



Plan Estratégico de Comunicaciones

2023-2026

actualizado 2025

www.supervigilancia.gov.co

Contenido

INTRODUCCIÓN.....

3

1. OBJETIVO

3

1.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....

3

2. GRUPOS DE INTERÉS.....

3

2.1. Externo.....

3

2.2. Interno.....

4

3. CANALES DE COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS

4

3.1. Comunicación interna

4

3.1.1. Medios de Comunicación Interna:.....

4

3.1.2. Canales de comunicación externa.....

5

a. Portal web

6

b. Redes sociales

6

c. Comunicado de Prensa.....

7

d. Servicio de Streaming

7

4. ESTRATEGIAS – ACTIVIDAD

8

5. EJECUCIÓN.....

10

5.1. Presupuesto

10

5.2. Medición seguimiento

10

6. EQUIPO DE TRABAJO.....

10

7. VOCERÍAS.....

10

8. MANEJO DE CRISIS.....

10

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se da a conocer el Plan Estratégico de Comunicaciones como un instrumento que enmarca las acciones de comunicación institucional de la Supervigilancia para el periodo comprendido entre 2023 y 2026, y dentro de estas acciones están las estrategias, las metas, mensajes básicos, acciones y cronograma que se desarrollarán con la finalidad de continuar trabajando en el posicionamiento de la entidad como ente rector del sector de la vigilancia y la seguridad privada en Colombia.

Desde el Plan Estratégico de Comunicaciones 2023-2026 se orienta la coordinación, seguimiento y optimización de las diferentes estrategias que se vayan coordinando durante las diferentes vigencias y que incluyen aspectos como la imagen institucional y de divulgación tanto interna como externa de la Supervigilancia, fundamentando en esta guía la toma de decisiones con respecto a los procesos comunicacionales, disminuye las posibles disonancias entre la imagen que se quiere posicionar y la percibida por la ciudadanía; además, responde a las acciones planteadas en los diferentes planes institucionales, donde se evidencia el accionar del proceso de comunicaciones como un proceso estratégico y transversal a la entidad.

1. OBJETIVO

Presentar las estrategias de comunicación interna y externa relacionadas con la divulgación y gestión de información sobre las actividades, proyectos e iniciativas de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada hacia los diferentes grupos de valor que permitan consolidar la imagen institucional de la entidad como el organismo del orden nacional encargado de ejercer el control, inspección y vigilancia sobre la industria y los servicios de vigilancia y seguridad privada.

1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comunicar de manera activa y permanente, a través de los diferentes medios de comunicación institucionales, la gestión adelantada por la Supervigilancia en su relacionamiento con los diferentes actores del sector en el país.
- Apoyar desde la gestión del proceso de comunicaciones estratégicas el desarrollo del Plan de Participación Ciudadana de cada vigencia, así como las diferentes actividades de relacionamiento (Presencial o virtual) de la entidad con los diferentes grupos de valor.
- Participar en la divulgación de mensajes y acciones encaminadas a fortalecer el sentido de pertenencia en los servidores públicos y contratistas que hacen parte de la Supervigilancia.

2. GRUPOS DE INTERÉS

2.1. Externo

- Servicios de Vigilancia y Seguridad Privada
- Ciudadanía en General (usuarios y empleados operativos y administrativos, grandes superficies, sector residencial, sector privado).
- Grupos de Presión: Gremios, Asociaciones, Sociedad Civil.

- Entidades Públicas: (Ministerio de la Defensa Nacional, Policía Nacional de Colombia, Presidencia de la República, Ministerio de Hacienda, Departamento Administrativo de la Función Pública, Departamento Nacional de Planeación, Congreso, Fiscalía).
- Medios de Comunicación: Televisivos, radiales, prensa y redes sociales

2.2. Interno

- Funcionarios
- Contratistas
- Proveedores

3. CANALES DE COMUNICACIÓN Y HERRAMIENTAS

3.1. Comunicación interna

La comunicación interna también llamada comunicación organizacional es una herramienta que facilita la difusión de mensajes al interior de la Superintendencia de vigilancia y seguridad privada en los cuales se cuenta las novedades de interés para los servidores públicos con el ánimo de promover principios, valores y metas que persigue cada dependencia en los componentes asignados

3.1.1. Medios de Comunicación Interna:

a. Correo interno

A través de la herramienta de correo interno se informa sobre las diferentes actividades de la Superintendencia (funcionarios y contratistas) sean estas de carácter interno o externo.

Medio: email - Se envía vía correo electrónico a todos los funcionarios y contratistas de la entidad (dependiendo de la tipología de información se envía a uno u otro grupo o a los dos).

Quien Comunica	Proceso de comunicaciones estratégicas recibe las solicitudes de las diferentes áreas de la entidad
Que comunica	Información de interés para los servidores públicos y contratistas, obligaciones, funciones y compromisos determinados en los diferentes planes institucionales, recordatorios de fechas decumplimiento entre otros.
Medio	Correo electrónico
Público	Interno (funcionarios y contratistas)

b. Papel tapiz y protectores de pantalla

Socializar en todos los computadores de la entidad a través del papel tapizy los protectores de pantalla información de interés para los funcionarios ycontratistas. Campañas, fechas especiales, eventos e información en general, de acuerdo con programación coordinada desde el proceso de comunicaciones estratégicas.

Medio: Computadores de la entidad (a través de la ubicación de información en los protectores de pantalla y o escritorios) acción se coordina con la Oficina de Sistemas.

Quien comunica	Proceso de comunicaciones estratégicas recibe las solicitudes de las diferentes áreas de la entidad o de la propia gestión del proceso.
Que comunica	Campañas, convocatorias, fechas especiales, eventos.
Periodicidad	Según necesidad
Medio	Digital (En los escritorios y protectores de pantalla de la entidad)
Publico	Interno, funcionarios y contratistas

3.1.2. Canales de comunicación externa

Teniendo en cuenta la comunicación externa como herramienta de gestión de las organizaciones al servicio de lo público y de la sociedad, y considerada como articuladora de acciones que involucran a los diferentes grupos de interés, las estrategias deben apuntar informar, posicionar y lograr el reconocimiento de la gestión de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada ante la opinión pública. Siempre buscando la credibilidad a través de los medios de comunicación descritos anteriormente, con mensajes claros, veraces y oportunos.

La comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por la Entidad hacia sus diferentes públicos externos y están encaminados a mantenerlos informados de las decisiones, mejorar las relaciones con ellos y a alcanzar un determinado nivel de reconocimiento y posicionamiento, es decir, que también se encarga de gestionar la imagen que la Entidad quiere proyectar.

Conceptos a tener en cuenta:

Información pública: Es la información generada por el sector público o que sea de naturaleza pública y dada a conocer a la ciudadanía a través de cualquier canal de comunicación.

Comunicado de prensa: Es una comunicación escrita dirigida a los periodistas de los medios de comunicación para anunciar algo de interés periodístico y que a la vez permite el posicionamiento de la entidad.

Pieza comunicativa: Esta puede ser una foto o imagen diseñada y contiene una breve descripción de contenido (máximo un párrafo), es importante la descripción para afianzar la información que se quiere transmitir.

Campaña publicitaria: Una campaña publicitaria es un conjunto de piezas creadas con el objetivo de difundir una marca, un producto o un servicio. Para que la acción sea considerada una campaña es fundamental que exista unidad entre las piezas. Esto es, que presenten la misma idea, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares.

Los medios de comunicación externa de la Supervigilancia a utilizar en la gestión de divulgación del proceso de Comunicaciones Estratégicas son:

a. Portal web

Este es el sitio digital repositorio de la información de la entidad, que en el caso de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad privada es www.supervigilancia.gov.co . Este sitio se actualiza de manera periódica de acuerdo con las solicitudes realizadas por las áreas o por la gestión misma del proceso de Comunicaciones Estratégicas. En el espacio se pueden encontrar información producto del ejercicio administrativo, noticias para el sector, normatividad y toda la información que por el principio de transparencia y acceso a la información pública debe ser dada a conocer.

Como novedad en este espacio de la página web se han implementado la estrategia de anuncios flotantes que aparecen inmediatamente se abre la página con el fin de destacar información relevante para la entidad.

Quien Comunica	Proceso de comunicaciones estratégicas recibe las solicitudes de las diferentes áreas de la entidad o de la propia gestión del proceso.
Que comunica	Temas de Interés
Periodicidad	Permanente
Medio	Digital, página web
Público	Grupos de valor y de interés de la Supervigilancia

b. Redes sociales

Teniendo en cuenta las dinámicas de la gestión informativa actual y también las políticas de austeridad para el manejo de comunicación y divulgación de las entidades estatales, las redes sociales se convierten en un canal de gran importancia para la gestión que se realiza desde el proceso de comunicaciones estratégicas y llegar a diferentes públicos relacionados de manera directa o no con el sector de la vigilancia y la seguridad privada.

De acuerdo con lo anterior y a través de Facebook, X (antes twitter), Instagram, LinkedIn y YouTube, se manejará información importante a dar a conocer, la cual se manejará en cada red social de acuerdo con las características y condiciones de cada una de ella. En estas redes se presentará toda la información de interés general y se fortalecerá la imagen institucional. Es importante hacer claridad que las redes sociales no son el canal oficial para presentar PQRS, pero a través de las mismas se redireccionará a las personas a que realicen sus trámites y consultas a través de los canales oficiales creados para tal fin.

De igual forma se explora de manera permanente la inclusión de nuevas redes sociales que pueden ser claves para dinamizar la gestión de comunicaciones de la Supervigilancia.

Medio: Redes sociales de la entidad (Facebook, X (antes twitter), Instagram, LinkedIn y YouTube)

Quien Comunica	Proceso de comunicaciones estratégicas recibe las solicitudes de
----------------	--

	las diferentes áreas de la entidad o de la propia gestión del proceso.
Que comunica	Temas de interés
Periodicidad	Constantemente
Medio	Digital, redes sociales Supervigilancia
Público	Grupos de valor y de interés de la Supervigilancia

c. Comunicado de Prensa

Plantilla institucional de presentación de información, mediante la cual se realiza la divulgación de información de la Supervigilancia a medios de comunicación locales, regionales y nacionales

Quien Comunica	Proceso de comunicaciones estratégicas recibe las solicitudes de las diferentes áreas de la entidad o de la propia gestión del proceso.
Que comunica	Acciones o proyectos de la Supervigilancia
Periodicidad	Según la necesidad
Medio	Correo Electrónico
Público	Medios de nivel Nacional y Regional (Base dedatos)

d. Servicio de Streaming

Este canal está relacionado de manera directa con la gestión de transparencia y acceso a la información pública que debe realizar la entidad, para lo cual se lleva a cabo un proceso de contratación de un servicio de streaming para que, a través de una o varias redes sociales de la entidad, se realice la transmisión de eventos de interés para el sector como son la audiencia pública de Rendición de Cuentas, la cual se promociona de acuerdo con lo estipula en el manual único de Rendición de Cuentas de Función Pública, de igual manera se pueden incluir en este esquema de transmisión otros eventos como lo son el Día de la Vigilancia y la Seguridad Privada, entre otros.

Quien Comunica	Proceso de Comunicaciones Estratégicas
Que comunica	Transmisión de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas
Periodicidad	Anual, por ser la de más audiencia
Medio	Digital
Publico	Grupos de interés del sector de la vigilancia y seguridad privada

4. ESTRATEGIAS – ACTIVIDAD

Objetivo 1	Posicionar la imagen de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada para fortalecer su institucionalidad y generar valor en los grupos de interés.
Actividad	• Informar a todos los grupos de interés sobre las actividades desarrolladas por la Entidad, comotambién de los espacios abiertos para la participación ciudadana. • Mostrar la participación de la Supervigilancia en diferentes espacios propios u organizados por diferentes actores del sector. • Mantener actualizada y organizada la información en la página web para facilitar la accesibilidad y usabilidad. • Fortalecer la promoción de la participación ciudadana, a través de campañas institucionales. • Dar a conocer, por medio de diferentes medios, cifras de la gestión ante las diferentes situaciones del sector y así aumentar confiabilidad de los grupos de interés.
Herramientas	Medios digitales, Eventos, Campañas, Pagina Web
Responsable	Proceso de comunicaciones estratégicas, Despacho Superintendente, Despachos Superintendencias delegadas.
Fecha Inicio	1/01/2025
Fecha Final	28/12/2025

Objetivo 2	Comunicar activa y permanentemente la gestión adelantada por la Superintendencia de vigilancia y seguridad privada a los grupos de interés
Actividades	• Divulgar logros, retos y desafíos de la Entidad, a travésde los diferentes canales de comunicación. • Gestionar notas de prensa (Free Press) para dar a conocer la gestión desarrollada por la entidad y presenta opinión sobre temas de interés. • Desarrollar campañas informativas de la gestión de la Supervigilancia y de acciones dirigidas a los grupos de valor y ciudadanía en general, de acuerdo con los planes de acción de las distintas áreas de la Supervigilancia.
Herramientas	Medios digitales, Eventos, Free Press, Campañas
Responsable	Oficina de Comunicaciones
Fecha inicio	01/01/2025
Fecha final	28/12/2025

Objetivo 3	Fortalecer el sentido de pertenencia de funcionarios y contratistas que hacen parte de la Superintendencia de vigilancia y seguridad privada.
Actividad	• Apoyar al área de talento humano y otras áreas de la entidad en la implementación de campañas de diferentes temáticas que busquen generar una conexión más cercana entre los colaboradores (funcionarios y contratistas) y la entidad. • Mantener informados a funcionarios y contratistas de los temas y noticias de interés a través de los diferentes medios de comunicación interna establecidos en la entidad y manejados desde el proceso de comunicaciones estratégicas. • Establecer un proceso de fortalecimiento y actualización de la intranet en el rol de canal de comunicación interna, a través de campañas que permitan establecer un proceso de comunicación cruzada entre el correo electrónico y las publicaciones que se puedan realizar a través de esta herramienta. • Crear una estrategia que permita la creación de un canal de intercambio de información con funcionarios y contratistas a través de WhatsApp.
Herramientas	Correo electrónico, intranet, WhatsApp (opción de desarrollo de canal).
Responsable	Proceso de Comunicaciones Estratégicas y áreas de la entidad.
Fecha Inicio	1/02/2025
Fecha Final	28/12/2025

Objetivo 4	Fortalecer la interacción de las redes sociales
Actividad	• Realizar campañas internas y externas de promoción para aumentar el número de seguidores en cada una de las redes sociales. • Publicar información permanente de interés para el sector. • Diseñar y desarrollar campañas de promoción previas a cada evento organizado por la Supervigilancia o donde la Supervigilancia haya sido invitada.
Herramientas	Redes sociales, campañas
Responsable	Oficina de Comunicaciones.
Fecha Inicio	1/02/2025
Fecha final	28/12/2025

5. EJECUCIÓN

5.1. Presupuesto

La ejecución de este Plan de comunicaciones estará enmarcada dentro del presupuesto que se designe para las actividades de comunicaciones, dentro del Plan de Adquisiciones de la entidad para cada vigencia.

5.2. Medición seguimiento

- Solicitudes de publicación de información
- Boletines internos emitidos
- Publicaciones y Seguidores en redes sociales
- Presencia institucional en eventos del sector
- Promoción de la participación ciudadana
- Solicitud de actualización de la información matriz de transparencia

6. EQUIPO DE TRABAJO

Para el desarrollo de las actividades propias de la gestión de comunicaciones de la Supervigilancia se cuenta con un equipo multidisciplinario en las áreas de conocimiento de la comunicación, que consta de un funcionario de carrera administrativa y contratistas.

7. VOCERÍAS

La vocería de los temas de la entidad que se van a manejar a través de los diferentes canales de comunicación la tiene el Superintendente de vigilancia y seguridad privada, y para el manejo en particular de cada tema tiene la potestad de designar quien va a ser el vocero del mismo.

8. MANEJO DE CRISIS

Teniendo en cuenta las dinámicas del sector y los temas que se manejan al interior del mismo es importante tener en cuenta que se pueden presentar situaciones problemáticas para el ejercicio misional de la entidad y que pueden afectar la imagen de la entidad, razón por la cual es clave que de acuerdo con la situación que se presente se construya un protocolo de atención que involucre el aspecto comunicacional