



PROTOCOLO DE
Comunicaciones
IPSE

INTRODUCCIÓN

Este protocolo tiene como objeto convertirse en una ayuda para el personal en el día a día, para promover el respeto y confianza en el trabajo que desarrolla el IPSE en las Zonas no interconectadas y para darle mayor visibilidad a la gestión y resultados de la entidad.

Este material de consulta abarca temas que van desde la comunicación interna, externa, el control de situaciones frente a los medios de comunicación, protocolo y eventos, hasta una guía práctica para el correcto uso del logo institucional, esto con el fin de que la información que se produce al interior de la entidad tenga un adecuado manejo y se vea reflejado en el desarrollo del Instituto

EL PAPEL DEL GRUPO DE COMUNICACIONES

1

Este grupo de apoyo se convierte en el soporte para hacer visibles las acciones misionales del IPSE. En este sentido, los medios o plataformas para la divulgación (página web, redes sociales, comunicados de prensa, intranet, correos electrónicos, carteleras, entre otros) son las herramientas para que los diferentes públicos objetivo (Gobierno, entes territoriales, sociedad civil, contrapartes, opinión pública, colaboradores, entre otros) tengan información de primera mano sobre las actividades de la entidad.

Así mismo, el área posibilita dar visibilidad a las acciones desarrolladas por las diferentes áreas del IPSE con un lenguaje unificado y común.

La comunicación, es uno de los medios para posicionar ante la opinión pública en general a la entidad a partir de la visibilización de su gestión y resultados. Para lograr esto es necesario tener presente los siguientes aspectos:

- Contar con el apoyo directo del grupo de Comunicaciones en lo relacionado con temas de divulgación, es decir, documentos, artículos, videos, y declaraciones en nombre de la entidad.
- Las piezas de comunicación oficiales de la organización deben contar con la aprobación del grupo de Comunicaciones antes de su producción y divulgación.
- Durante el trabajo con las contrapartes es necesario asegurarse de generar visibilidad de las entidades involucradas sin perder el posicionamiento del IPSE.

CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2

MEDIOS EXTERNOS

Página web, redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn)

Comunicados de prensa, ruedas de prensa, entrevistas one to one, etc

Eventos, congresos, talleres, foros, capacitaciones y reuniones

Correos electrónicos, conmutador

Vídeos institucionales, carteleras

Publicaciones e impresos digitales

Presentaciones

Cartas, informes

MEDIOS INTERNOS

Intranet, correo institucional

Boletín Conexión IPSE

Reuniones, comités, eventos

Correo electrónico institucional extension

Carteleras digitales

Publicaciones internas Yammer, Teams,

Manuales

Correos masivos

COMUNICACIÓN EXTERNA



La estrategia de comunicación externa tiene como objetivo principal contribuir al posicionamiento y recordación del IPSE como una entidad que atiende las necesidades energéticas de los habitantes que no cuentan con este servicio; mejorando las condiciones de vida de sus pobladores, esto mediante la difusión del portafolio de servicios, la gestión y los resultados del IPSE. Otros objetivos de la estrategia son:

- ▶ Mejorar el reconocimiento y posicionamiento de la entidad a nivel nacional e internacional
- ▶ Informar de manera interesante, veraz, clara y precisa a la opinión pública nacional e internacional sobre las actividades ejecutadas y logros alcanzados por la entidad.
- ▶ Elaborar y distribuir de forma pertinente material de apoyo como: boletines virtuales, informes, comunicados, vídeos, etc
- ▶ Fortalecer el relacionamiento con las entidades del sector y entes territoriales
- ▶ Estos mensajes con los que se llega al público externo se convierten en un complemento para lograr los objetivos organizacionales



1. El IPSE quiere ser reconocido como la entidad que atiende las necesidades energéticas de los habitantes que no cuentan con este servicio a través de la identificación, implementación y monitoreo de soluciones energéticas sostenibles, en las zonas no Interconectadas- ZNI, mejorando las condiciones de vida de sus pobladores, impulsando el uso de las energías renovables.

2. El IPSE busca fortalecer la relación con los medios de comunicación para posicionar la imagen de la entidad a nivel nacional e internacional

3. La gestión de la comunicación externa se basa en la selección de canales adecuados (redes sociales, nuevos medios digitales, página web, prensa escrita, etc.) con el fin de divulgar ampliamente la información relevante que se produce en la entidad.

4. Es muy importante compartir con frecuencia y según requerimientos del Grupo de Comunicaciones la información de agenda, actualidad, proyectos, visitas, socializaciones, entregas, entre otros, que pueden ser insumos para enriquecer la comunicación externa.

¿Qué hacer cuando un medio de comunicación solicita información?

5. Remitir la solicitud de información al Grupo de Comunicaciones que es la encargada de la gestión de las comunicaciones

3.1 PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN CONJUNTOS

A través de su Grupo de Comunicaciones y sus contrapartes, tienen la opción de crear protocolos de comunicación conjuntos con el fin de definir en un documento las pautas a seguir en el manejo de imagen para cada iniciativa realizada en asocio.

Ambas partes deben establecer los términos en materia de comunicaciones, donde se contemplen temas como la imagen corporativa, el estilo de redacción y la visibilidad de cada parte. Asimismo, se debe especificar la vigencia y el alcance de la estrategia de comunicación.

3.2 VOCERÍA

Todos somos fuentes de información, para la comunicación externa se debe contar con un grupo de voceros que estén comprometidos con la entidad y que estén en capacidad de compartir el conocimiento generado en la entidad.

Lineamientos

- ▶ El vocero oficial de la entidad es el Director general, Subdirectores, o quiénes sean designados por las directivas.

Si usted es designado como vocero:

- ▶ Preparar el tema con anticipación y contar con la aprobación de los supervisores.
- ▶ Hablar sólo de su ámbito de competencia y responsabilidad.

- ▶ Dar a conocer el hecho, nunca opiniones o comentarios acerca de algún tema.
- ▶ Dejar los temas sensibles exclusivamente al Representante o al vocero preparado y designado para hablar al respecto.

Otros casos

Si es conferencista en un evento puede responder preguntas a los medios de comunicación sobre el tema que está desarrollando. Para ello tenga en cuenta las recomendaciones del apartado anterior.

Recuerde también

- ▶ Nunca mentir.
- ▶ Jamás responder: “sin comentarios”.
- ▶ No improvisar, no especular ni adivinar.
- ▶ No tratar de hacer que un comentario se considere extraoficial después de hacerlo.
- ▶ No dar noticias ni hacer anuncios sin preparar un mecanismo de divulgación con el Grupo de Comunicaciones.

3.3 PÁGINA WEB

Es un canal esencial de comunicación para la divulgación de la información producida por el IPSE. Todos los cambios y ajustes a los contenidos Web deben ser revisados y publicados por el grupo de Comunicaciones. Se debe tener en cuenta:

- ▶ Los contenidos enviados al Grupo de Comunicaciones serán revisados en su forma y estilo.
- ▶ Cada área contará con un punto focal para suministrar información al Grupo de Comunicaciones.
- ▶ Los ajustes técnicos del sitio en Internet están a cargo del Grupo de Administración de Bienes, servicios y TICS

3.4 EVENTOS Y PROTOCOLO

Normas básicas a seguir para asumir apropiadamente el rol que corresponde según los eventos y situaciones que a continuación se describen. En caso de requerir mayor información y/o asesoría en este tema, las áreas deben ponerse en contacto con el Grupo de Comunicacio-

Lineamientos

- ▶ El trabajo conjunto de las áreas con el Grupo de Comunicaciones es esencial para que la presencia de marca sea siempre en lugares relevantes y que se identifiquen con el quehacer de la entidad.
- ▶ Precedencia: Las precedencias se definen como los privilegios o ventajas que recibe un servidor público con respecto otros, de acuerdo con su rango y jerarquía.
- ▶ Protocolo: Este saludo varía según la locación en donde se está realizando el evento, debido a que el anfitrión da la bienvenida a los representantes principales y asistentes al evento, posteriormente se mencionan en orden de importancia, de menor a mayor rango.

- ▶ Discursos: Con respecto a las intervenciones, el anfitrión del evento pronunciará su discurso en primer lugar, cerrando el invitado de honor o persona de mayor rango. Las intervenciones seguirán el orden protocolario establecido, de menor a mayor rango.
- ▶ Las mesas principales deben tener siempre un número impar de integrantes y estar conformada máximo por cinco (5) personas; cuando hay mujeres las mismas no deben cerrar la mesa y por lo tanto se deben cambiar las precedencias, sin implicar esto que el Director ceda su puesto principal
- ▶ El Grupo de Comunicaciones informa con anterioridad sobre el protocolo del evento, cuando la entidad es la anfitriona en las diferentes inauguraciones.

IMAGEN CORPORATIVA

4

La marca o identidad visual es lo que nos permite mostrarnos, debe ser unificada, constante y coherente. Por eso se creó el manual de uso correcto de Logotipo.

Lineamientos

- ▶ El Grupo de Comunicaciones de la entidad es la encargada de velar por el correcto uso del logotipo de la entidad.
- ▶ Toda pieza gráfica o audiovisual que se quiera publicar debe ser idealmente diseñada por el Grupo de Comunicaciones, si se desarrolla de manera independiente deberá someterse a la evaluación, ajustes y aprobación del Grupo de Comunicaciones.

4.1 LOGOTIPO

¡Vanguardia, modernismo y frescura! son los principales adjetivos de nuestra marca la cual se conforma por un rayo que traza el mapa de Colombia por nuestra promesa de transformar el país en uno interconectado y 4 colores dinámicos que reflejan esa versatilidad y expectativa



El área de reserva es un espacio destinado para proteger el logotipo de elementos ajenos o no a la marca, éste espacio es proporcional al tamaño del logotipo (letra “e”).



El área de reserva es un espacio destinado para proteger el isotopo de elementos ajenos o no a la marca, éste espacio es proporcional al tamaño del logotipo (letra “e”).



Nuestro logotipo cuenta con una tipografía: (tipo de letra) legible, sobria y minimalista que transmite visualmente lo juvenil de la marca. Este logo además de llamar la atención evoca cambio, rapidez y desarrollo



4.2 NUESTROS COLORES



El amarillo es energía,
luz y brillo.



El verde es soluciones
eco-ambientales
y recursos naturales.



El rojo es pasión y
compromiso por cada
comunidad.

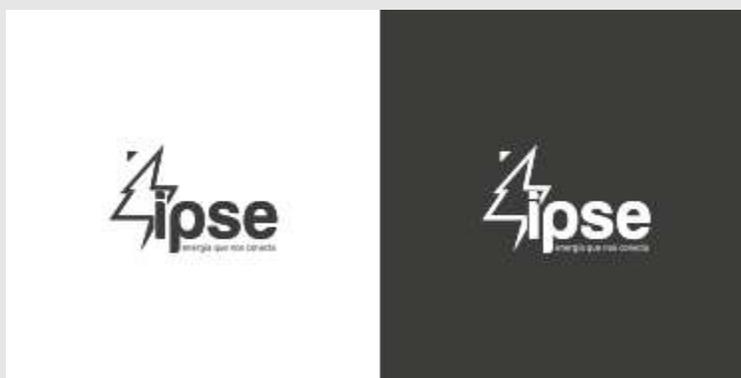


El azul es esperanza y
sentimiento de calma.

4.3 PALETA CROMÁTICA



La versión de logotipo en un solo color se debe usar cuando la versión primaria (full color) no es posible.



Para revisar tipografías, usos, aplicaciones y otras acciones del logotipo se puede consultar el Manual de uso correcto del logotipo.

COMUNICACIÓN INTERNA



En el IPSE reconocemos la importancia que tiene la comunicación interna para el crecimiento y sostenibilidad de la organización, por lo que hemos venido implementando estrategias con el objetivo de mejorar el clima laboral y la comunicación efectiva entre los servidores que la componen. Otros objetivos son:

- ▶ Entregar la información en los tiempos y la forma adecuada
- ▶ Empoderar a los funcionarios y contratistas del IPSE en cuanto a su rol y responsabilidad en la entidad
- ▶ Establecer mecanismos y rutas para el adecuado flujo de la información institucional al interior de la entidad.

5.1 CANALES DE COMUNICACIÓN ADECUADOS, SEGÚN LA INFORMACIÓN

TIPO DE COMUNICACIÓN

CONTENIDO DE LA COMUNICACIÓN

CANAL

Todo tipo de información relacionada con la gestión misional de la entidad



Correo electrónico
Boletín Interno

Información de interés general a la ciudadanía y a funcionarios y contratistas internos de la entidad.



Página web

Información dirigida a audiencias externas (entes de control, entes territoriales, sociedad civil, medios de comunicación, opinión pública, entre otros)

Mensajes y campañas enfocados en el fortalecimiento de la cultura organizacional y el sentido de pertenencia



Correo electrónico
Boletín Interno

Comunicaciones asociadas al cumplimiento misional de la entidad



Intranet y Boletín
Interno

Mensajes que posicionen los Valores Corporativos de la entidad

Las felicitaciones de cumpleaños se realizarán mensualmente, desde el grupo de comunicaciones solo se envían comunicaciones masivas, por ende, las felicitaciones no se harán de manera individual



Correo electrónico
Boletín Interno

Los nombramientos o posesiones de cargos directivos serán publicados en la página web.



Página web

Los nombramientos o posesiones de otros cargos que no tengan un nivel jerárquico alto serán publicados en la intranet



Intranet

Protocolos, normas internas, resoluciones y actas



Intranet

5.2 SOLICITUD DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN

Es importante tener en cuenta que el cumplimiento de los objetivos del protocolo de comunicación podrá ser efectivo si se cumplen los siguientes requisitos.

- 1.** Toda la información masiva enviada a servidores públicos y contratistas deberá centralizarse en comunicaciones, donde se revisará y se procederá a su divulgación.
- 2.** Se determinó que todas las comunicaciones masivas (contratistas y funcionarios) serán divulgadas por medio del Boletín Interno Conexión IPSE, el cual se envía exclusivamente los martes y viernes, y llega al correo electrónico.
- 3.** Las comunicaciones para un grupo específico serán enviadas por correo electrónico directo. (contratistas, funcionarios, jefes, supervisores)
- 4.** Algunos temas por áreas cumplen unos ciclos que se repiten con periodicidad, es necesario que por anticipado el equipo de comunicaciones tenga la información mes a mes y trimestralmente de tales temas
- 5.** Enviar agenda de eventos, capacitaciones, talleres, charlas, con mínimo una semana de anticipación.
- 6.** En los casos existentes de que se deba publicar inmediatamente la persona encargada deberá justificar el porqué de la inmediatez y si es necesaria la elaboración de pieza gráfica
- 7.** La solicitud debe ser clara, contundente, confirmada, aprobada y asertiva. Debe contar con toda la información completa según sea el caso. (Contexto, fotografías, fecha de publicación, requisitos, hora, título, etc.) Así se evitarán reprocesos.
- 8.** Debe existir transparencia en la intención de la comunicación.
- 9.** Todas las solicitudes se deben realizar exclusivamente al correo de comunicaciones@dipse.gov.co

5.3 CAMPAÑAS INTERNAS

Estas actividades tienen como objetivo sensibilizar al personal en temas relacionados con comportamientos y valores sobre diversos temas los cuales aportan un mejor clima organizacional.

El grupo de comunicaciones brindará apoyo en los siguientes aspectos:

- 1.** Diseño conceptual e implementación tanto de estrategias de comunicación como de campañas que realicen desde las diferentes áreas de la entidad
- 2.** Apoyo en el diseño de piezas de comunicación gráfica, para su divulgación en los diferentes medios de la entidad
- 3.** Registro fotográfico, video y acompañamiento logístico



lipse

energía que nos conecta