la información en todos los niveles.
9. Todos los Servidores Públicos deberán actuar con integridad en el cumplimiento de sus funciones y estar abiertos a transmitir o solicitar oportunamente la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o de los demás procesos de la entidad.
10. Los servidores públicos deberán acogerse a las políticas de confidencialidad del Ministerio, manejando con prudencia la información que reciban por los canales internos de comunicación.
11. Para mayor cobertura de la información generada por el Ministerio, el Grupo Estratégico de Comunicaciones, designará periodistas o responsables específicos que cubran las diferentes fuentes de información de la entidad.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Línea del mensaje

La línea de mensaje en comunicación interna está basada en el cuidado, la seguridad, la participación y el empoderamiento, además, de acompañar y revelar los intereses de todos los colaboradores de la entidad.

Así mismo, el lenguaje deberá ser cercano, directo y claro, con carácter Informativo y que Invite a la acción, manteniendo un tono cálido y humano, que tiene como finalidad comunicar, fomentar e incentivar una cultura organizacional de comunicación y bienestar.

Independientemente de cuál sea el área que genera la información, siempre se comunicará a los colaboradores en nombre del Ministerio de Transporte. Estas acciones refuerzan el mensaje de que el Ministerio con espacio para todos y valida la coordinación interna.

Canales


- **Correo electrónico**

Es el repositorio y canal oficial, por este se enviará la documentación e información reglamentaria, desde este canal se asegura que todos los interesados reciben la información oficial por un canal institucional.

- **Movilnet**

Este canal servirá como repositorio de toda la información oficial como memorandos, ABC, infografías e instructivos, así como también de banners con contenido útil.

- **Parlantes**

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Se aprovecharán los parlantes de los pisos 9 y 10 del edificio actual de la sede central para transmitir mensajes de interés para todo el edificio, y el audio dentro de las rutas para transmitir las cápsulas de sonoras que se definan según la campaña que se esté divulgando.

- **Salvapantallas y carteleras digitales**


Por medio de estos canales se publicará información relevante y complementaria de las campañas de comunicación que se implementarán durante todo el año.

- **WhatsApp**

Es el canal del día a día, por ello se compartirá diariamente información de noticias, eventos, actividades. También se recordarán las actividades programadas para el día con el fin de lograr que la mayor cantidad de colaboradores participen.

- **Instagram**

Es un canal para compartir perfiles, historias y vivencias de los colaboradores, tiene un rol más de entretenimiento que de información para favorecer la construcción de lazos de comunidad y visibilizar el componente humano que caracteriza al talento humano de la entidad.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

COMUNICACIÓN DIGITAL

Antecedentes

Por años, el Ministerio de Transporte ha sido concebido como un Ministerio de ladrillo y cemento. Por ello, desde la comunicación digital se busca cambiar esta percepción. ¡Somos un Ministerio de y para la Gente!


Objetivo

De acuerdo a los pilares del Gobierno del Cambio y con el fin de comunicar los logros de éste en el sector Transporte, el avance del Plan Nacional de Desarrollo y la gestión del presidente, se implementará una estrategia digital (multiplataforma) enfocada en divulgar cómo estamos mejorando la calidad de vida de los colombianos, generando nuevas y mejores oportunidades de desarrollo y crecimiento para los ciudadanos de las diferentes regiones del país, a través de programas y proyectos de conectividad regional y desarrollo de infraestructura de transporte.

Alcance

El éxito de esta estrategia digital será posible mediante el trabajo coordinado y conjunto del Ministerio de Transporte y sus entidades adscritas. Buscamos visualizarse como un solo sector, que trabaja articuladamente, que escucha a la comunidad y que comunica a través de un lenguaje claro y oportuno.

El Gobierno del Cambio está comprometido con conectar a los colombianos, destrabar los proyectos estratégicos de infraestructura, resolver cuellos de botella, cuidar la vida de los ciudadanos en las vías y proteger sus derechos.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Pedagogía y sinergia sectorial

Se desarrollará una estrategia digital sectorial orientada hacia la pedagogía, dirigida a las diferentes audiencias definidas por el Ministerio de Transporte y sus entidades adscritas, con el fin de identificar el tono y tipo de mensaje que se le debe entregar a cada público objetivo, buscando maximizar su impacto. Este proceso permitirá que la misma audiencia se convierta en los principales validadores de la gestión de la cartera y, por ende, del Gobierno.

Generación de contenidos


Después de realizar un diagnóstico sectorial, identificar fortalezas y retos, procesos de información y audiencias, el contenido de las campañas digitales se enfoca en contar cómo estamos conectando a la gente para generar equidad, la legalidad del transporte, la transparencia, los sistemas de transporte masivos equitativos y sostenibles, la protección del usuario, la seguridad vial y los beneficios que traen los proyectos de infraestructura vial para los colombianos.

Plan de Trabajo

A continuación se relacionan los canales, las tácticas y las iniciativas que permiten a dar pasos seguros con cada audiencia y focalizar la información.

Piezas clave del plan de trabajo digital del Sector Transporte:

- Uso adecuado de los canales digitales.
- Generación de contenidos de acuerdo con las temáticas y mapa de audiencia.
- Historias de vida.
- Validadores.
- Monitoreo y alertas tempranas.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- Campañas pedagógicas y sinergia sectorial.
- Indicadores de medición (Informe y monitoreo de canales).
- Respuestas a través de campañas basadas en consultas ciudadanas.

Canales Digitales

Twitter


El contenido de las cuentas de Twitter del sector Transporte es atractivo, valioso y le apuntamos a que se convierta en material de consulta para los seguidores y, de igual forma, consolide e incremente los índices de tráfico, visitas a la web, número de seguidores y número de Interacciones.

Los mensajes son claros y precisos. Lenguaje fresco y cotidiano, que permite un mayor acercamiento a la ciudadanía y a todas las audiencias del sector transporte. Priorizando los contenidos audiovisuales pedagógicos y explicativos. A través de historias se cuenta cómo los colombianos se benefician con los proyectos de infraestructura vial y la gestión que adelanta el sector. Además, se realizan transmisiones en vivo, mediante desde YouTube y Facebook, para informar y estar más conectados con los usuarios.

La periodicidad en la publicación es inmediata, pero de manera estratégica, efectiva para informar y promover la interacción con los usuarios.

Facebook

El lenguaje fresco y cotidiano. Todo para lograr que los usuarios de la red social Facebook sientan más cerca a las entidades del sector transporte. Por medio de diversas campañas, se informan las acciones que adelanta el sector, se cuentan historias y se responde -a través de piezas y contenido audiovisual-, a las dudas e interrogantes de los usuarios de esta plataforma. Se realizan Facebook Live informativos, pedagógicos y de

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

cubrimiento de eventos, con el fin de acercar y dar mayor accesibilidad. Igual que la transmisión de pronunciamientos y ruedas de prensa.


Instagram

Lenguaje dinámico y cercano. Se hace un aprovechamiento de las diversas opciones que brinda esta red social, para lograr una mayor interacción con los usuarios de esta plataforma como, por ejemplo, la publicación de historias acompañadas de gifs, etiquetas, cuestionarios y hasta preguntas. Aquí, además del lenguaje, se compartirán imágenes y vídeos que muestran la gestión que adelanta el Ministerio y sus entidades adscritas.

YouTube

La presencia en YouTube aparte de ser un repositorio de contenidos, es un espacio para desarrollar contenidos que permitan contar historias interesantes en los tiempo recomendados, historias por capítulos teniendo como eje central validadores, para el Gobierno del Cambio lo primero es la gente.

Así como, un espacio en el que cualquier interesado pueda hacer una revisión de los principales hitos del sector durante los últimos años como un acto de conservación de archivo y memoria.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

PROCESO DE COMUNICACIONES EXTERNAS E INTERNAS

Asesor del Despacho para temas de Prensa


- Será labor del Asesor (a) definir, coordinar y establecer toda la estrategia del proceso de comunicaciones; acordar, revisar y aprobar las tareas asignadas a sus colaboradores y hacer el acompañamiento y cubrimiento de todas las intervenciones del Ministro (a) en eventos públicos, así como hacer los filtros necesarios ante las necesidades de medios de comunicación.
- El Asesor (a) asistirá a los consejos y/o comités directivos para conocer las prioridades y requerimientos del Ministro (a) y, de paso, sugerir las estrategias que desde el proceso de comunicaciones haya sobre esas necesidades.

Consejo Editorial

- En este espacio el Asesor (a) y/o coordinador del grupo deberá compartir los temas y requerimientos de los Consejos o Comités Directivos, y definir las actividades estratégicas de la semana para el Proceso de Comunicaciones. Al Consejo Editorial deberá asistir obligatoriamente la totalidad del equipo editorial y de contenidos, tanto comunicaciones internas como externas. Será deber de los periodistas, profesionales de redes, fotógrafo y realizador audiovisual llevar propuestas de temas de seguimiento.

Asistentes

En este Consejo participan los siguientes profesionales:

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- a) Los periodistas que hagan parte del equipo editorial y que cubran las fuentes previamente acordadas con el Asesor (a) tanto internas como externas.
- b) El Community Manager
- c) Un (a) fotógrafo
- d) Un (a) camarógrafo
- e) Un (a) diseñador
- f) Un (a) secretario

La relatoría deberá estar a cargo de la secretaria / auxiliar del equipo y ser compartido vía correo institucional, esa misma tarde, para revisar la ejecución de las tareas en el próximo Consejo Editorial, así como sus cumplimientos.



Temas propios (Informes)

Los periodistas, acudiendo a sus fuentes, deberán generar iniciativas y reportes tanto de tipo externos como de interno. Deberán ir más allá de la agenda propia del Ministro(a) y los Viceministros, como fuentes y voceros oficiales, y proponer otros temas como informes propios para contribuir a la exposición mediática de la entidad, acorde con la estrategia.

Coordinación con las entidades adscritas

El Asesor (a) y coordinador del grupo también deberá coordinar un trabajo articulado con sus pares de las entidades adscritas al sector Transporte: Agencia Nacional de Infraestructura (ANI), Instituto Nacional de Vías (INVÍAS), Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV), Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil (Aerocivil), Superintendencia de Transporte, la Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte (UPIT), Dirección de Tránsito y Transporte de la Policía (DITRA) y la Corporación Autónoma Regional Del Rio Grande De La Magdalena (Cormagdalena).

Mediante una reunión quincenal, el Asesor (a) compartirá los temas relevantes e informes. En este espacio, también se recibirá

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

retroalimentación de los temas estratégicos de cada entidad, para hacer sinergia y acordar apoyo de cubrimientos, en caso de ser necesario.


	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

IMAGEN INSTITUCIONAL

Gestión de la imagen institucional


La imagen institucional es la forma como la entidad se presenta a sus públicos de interés, desde sus valores y principios hasta los elementos gráficos que la diferencian de los demás, incluido el logotipo, los colores y los diferentes elementos gráficos que los acompañan, con el propósito de ser fácilmente reconocible.

La imagen institucional del Ministerio de Transporte es gestionada por el Grupo Estratégico de Comunicaciones, quien se encarga de verificar que el logotipo se emplee de manera correcta y que las piezas de comunicación visual atiendan los lineamientos de la guía sistema gráfico del Gobierno del Cambio y las normas vigentes de austeridad del gasto.

En este sentido, todos los requerimientos relacionados con el uso del logotipo, así como la producción de piezas gráficas, audiovisuales, eventos y campañas de publicidad, deben ser enviados al Grupo Estratégico de Comunicaciones, incluso si hacen parte de un contrato o convenio que incluye el diseño y producción de las mismas.

La guía sistema gráfico es dado mediante Directiva Presidencial y contiene las instrucciones de entidad visual y uso de la imagen, de obligatorio cumplimiento por parte las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional.

La guía detallará cómo emplear el logotipo de la entidad en diferentes aplicaciones, tanto impresas como virtuales, el tipo de letra y los colores a utilizar, así como instrucciones acerca de la composición sugerida de las piezas gráficas. Su aplicación garantiza la proyección unificada y armónica del Gobierno Nacional ante la ciudadanía.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Algunos elementos básicos a tener en cuenta al momento de construir piezas institucionales son los siguientes:

Elementos gráficos

Todas las comunicaciones de la entidad deben presentarse en los formatos institucionales, utilizando las fuentes y colores del Gobierno del Cambio.

Adicionalmente, para las piezas y comunicaciones institucionales debe hacerse uso de la fuente asignada, en sus estilos. Si no se cuenta con la fuente, se puede solicitar su instalación al Grupo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Formatos institucionales


Para la presentación de documentos y presentaciones oficiales, siempre se debe hacer uso de las plantillas institucionales. En el caso de las plantillas de Power Point, es importante que solo se utilicen los estilos que ofrece la plantilla, para un mejor entendimiento se presenta un ejemplo de buen uso y uno de mal uso:

Buen uso:

- Se usan los colores de la plantilla
- Se usa el texto sin efectos ni sombras
- Se mantiene la alineación de los textos a la izquierda
- Se usan las imágenes sin efectos
- El ícono utilizado está en un color institucional y no tiene fondos o efectos

Mal uso

- Cambiar el color de la letra y usar efectos para destacar textos
- Usar imágenes pixeladas, de baja calidad y aplicarles efectos como sombras, biseles, reflejos, etc.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- Usar íconos con colores diferentes a los de la paleta de color y con fondo.
- Poner el logo del Ministerio de Transporte o de otra entidad en todas las páginas de la presentación.
- Justificar el texto completo, esto crea vacíos entre las palabras, debe justificarse solo a la izquierda.
- Usar textos en mayúscula sostenida.

Aprobación uso logo

Si se requiere el logo de la entidad, debe solicitarlo por medio de correo electrónico al Grupo Estratégico de Comunicaciones al líder de diseño, indicando en qué pieza será utilizado y si cuenta con autorización del jefe o coordinador de la dependencia. Posterior a la solicitud, debe enviarse a vuelta de correo la pieza en que fue utilizado para recibir el visto bueno o las observaciones a que haya lugar.



Campañas y material gráfico y audiovisual

Todas las campañas y material gráfico o audiovisual que desee producirse y divulgarse a través de medios masivos de comunicación, y contemple la ejecución de recursos independientemente de su origen (ya sean propios, provenientes de convenios, donaciones, contratos interadministrativos, etc.) requiere la aprobación de la Presidencia de la República en dos instancias: una con el DAPRE, para solicitar la autorización del gasto; y la otra, con la Secretaría de Comunicaciones y Prensa de la Presidencia, para aprobación del concepto comunicativo y el uso de la imagen institucional a través de SAMI.

Este proceso aplica tanto para el Ministerio de Transporte como para todas sus entidades adscritas.

Autorización del gasto

Antes de comenzar un proceso de contratación que incluya gastos en publicidad, incluidos los de operación logística, se debe enviar un oficio a al DAPRE solicitando la autorización para la destinación del gasto en temas

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

de divulgación institucional, indicando: la necesidad, objeto, monto, duración, servicios a contratar y productos que se esperan del contrato.

Sin esta autorización NO se puede dar inicio a los procesos de contratación.

Autorización del concepto y la imagen institucional


De otra parte, se debe solicitar la aprobación del concepto y las piezas de comunicación a la la Secretaría de Comunicaciones y Prensa de la Presidencia de la República. Este proceso se realiza a través del Sistema de Administración de Mensajes Institucionales, SAMI, El cual es gestionado entre el Grupo Estratégico de Comunicaciones y la Secretaría General.

La plataforma SAMI tiene un tiempo de aprobación de 10 días calendario, a partir del registro, el cual NO es modificable. Por eso, es de la mayor importancia que los requerimientos se hagan llegar al Grupo Estratégico de Comunicaciones con el tiempo suficiente para surtir todo el trámite.

Para ello se debe enviar:

- Respuesta positiva del DAPRE para la ejecución de los recursos.
- En el caso de las campañas de publicidad: concepto de la campaña, piezas gráficas, guiones o *story board* de los productos audiovisuales (solo cuando el guion es aprobado se puede comenzar con la producción), cuñas o videos (solo cuando ya ha sido aprobado el guion).
- Plan de medios.
- Formato SAMI diligenciado.

La identidad visual de las campañas de comunicación interna está regida por el manual de imagen de establecido para la misma. Este manual tiene una paleta de colores independiente, basada en los colores del Gobierno del Cambio, así como otro estilo de letra y elementos gráficos independientes.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

El manual es aplicado a las piezas que se diseñan para los servidores públicos del Ministerio de Transporte y que son divulgadas a través de los canales de comunicación interna.

Plataformas web


Un canal importante de comunicación que utiliza para apoyar la divulgación de contenidos institucionales, tanto internos como externos, es la página web. Este desarrollo permite llevar la información a grandes audiencias, además de compartir contenidos multimedia. El trabajo mancomunado con el Grupo de Tecnologías de la Información y las comunicaciones es crucial para atender con oportunidad y calidad los requerimientos y mejora de la usabilidad de los mismos.

Para comunicaciones internas se debe priorizar el robustecimiento de Movilnet (intranet) con los contenidos noticiosos, de bienestar, salud y capacitación, posicionándola como una plataforma informativa, pero también como repositorio de las actividades realizadas.

Diseño de piezas gráficas

Como apoyo a la divulgación de información institucional, se diseñan, entre otras, las siguientes piezas, con previa solicitud y envío de los contenidos completos y avalados por el Asesor del Despacho Ministerial en comunicaciones o el coordinador del grupo y de ser necesario el jefe de la dependencia solicitante:

- Cartillas
- Guías y manuales
- Informes y documentos institucionales
- Invitaciones
- Infografías
- Presentaciones
- Material para divulgación en redes sociales.



	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de Comunicaciones define las acciones de comunicación interna, externa y digital, que orientará las estrategias hacia la consecución de los objetivos de promoción, divulgación, accesibilidad y buen uso de la información generada por la entidad en cumplimiento de sus procesos misionales. Su ejecución está orientada por el Despacho Ministerial y se realiza o lidera desde el Grupo estratégico de Comunicaciones del Ministerio de Transporte.


Directrices

- Las directrices y lineamientos para el manejo de la identidad visual del Ministerio, son elaborados y actualizados por el Grupo Estratégico de Comunicaciones, con base a las especificaciones emitidas por parte del Gobierno del Cambio. La aplicación de este documento garantiza que todas las piezas que se produzcan en la entidad guarden uniformidad en su estilo y presentación.
- El Grupo Estratégico de Comunicaciones elaborará para las demás dependencias, incluido el Despacho del Ministro (a), las plantillas necesarias para la presentación de documentos institucionales, sin embargo, es responsabilidad de los grupos internos de trabajo solicitar estos materiales, al igual que las orientaciones necesarias para su correcta aplicación.
- El Grupo Estratégico de Comunicaciones apoyará la elaboración de las piezas gráficas internas y externas, que requieran las diferentes dependencias de la entidad. Todas las solicitudes se deben realizar con un tiempo prudente de antelación, de 3 a 5 días hábiles, dependiendo el tipo de solicitud.
- Toda pieza de comunicación que se produzca, derivada de un contrato o convenio y que lleve la imagen del Ministerio de



 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Transporte, debe seguir las pautas de presentación e identificación corporativa contenidas en el documento de directrices y lineamientos para el manejo de la identidad visual de la entidad de acuerdo con la directriz presidencial y el Sistema de Administración de Mensajes Institucionales (SAMI).

- Es responsabilidad de todos los servidores públicos con personal a cargo, verificar que los integrantes de su equipo de trabajo reciban y comprendan la información que la entidad genera y suministra, para el desempeño eficiente de sus funciones y el logro de los objetivos institucionales.
- Cuando la información sea personal, cada responsable del proceso la transmitirá a los interesados en forma directa o mediante reuniones; cuando sea de carácter laboral, lo hará a través de correo electrónico, circulares o reuniones informativas. El Grupo Estratégico de Comunicaciones podrá asesorar en la escogencia del formato que mejor ayude a la divulgación.
- Los servidores podrán solicitar a los responsables de los procesos la realización de reuniones para analizar irregularidades que afecten el desarrollo de la gestión interna o aun la gestión institucional.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



Grupo Estratégico de Comunicaciones	¿Quién comunica?	¿Qué se comunica?	¿Con qué objetivo se comunica?	¿Por qué canales se comunica?	¿A quién se comunica?
Comunicación interna	Ministro (a), viceministros (a) Secretario (a) general, jefes, coordinadores o a quienes ellos designen, según el tema.	Los planes, política, proyectos, programas, acciones, eventos y campañas y del Ministerio de Transporte, sus dependencias y entidades Adscritas. Además, actividades de bienestar	<ul style="list-style-type: none"> Difundir información clara, oportuna y veraz del Ministerio de Transporte, sus dependencias y entidades Adscritas. Mantener adecuadamente informados a los públicos de interés. Generar una imagen institucional sólida. 	Correo electrónico, Salvapantallas, Carteleras Digitales, Movilnet, WhatsApp, Instagram.	Servidores públicos de la sede central, Direcciones Territoriales e Inspecciones Fluviales.
Comunicación externa	Ministro (a), viceministros (a), representantes de las entidades adscritas del sector o a quienes ellos designen, según el tema.	Planes, políticas, proyectos, programas, acciones, eventos y campañas del Ministerio de Transporte y sus entidades Adscritas.		Página web, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp, oficios o informes, líneas telefónicas, eventos institucionales, reuniones con medios, boletines y ruedas de prensa.	Servidores públicos, medios de comunicación, ciudadanía, entidades de control, gremios, entidades adscritas, industria, entidades del Estado, organizaciones no gubernamentales, autoridades locales y regionales.
Comunicación digital	Ministro (a), viceministros (a), representantes de las entidades adscritas del sector o a quienes ellos designen, según el tema.	Planes, políticas, proyectos, programas, acciones, eventos y campañas del Ministerio de Transporte, sus entidades Adscritas y el Gobierno Nacional.		Twitter, Facebook, Instagram, YouTube.	Servidores públicos, medios de comunicación, ciudadanía, entidades de control, gremios, entidades adscritas, industria, entidades del Estado, organizaciones no gubernamentales, autoridades locales y regionales.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



ESTRATEGIA

El presente plan de comunicaciones está basado en la divulgación, la promoción y la socialización de la gestión institucional, articulando tres (3) componentes: comunicación externa, comunicación interna y comunicación digital.


Proceso	Responsabilidades	Actividades	Indicadores
Comunicación Externa	Gestionar la comunicación externa de la entidad divulgando las noticias, avances, logros, planes, programas, proyectos y políticas emitidas por el Despacho Ministerial y los Viceministerios de Transporte e Infraestructura.	Elaborar las piezas comunicativas necesarias para divulgar a nivel externo, por ejemplo: comunicados, infografías, informes especiales, entre otros.	Envíos de los productos por los canales habilitados para informar a los diferentes grupos de interés.
	Apoyar el desarrollo de los eventos y actividades institucionales externos e internos realizados por la entidad o en los que ésta participe.	Hacer las respectivas gestiones logísticas y coordinar con las entidades la ejecución del evento propuesto.	Participación en los eventos.
	Divulgar la gestión institucional a medios de comunicación masiva, mediante comunicados de prensa y atención de solicitudes periodísticas.	Elaboración de comunicados de prensa y convocatoria de medios de comunicación cuando sea el caso para su divulgación.	Boletines y comunicados emitidos por el Ministerio de Transporte.
	Divulgar la gestión institucional y actividades en los medios de comunicación disponibles.	Actualización, seguimiento y monitoreo de las noticias en medios de comunicación.	Monitoreo permanente de los medios de comunicación.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



	Apoyar las actividades del plan de publicaciones de la entidad, asociadas al Grupo Estratégico de Comunicaciones.	Seguimiento a las diferentes propuestas de las campañas y noticias del Ministerio de Transporte.	Monitoreo de las noticias y actualización en la página web del Ministerio de Transporte.
Comunicación Interna	Gestionar y apoyar la divulgación oficial de las actividades e información relevante de la entidad tanto las generadas a nivel interno como externo. Como las últimas noticias avances, logros, planes, programas, proyectos y políticas emitidas por la entidad para fortalecer la cultura y comunicación organizacional.	Implementar diversos formatos periodísticos y productos.	Envíos de los formatos o productos.
	Diseñar y establecer una línea de mensaje e imagen institucional al interior de la entidad.	Guías, manuales y presentaciones con las orientaciones o especificaciones.	Publicación de las Guías, manuales y presentaciones.
	Actualizar Movilnet.	Actualizaciones y cargue de banners.	Actualizaciones en Movilnet.
	Apoyar las campañas que requieran los otros procesos, áreas o dependencias y sean de carácter o utilidad colectiva para la entidad.	Hacer planes de comunicación para cada campaña ajustado a la línea de mensaje y canales.	Campañas internas diseñadas.
	Establecer espacios de comunicación que aporten al bienestar de todos los colaboradores.	Crear días temáticos y formatos acordes a su divulgación.	Espacios y formatos creados.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Comunicación Digital	<p>Comunicar asertivamente los resultados visibles y verificables que se han logrado durante la gestión del Gobierno Nacional</p>	<p>Elaboración de campañas digitales sectoriales, de duración de un mes aproximadamente con participación de todas las entidades adscritas que muestran avances y logros en la gestión del Gobierno.</p> <p>Ruedas de prensa, espacios digitales de interacción con medios y ciudadanía desde las diferentes redes sociales.</p>	<p>Publicación de parrillas sectoriales.</p> <p>Inclusión de las campañas sectoriales en la parrilla general de sinergia de Gobierno.</p>
	<p>Sensibilización y pedagogía para el conocimiento y la apropiación de las funciones del Ministerio de Transporte y las decisiones tomadas por el mismo.</p>	<p>Campañas <i>always on</i> focalizadas y con fines educativos que tienen vigencia durante todo el año para mantener informada a la ciudadanía con un tono pedagógico que permite acercar a las personas a temas que parecen complejos y hacerlas partícipes.</p>	<p>Publicación de campañas multicanal y multiformato.</p> <p>Repositorio de piezas sobre temas transversales que se mantienen vigentes y publicados en la página web del Ministerio de Transporte.</p>
	<p>Desarrollar una imagen de cercanía entre el Ministerio de Transporte y la ciudadanía (los distintos grupos objetivos)</p>	<p>Comunicación desde los intereses propios identificados a partir del monitoreo constante de publicaciones y la escucha activa de conversaciones relacionadas con temas del sector.</p> <p>Espacios de participación e interacción como Facebook Live en los que la comunicación es directa.</p>	<p>Social <i>listening</i> 24/7 sobre temas de interés sectorial y <i>TweetReach</i> de tendencias relacionadas con potencial impacto.</p> <p>Conexiones e interacciones de usuarios en cada streaming y posterior reproducción de los videos repositorio.</p>
	<p>Evidenciar una visión de país de mediano y largo plazo en la administración del Gobierno Nacional y, en particular, en el papel del Ministerio de Transporte como articulador de la sociedad colombiana.</p>	<p>Sinergia con los equipos digitales de las otras entidades del Gobierno, con mensajes sectoriales y nacionales que evidencian una línea de comunicación unificada definida desde la Presidencia de la República.</p>	<p>Participación en las campañas multisector en las que el transporte y la infraestructura adquieren protagonismo.</p>



	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

	<p>Identificar conversaciones en contra de la reputación del Ministerio, que representen inconformidades, dudas o desconocimiento frente a los temas relacionados con el sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento a las tendencias digitales y los detonantes de conversación. • Informe de social listening. • Identificación de las principales solicitudes ciudadanas. • Notificación a los viceministerios. • Recepción de información • Propuesta de contenido para esclarecer dudas y mitigar la desinformación. • Seguimiento del éxito de la táctica. 	<p>Número de crisis gestionadas desde medios digitales.</p>

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



ANEXO 1.

**MANUAL DE PROTOCOLO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS
INSTITUCIONALES EN EL MINISTERIO DE TRANSPORTE**

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Contenido


OBJETIVOS	53
Objetivo general.....	53
Objetivos Específicos.....	53
JUSTIFICACIÓN	53
¿QUÉ ES EL PROTOCOLO?	54
Tipos de Protocolo	54
¿QUÉ ES EL CEREMONIAL?	55
¿QUÉ ES LA PRECEDENCIA?	55
¿Cómo establecer las precedencias?	56
Precedencia por ley	56
Artículo 17. Número, denominación, orden y precedencia de los Ministerios.	56
Precedencia Ministerio de Transporte.....	57
Criterio de antigüedad	57
Criterio de representatividad	57
Criterio alfabético.....	58
Criterio de alternado para firmas de convenios, tratados y memorandos de entendimiento.....	58
Criterio de jurisdiccionalidad	58
USO DE LA BANDERA Y EL HIMNO NACIONAL	59
Manejo de las banderas	60
Ubicación en el escenario	61
Organización Mesa principal	61
Orden de intervenciones.....	61
DISTINCIONES.....	62
PLACAS CONMEMORATIVAS	68
FIRMAS DE CONVENIOS, MEMORANDO DE ENTENDIMIENTO Y PACTOS	69

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CON PARTICIPACIÓN DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA 72

COMUNICACIONES..... 73

ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO 73

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un Manual de Protocolo para la organización y realización de eventos institucionales en el Ministerio de Transporte



Objetivos Específicos

- Definir los actos en los cuáles se hace necesario un manejo formal a partir del protocolo y el ceremonial del Ministerio de Transporte, con el propósito de otorgarle solemnidad y elegancia.
- Establecer una normatividad frente al manejo de elementos ceremoniales, precedencias institucionales y estructura de eventos protocolarios al interior del Ministerio de Transporte.

JUSTIFICACIÓN

La idea de contar con un Manual de Protocolo para eventos dentro del Ministerio de Transporte, surge de la necesidad de dar claridad en cuanto a la utilización de los símbolos y el manejo que se le debe dar a los eventos realizados desde las diferentes direcciones, grupos y jefaturas del ministerio, dependiendo del grado de importancia o jerarquía que posea el evento.

La creación de un Manual de Protocolo para eventos, se hace pertinente, debido a la incertidumbre que se presenta en ocasiones, al momento de planear y realizar un evento, por tal razón es fundamental contar con una

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

guía que ayude a la adecuada planificación y ejecución de los mismos desde la parte protocolaria.

El Transporte como entidad pública del nivel central del Gobierno Nacional se regirá por la normatividad contemplada en diferentes decretos y leyes de la Constitución Política de Colombia en este caso se contemplarán los relacionados con el uso de los símbolos patrios (Ley 12 de 1984, Decreto 1967 de 199, Ley 198 de 1995, Ley 580 de 2000 el Decreto 770 de 1982), y Ley 1444 DE 2011 artículo 17, de igual forma se toma como guía el Manual de Protocolo de Cancillería versión 5.

¿QUÉ ES EL PROTOCOLO?



El protocolo de acuerdo a la Real Academia de la Lengua es: “Un conjunto de reglas establecidas por norma o por costumbre para ceremonias y actos oficiales o solemnes”.

El protocolo, por tanto, son las instrucciones, o recomendaciones, que deben seguir aquellos asistentes que acudan a un evento formal.

Tipos de Protocolo

Cuando hablamos de protocolo estamos haciendo referencia a un concepto que tiene varias acepciones. En función de lo que haga referencia, existen diversos tipos de protocolo que deben aplicarse.

- **Protocolo social:** Conjunto de normas que, por tradición, establecen el comportamiento en actos sociales.
- **Protocolo oficial:** El más común. Este es el que suele aplicarse cuando hablamos de actos del gobierno, presidentes, ministros, gobernadores, alcaldes entre otros.
- **Protocolo de empresa:** Conjunto de normas que establecen las reglas para la estancia en la empresa.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- **Protocolo diplomático:** Muy similar al protocolo oficial. Hace referencia al conjunto de normas que deben aplicarse en actos diplomáticos.

No obstante, aun siendo estos los principales, existen otra serie de tipos de protocolo que podríamos citar.

Entre estos cabe destacar el protocolo deportivo, el protocolo de incendios, el protocolo para terremotos, el protocolo universitario, el protocolo eclesiástico, el protocolo militar, entre otros

¿QUÉ ES EL CEREMONIAL?


El ceremonial refiere al conjunto de las fórmulas y las formalidades que deben respetarse en el desarrollo de un acto solemne o público. La noción también puede hacer alusión al documento que recoge aquellas ceremonias que se tienen que seguir en determinados acontecimientos.

Una ceremonia es, por definición, un acto exterior: es decir, se materializa en público. Las entidades del estado desarrollan eventos públicos de carácter formal que deben atender al ceremonial para cuidar las convenciones y la imagen que se ofrece a la sociedad.

¿QUÉ ES LA PRECEDENCIA?

El sistema de precedencias ordena a las personas que acuden a un determinado acto de forma jerárquica, por razones de cargo o categoría. Este sistema es la columna vertebral del ceremonial.

El ceremonial no crea ni impone jerarquías, solo las reconoce y ordena con el fin de garantizar la correcta coordinación de todo acto público o privado, que posea carácter formal. Por eso la precedencia reconoce la primacía de una jerarquía sobre otra.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

¿Cómo establecer las precedencias?


Tradicionalmente, han existido tres vías para establecer las precedencias, las cuales aportan en la construcción de un sentido común en la aplicación de diferentes criterios para manejo de ubicación de personalidades y nombramiento de los mismos en actos protocolarios.

Precedencia por ley

Es la precedencia -también llamada por derecho-, que concede la ley por ostentar un determinado cargo o rango. Ésta viene reflejada en el sistema de precedencias o Ley General de Precedencias en el Decreto 770 de 1982, y Ley 1444 DE 2011 artículo 17.

Artículo 17. Número, denominación, orden y precedencia de los Ministerios. El número de Ministerios es dieciocho. La denominación, orden y precedencia de los Ministerios es la siguiente:

1. Ministerio del Interior.
2. Ministerio de Relaciones Exteriores.
3. Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
4. Ministerio de Justicia y del Derecho.
5. Ministerio de Defensa Nacional.
6. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
7. Ministerio de Salud y Protección Social.
8. Ministerio del Trabajo.
9. Ministerio de Minas y Energía.
10. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
11. Ministerio de Educación Nacional.
12. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
13. Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio.
14. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
15. Ministerio de Transporte.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

16. Ministerio de Cultura.

17. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

18. Ministerio del Deporte.

Cuando se realizan eventos con uno o más ministerios se debe tener en cuenta esta precedencia.

Precedencia Ministerio de Transporte



- Ministro (a)
- Viceministro (a) de Infraestructura
- Viceministro (a) de Transporte
- Secretario (a) General
- Directores
- Subdirectores
- Jefes de Oficina
- Coordinadores
- Tener en cuenta las antigüedades para la ubicación

Criterio de antigüedad

Hay ocasiones en las que en un evento pueden asistir dos personas con el mismo cargo o con el mismo rango, es aquí cuando aplica este criterio de antigüedad, prevalece la persona que lleve más tiempo ocupando dicho rol, será ésta quien ocupe un lugar más importante. Es muy importante considerar este criterio cuando se trate del protocolo eclesiástico, fuerzas militares y de policía Nacional.

Criterio de representatividad

Este criterio está basado en los conceptos de sector público y privado, por ejemplo, en eventos donde se cuente con la presencia de personajes del Estado y de empresa privada, los primeros tendrán la precedencia mayor, así estén en un cargo menor a los de la empresa privada, por ejemplo, si se realiza un evento en una empresa de carácter privado, pero se tiene

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

como invitado a una persona del Estado como un ministro, el anfitrión cederá su puesto y este ocupará tal lugar.

Criterio alfabético

Es utilizado en certámenes en los cuales acuden gran cantidad de países u organizaciones, entonces para evitar inconvenientes con la organización de las precedencias se acude al alfabeto, se organizan las banderas dependiendo el orden alfabético de cada país.

Criterio de alternado para firmas de convenios, tratados y memorandos de entendimiento

Este criterio se basa en el Derecho Internacional Público e Instituciones Internacionales, y más concretamente en la firma de tratados bilaterales.



Este sistema alternado consiste en que: cuando se firma el tratado, si el país A tiene su firma a la izquierda y el B a la derecha, en un ejemplar, en el otro el país.

B tiene su firma a la izquierda y el A, a la derecha. Este criterio también aplica cuando las firmas están una encima de la otra, se invierten las posiciones.

Criterio de jurisdiccionalidad

Cuando un acto o celebración se realiza dentro de una jurisdicción, quien tendrá la precedencia de mayor rango será quien sea el anfitrión, quien pertenezca a dicha jurisdicción, sin importar que no sea tan reconocido como lo pueden ser otras de las personas integrantes de la mesa.

Cuando sentimos que los demás criterios son de difícil aplicación recurrimos al sentido común, las personas quienes sean las encargadas de organizar el evento sabrán salir de la mejor manera basándose en lo anterior y tomando la mejor decisión según su sentido común. Debemos

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

tener en cuenta además otros criterios que se utilizan para el manejo de las precedencias:

- “La antigüedad en el desempeño del cargo
- Los títulos académicos que se tengan
- El anfitrión
- El sexo (el femenino sobre el masculino)
- El orden alfabético de las empresas
- La fecha de creación de las instituciones (gremios, asociaciones)”


Lo mismo ocurre en el caso de que concurren dos representantes de igual rango de dos instituciones iguales. Suele aplicarse el principio de antigüedad, por ejemplo, si son del ámbito universitario: la universidad de primera creación, la más antigua, es la que debería tener la mayor precedencia.”

USO DE LA BANDERA Y EL HIMNO NACIONAL

Otro de los conceptos que hacen parte fundamental del protocolo y que es de los elementos relevantes, sino el más importante, es el manejo de los símbolos patrios regulados por el decreto 1967 DE 1991.

Los símbolos se convierten en la identidad que representa nuestro país, como la bandera, el escudo y el himno nacional entre otros. En lo que concierne al himno Nacional de la República de Colombia Artículo 11º. Se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Ponerse de pie y tener los brazos sueltos
- Descubrirse la cabeza si se tiene sombrero o gorra
- No moverse del sitio donde se encuentra
- Cantarlo
- No aplaudir la interpretación de ningún himno

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Hay que tener en cuenta que el orden de los himnos en cualquier evento inicia con el de Colombia, sigue el del departamento y al final el himno del municipio o según sea el caso con el himno de la empresa o institución.

Manejo de las banderas

Siempre van a un mismo nivel y nunca una bandera debe estar arrastrándose o rozando el piso. “La colocación de las banderas debe respetar la normativa, es decir, la del Estado ocupará siempre un lugar destacado y de máximo honor y las restantes no podrán ser de mayor tamaño.


Artículo 3 Cuando la Bandera Nacional se ice junto a otra, deberá quedar al lado derecho (izquierdo mirándose de frente); cuando esté en un grupo de banderas la nacional ocupará el centro. El orden para las demás será el alfabético de los nombres en castellano de los países a que pertenecen. La primera se colocará a la derecha de la bandera nacional, la segunda a la izquierda, la tercera a la derecha y así alternativamente.

Debemos tener en cuenta también que, para establecer la derecha o izquierda de la bandera, nos situaremos en su lugar de frente al público, más conocida como la derecha ceremonial. El manejo de banderas se debe realizar de manera organizada y conforme a las normas, pues de no ser así se estaría irrespetando el nombre de un país, municipio o entidad; cuando es un número grande de banderas la nacional debe quedar en el centro y las demás organizadas en orden alfabético.

NOTA: importante tener en cuenta lo que ordena el Decreto 1967 de 1991.

Artículo 6º.- La Bandera Nacional debe usarse en forma original; no podrá elaborarse con ella ninguna clase de adornos que alteren su representatividad.

Artículo 8º.- La Bandera Nacional con escudo incorporado solamente podrá ser usada por el Presidente de la República y los cuerpos armados de la Nación, denominándose Bandera de Guerra para este caso.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Ubicación en el escenario



Las banderas deben estar ubicadas al lado derecho del escenario, de cara al público. Deberán ir siempre detrás del atril del maestro de ceremonias y las autoridades que intervendrán.

Organización Mesa principal

- Si no es un evento muy grande o de Carácter internacional, lo ideal son 3 ó 5 personas en la Mesa Principal.
- El anfitrión o personalidad más importante va al centro de la mesa y en orden de importancia se va marcando la precedencia derecha-izquierda y así sucesivamente.
- Cuando se usan varias mesas principales, en la primera van las personalidades más importantes y hacía atrás siguiendo la misma precedencia.
- se sugiere que vayan con faldón y mantel.
- Los habladores van con el logotipo del ministerio, su nombre completo (nombres y ambos apellidos) y el cargo.

Orden de intervenciones

En lo posible que las intervenciones no sean más de tres, interviene primero el anfitrión u organizador, posteriormente ascienden en orden de importancia, e interviene de último la personalidad más importante que esté en mesa principal. Es importante definir previos tiempos de las intervenciones y comunicarlo por escrito en la invitación para hacer parte de la mesa principal que se le envíe a cada personalidad. Así mismo ubicar en carpetas para cada uno en la mesa principal una síntesis del evento (1

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

a 2 párrafos), el orden de las intervenciones y los nombres y cargos de todos los integrantes de la mesa principal.

DISTINCIONES

Distinción "Orden al Mérito Julio Garavito"

La "Orden al Mérito Julio Garavito", establecida por el artículo 2 de la Ley 135 de 1963, destinada a exaltar los méritos de los ingenieros colombianos titulados con matrícula profesional, que hubieren prestado importantes servicios a la Nación que los haga merecedores de esta alta distinción, a juicio del Consejo de la Orden.

Grados:

Gran Cruz con placa de oro

Sólo podrá concederse a expresidentes la República de Colombia.


Gran Cruz

podrá concederse a quienes hayan ocupado el cargo de ministro, presidente la Sociedad Colombiana de Ingenieros, rector Universidad y gerente de un establecimiento público descentralizado.

Gran Oficial

podrá concederse a quienes hayan ocupado el cargo de Secretario General, Director o su equivalente en un Ministerio, Presidente de alguna sociedad de ingenieros de índole académica con personería jurídica que funcione en el país, Decano de Facultad de Ingeniería, Miembro del Congreso, Gobernador de Departamento, o a quienes hayan merecido el título de Profesor Honorario o Emérito o alguno de los premios que confiere la Sociedad Colombiana de Ingenieros.

Cruz de Plata

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

constituye un grado único, se otorgará solamente a entidades públicas o personas jurídicas, teniendo en cuenta su antigüedad, la importancia sobresaliente de su objetivo institucional y sus destacados servicios al país.

Cruz de Comendador

Será concedida a quienes se hayan desempeñado como Jefe o su equivalente en un Ministerio, Miembro de Junta Directiva de algunas sociedades de ingenieros de índole académica con personería jurídica que funcione en el país, Profesor Universitario de alguna Facultad de Ingeniería; Miembro del Consejo Profesional Nacional de Ingeniería y a otras personas con cargos equivalentes.

Cruz de Oficial


Se concede a quienes hayan sido Directivos o Asesores en un Ministerio, Miembro de alguno de los Consejos Profesionales Seccionales de Ingeniería u ocupado cargo oficial o particular y a otras personas con cargos equivalentes.

Cruz de Caballero

Podrá concederse a quienes a juicio del Consejo de la Orden la merezcan por sus actuaciones profesionales.

Especificaciones

Es una Cruz de Malta de cuarenta y cuatro (44) milímetros, en esmalte anaranjado y borde de oro. Tendrá en oro un círculo central en el anverso con la efigie de Julio Garavito y las palabras "Orden al Mérito Julio Garavito" en contorno, también en oro sobre esmalte anaranjado. En el reverso, sobre un círculo de esmalte azul, la leyenda "República de Colombia", en oro. Esta Cruz esta sostenida por una cinta de color anaranjado, de treinta y ocho (38) milímetros de ancho, en cuyos bordes ostenta los colores de la bandera colombiana, en cuatro (4) milímetros. Esta insignia se lleva sobre el lado izquierdo del pecho.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Cruz de Oficial

Igual a la Cruz de Caballero, pero con una roseta de veintiocho (28) milímetros sobre la cinta. Esta insignia se lleva sobre el costado izquierdo del pecho.

Cruz de Comendador.

Igual a la anterior, pero de cincuenta y cinco (55) milímetros de dimensión. Esta insignia se lleva suspendida al cuello por una cinta igual a la de los grados anteriores.

Cruz de Plata

Igual a la anterior, pero con la Cruz de Oficial también en plata.

Cruz Gran Oficial


Este grado lleva una placa estrellada, convexa, de plata, cuyo mayor diámetro es de ochenta y un (81) milímetros; en su centro ostenta una cruz igual a la de oficial. Se lleva un poco arriba de la cintura, al lado derecho.

Gran Cruz.

Este grado lleva la misma placa que la de Gran Oficial, pero se lleva a la izquierda, al nivel de la cintura; lleva además una cruz, igual a la de Comendador, suspendida de una cinta anaranjada de ciento dos (102) milímetros de ancho, en cuyos bordes ostenta los colores de la bandera nacional, de once (11) milímetros y debe llevarse terciada del hombro derecho al costado izquierdo.

Gran Cruz con Placa de Oro.

Es igual a la anterior, pero la placa estrellada es de oro. Sus insignias se llevan como las de la Gran Cruz. La cinta o banda de estos dos últimos grados debe llevarse siempre por debajo del chaleco, excepto en las

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

ocasiones en las que se halle presente el Jefe del Estado. En estos casos se llevará por encima del chaleco

Consejo de la Orden.

Estará integrado por el Ministro de Transporte, quien lo presidirá; el Presidente de la Sociedad Colombiana de Ingenieros; el representante de la Comisión de Ex presidentes de la misma sociedad; un ingeniero delegado por el Consejo Profesional Nacional de Ingeniería y el Director del Instituto Nacional de Vías -Invías, quien actuará como Secretario del Consejo de la Orden.

Miembros del consejo

El Presidente de la República es Gran Maestro de la Orden; el Ministro de Transporte, Gran Canciller y el Director del Instituto Nacional de Vías, Canciller de la Orden. **Reuniones**

El Consejo tendrá reuniones ordinarias trimestralmente y extraordinarias cuando el Ministro de Transporte lo disponga o cuando alguno de sus miembros lo solicite; en este caso, el interesado dirigirá una comunicación escrita al Director del Invías, en calidad de Secretario del Consejo, en la que se expongan los motivos que justifiquen la reunión extraordinaria.



Convocatoria

La convocatoria para cualquier reunión se hará por escrito dirigido a cada uno de los miembros por el Secretario del Consejo. El consejo empleará para sus deliberaciones el sistema acostumbrado en las corporaciones públicas. El Secretario hará constar todos los pormenores de la sesión, en el acta respectiva, la cual tendrá carácter absolutamente reservado.

Quórum

El Consejo podrá deliberar con la asistencia de tres (3) de sus miembros.

Concesión de la Orden o la promoción dentro de ella.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Una vez aprobada la concesión de la Orden o la promoción dentro de ella, el Consejo determinará el grado correspondiente, según lo previsto en los Estatutos. Si el expediente se hallare incompleto, será devuelto al proponente.

Sanciones

No se harán acreedores a la distinción o perderán el derecho a ella quienes incurrieren en las siguientes faltas:

- a) Prestar servicios que vayan en contra de Colombia.
- b) Haber sido condenado a pena privativa de la libertad.
- c) Haber recibido dictamen reprobatorio de actos públicos deshonrosos o infamantes que hagan al individuo indigno de pertenecer a la Orden.
- d) Haber perdido los derechos ciudadanos.
- e) Por usar una insignia de la Orden en grado superior al que se haya conferido.
- f) Por cancelación de la matricula profesional, decretada por el Consejo Profesional Nacional de Ingeniería



Procedimiento. Para decretar la perdida de la condecoración debe mediar un proceso de averiguación de los hechos que puedan ocasionar tal medida, del cual resulten pruebas suficientes e irrecusables. En el fallo del Consejo anulando la condecoración se mencionará la disposición que la concedió.

Sanción

El que, sin derecho a ello, se permita usar la condecoración de la "Orden al Mérito Julio Garavito", se hará acreedor a las sanciones que fijen los jueces, de acuerdo con las leyes y demás disposiciones pertinentes.

Atribuciones del consejo

Son atribuciones generales del Consejo:

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- a) Conceder, promover, negar o aplazar, en votación secreta, las condecoraciones y promociones, sometidas a su consideración. En caso de empate, la votación se repetirá en la sesión siguiente.
- b) Velar por el fiel y estricto cumplimiento de los presentes Estatutos y por el prestigio de la Orden.
- c) Tomar las medidas que considere indispensables en relación con las actividades de la Orden. d) Suspender el derecho a usar las insignias de la Orden, por actos incompatibles con la dignidad de ella, según lo previsto por el artículo 2.4.8.5.1.
- d) Dictar su propio reglamento, dentro del cual se fijarán las atribuciones de sus miembros.
- e) Las demás que se desprendan de los presentes Estatutos.



Solo podrán presentar proposición de promoción o de otorgamiento de la Orden, los miembros del Consejo y las sociedades regionales de ingeniería de índole académica, con personería jurídica. Estas proposiciones deberán presentarse por escrito en nota de estilo. Está vedado a los miembros del Consejo suscribir solicitudes de otorgamiento o de promoción presentados por terceros.

Protocolo e imposición de la condecoración.

La entrega de la condecoración se hará en ceremonia solemne por parte del Presidente de la República donde podrá entregar las insignias de la Orden, siempre que así lo desee o disponga. Las condecoraciones de Gran Cruz y Placa de Gran Oficial serán entregadas por el Ministro de Transporte a quienes se hallen en la capital o por conducto de los Gobernadores cuando residan fuera de Bogotá, en el exterior se hará por el representante diplomático de Colombia. Las demás condecoraciones podrán ser entregadas por el Ministro de Transporte o por quien este disponga.

Diploma.

Junto con la condecoración será entregado un diploma firmado por el Ministro y por el o la secretaria general del Ministerio de Salud y Protección

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Social que darán cuenta de la condecoración, la categoría, fecha y el decreto mediante el cual fue concedida.

Parágrafo. El texto del diploma establecerá la siguiente información:

"El Ministro de Transporte de Colombia, Gran Canciller de la Orden al Mérito Julio Garavito CERTIFICA Que el Presidente de la República, Gran Maestre, confirió por Decreto No. ___de___, la condecoración de___ la Orden al Mérito Julio Garavito, al ingeniero_. Registrada en el libro bajo el No. ___ El Gran Canciller, ___"

PLACAS CONMEMORATIVAS



Se reglamenta su uso en el decreto 2759 de 1997 que modifica el artículo 5o del Decreto 1678 de 1958.

Artículo 1o. El artículo quinto (5o) del Decreto 1678 de 1958 quedará así:

"Los Ministerios del Despacho, Gobernadores y Alcaldes quedan encargados de dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la legislación vigente para prohibir en adelante la designación, con el nombre de personas vivas, de las divisiones generales del territorio nacional, los bienes de uso público y los sitios u obras pertenecientes a la Nación, los Departamentos, Distritos, Municipios o a entidades oficiales o semioficiales.

Igualmente, prohíbese la colocación de placas o leyendas o la erección de monumentos destinados a recordar la participación de los funcionarios en ejercicio, en la construcción de obras públicas, a menos que así lo disponga una ley del Congreso.

Parágrafo Único. Las autoridades antes indicadas podrán designar con el nombre de personas vivas los bienes de uso público a petición de la comunidad y siempre que la persona epónima haya prestado servicios a la Nación que ameriten tal designación."

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Develación placa

Son dispuestas en las inauguraciones de nuevos espacios de infraestructura.

Antes del acto, la placa debe estar cubierta en todo momento, dos horas antes del evento se dispone el velo con el que se develará la placa.



No debe utilizarse la bandera del país ni de la institución para cubrir las placas a develar.

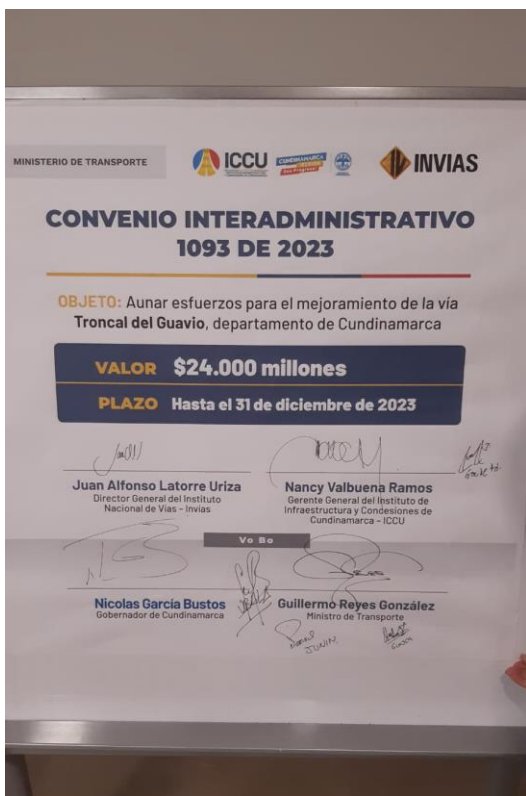
Puede disponerse un riel para colgar a manera de cortinillas, el velo que tapaná la placa. Este luego se deberá quitar. Para ello puede usarse una estructura que se fije con chupas a la pared, o en caso de necesitarse taladrar debe consultarse de manera que no se arriesgue la infraestructura del lugar.

- La organización de la escena del acto de develación deberá ser próxima a la ubicación de la placa, cuando esta ya se encuentre instalada, o tener la placa en un trípode especial para su develación cerca del lugar de presidencia del acto para permitir agilidad y facilidad de acceso a quienes la develarán y visibilidad para los asistentes.

El texto que se leerá en una placa debe constar de datos como: en presencia de quiénes se devela (Consejo Directivo, Rector), fecha en la cual se lleva a cabo la develación, nombre del edificio o espacio que se inaugura, crédito de los patrocinadores o donantes que pudieron participar en esta construcción, y en algunos casos pueden incluir los agradecimientos al cuerpo de funcionarios que participaron en la misma o se hará una independiente para los agradecimientos.

FIRMAS DE CONVENIOS, MEMORANDO DE ENTENDIMIENTO Y PACTOS



 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003



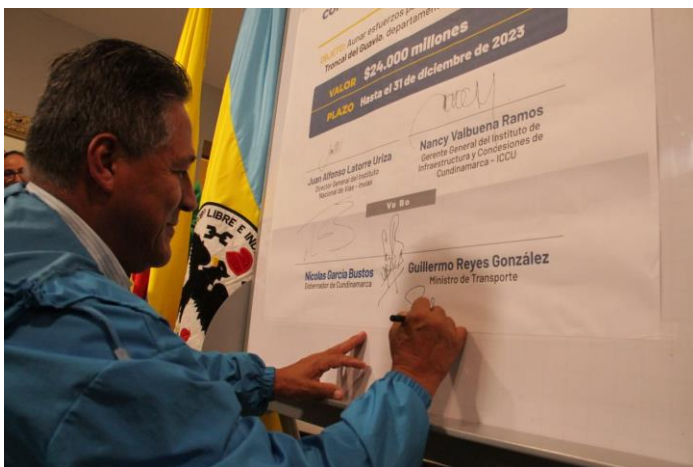
La firma de convenios constituye otro de los actos clásicos en el protocolo actual. Se entiende como tal, el acto en el que dos o más partes suscriben y hacen suyo un documento mediante firma privada o pública, con presencia de otros invitados o sin ella. La firma de un convenio es un acto formal que implica un acuerdo entre dos o más partes. Es importante que se sigan ciertas reglas de protocolo para que todo se haga de manera correcta.

Generalmente, se hace pública la firma para contribuir a su difusión general y dar cuenta del resultado final de las negociaciones. Por ello, estos actos suelen ser de tono positivo, amable y afable, diseñados para los medios de comunicación o para un sector de

público reducido.

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

Dependiendo de las características del evento se puede hacer una impresión en formato de un pliego o tipo Banner.



La firma de convenios puede llevarse a cabo de distintas maneras, pero las más habituales son dos:

Convenio simple: firma pública de tantos ejemplares como firmantes, con intercambio de las mismas.




Convenio múltiple: firma pública de un único ejemplar, sin intercambio de carpetas.

La firma de convenio precisa de una mesa presidencial, ocupada por los firmantes, en la que se colocan dos carpetas de las instituciones que guardan los documentos del convenio a la

espera de su firma.

El texto del convenio debe ser visado en todas sus hojas al margen y firmado en la última de ellas. También, se debe facilitar, dentro de los materiales necesarios, plumas o bolígrafos acorde a la importancia y solemnidad del acto.

En cuanto a la pluma conviene que no sea la tradicional, por el riesgo de la tinta. Puede usarse un modelo con formato de pluma, pero con tinta tipo rotulador que se colocará a la derecha del documento.

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003


Si después de la firma se prevé intervenciones desde la misma mesa, se incorporará el micrófono después de la firma. Para el buen desarrollo del acto de la firma se contará con una o más personas que ayuden a hacer el cambio de carpetas y las retiren una vez firmados.

En el caso de la firma de dos personas no es imprescindible la presencia de ayudantes, ya que ellos mismos se pueden intercambiar el documento, sin embargo, dicho movimiento hay que recordárselo previamente. También, el responsable de protocolo debe estar atento al acto de la firma por si alguno de los firmantes no ubicará la totalidad de los folios, por cierto, todos en el margen izquierdo del folio con un trazo simbólico, y en la última hoja se plasmará la firma completa, por encima del nombre y el cargo.

Una vez que se ha producido el cambio de carpetas, se firmará de nuevo el segundo documento. Tras esta firma, las partes cerrarán las carpetas, se pondrán de pie y con ellas en la mano volverán a intercambiárselas mientras se saludan, gesto que seguramente será el más atractivo para los medios de comunicación.

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CON PARTICIPACIÓN DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Los eventos que se organicen y que cuentan con la presencia del señor presidente deberán ser agendados previamente con el o la jefe de gabinete. Semanas antes del evento Casa Militar tomará contacto con despacho del ministerio para realizar una reunión con las áreas encargadas (protocolo, comunicaciones, secretaría general entre otros), es importante mencionar que el presidente maneja su propio atril y bandera las cuales están adaptadas de acuerdo a su estatura, si mas personas intervienen deben hacerlo desde otro atril, los invitados deben estar registrados con nombres y números de cédula para hacer una revisión de antecedentes, en el espacio donde se realice el evento debe contemplarse una sala privada y baño exclusivo para uso del mandatario, los requerimientos de

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

alimentación y bebidas los realizarán los funcionarios de casa militar de igual forma la agenda del evento deberá ser revisada por ellos; el presidente se desplaza con una comitiva de entre 10 y 15 personas.

El evento debe iniciar en el momento que el presidente ingrese a la sala y debe ser anunciado por el o la maestra de ceremonias. Unos minutos antes de su llegada nadie entra ni sale del auditorio y será recibido por el anfitrión en este caso el ministro quien lo recibirá antes de ingresar.

COMUNICACIONES



Notas Estilo

Son comunicaciones informales que tienen el ministro y los viceministros donde se agradece o excusa ante las invitaciones a eventos, tienen un formato especial al igual que su diseño.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA LA REALIZACIÓN DE UN EVENTO


En los actos protocolarios quien preside el evento, es el ministro en caso de no poder asistir lo hará su designado

- En los eventos organizados por el ministerio y en los que se requiera la presencia del ministro siempre dará sus palabras al inicio del evento, excepto cuando cede su precedencia al presidente de la república.
- La persona con mayor rango interviene al final.
- Todos los invitados son recibidos por miembros del equipo que organicen el evento, si son en el ministerio se debe registrar su asistencia en los formatos de reunión del Ministerio de Transporte
- Ubicar de forma estratégica a los medios de comunicación.
- Ubicar la bandera de Colombia a la derecha de la persona que está presidiendo el evento si esta con otra (país invitado, gobernación o

 	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

alcaldía) debe ir a la derecha de la misma, mirándose de frente al costado izquierdo.

- Cuando la bandera de Colombia esté con un grupo de banderas esta siempre se ubicará en el medio, la segunda en importancia a la derecha, la tercera a la izquierda y así sucesivamente, cuando haya un grupo de banderas.
- En relación con el discurso, el anfitrión lo pronunciará en primer lugar, cerrando el invitado de honor. Si el propio anfitrión cerrase el orden de intervenciones, procura dar al inicio una breve bienvenida y cede la palabra a algún representante de la institución para que haga su discurso en primer lugar.
- Las mesas principales ideal tener siempre un número impar de integrantes y estar conformada máximo por cinco (5) personas, dependiendo con el estilo van con hablador en la mesa, si es tipo foro hay alternativas para identificar a los expositores.
- De ser posible ubicar habladores en el espaldar de las sillas para los invitados especiales ubicados en el auditorio.
- Fila de honor. Para los eventos en los cuales hay fila de honor en lugar de mesa principal, se deben marcar claramente los sitios para cada personalidad.
- Agua. En vaso de vidrio para escenarios cerrados o en botella de vidrio para escenarios abiertos. En caso de usarse agua de marcas comerciales, se les debe retirar la etiqueta. Evitar los empaques plásticos por temas de sostenibilidad.
- Sonido. Número de micrófonos de acuerdo con el desarrollo programado para el evento. Para el ministro debe reservarse uno para su uso y otro de respaldo en caso de fallas.
- Proyección de videos o presentaciones. Se deben recibir o entregar con suficiente antelación para realizar las pruebas de video y sonido en los equipos donde se van a descargar. Se debe evitar que la pantalla se ubique detrás de la mesa principal a la misma altura de los mismos. En caso de coincidir por condiciones del escenario, se debe tener en cuenta dos opciones:

	MINISTERIO DE TRANSPORTE	
	PROCESO COMUNICACIONES	
	MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
	Código: COM-M-001	Versión: 003

- Ubicar pantallas de retorno donde los expositores ubicados en el escenario podrán ver lo proyectado en la pantalla principal.
- Reservar las primeras sillas para ubicación adecuada de las personalidades principales en otro lugar durante el tiempo de la proyección.
- La mesa principal nunca debe tapar los logos que se tengan expuestos en el backing central, para que las fotografías y las grabaciones registren la imagen institucional.
- El Maestro de Ceremonia y el presentador o speaker (quien lee el libreto), es responsabilidad del grupo de Comunicaciones quien tiene el control total de la actividad.