



**AGENCIA LOGÍSTICA
FUERZAS MILITARES**
— La unión de nuestras Fuerzas —

MANUAL DE COMUNICACIONES

AGENCIA LOGÍSTICA DE LAS FUERZAS MILITARES

ELABORÓ	FECHA			REVISÓ	FECHA			APROBÓ	FECHA		
	09	12	2021		10	12	2021		10	12	2021
NOMBRE				NOMBRE				NOMBRE			
Karen Yuleisi Castillo Rico				Cr. Juan Carlos Riveros Pineda				Coronel (RA) Oscar Alberto Jaramillo Carrillo			
CARGO				CARGO				CARGO			
PD. Grupo de Marketing y Comunicaciones				Secretario General				Director General de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares			
FIRMA				FIRMA				FIRMA			
NOMBRE				NOMBRE							
Myriam Luz Bello Morales				Miguel Angel Arévalo Luque							
CARGO				CARGO							
PD. Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional				Jefe (E) Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional							
FIRMA				FIRMA							
PROCESO y/o DEPENDENCIA:				Marketing y comunicaciones.							

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES Las Fuerzas Armadas de Colombia	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	Código: GRV-MA-01		 General Staff of the Armed Forces of Colombia	
		Versión No. 12	Página 2 de 24		
		Fecha	02 12 2021		

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
1. PRESENTACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIONES	4
1.1 Objetivo del Manual	4
2. Alcance	4
3. Referencias Normativas	4
4. Términos y definiciones	6
5. ASPECTOS GENERALES	7
6. Lineamientos generales para las comunicaciones institucionales	7
7. COMUNICACIÓN INTERNA	10
7.1 Difusión desde la recepción de la Entidad	10
7.2 Comunicación Organizacional	10
7.3 Quiénes ejercen la comunicación interna	10
7.4 Descripción de tipos de comunicación	10
7.4.1 Comunicaciones verbales	11
7.4.2 Comunicaciones escritas	12
7.4.3 Comunicaciones tecnológicas	12
8. Comunicaciones Gráficas	15
8.1.1 Comunicaciones alternativas	15
9. COMUNICACIÓN EXTERNA	16
9.1 A quiénes se dirige	17
9.2 Descripción de tipos de comunicación	17
9.2.1 Comunicaciones verbales	17
9.2.2 Comunicaciones escritas	19
9.2.3 Comunicaciones tecnológicas	19
9.2.4 Comunicaciones masivas	20
10. IDENTIDAD CORPORATIVA	21
11. REDES SOCIALES	21
11.1. Manejo de la información y el lenguaje en el uso de redes sociales.	21
12. MATRICES DE COMUNICACIÓN	22
13. PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIONES	22
14. DIRECTIVA PERMANENTE LINEAMIENTO EDITORIAL PORTAL WEB E INTRANET	22
14.1 Solicitud publicación, responsabilidad, seguridad y retiro de la información	22
15. GUÍAS DE COMUNICACIONES	24

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 3 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

INTRODUCCIÓN

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, establece el fortalecimiento de las comunicaciones al interior y exterior de la Entidad, para lo cual promueve la transparencia y acceso a la información pública y participación de la ciudadanía en general, a través de la publicidad de la información de la Entidad a los grupos de interés, y de esta manera fortalece la imagen institucional.

De acuerdo con lo anterior, la Agencia Logística de las Fuerzas Militares establece diversas estrategias de comunicación organizacional e informativa, que contribuyen a mejorar las relaciones al interior de la Entidad, con los grupos de interés, partes interesadas y ciudadanía, respondiendo a las demandas informativas de la comunidad, fortaleciendo la cultura y los valores institucionales e informando de manera oportuna y veraz, a fin de optimizar el clima organizacional, calidad de los servicios y satisfacción de los clientes.

El Grupo de Marketing y Comunicaciones es un componente transversal, que aporta de manera significativa a la consecución de los objetivos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Dentro de la comunicación corporativa se encuentra inmersa la información pública, la cual facilita la gestión transparente de las Entidades del Estado y la vigilancia de la ciudadanía.

La comunicación planificada y eficaz ayuda a fomentar el compromiso de los funcionarios y aumenta la comprensión del contexto de la Entidad y de las partes interesadas. Para la Agencia Logística de las Fuerzas Militares es importante promover una adecuada gestión interna y un buen relacionamiento con el ciudadano, a través de la participación y la prestación de servicios de calidad y oportunidad, por eso la comunicación hace parte del diario vivir de la organización y de esta forma es facilitadora de los procesos, contribuyendo al clima laboral y al sentido de pertenencia, con el fin de satisfacer las necesidades y problemáticas a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Cabe señalar tres elementos importantes que complementan el presente Manual, que son: el Plan de Comunicaciones, el cual se compone de actividades, descripción de cada una de estas, presupuesto, fechas y responsables; las matrices de comunicación de cada proceso, que contiene todo lo referente a qué se comunica, a quién se le comunica, quién lo comunica, cuándo lo comunica, y cómo lo comunica, su registro físico o digital y el proceso relacionado, documento que se puede consultar en la herramienta Suite Visión Empresarial; y por último la "Guía de Imagen e Identidad Corporativa ALFM" código GRV-GU-01 dispuesta en la SVE, en la cual están los lineamientos para el adecuado uso de la marca corporativa, con el fin de manejar el mismo lenguaje, así como una comunicación unificada y dirigida al mismo objetivo.

El Grupo de Marketing y Comunicaciones busca estandarizar las estrategias y mecanismos de comunicación para lograr el alcance de los objetivos, teniendo como base el cumplimiento a las políticas del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 4 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

1. PRESENTACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

1.1 OBJETIVO DEL MANUAL

Establecer directrices generales para el manejo efectivo y oportuno de la comunicación interna y externa, con el fin de interactuar, asociar y fortalecer los procesos comunicativos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

2. ALCANCE

El Manual de Comunicaciones aplica para los Servidores Públicos, Contratistas, partes interesadas, grupos de valor y ciudadanía de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el objeto de que realicen una adecuada y oportuna divulgación de la información interna o externa, la cual se efectúa en la ejecución de cada uno de los procesos, en el desarrollo de las funciones y es aplicable por los medios de comunicación y la normatividad legal vigente, convirtiéndose en un sistema abierto a la participación, diálogo y a la transparencia con la ciudadanía, de acuerdo con la gestión que realiza la Entidad.

Este documento aplica para la ciudadanía en general, que requieren obtener información Institucional o que hacen parte de las estrategias y acciones de comunicaciones establecidos en legitimidad, transparencia, confianza y participación ciudadana con la Entidad.

Cabe destacar que este Manual de Comunicaciones es de obligatorio cumplimiento para los funcionarios públicos que hacen parte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

3. REFERENCIA NORMATIVA

NORMA		APLICABILIDAD	EMISOR	FECHA
Constitución Política De Colombia		En ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	13/06/1991
LEY	44	Derechos de autor	CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	05/02/1993
LEY	1341	Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones - TIC-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones	CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	30/07/2009
LEY	1712	Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.	CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	06/03/2014
LEY	1978	Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones	CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	25/07/2019



TÍTULO

MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM

Código: GRV-MA-01

Versión No. 12

Página 5 de 24

Fecha

02

12

2021



NORMA		APLICABILIDAD	EMISOR	FECHA
LEY	1581	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	CONGRESO DE LA REPÚBLICA	17/10/2019
LEY	2108	"Ley de internet como servicio público esencial y universal" o "por medio de la cual se modifica la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones"	CONGRESO DE LA REPÚBLICA	29/07/2021
LEY	2157	Por medio de la cual se modifica y adiciona la Ley Estatutaria 1266 de 2008, y se dictan disposiciones generales del habeas data con relación a la información financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.	CONGRESO DE LA REPÚBLICA	29/10/2021
DECRETO	1360	Por el cual se reglamenta la inscripción del soporte lógico (software) en el registro nacional de derecho de autor.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	23/06/1989
DECRETO	4169	Por el cual se modifica la naturaleza jurídica de la Agencia Nacional del Espectro y se reasignan funciones entre ella y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES	03/11/2011
DECRETO	2693	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009, 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones.	MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES	20/12/2012
DECRETO	1377	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012	MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES	27/06/2013
DECRETO	2573	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la estrategia de gobierno en línea, se reglamenta parcialmente la ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	12/12/2014
DECRETO	1078	Por el cual se expide el decreto único reglamentario del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	26/05/2015
DECRETO	498	Por el cual se modifica y adiciona el Decreto 1083 de 2015, Único Reglamentario del Sector de Función Pública	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	30/03/2015
DECRETO	1008	Por el cual se emiten los lineamientos generales de la estrategia de Gobierno Digital, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES	14/06/2018
DECRETO	2278	Por el cual se adiciona la Parte 6 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015 Único Reglamentario del Sector Presidencia de la República, se reglamenta parcialmente la Ley 1941 de 2018, en concordancia con los parágrafos 1 y 2 del artículo 281 de la Ley 1955 de 2019, en lo que hace referencia a la implementación de las Zonas Estratégicas de Intervención Integral ZEII y se dictan otras disposiciones.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	16/12/2019
DECRETO	1008	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de gobierno digital y se subroga el capítulo 1 del título 9 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1078 de 2015, decreto único reglamentario del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	14/06/2018
DECRETO	1651	Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones	CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	25/07/2019



TÍTULO

MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM

Código: GRV-MA-01

Versión No. 12

Página 6 de 24

Fecha

02

12

2021



NORMA	APLICABILIDAD	EMISOR	FECHA
RESOLUCIÓN 3564	Por la cual se reglamentan aspectos relacionados con la ley de transparencia y acceso a la información pública.	MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES	31/12/2015
DIRECTIVA PRESIDENCIAL 02	Simplificación de la interacción digital entre los ciudadanos y el estado	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	02/04/2019
DIRECTIVA PRESIDENCIAL 03	Lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	02/04/2019
CIRCULAR 01	Manejo y uso de redes sociales.	PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA	22/03/2019

4. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

- **Manual de Comunicaciones código GRV-MA-01 dispuesto en la SVE:** Documento que describe los lineamientos generales de las comunicaciones, tanto a nivel interno como externo de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- **Plan de Marketing y Comunicaciones:** Descripción de las actividades del Grupo de Marketing y Comunicaciones, con fechas, recursos y responsables, con el objetivo de organizarlas para que haya un control, seguimiento y cumplimiento de estas.
- **"Guía de Imagen e Identidad Corporativa ALFM" código GRV-GU-01 dispuesta en la SVE:** Documento en el que se plasman las líneas maestras de la imagen de la Entidad. En este se definen los parámetros que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la Entidad. Describe los signos gráficos ya establecidos para dar a conocer la imagen, así como la forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas de la Entidad.
- **Matriz de Comunicaciones:** Documento en el que se explica qué comunica cada proceso, a quién, cómo y cuándo lo comunica. El formato de **Matriz de Comunicaciones** se encuentra oficializado a través del código GRV-FO-06 y el cual podrá ser consultado en la herramienta SVE en el módulo de documentos.
- **Comunicaciones Oficiales:** Información que denota carácter obligatorio, en la cual se dan instrucciones, o se aclara algún hecho o acontecimiento, y se dirige por los medios de comunicación oficiales como son el correo electrónico y los documentos escritos. Son aquellas comunicaciones recibidas o producidas entre las diferentes dependencias de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, incluyendo a cada una de las Regionales, sin importar el tipo de soporte ya sea impreso, medio digitalizado, electrónico, magnético, filmico, etc. Se consideran comunicaciones Oficiales: Memorandos, actas, directivas, instructivos, correos electrónicos, Fax, Oficios, entre otros.
- **Comunicaciones Alternativas:** Son comunicaciones internas no oficiales o informales y su finalidad se orienta a divulgar a través de diferentes medios la gestión de la Entidad (como folletos, volantes y videos).
- **Comunicaciones Masivas:** Son comunicaciones divulgadas por los diferentes canales de comunicación externa.
- **Cientes, usuarios o grupos de interés:** Son las partes interesadas, con las cuales se establece un flujo de comunicación que aplica para los procesos de la Entidad. Entre estos se incluyen.
 - Entidades estatales
 - Población beneficiaria
 - Entes de control

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 7 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

- Servidores Públicos ALFM
- Población en general
- **Emisor:** Es la persona encargada de codificar, generar y transmitir un mensaje de interés a través de diferentes medios y canales.
- **Receptor:** Es aquella persona que es destinatario y recibe un mensaje de interés.
- **Información pública:** Información generada por el sector público o que sea de naturaleza pública que es puesta a disposición de la ciudadanía a través de varios medios.
- **ALFM:** Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- **PQRSD:** Peticiones, Quejas, Reclamos, Solicitudes y Denuncias.
- **TIC:** Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes".
- **Buzón de correo electrónico:** Depósito en el que se almacenan los mensajes de correo que llegan a un destinatario determinado de la Entidad.
- **Repositorio:** Espacio centralizado en donde se almacena, organiza, mantiene y difunde información digital de la Entidad.

5. ASPECTOS GENERALES

El Manual de Comunicaciones contiene lineamientos para la interacción permanente con la Ciudadanía y los grupos de interés, por lo cual se da a conocer a los Servidores Públicos de la Entidad fundamentos para el tratamiento, organización, desarrollo de la comunicación tanto interno como externo en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

El manual pretende fortalecer la imagen institucional y las comunicaciones, a través de la difusión y publicación de información hacia los funcionarios, usuarios, grupos de interés, partes interesadas y ciudadanía sobre la gestión de la Entidad y los servicios que ofrece, con el fin de afianzar los procesos comunicativos y contribuir con el cumplimiento y lineamientos de los objetivos institucionales.

6. LINEAMIENTOS GENERALES PARA LAS COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

- Para garantizar el logro de los propósitos misionales, la transparencia de la administración y el fortalecimiento de la confianza de la ciudadanía, la comunicación en la ALFM es de carácter estratégico y está orientada en el fortalecimiento de la imagen y la identidad institucional.
- La relación con los medios de comunicación es de carácter institucional y está basada en los principios de objetividad, veracidad y publicidad, para lo cual la ALFM respeta sus actuaciones de libertad de prensa y autonomía de los medios de comunicación, pero así mismo exige de estos, la veracidad e imparcialidad la cual se encuentra a cargo del Grupo de Marketing y Comunicaciones.
- En caso de presentarse un acontecimiento que implique alguna respuesta o declaración a los medios masivos de comunicación, el único funcionario con autoridad para dar declaraciones, es el Director General o la persona que este designe, a través de algún medio escrito y/o formato de autorización.
- El Grupo de Marketing y Comunicaciones, debe elaborar un Informe de seguimiento, evaluación y control de la información publicada en la Página Web y en la Intranet, el cual evidenciará el diagnóstico situacional; y en caso que sea necesario, se solicitará y emitirán recomendaciones y/o correcciones que contribuyan al mejoramiento continuo de los Procesos de la Entidad.
- Cada Jefe de Oficina, Subdirector General, Director Nacional, Director Regional y Coordinador es responsable de la publicación de la Comunicación que emita su Proceso, Dependencia o Regional.
- La información que los procesos responsables requieran dar a conocer en las herramientas tecnológicas de la Entidad, debe contener la fecha en la cual se publicó, así como la firma de quien

PROCESO				
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR				
	TITULO	Código: GRV-MA-01		
		Versión No. 12		
		Página 8 de 24		
		Fecha	02	12
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM				

elaboró, revisó y aprobó.

- La comunicación informativa de carácter externo, como oficios e informes, serán firmados única y exclusivamente por el Director General de la Entidad u otro Servidor Público debidamente autorizado por la Alta Dirección, con excepción de aquellos casos en los requerimientos externos y/o manifiestos permitan y/o se establezcan que la firma está avalada por otro funcionario específico de alguna dependencia; lo cual debe estar soportado por la normatividad (interna o externa) aplicable vigente.
- Dado que las comunicaciones en la Entidad se direccionan en varios flujos de información (descendente, ascendente, horizontal o cruzada), las solicitudes y envío de información a través de los diferentes canales de comunicación como el correo institucional o memorandos, deben ser de conocimiento de los responsables del proceso que las genera.
- La comunicación con las regionales se realizará de manera formal a través de los diferentes canales y estrategias que la ALFM ha adoptado.
- Los correos electrónicos deben ir con el nombre, cargo y dependencia del funcionario, al igual que los números telefónicos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares con su respectiva extensión.
- Siguiendo los lineamientos de la Política Ministerial, el Director General como Representante Legal de la entidad es el único funcionario con potestad para aprobar políticas de operación (resoluciones, directivas y manuales), y todo documento que complemente o modifique un lineamiento ya establecido en la Entidad, siguiendo las recomendaciones de los responsables de cada uno de los procesos, en aras del adecuado direccionamiento de la Entidad.
- Todas las publicaciones, tanto internas como externas, que involucren los símbolos de la ALFM, ente certificador, GSED, Gobierno Nacional y de la imagen corporativa de las diferentes unidades de servicio, deberán ser avaladas por el Grupo de Marketing y Comunicaciones, quien se encargará de asesorar el uso adecuado de la imagen corporativa (consultar la "Guía de Imagen e Identidad Corporativa ALFM" código GRV-GU-01 dispuesta en la SVE).
- Con el fin de realizar una revisión a la documentación que firma el Director General, el Grupo Asesor de la Dirección, revisará y conceptuará previamente las directivas y los documentos que así lo requieran.
- La socialización de resoluciones, directivas, folletos, pendones y toda información que sea propia de conocimiento a nivel organizacional, es de carácter obligatorio y la responsabilidad de difundirla recae en las dependencias productoras de estas comunicaciones.
- Cada responsable de Proceso debe de realizar seguimiento y/o proyectar modificaciones de las políticas de operación, que serán firmadas por el Director General de la Entidad de acuerdo a su pertinencia, conveniencia y necesidad, así como su derogación, con el fin de actuar bajo una política clara y actualizada de acuerdo con la normatividad legal vigente.
- Los Responsables deben enviar la información actualizada del normograma a la Oficina Asesora Jurídica, cada vez que se realicen modificaciones, acorde a lo establecido en el procedimiento "Gestión Jurídica - Consolidar y Actualizar el Normograma" código GJ-PR-03.
- Los Responsables deben enviar la información actualizada de las políticas de operación como Directivas Permanentes y Transitorias, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03 dispuesto en la herramienta Suite Visión Empresarial y las cuales se encuentran registradas en el Centro Documental. Se da por entendido que los responsables que no soliciten actualización de estas, no las requieren y esto es su responsabilidad.
- La matriz de comunicaciones se debe actualizar cada vez que haya modificaciones o por lo menos una vez al año y el responsable de cada Proceso la debe enviar al Grupo Desarrollo Organizacional y Gestión Integral acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03 para ser publicada en la herramienta Suite Visión Empresarial. El Grupo de Marketing y Comunicaciones, junto con el Proceso Desarrollo Organizacional y Gestión Integral harán una verificación y acompañamiento en la elaboración de las matrices.
- Los documentos relacionados como Planes, Manuales, Guías y Matrices de Comunicaciones deberán estar debidamente firmados por quien elabora, revisa y aprueba para que resulte procedente la publicación en la herramienta Suite Visión Empresarial, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03 dispuesto en la herramienta Suite

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12	Página 9 de 24		
		Fecha	02	12	2021
					

Visión Empresarial.

- Cada Proceso y Regional designará un responsable como editor web, quien será el encargado de la comunicación directa con el Grupo de Marketing y Comunicaciones y a su vez será el responsable de estar constantemente actualizando la información publicada en las herramientas tecnológicas de la Entidad. Lo anterior, con el fin de realizar las solicitudes en cuanto a diseños gráficos, información de interés, participaciones en eventos o temas relacionados con las Comunicaciones Estratégicas de la Entidad.
- Los editores web del Portal web e Intranet, deben actualizar permanentemente los módulos que se les asignaron cada vez que se realicen cambios o modificaciones, con el fin de garantizar la veracidad y actualización de la información por estos canales. Sin embargo, es preciso señalar que la responsabilidad de su revisión y publicación será del Jefe o Director de la dependencia que solicita la publicación. Toda la información respecto a la responsabilidad de los editores web de la página web y la intranet se encuentran establecidos en la Directiva Permanente No.08 del 11 de agosto de 2021 – Lineamientos editoriales para el portal web e intranet.
- Los responsables de cada proceso son los encargados junto con los Editores Web de realizar la publicación de los documentos relacionados con el Sistema Integrado de Gestión en la herramienta Suite Visión Empresarial, acorde a los lineamientos establecidos en el “Manual de elaboración de documentos ALFM” Código GI-MA-03.
- Todo material y/o pieza gráfica que se relacione con fotografías, infografías y videos que sean susceptibles de publicar deben ser revisados previamente por el Grupo de Marketing y Comunicaciones, quien hará el filtro de los mismos antes de su publicación en las herramientas tecnológicas de la Entidad.
- Con el fin de mantener una uniformidad en la comunicación, especialmente en los boletines informativos que se difunden dentro de la Entidad, cada proceso deberá solicitar al Grupo de Marketing y Comunicaciones la pieza gráfica de lo que se desea divulgar.
- En la solicitud de material publicitario deben estar justificados los fines, para los cuales será utilizado, el documento el cual debe estar firmado por el Director General, Secretario General, Subdirector General, Jefe de Oficina, Director Nacional o Regional; si se trata de material POP (agendas, esferos, gorras, etc.), el Grupo de Marketing y Comunicaciones analiza y toma la decisión junto con el responsable del Proceso para decidir si es pertinente o no proveer el material.
- Los contenidos de la información publicada en la página web, de ninguna forma pueden ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios u obscenos. Se debe tener en cuenta que se trata de la imagen Institucional del Sector Defensa y de la Entidad. El cumplimiento de esta instrucción, será verificado por el Grupo de Marketing y Comunicaciones y la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional.
- Se deben evitar todo tipo de estereotipos de raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- Los contenidos se deben de ajustar a las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo, establecidas por la Real Academia Española y acorde a los lineamientos de la Entidad.
- En el evento en que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido de la información quede en duda, se debe corregir de manera diligente y oportuna por parte del responsable del Proceso y/o Editor WEB.
- Se debe considerar la Directiva “GOV.CO” y reglamentación relacionada, con los lineamientos inmersos del portal y con la política de Gobierno Digital, definida desde el Gobierno Nacional.
- En el evento en que se solicite información a la ciudadanía, se debe contar con su autorización y aclarar que la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales fue solicitada.
- Para hacer uso de información de la Entidad como (reproducción, transformación, o puesta a disposición) del material documental y/o digital protegido por derechos de autor, es necesario contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre la comunicación e información del material.

7. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna de la Entidad consiste en la difusión de directrices e información a los

PROCESO							GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR								
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES Luchamos de manera unida		TITULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					Código: GRV-MA-01			 Grupo de Innovación y Redes de Valor de la Defensa www.mil.mil.gub.ve					
							Versión No. 12						Página 10 de 24		
							Fecha						02	12	2021

funcionarios, contratistas y partes interesadas, cuya finalidad es dar a conocer los valores, productos y servicios, informar sobre recursos y posibilidades, para fomentar la cultura organizacional y generar así sentido de pertenencia de los servidores públicos. La comunicación interna nace como respuesta a las necesidades de las Entidades de motivar a su equipo de trabajo humano y su objetivo es establecer acciones, responsables, y recursos para fortalecer y hacer más eficiente y eficaz los procesos comunicativos al interior de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

La comunicación interna en la ALFM, aplica de acuerdo con lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG por el Departamento Administrativo de la Función Pública "...La Información y Comunicación es una dimensión estratégica fundamental, por cuanto vincula a la Entidad con su entorno y facilita la planeación, ejecución, control y evaluación de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos..."

7.1 DIFUSIÓN DESDE LA RECEPCIÓN DE LA ENTIDAD

Son mensajes telefónicos en los que la comunicación de la Entidad, se realiza en un solo sentido a varios puntos de recepción en manera simultánea.

Así como, la información que se da a conocer en la cartelera digital, la cual es un medio para compartir información y contenidos audiovisuales relevantes de interés para los funcionarios de la Entidad y los visitantes.

7.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el fin de garantizar el logro del objetivo misional Institucional, la transparencia y acceso a la información pública en la gestión de la administración pública, propende por la confianza de los Servidores Públicos, Ciudadanía y Partes Interesadas, para el fortalecimiento de la comunicación institucional.

El grupo de Marketing y Comunicaciones está orientado al fortalecimiento de la identidad institucional y de la comunicación, la cual diseñará estrategias para garantizar el clima organizacional, participación en los servidores públicos en la gestión administrativa para el logro de los objetivos misionales, para lo cual desarrollará campañas de comunicación.

7.3 QUIENES EJERCEN LA COMUNICACIÓN INTERNA

Ejercen la comunicación interna los servidores públicos, personal militar en comisión y civiles que hacen parte de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Esta clase de comunicación fluye a partir de los siguientes niveles:

- Comunicación Descendente: Son los mensajes que van desde el nivel jerárquico hacia los funcionarios de niveles subordinados.
- Comunicación Ascendente: Son los mensajes que los funcionarios envían a otros cargos, que ocupan niveles altos dentro de la Organización.
- Comunicación Horizontal: Es el intercambio lateral de mensajes. Se da entre personas que se encuentran a nivel semejante dentro de la Entidad.

7.4 DESCRIPCIÓN DE TIPOS DE COMUNICACIÓN

Los canales de la comunicación interna en la ALFM pueden ser verbales, escritos, tecnológicos, gráficos y/o alternativos.

- Comunicación Verbal: Son reuniones, donde se comunican diferentes actividades relativas a la gestión de la Entidad.

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 11 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

- Comunicación Escrita: Son las que se divulgan por escrito.
- Comunicación Tecnológica: Son las que se manejan por medios tecnológicos.
- Comunicación Gráfica: Son las ilustraciones complementarias (piezas gráficas).
- Comunicación Alternativa: Son comunicaciones internas, diferentes a las antes mencionadas; su finalidad se orienta a divulgar de manera diferente la gestión de la Entidad.

7.4.1 Comunicaciones Verbales

Reunión de Alta Dirección

- Preside: Director General.
- Participan: Secretario General, Subdirectores Generales, Jefes de Oficina, Directores Nacionales y Regionales, el Grupo Asesor de la Dirección General. Eventualmente se solicitará la asistencia de uno o más coordinadores de grupo y otros funcionarios que se consideren necesarios.
- Objetivo: Socializar, analizar y proponer soluciones a los diferentes problemas o situaciones que se presentan en las actividades diarias de la organización. Proponer y definir estrategias para mejorar la gestión de la Entidad.
- Frecuencia: El primer día hábil de la semana o cuando el Director General así lo considere.
- Evidencia: El asistente de la Dirección General, que hace parte del Grupo Asesor de Dirección, elabora un acta de reunión con las memorias, decisiones y órdenes impartidas por parte del Director General y/o Secretario General.
- Mecanismo: Reunión presencial y/o virtual que se realiza en la Sede Principal y Regionales de la ALFM, en esta reunión, los Directivos y Jefes de Oficina exponen los temas prioritarios relacionados de cada una de sus dependencias; el Director General imparte instrucciones acerca del mejoramiento o corrección de decisiones y/o actividades propias de sus áreas. Los Directivos acatarán las órdenes o instrucciones para conocimiento masivo y se estipularán mediante directivas y/u órdenes administrativas.

Reunión Administrativa de la Oficina Principal y Regionales

- Preside: Director General.
- Participan: Secretario General, Subdirectores Generales, Directores Nacionales y Regionales, Jefes de Oficina y Grupo Asesor de la Dirección General. Eventualmente se solicitará la asistencia de uno o más coordinadores de grupo y otros funcionarios de la dependencia objeto de la reunión, que se consideren necesarios.
- Objetivo: Evaluar y hacer seguimiento a la gestión efectuada, la situación financiera y económica, el estado actual de las cuentas, situación de las transacciones comerciales efectuadas con los proveedores y unidades militares; actualización de la normatividad y conocimiento de los temas propios de las áreas de gestión, información en aras de dar cumplimiento eficiente de la Mega, Visión, Misión y Objetivos Institucionales.
- Frecuencia: Una vez al mes o cuando el Director General, así lo considere.
- Documento: La Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional, genera el acta de reunión administrativa con las memorias, decisiones tomadas y órdenes impartidas por el Director General.
- Mecanismo: Reunión presencial y/o virtual que se realiza en la Sede Principal y Regionales de la ALFM, utilizando los medios tecnológicos (videoconferencias).

Reuniones de Comités:

Comité Institucional de Gestión y Desempeño (MIPG), Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST), Gestión de Innovación y Redes de Valor, Coordinación de Control Interno Oficina Principal, Subcomité de Control interno en las Regionales, Conciliación Financiera,

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 12 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

Defensa Técnica y Política de Prevención del daño Antijurídico; las cuales inciden en las decisiones para el desempeño y mejoramiento Institucional.

7.4.2 Comunicaciones Escritas

Las comunicaciones escritas en la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, son de carácter formal, para lo cual se han adoptado diferentes tipos de documentos. Para ver los lineamientos establecidos se puede consultar el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03

A continuación, se relacionan las comunicaciones escritas más relevantes para la Entidad:

- Directivas Permanentes y Transitorias
- Resoluciones
- Actas Administrativas
- Actas de Entrega del Cargo
- Oficios
- Memorandos
- Actas de reunión de coordinación
- Notas Internas
- Presentaciones

De acuerdo con el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03 y el Sistema Integrado de Gestión (SIG) de la Entidad, se encuentran aprobados y publicados en la herramienta Suite Visión Empresarial los formatos generales, los cuales permiten la interacción entre los diferentes Procesos de la Entidad.

7.4.3 Comunicaciones Tecnológicas

La comunicación tecnológica para la Entidad es un recurso fundamental para el proceso de implementación, crecimiento y evolución con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos como la organización, producción, despacho, ventas, cobranza y capacitación, etc.

Para las Comunicaciones Tecnológicas, se deben observar y aplicar plenamente lo establecido en el "Manual de Políticas de Uso, Operación y Seguridad para las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones" código GTI-MA-01 dispuesto en la herramienta Suite Visión Empresarial y la "Política de Seguridad de la Información" y lineamientos de seguridad de la información emitidos por la Oficina TIC.

Los medios tecnológicos en la Agencia Logística, son herramientas de comunicación, por tal razón, es obligatorio que los funcionarios (Directivos, Coordinadores, Profesionales, Técnicos y Asistenciales) tengan presente los siguientes criterios:

- Estar en constante revisión del correo electrónico (Outlook), por lo menos cada 2 horas, en razón a que este medio y/o servicio de red permite a los usuarios enviar y recibir mensajes internos y externos (también denominados mensajes electrónicos o cartas digitales) mediante redes de comunicación electrónica; la interacción de solicitudes tanto internas como externas.
- Como mínimo una vez al día ingresar a la Intranet, la cual es una red informática que utiliza la tecnología del protocolo de Internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación dentro de la Entidad, puesto que solo los funcionarios de la ALFM tienen acceso a ella.
- El ORFEO se debe revisar permanentemente; puesto que es un Sistema de Gestión de Correspondencia para compartir y radicar la comunicación y a su vez este permite la incorporación de la gestión de los documentos tanto internos como externos a los procesos de la Entidad, automatizando procedimientos. Así mismo, se debe de garantizar que los módulos de entrada y

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12	Página 13 de 24		
		Fecha	02 12 2021		

salida e informados estén libres de documentos; por lo cual todas las comunicaciones deben estar debidamente tramitadas y/o archivadas.

- Videoconferencia o videollamada, es la comunicación simultánea bidireccional de audio y vídeo, que permite mantener reuniones virtuales con las Regionales y/o funcionarios y con personal externo a la ALFM, situados en diferentes lugares del país. Para la solicitud de una videoconferencia, se debe registrar el “caso” en la ‘Mesa de Ayuda Informática’, con el fin de determinar la disponibilidad y soporte de sala virtual y canales, acorde a la programación del grupo encargado. Así mismo, la Oficina de TIC debe garantizar estos medios electrónicos para desarrollar el trabajo en casa en el caso de requerirse y ser autorizado.
- Protectores de pantalla y de fondos de escritorio en los equipos de cómputo, en los cuales se emiten mensajes y/o recordatorios relevantes para los funcionarios de la Entidad.

Por cualquiera de estos medios se pueden publicar o gestionar comunicaciones oficiales o de interés general para los funcionarios de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

A continuación, se relacionan las comunicaciones tecnológicas más relevantes para la ALFM:

7.4.4 Correo electrónico interno (Outlook)

Las carpetas de correo que proporciona el Outlook configurado al usuario, ayuda a mantener el registro de todo los mensajes (entrantes y salientes). Outlook proporciona facilidades para poder acceder y administrar de la mejor manera el correo electrónico, dicha facilidades las encuentran detalladas en la “Guía Manejo de los medios de comunicación Tecnológicos” en responsabilidad de la oficina TICs tales como: creación y recepción de mensajes, creación de firmas, adjuntar archivos, administración de calendario y citas, gestión de tareas, etc.).

Para la gestión de los mensajes en el correo electrónico, al corresponder a un medio de comunicación oficial (interno y externo), se debe respetar la importancia de los logos y el estándar de la firma, tal como se ilustra a continuación:

Estándar de la firma Correo electrónico

Texto del mensaje: fondo blanco con letra negra en Arial tamaño 10 recta (texto de “**TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS**” en tamaño 8 Arial negro)

Siglas de la profesión (si aplica) y Nombre completo del funcionario

Cargo del funcionario

Dependencia de la sede Principal o Regional donde labora el funcionario

Agencia Logística de las Fuerzas Militares – Sede Principal o Regional

Dirección y Ciudad - Colombia

Tel: (60 - x dígito ciudad) número telefónico de la sede principal o Regional Ext: número de extensión

Numero Celular (si lo considera pertinente)



2021 TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

Este documento es propiedad de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, puede contener información privilegiada o



TÍTULO

MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM

Código: GRV-MA-01

Versión No. 12

Página 14 de 24

Fecha

02

12

2021



confidencial. Por tanto, usar esta información y sus anexos para propósitos ajenos a los de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, divulgarla a personas a las cuales no se encuentre destinado este correo o reproducirla total o parcialmente, se encuentra prohibido en virtud de la legislación vigente. La Entidad no asumirá responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este correo que no estén directamente relacionados con Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Si usted no es el destinatario autorizado o por error recibe este mensaje, favor borrarlo inmediatamente.

2021 ALL RIGHTS RESERVED

This document is property of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, it may contain privileged confidential information. Therefore using this information and its annexes for purposes different from those of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, distributing said information to people who are not among those for which this email was intended, or reproducing it partially or totally is prohibited in accordance with the law available. The organization will not assume the responsibility around the information, opinions or criteria contained in this email, if not directly related to Agencia Logística de las Fuerzas Militares. If you are not the authorized recipient, or you receive this message by mistake, please delete it immediately.



16 resmas = 1 árbol

Razón suficiente para pensar si es necesario imprimir este correo.

Ejemplo:

Cordialmente,

Comun. Soc.Periodista Karen Castillo Rico
Profesional de Defensa
Grupo de Marketing y Comunicaciones - Secretaría General
Agencia Logística de las Fuerzas Militares - Sede Principal
Calle 95 N° 13 - 08, Bogotá D.C. - Colombia
Tel: (601) 6510420 Ext: 1205



Certificate No.

LAT-0977

2021 TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

Este documento es propiedad de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, puede contener información privilegiada o confidencial. Por tanto, usar esta información y sus anexos para propósitos ajenos a los de Agencia Logística de las Fuerzas Militares, divulgarla a personas a las cuales no se encuentre destinado este correo o reproducirla total o parcialmente, se encuentra prohibido en virtud de la legislación vigente. La Entidad no asumirá responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este correo que no estén directamente relacionados con Agencia Logística de las Fuerzas Militares. Si usted no es el destinatario autorizado o por error recibe este mensaje, favor borrarlo inmediatamente.

2021 ALL RIGHTS RESERVED

This document is property of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, it may contain privileged confidential information. Therefore using this information and its annexes for purposes different from those of Agencia Logística de las Fuerzas Militares, distributing said information to people who are not among those for which this email was intended, or reproducing it partially or totally is prohibited in accordance with the law available. The organization will not assume the responsibility around the information, opinions or criteria contained in this email, if not directly related to Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12	Página 15 de 24		
		Fecha	02 12 2021		

Militares. If you are not the authorized recipient, or you receive this message by mistake, please delete it immediately.



16 resmas = 1 árbol

Razón suficiente para pensar si es necesario imprimir este correo.

"Por favor considere su responsabilidad ambiental antes de imprimir este correo electrónico"

7.4.5 Intranet:

Red informática que utiliza la tecnología del protocolo de Internet para compartir información y servicios de computación en la Entidad, es interna, por lo que solo los funcionarios de la ALFM tienen acceso a ella.

7.4.6 Suite Visión Empresarial:

Esta herramienta consolida la información del Sistema Integrado de Gestión de la entidad, allí se encuentran (documentos, riesgos, indicadores, mejoras, planes institucionales, entre otros), es administrada por la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional - Proceso Desarrollo Organizacional y Gestión Integral, para lo cual existen funcionarios designados para la administración de sus diferentes módulos; así como, la publicación de la base documental del SIG, en atención con la información remitida por cada uno de los Responsables de los Procesos de la Entidad, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03.

7.4.7 Encuestas:

En el módulo de encuestas, dispuesto tanto en la página Web como en la Intranet, se evalúa información para interés general de las partes interesadas y se alinean con las Políticas MIPG de: Transparencia y Acceso a la Información Pública, Participación Ciudadana, Rendición de Cuentas y/o Gobierno Digital, emitidas por el Gobierno Nacional.

8 Foros Virtuales:

Herramienta que permite proponer un tema a través de la página WEB y la Intranet, en donde la ciudadanía, partes interesadas y los funcionarios pueden participar activamente con sus opiniones.

8.1.1 Comunicaciones Gráficas

Son las ilustraciones que complementan la información. La Entidad utiliza diagramas, mapas, logotipos, íconos y otros tipos de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante armonizar las ilustraciones con palabras seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación. Así mismo, las fotografías tienen la función de comunicar por ellas mismas, pues la imagen por sí sola es capaz de transmitir el mensaje.

8.1.2 Comunicaciones Alternativas

Son las que se divulgan al interior de la Entidad, para los funcionarios, pero que, por su condición, no son divulgadas por los medios de comunicación convencional. Entre las cuales se citan:

- Pendones: Forma de publicidad visual que tienen como finalidad anunciar de manera eventual o temporal una actividad o evento propio de la Entidad, o la promoción de productos.
- Folleto o Plegables: Impresos de corta extensión que sirve para informar sobre los procesos,

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12	Página 16 de 24		
		Fecha	02	12	2021

actividades productos, precios, promociones o cualquier otra actividad que la Entidad quiera difundir de un modo interno e impersonalizado.

- Producción Fotográfica: Cada vez que se realice un evento interno o externo, se realiza latoma de fotografías para dejar evidencias de la actividad. En el caso de la publicación de fotos, el Grupo de Marketing y Comunicaciones hace previamente una revisión y aprobación del material para posteriormente su publicación.

8.1.3 Criterios y homogeneidad de publicación de la información en la página WEB e Intranet ALFM

- Tipo de letra Lato.
- Tamaño de letra 12.
- Color de letra negra.
- Títulos Lato 14 Negros negrilla – Iniciales Mayúscula y resto letra minúscula.
- Subtítulos Lato 12 Azules - Iniciales Mayúscula y resto letra minúscula.
- Enumeración de títulos (cuando aplique dentro de la misma información).
- Información organizada y de orden lógico.
- Justificación del texto de la información publicada.
- Revisión, redacción y ortografía antes de publicación.
- Verificar, revisar y/o modificar y actualizar la información publicada en la página (evitar duplicidad de información en la página Web).
- Configuración de las fechas dentro de cada uno de los links (fechas duplicadas).
- Publicación de la información en PDF, con firma digital de quien elaboró, revisó y aprobó (información legible).
- Identificación del nombre, (el nombre del archivo adjunto debe de coincidir con la información publicada).
- Imágenes de acuerdo con el tema (deben ser nítidas, completas y tener en cuenta la gama de colores establecidos en la "Guía de Imagen e Identidad Corporativa ALFM" código GRV-GU-01 dispuesta en la SVE).

MAQUETACIÓN: Imágenes, párrafos, videos

- Distribución de textos, imágenes y videos.
- Tamaño de las imágenes.
- Tamaño y localización de la imagen del Banner.
- Accesos directos que se requieran.
- Menús (organización y directrices de cada uno de los menús y que información debe ir, para que no haya repetición de la información).

9. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, es un deber de la Entidad para con la ciudadanía y las partes interesadas; se dan a conocer los bienes y servicios, gestión administrativa, así como la formulación de planes, proyectos y estrategias en la publicación de la información, la cual debe ser de libre acceso y tener una relación bidireccional con las partes interesadas, en razón a que apoya la gestión, toma de decisiones y el buen funcionamiento de la Entidad.

La comunicación que se difunde al exterior de la ALFM; garantiza la transmisión de la información de la ALFM sobre su funcionamiento y resultados; así como propende por mantener y optimizar las relaciones públicas con los grupos de interés, partes interesadas y ciudadanía en general para proyectar una imagen satisfactoria de cara hacia la ciudadanía; como aporte a la gestión de la política MIPG de "Transparencia y acceso a la información", cumplimiento al Principio Constitucional de Publicidad y Transparencia y Acceso a la Información en el Sector Público y la misma debe estar alineada con las Políticas del

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM		Versión No. 12	Página 17 de 24
		Fecha	02	12	2021
					

Gobierno Nacional y de acuerdo con lo establecido en la normatividad legal vigente.

9.1 A QUIÉNES SE DIRIGE

Al Personal del Ministerio de Defensa Nacional, Fuerzas Militares, Empresas del Grupo Social y Empresarial de la Defensa – GSED; Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Departamento Nacional de Planeación, Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP, Procuraduría General de la Nación, Contraloría General de la República, entre otras Entidades de la Administración Pública, proveedores, usuarios de la ALFM, grupos de interés, partes interesadas, así como, al sector privado y a la ciudadanía en general.

9.2 DESCRIPCIÓN DE TIPOS DE COMUNICACIÓN

La Entidad informa sobre su misión y gestión utilizando los diferentes tipos de comunicaciones, así como las verbales, escritas, tecnológicas y masivas; estas últimas, son aquellas que por su naturaleza necesitan ser divulgadas por medios de comunicación tradicionales, que tengan una cobertura como radio, televisión, periódicos, revistas, entre otros.

9.2.1 Comunicaciones verbales

1) Audiencia Pública de Rendición de Cuentas (APRC)

La Rendición de cuentas está enmarcada en la Constitución Política de Colombia y en la Ley 489 de 1998, en la cual se estableció que las Entidades y Organismos de la Administración Pública tienen la obligación de desarrollar y brindar un espacio de participación ciudadana, en donde las personas naturales o jurídicas y diferentes Organizaciones sociales, se reúnen en un acto público para dar a conocer e intercambiar información, explicaciones, evaluaciones y propuestas sobre aspectos relacionados con la formulación, ejecución y evaluación de las políticas y programas a cargo de las Entidades del Sector Defensa.

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, acoge este mecanismo de rendición de cuentas y permiten a los ciudadanos, partes interesadas y otros grupos de interés (clientes, proveedores, ciudadanos en general) obtener mayor facilidad y acceso a la información pública, sobre la gestión de la Entidad y los resultados obtenidos, generando publicidad, transparencia y activando el control social, permitiendo a su vez que la comunicación sea integral.

Para su preparación se dictarán instrucciones específicas mediante Directiva Transitoria.

- Integrantes: Director General, Secretario General, Subdirectores Generales, Directores Nacionales y Regionales, Jefes de Oficina, Grupo Asesor de la Dirección, Coordinadores de Grupo, funcionarios, ciudadanía en general y partes interesadas.
- Frecuencia: Se realiza como mínimo una vez al año o cuando el Director General de la Entidad, así lo considere.
- Evidencia: El Grupo de Atención y Orientación Ciudadana elabora acta en donde se recopilan las memorias de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, la cual debe ser publicada en el Portal Web de la ALFM.

2) Consejo Directivo

De acuerdo con el Decreto No.4746 de 2005, se establece que el Consejo Directivo es un órgano de Dirección y Administración que desempeña funciones en los términos establecidos por la Constitución Política, Ley, Decreto de Creación de la ALFM, Estatutos Internos y demás Normas Reglamentarias, los participantes del Consejo Directivo son:



- El Ministro de Defensa Nacional o su delegado, quien lo presidirá.
- Jefe Operaciones Logísticas del Comando General de las Fuerzas Militares o quien haga sus veces.
- El Jefe de Logística del Ejército Nacional o quien haga sus veces.
- Jefe Operaciones Logísticas de la Armada Nacional o quien haga sus veces.
- El Jefe de Apoyo Logístico de la Fuerza Aérea Colombiana o quien haga sus veces.
- Dos Representante del Presidente de la República
- Director General de la ALFM quien asistirá con derecho a voz, pero sin voto.
- Secretario General de la ALFM.

Frecuencia: Se realiza en forma ordinaria cada dos (2) meses o extraordinariamente, cuando el Presidente del Consejo lo disponga o cuando algunos de sus integrantes o Director General de la ALFM, lo solicite.

Evidencia: Acta de sesión suscrita por los integrantes del Consejo Directivo, en donde se consignan las decisiones tomadas y los informes que presenta el Director General de la ALFM.

Plan Anticorrupción, Transparencia y Atención y Participación Ciudadana: La Entidad cuenta con esta herramienta, soportada por Directivas Institucionales, la cual permite establecer actividades de participación ciudadana y de rendición de cuentas que promueven la utilización de canales de comunicación, con el fin de que la ciudadanía y partes interesadas se encuentren informados sobre los programas, planes, proyectos, gestión, logros, y manejo de los recursos de la Entidad, entre otros. Para implementar estas acciones de acuerdo con los Lineamientos establecidos por el Gobierno Nacional para la Participación Ciudadana y Transparencia y Acceso a la Información Pública.

3) Rueda de prensa

El Representante Legal o los servidores públicos debidamente autorizados por la Alta Dirección, son los que tienen la facultad para dirigirse al público que asista a este tipo de evento, realizando la entrevista y dando respuesta a la misma. Estas son las acciones que se deben tomar en cuenta en este tipo de situaciones:

- Antes de iniciar la rueda de prensa se debe identificar las siguientes actuaciones como: Nombre de los medios de comunicación que asistirán a la rueda de prensa, nombres completos de los periodistas y su correspondiente identificación. El nombre de los periodistas y el medio para el que trabajan deben estar registrados en la base de datos que se usa para enviar el comunicado o la invitación a la rueda de prensa.
- Si la información del medio informativo es falsa, esta debe negarse.
- En caso de no tener la respuesta frente a alguna pregunta que surja en la rueda de prensa, recuerde que de manera diplomática puede argumentar no poder contestar la pregunta.
- Permanecer en calma, así se sienta atacado.
- Se debe ser claro y limitarse a responder lo que le preguntan, enunciando únicamente lo autorizado por la Entidad.
- El Director General de la Entidad, es el único servidor público con potestad de rendir declaraciones públicas, o a su vez el funcionario que este delegue.
- Los servidores públicos de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, no están en facultad de rendir información a medios de comunicación bajo ninguna circunstancia de modo, tiempo o lugar.

4) Entrevistas

El Representante Legal o los servidores públicos debidamente autorizados, son los que tienen la facultad para participar en este tipo de actividades. Las acciones que se deben tomar frente a este tipo de situaciones:

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12	Página 19 de 24		
		Fecha	02	12	2021

- Previo al inicio de la entrevista se debe identificar las siguientes actuaciones como: Nombre del medio informativo que va a realizar la entrevista, nombres completos del periodista y su correspondiente identificación y autorización para realizar la entrevista, duración de la entrevista, enfoque de la entrevista, se debe solicitar las preguntas con anticipación para dar la respuesta y a su vez escoger las ideas que se quieren comunicar para estar preparado en la entrevista.
- Si la información del medio informativo es falsa se debe negar.
- En caso de no tener la respuesta frente a alguna pregunta que surja en la entrevista, recuerde que de manera diplomática puede argumentar no poder contestar la pregunta.
- Permanecer en calma, así se sienta atacado.
- Se debe ser claro y limitarse a responder lo que le preguntan, enunciar únicamente lo autorizado por la Entidad.
- El Director General de la Entidad, es el único servidor público con potestad de rendir declaraciones públicas, o a su vez el servidor público que este delegue.
- Los servidores públicos de la Agencia Logística, que no estén debidamente autorizados por el Director General, no están en la facultad de rendir información a ningún medio de comunicación.

9.2.2 Comunicaciones Escritas

Mecanismo escrito, utilizado para divulgar información destinada a las Empresas del Sector Defensa y/o Públicas, proveedores y partes interesada para la Entidad, las cuales deben de ser avalados y firmados única y exclusivamente por el Director General de la Entidad u otro Directivo debidamente autorizado por la Alta Dirección, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03.

- Informe de Gestión Anual: Este se presenta al Consejo Directivo y a los grupos de interés externos, con el fin de dar a conocer la gestión desarrollada y los resultados obtenidos en la vigencia inmediatamente anterior, el cual es publicado por medio digital (portal Institucional).
- Los Servidores Públicos de la Entidad que deban emitir alguna respuesta por medio del correo electrónico institucional a usuarios, clientes, partes interesadas o personal del Sector Defensa ajeno a la Entidad, deben hacerlo bajo los siguientes parámetros:
 - La respuesta que se envía a través del correo electrónico institucional, debe garantizar que lleva la firma de un funcionario autorizado por el Jefe de la dependencia o Director General.
 - Es importante tener presente la imagen de la Entidad, por lo cual se debe de utilizar un lenguaje claro, asegurando las relaciones de calidad entre la Institución y la Ciudadanía a quienes se les transmite el mensaje con la información.
 - Las respuestas deben darse dentro de los formatos establecidos y aprobados por la Entidad.
 - El correo electrónico institucional de donde se emite la respuesta y/o información debe contar con los parámetros establecidos por parte de la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones de la Entidad.

9.2.3 Comunicaciones Tecnológicas

Estas se hacen a través de diferentes canales entre los cuales se encuentran el correo electrónico de cada funcionario, o través del portal institucional www.agencialogistica.gov.co, portal único del Estado Colombiano "GOV.CO" y redes sociales que maneja la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

1) Página web corporativa: (Sede Electrónica)

A través del Portal Web, la Entidad informa a la Ciudadanía y partes interesadas; los bienes, servicios, misión institucional, política y valores, organigrama, planes, proyectos, desempeño y gestión administrativa, entre otros. La participación de la ciudadanía, transparencia y acceso a la información

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 20 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

pública son los objetivos de la identidad corporativa institucional. Para lo cual la Entidad tiene como objetivos: Conectarse con la ciudadanía, grupos de valor y partes interesadas; posicionarse y diferenciarse de las otras entidades del sector; capturar nuevos clientes, aumentar la confianza, convertirse en la entidad número uno (1) en la operación logística.

A través de la página Web www.agencialogistica.gov.co, se establece contacto con la ciudadanía para proporcionar información institucional actualizada de forma permanente, se divulgan noticias, informes permanentes donde se publican los resultados de la gestión de la Entidad de acuerdo a cada Proceso, se expone información estadística y mediante el portafolio de servicios se da a conocer la misionalidad de la Entidad. La página web cuenta con espacios de contacto con la ciudadanía para propiciar la comunicación e interacción con los interesados.

2) Datos Abiertos:

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares anuncia a la ciudadanía y partes interesadas, por medio de la comunicación de Datos Abiertos, información con accesibilidad con el propósito de obtener datos estadísticos dentro del sector público. Este proyecto responde a las principales directrices de la construcción de Gobierno Abierto, frente a lo anterior los datos pueden ser utilizados, reutilizados y redistribuidos por la ciudadanía o las partes interesadas, con el fin de tener estadísticas, informes y/o proyecciones en el Sector Defensa.

3) Gobierno Digital:

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, genera una orientación digital hacia las partes interesadas, grupos de valor y sociedad, los cuales son actores importantes para la gestión administrativa y desempeño institucional, de acuerdo con las necesidades, problemáticas y aportes de la ciudadanía, generando un valor de confianza y seguridad en el manejo de la información, así como la transparencia y publicidad de la información.

Representa una oportunidad para incrementar el bienestar de los ciudadanos fortaleciendo la confianza pública a partir de un Estado que cada vez es más cercano e inteligente, a través del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, para lo cual permite la competitividad, publicidad, buen gobierno, transparencia, calidad del servicio, innovación y empoderamiento.

Canales de publicación y difusión de información consultada por grupos de valor, en donde la ALFM tiene dispuesto para los grupos de valor los canales de publicación y difusión de la siguiente forma:

- Página Web (Sede Electrónica).
- Datos Abiertos.
- Redes Sociales.
- Presencialmente puntos de atención y orientación al ciudadano en las instalaciones o sedes de la Entidad a nivel nacional.
- Centro Documental de la Entidad: Es un repositorio de la Entidad donde se almacena información de cada proceso frente a documentos de consulta de los actos administrativos, políticas de operación, normatividad de la entidad, lo cual resulta de fácil acceso o consultas por parte de los usuarios y partes interesadas.

9.2.4 Comunicaciones Masivas

Son las que se expresan de manera extensiva a una población en general, por tal razón la ALFM ha designado al Grupo de Marketing y Comunicaciones para la realización de este tipo de información, que deben contar con el aval del Director General para ser publicada hacia el usuario, entre las cuales se citan los brochures, entrevistas radiales, notas televisivas, pendones y ferias de exposición.



- 1) Comunicado de prensa: Es un acto informativo en donde el Director General o el vocero autorizado por este, divulga a la opinión pública en general una situación o versión de un hecho Institucional, administrativo, de relevancia local, nacional o internacional, el cual tiene las siguientes características:
 - Debe obedecer a un hecho noticiable de actualidad.
 - Vida útil breve y concreta.
 - Claridad en los mensajes.
 - No debe contener información redundante, ambigua o inútil.
 - Debe estar redactada en un lenguaje accesible y claro a la ciudadanía.
 - No utilizar adjetivos.
 - Fuente fiable y datos contrastables.
- 2) Artículos en revistas: Estos anuncios masivos, se realizan cuando la Entidad desea comunicar a la opinión pública, un tema relevante o de interés a la ciudadanía.

10 IDENTIDAD CORPORATIVA

La Agencia Logística de las Fuerzas Militares, diseñó una imagen corporativa, con la cual desea obtener reconocimiento a nivel nacional y posicionarse en la mente de sus clientes y/o usuarios y proveedores como una Entidad líder en Logística de Abastecimientos. Por tal razón, se ha diseñado la "Guía Manejo Identidad Corporativa" código GRV-GU-01 que se encuentra publicada en la herramienta Suite Visión Empresarial, con el fin de establecer parámetros de manejo y utilización.

11 REDES SOCIALES

La ALFM ha creado el perfil organizacional en las siguientes redes sociales, con el fin de abarcar la demanda de comunicación exigida por parte de la ciudadanía y partes interesadas en conocer la gestión institucional en cumplimiento con los criterios establecidos en el Manual de Gobierno Digital y normatividad legal vigente y aplicable.

Estos son los perfiles de Redes Sociales que actualmente maneja la Entidad:

- Facebook: Se encuentra como fanpage así: Agencia Logística de las Fuerzas Militares, en este espacio se publicitan los bienes y servicios que ofrece la Entidad, así como también información relevante de la misma.
- Twitter: Se encuentra como: @AgLogistica, en este espacio se publican en breves frases los bienes, servicios y gestión que ofrece la Agencia Logística y aspectos de interés general.
- Canal YouTube: En este espacio se publican videos institucionales alusivos a la gestión y a los eventos más representativos que realice la Entidad. Se encuentra como: Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
- Instagram: En este espacio se publica material fotográfico alusivo a la gestión de la Entidad. Se encuentra como: aglogisticafm.

El Grupo de Marketing y Comunicaciones es el encargado de la administración y publicidad de la información a través de las cuentas mencionadas anteriormente.

11.1 Manejo de la información y el lenguaje en el uso de redes sociales.

- La información y el lenguaje en redes sociales, se basan en los principios de distribución efectiva y veraz de la información, las cuales se deben de tratar con respeto hacia los ciudadanos.
- El contenido debe ser claro, preciso y con un lenguaje sencillo, en razón a que estas redes son utilizadas por diferentes perfiles de personas y regiones del país.

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TÍTULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 22 de 24	
		Fecha	02	12	2021
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

- No se deben usar tecnicismos.
- Los contenidos deben regirse de acuerdo a las normas de ortografía, y gramática establecidos por la Real Academia Española y por la entidad.
- Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos y oportunos.
- El contenido no debe ser ofensivo ni discriminatorio.
- Se deben tener en cuenta los derechos de autor y propiedad intelectual.
- El material gráfico debe ir acorde con los textos.

12 MATRICES DE COMUNICACIÓN

Las matrices de comunicaciones son el medio por el cual se controla el flujo de información de cada uno de los procesos que conforman el SIG de la ALFM; es la consolidación de las comunicaciones que emiten los procesos a nivel interno y externo; identificando: quién comunica, a quién le comunica, cuándo lo comunica, con qué frecuencia, los registros, el proceso o actividad relacionados los medios y estrategias utilizados.

Estas matrices se deben actualizar cuando se hagan ajustes a la información que emita cada uno de los procesos y el compromiso de mantenerla actualizada será de cada responsable, quienes deberán revisarla mínimo una vez al año, acorde a los lineamientos establecidos en el "Manual de elaboración de documentos ALFM" Código GI-MA-03.

Así mismo, los procesos pueden solicitar asesoría y acompañamiento en la creación y/o actualización de la matriz de comunicaciones de cada proceso a la Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional.

13 PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIONES

El Grupo de Marketing y Comunicaciones elabora anualmente el Plan de Marketing y Comunicaciones, el cual está compuesto por una serie de actividades que describen las acciones a seguir dentro de la vigencia, con el objetivo de mejorar la imagen de la Entidad a nivel nacional.

14 DIRECTIVA PERMANENTE LINEAMIENTOS EDITORIAL PORTAL WEB E INTRANET

Documento en el que se establecen los lineamientos para la actualización y publicación de información en la página Web, intranet y centro documental de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares, con el objetivo de emitir instrucciones a la Oficina de Tecnología de la Información y Comunicaciones - TIC, Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional, Grupo de Marketing y Comunicaciones, responsables de los procesos así como los editores Web; cabe resaltar que la responsabilidad de la información que se divulga a través de la página Web, Intranet y Centro Documental debe ser revisada y autorizada previamente por cada uno de los responsables de proceso, y a su vez los editores web son los responsables de velar porque la información publicada, se encuentre debidamente organizada, actualizada y legible hacia las partes interesadas; con el fin de organizar y controlar el flujo de información, de acuerdo con lo estipulado en la normatividad legal vigente. La Directiva Permanente, podrá ser consultada en su versión actualizada en el Centro Documental de la Entidad.

14.1 SOLICITUD PUBLICACIÓN, RESPONSABILIDAD, SEGURIDAD Y RETIRO DE LA PUBLICACION DE LA INFORMACIÓN

Para la publicación de la información se deberá:

1. El responsable de contenidos, previa aprobación de los mismos, enviará la información al editor web, por los canales oficiales de la Entidad (Correo Electrónico), especificando las consideraciones y el sitio o link para la publicación, en los casos que se requiera.

PROCESO										
GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR										
 AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES La unión de nuestras Fuerzas	TITULO MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					Código: GRV-MA-01			 Ministerio de la Defensa La unión de nuestras Fuerzas	
						Versión No. 12		Página 23 de 24		
						Fecha	02	12		2021

2. El editor web realizará la publicación solicitada, en el sitio indicado y teniendo en cuenta las indicaciones enviadas por el responsable de la información, previa revisión de la información.
3. El editor web, enviara confirmación al responsable de la publicación usando el correo electrónico oficial de la entidad.
4. El responsable, verificará la publicación y en caso de alguna imprecisión o modificación, se comunicará con el editor web para solicitar los cambios correspondientes.

Responsabilidad

1. Los responsables de cada Proceso y/o Dependencia deben de velar por la información que se divulga a través de la página Web, Intranet y Centro Documental relacionada con su proceso; por lo cual, la publicación debe ser revisada y autorizada previamente por Secretario General, Subdirectores Generales, Directores, Jefes de Oficina, Coordinadores y Editores Web de contenidos.
2. Los Editores Web deben de estar en permanente actualización y verificación de la información conforme a lo establecido en la Directiva N° 08 del 11 de agosto de 2021, la cual podrá ser consultada en el centro documental de la entidad y normatividad vigente.
3. La información debe de ser entendible, agradable, verificable y completa, que genere beneficio para las partes interesadas, grupos de valor y ciudadanía y que no se preste para malas interpretaciones, puesto que es la imagen de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.
4. El Grupo de Marketing y Comunicaciones, brindará lineamientos y asesoría a las dependencias, por solicitud o cuando lo considere oportuno; para la generación, modificación y retiro de acciones de participación ciudadana.

Tabla - Frecuencia y responsables de contenidos externos de la Pagina WEB

Contenido	Periodicidad	Generador	Supervisor y/o delegado por el Responsable	Publicador
Contenidos noticiosos	Según necesidad	Responsable Grupo de Marketing y Comunicaciones	Grupo Marketing y Comunicaciones	Editor WEB
Textos	Por solicitud	Responsables de Procesos y/o Dependencias	Delegado del responsable	Editor WEB
Campaña de Comunicación	Campaña de Comunicación en ejecución	Responsable Grupode Marketing y Comunicaciones	Grupo Marketing y Comunicaciones	Editor WEB
Información Institucional	De acuerdo a requerimiento	Responsables de Procesos y/o Dependencias	Oficina Asesora de Planeación e Innovación Institucional - Grupo Marketing y Comunicaciones	Editor WEB
Normatividad	De acuerdo a laLey	Responsables de Procesos y/o Dependencias	Delegado del responsable	Editor WEB

PROCESO		GESTIÓN DE INNOVACIÓN Y REDES DE VALOR			
	TITULO	Código: GRV-MA-01			
		Versión No. 12		Página 24 de 24	
		Fecha	02	12	2021
					
MANUAL DE COMUNICACIONES ALFM					

15 DOCUMENTOS DE APOYO – COMUNICACIONES

Será facultativo de los procesos mencionados a continuación, la revisión, actualización y/o eliminación de las mismas, así:

NOMBRE DOCUMENTO	PROCESO RESPONSABLE
Manual de elaboración de documentos ALFM - código GI-MA-03 dispuesto en la herramienta Suite Visión Empresarial	Desarrollo Organizacional y Gestión Integral
Guía de Imagen e Identidad Corporativa ALFM" – código GRV-GU-01 dispuesta en la SVE	Gestión de Innovación y Redes de Valor - Grupo Marketing y Comunicaciones