

Área de Comunicaciones

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

03 DE SEPTIMBRE DE 2025

PO-GEI-002

- I. Introducción**
- II. Objetivo**
- III. Alcance**
- IV. Marco normativo**
- V. Elementos de la política**
 - **Declaración de la política**
 - **Principios (si aplica)**
 - **Consideraciones generales**
 - **Desarrollo de la política**
 - **Estrategias**
 - **Acciones**
 - **Actualización y divulgación**
 - **Seguimiento**
 - **Cronograma o instrumento para el seguimiento a la implementación de la política**
 - **Indicadores (por estrategia) de implementación**
- VI. Glosario**
- VII. Bibliografía**

Introducción

La Superintendencia de la Economía Solidaria, como entidad que supervisa y controla las organizaciones del sector solidario, reconoce la importancia de una comunicación efectiva, clara e inclusiva para cumplir con su misión y fortalecer la relación con la ciudadanía. El Grupo de Comunicaciones, encargado de diseñar y mantener actualizada la Política de Comunicaciones, tiene la responsabilidad de garantizar que esta política refleja los principios de transparencia, inclusión y participación.

Esta Política de Comunicaciones está diseñada para apoyar la gestión y visibilización de espacios de participación ciudadana, de acuerdo con los lineamientos del Despacho de la Superintendente de la Economía Solidaria. Asimismo, busca administrar de manera eficiente los diversos canales de comunicación institucionales, entre los que se incluyen la página web, intranet, redes sociales, y otros medios digitales y tradicionales.

La producción de contenidos relevantes y de calidad, tanto internos como externos, es fundamental para visibilizar la gestión de la Superintendencia y mantener una comunicación fluida y transparente con la ciudadanía. Además, la política contempla la gestión del relacionamiento con los medios de comunicación para asegurar una cobertura adecuada de las actividades institucionales.

Esta política también establece directrices para la convocatoria, acompañamiento y difusión de actividades en las que participe la Superintendencia, y apoyo en el diseño de estrategias de comunicación que faciliten la divulgación y socialización de la gestión de las distintas dependencias. Asimismo, brinda apoyo técnico en la estructuración y aplicación de mecanismos de medición de satisfacción de los grupos de valor e interés, en coordinación con el Grupo de Relacionamiento con la Ciudadanía.

Esta Política de Comunicaciones busca establecer un marco integral y dinámico que promueva una comunicación inclusiva, clara y efectiva, alineada con las funciones y objetivos del Grupo de Comunicaciones y de la Superintendencia de la Economía Solidaria.

Objetivos

Objetivo General:

Establecer los lineamientos institucionales para orientar la comunicación interna y externa de la Superintendencia de la Economía Solidaria, garantizando un flujo de información claro, oportuno, incluyente, accesible y transparente para los grupos de valor, promoviendo el diálogo, la confianza y el fortalecimiento de la cultura organizacional.

Objetivos Específicos

1. Diseñar y mantener actualizada la Política de Comunicaciones: Garantizar que la Política de Comunicaciones refleje las necesidades y objetivos institucionales, adaptándose a los cambios en el entorno social y tecnológico para mantener su relevancia y efectividad.
2. Apoyar en la gestión y visibilización de espacios de participación ciudadana: Promover y facilitar la participación activa de la ciudadanía en los procesos y actividades de la Superintendencia, asegurando que estos espacios sean accesibles y representativos de la diversidad de la comunidad.
3. Administrar los canales de comunicación institucionales: Gestionar y optimizar el uso de todos los canales de comunicación de la Superintendencia, incluyendo la página web, intranet, redes sociales y todos los medios digitales que se considere pertinente desde el Grupo de Comunicaciones, para garantizar una comunicación coherente, accesible y oportuna.
4. Producir contenidos informativos: Crear y distribuir contenidos relevantes y de calidad que reflejen la gestión y los logros de la Superintendencia, utilizando un lenguaje claro e inclusivo para llegar a diferentes públicos internos y externos.
5. Gestionar relaciones con medios de comunicación: Establecer y mantener relaciones efectivas con medios de comunicación locales y nacionales para asegurar una cobertura adecuada de las actividades y logros de la Superintendencia, mejorando la visibilidad y percepción pública de la entidad.
6. Coordinar la difusión de actividades institucionales: Organizar y promover la difusión de las actividades internas y externas en las que participe la Superintendencia, asegurando una comunicación efectiva y coordinada con todos los actores involucrados.
7. Apoyar en el diseño de estrategias de comunicación: Colaborar con las distintas dependencias de la entidad en la formulación e implementación de estrategias de comunicación que faciliten la divulgación de su gestión y contribuyan al cumplimiento de sus objetivos específicos.
8. Asistir técnicamente en la medición de satisfacción: Proveer asistencia técnica a las distintas dependencias en la elaboración, revisión y aplicación de mecanismos de medición de satisfacción de los grupos de interés, en coordinación con el Grupo de Relación Estado-Ciudadanía, para mejorar continuamente los procesos y servicios de la Superintendencia.
9. Desarrollar funciones adicionales relacionadas con comunicaciones: Ejecutar cualquier otra actividad que se derive de la naturaleza del Grupo de Comunicaciones, contribuyendo de manera integral al fortalecimiento de la comunicación institucional y al logro de los objetivos estratégicos de la Superintendencia. Estos objetivos específicos se alinean con las funciones del Grupo de Comunicaciones y garantizan una gestión comunicativa coherente, inclusiva y efectiva, en beneficio de la entidad y de las ciudadanías.

Alcance

La Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria, aplica a todas las dependencias y servidores públicos de la Superintendencia de la Economía Solidaria, así como a los terceros que actúan en su nombre y que generan o difunden información de interés institucional.

Enfoque

- 1.Enfoque de derechos: Reconoce la comunicación como un derecho fundamental que fortalece la democracia y la rendición de cuentas.
- 2.Enfoque diferencial: Atiende las particularidades de los distintos grupos poblacionales, garantizando una comunicación efectiva y sin discriminación.
- 3.Enfoque de servicio: Orienta las acciones comunicativas hacia la mejora en la atención al ciudadano y la experiencia del usuario.
- 4.Enfoque territorial: Tiene en cuenta las dinámicas, necesidades y realidades de los territorios para diseñar estrategias más efectivas.

Esta política incluye, pero no se limita a, las siguientes áreas:

- ❖ Diseño y actualización de la Política de Comunicaciones:
 - El Grupo de Comunicaciones se encargará de diseñar, revisar y actualizar esta política de manera continua, asegurando que refleje las necesidades y objetivos institucionales y se adapte a los cambios en el entorno social y tecnológico.
- ❖ Gestión y visibilización de espacios de participación ciudadana:
 - Apoyo en la creación, promoción y gestión de espacios de participación para la ciudadanía, de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Despacho de la Superintendente de la Economía Solidaria.
- ❖ Administración de los canales de comunicación:
 - Gestión integral de todos los canales de comunicación de la Superintendencia, incluyendo la página web, intranet, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, X, LinkedIn, YouTube), WhatsApp, correo electrónico y cualquier otro canal necesario para cumplir con los propósitos institucionales.
- ❖ Producción de contenidos:
 - Elaboración y difusión de contenidos relacionados con la gestión de la Superintendencia para su publicación en los canales de comunicación internos y externos, garantizando que la información sea clara, accesible y pertinente.
- ❖ Relación con los medios de comunicación:
 - Gestión de las relaciones con los medios de comunicación para asegurar una cobertura adecuada de las actividades y logros de la Superintendencia, promoviendo una imagen positiva y transparente de la entidad.
- ❖ Convocatoria, acompañamiento y difusión de actividades:

- Organización y promoción de las actividades internas y externas en las que participe la Superintendencia, asegurando una comunicación efectiva y coordinada con todos los actores involucrados.
- ❖ Diseño de estrategias de comunicación:
 - Colaboración con las distintas dependencias en la formulación e implementación de estrategias de comunicación que faciliten la divulgación de su gestión y contribuyan al cumplimiento de sus objetivos específicos.
- ❖ Medición de satisfacción de los grupos de valor e interés:
 - Apoyo técnico a las distintas dependencias en la estructuración, revisión y aplicación de mecanismos e instrumentos de medición de satisfacción de los grupos de interés, en coordinación con el Grupo de Relación Estado-Ciudadanía.

En conjunto, esta política busca asegurar que todas las comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria sean inclusivas, claras, efectivas y alineadas con los principios de transparencia y participación ciudadana.

Esta política aplica a todas las dependencias, funcionarios, funcionarias y contratistas de la Superintendencia de la Economía Solidaria, así como todo aquel que intervienen en la gestión de las comunicaciones de la entidad.

Marco normativo

La Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria se fundamenta en un conjunto de leyes, decretos y normativas que establecen los principios y lineamientos para una comunicación transparente, inclusiva y participativa. A continuación, se detallan las principales normativas que regulan y orientan esta política:

1. Constitución Política de Colombia (1991): artículo 20, el cual garantiza el derecho a la libre expresión y acceso a la información.
2. Ley 134 de 1994: reglamenta los mecanismos de participación ciudadana, fomentando la democracia participativa y el acceso de la ciudadanía a la información y a los procesos de decisión pública.
3. Ley 489 de 1998: establece la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, incluyendo la importancia de la transparencia y la rendición de cuentas en la administración pública.
4. Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional): promueve la transparencia de la gestión pública, garantiza el derecho de acceso a la información pública y establece los procedimientos para la divulgación proactiva de información por parte de las entidades públicas.
5. Ley 1757 de 2015: regula la promoción y protección del derecho a la participación democrática en Colombia, fortaleciendo la relación entre el Estado y la ciudadanía mediante la participación y la consulta pública.
6. Decreto 1083 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector de la Función Pública): unifica y actualiza las normas relacionadas con la gestión de la función pública, incluyendo las disposiciones sobre la comunicación institucional y la transparencia.
7. Decreto 103 de 2015: reglamenta la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, detallando las obligaciones de las entidades públicas en cuanto a la publicación y acceso a la información.
8. Ley 1581 de 2012 (Ley de Protección de Datos Personales): regula el tratamiento de datos personales en Colombia, estableciendo principios y derechos para garantizar la privacidad y la protección de la información personal.
9. Normativa interna de la Superintendencia de la Economía Solidaria: manuales y directrices internas que establecen los procedimientos específicos para la gestión de las comunicaciones, la participación ciudadana y la relación con los medios de comunicación.

Estos marcos normativos proporcionan la base legal y conceptual para la implementación de una política de comunicaciones que promueva la inclusión, la transparencia y la participación ciudadana, alineada con las funciones y responsabilidades del Grupo de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria.

Elementos de la Política

Declaración de la Política

La Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria establece un marco integral para la gestión de las comunicaciones internas y externas, promoviendo la transparencia, la inclusión y la participación ciudadana. Esta política tiene como objetivo garantizar que la información relacionada con la gestión de la Superintendencia sea accesible, clara y pertinente, contribuyendo a fortalecer la relación entre la entidad y la ciudadanía.

Principios

1. Transparencia: La información se comunica de manera abierta, veraz y verificable.
2. Oportunidad: Los mensajes se emiten en el momento adecuado para que tengan impacto y utilidad.
3. Accesibilidad: Los contenidos se adaptan para llegar a diversos públicos, teniendo en cuenta barreras físicas, tecnológicas y cognitivas.
4. Participación: Se promueve el intercambio de información y el diálogo con la ciudadanía.
5. Inclusión: Se utiliza un lenguaje incluyente y no sexista, reconociendo la diversidad de la ciudadanía.
6. Pertinencia: La información está alineada con los intereses y necesidades de los grupos de valor.
7. Coherencia: Se mantiene unidad en los mensajes y la imagen institucional.

Consideraciones Generales

- Audiencia: la política está dirigida a servidores públicos, colaboradores, grupos de valor e interés y ciudadanía en general.
- Canales de comunicación: Se priorizará el uso de canales digitales accesibles, sin descuidar medios presenciales o alternativos que garanticen cobertura a poblaciones sin conectividad. La selección de canales será estratégica, según la naturaleza del mensaje y el público objetivo. Se utilizarán diversos canales de comunicación, incluyendo la página web, intranet, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, X, LinkedIn, YouTube), WhatsApp, correo electrónico y otros medios pertinentes.
- Lenguaje: se utilizará un lenguaje claro, inclusivo y adaptado a las características de cada uno de los grupos de valor e interés.

Detalle de la Política

1. Diseño y actualización de la política: el Grupo de Comunicaciones será responsable de diseñar, revisar y mantener actualizada esta política.
2. Visibilización de la participación ciudadana: promover espacios de participación ciudadana y asegurar su adecuada difusión.
3. Administración de canales de comunicación: gestionar y mantener activos los diversos canales de comunicación de la Superintendencia.
4. Producción de contenidos: crear y distribuir contenidos de calidad que reflejen la gestión de la Superintendencia.
5. Relación con medios de comunicación: establecer y mantener relaciones efectivas con los medios de comunicación para asegurar una adecuada cobertura de las actividades institucionales.
6. Convocatoria y difusión de actividades: organizar y difundir las actividades internas y externas en las que participe la Superintendencia.
7. Diseño de estrategias de comunicación: colaborar en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para las diferentes dependencias.
8. Medición de satisfacción: apoyar técnicamente en la estructuración y aplicación de mecanismos de medición de satisfacción de los grupos de valor e interés.

Estrategias

1. Estrategia de comunicación interna: Fomenta la articulación institucional, el sentido de pertenencia y el trabajo colaborativo entre los servidores públicos.
2. Estrategia de comunicación externa: Busca fortalecer la relación con los grupos de valor, facilitar el acceso a la información pública y posicionar a la Superintendencia como una entidad cercana, confiable y efectiva.
3. Estrategia de participación ciudadana: promover la participación activa de la ciudadanía en los procesos y decisiones de la Superintendencia.

Acciones

2. Mejora continua: evaluar y actualizar continuamente las estrategias y métodos de comunicación utilizados.
3. Innovación tecnológica: adoptar nuevas tecnologías que faciliten y mejoren la comunicación con los diferentes públicos.

Actualización y divulgación

- Periodicidad de revisión: la política será revisada y actualizada cada dos años o cuando sea necesario, según los cambios en el entorno y las necesidades institucionales.
- Divulgación: la política será divulgada a través de todos los canales de comunicación disponibles, asegurando que llegue a todos los públicos pertinentes.

Seguimiento

- La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará un seguimiento periódico al cumplimiento de esta política mediante indicadores de gestión, encuestas de percepción y análisis de impacto, con el fin de mejorar continuamente los procesos de comunicación.
- Reportes periódicos: el Grupo de Comunicaciones presentará reportes semestrales sobre el estado y avances en la implementación de la política.

Este marco estructurado asegura que la Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria sea efectiva, inclusiva y alineada con las funciones del Grupo de Comunicaciones, contribuyendo al fortalecimiento de la comunicación institucional y al cumplimiento de los objetivos misionales de la entidad.

Glosario

Comunicación interna: proceso de intercambio de información dentro de la organización que facilita la colaboración y la cohesión entre los miembros de la entidad.

Comunicación externa: proceso de intercambio de información entre la organización y su entorno, incluyendo ciudadanos, entidades externas y medios de comunicación.

Canales de comunicación: medios a través de los cuales se transmite la información, como página web, intranet, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, X, LinkedIn, YouTube), WhatsApp, correo electrónico, entre otros.

Transparencia: principio que promueve la accesibilidad y claridad de la información, permitiendo a la ciudadanía conocer las acciones y decisiones de la Superintendencia.

Inclusión: estrategia que garantiza que todas las personas, sin importar sus características o condiciones, tengan acceso y puedan participar en los procesos de comunicación.

Participación ciudadana: mecanismos y espacios que permiten a los ciudadanos involucrarse activamente en la toma de decisiones y en la gestión pública.

Medición de satisfacción: proceso de evaluación de la percepción y satisfacción de los grupos de interés respecto a los servicios y comunicaciones de la Superintendencia.

Grupos de interés: En concordancia con la Política de Relacionamento Ciudadano, se reconoce a los grupos de valor como aquellas personas, organizaciones y sectores que se ven impactados por la gestión institucional o que tienen interés legítimo en las decisiones y acciones de la Superintendencia. Estos grupos incluyen, entre otros, a los ciudadanos, las organizaciones de la economía solidaria, los entes de control, otras entidades del Estado, los medios de comunicación y los funcionarios públicos, quienes constituyen actores clave en los procesos de participación, diálogo y rendición de cuentas.

Rendición de cuentas: obligación de la Superintendencia de informar y explicar sus acciones, decisiones y resultados a la ciudadanía y otros grupos de interés.

Este glosario proporciona las definiciones clave para comprender y aplicar la Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria, asegurando un lenguaje claro e inclusivo que facilita la participación y comprensión de todos los involucrados.

Divulgación

La divulgación de la Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria es un proceso crucial para asegurar que todas las partes interesadas estén informadas y puedan participar activamente en su implementación. Esta sección describe las estrategias y acciones específicas para asegurar que la política sea conocida y comprendida por todos los públicos pertinentes, utilizando un lenguaje claro e inclusivo.

Estrategias de divulgación y lanzamiento oficial

1. Comunicación interna: publicar la política en la intranet institucional y enviar comunicados internos a través del correo electrónico institucional.
2. Comunicación externa: publicar la política en la página web oficial de la Superintendencia, asegurando fácil acceso y visibilidad.
3. Materiales de apoyo: desarrollar videos y piezas gráficas que expliquen de manera visual y simplificada los elementos principales de la política.

Principios de la divulgación

1. Accesibilidad: asegurar que la información esté disponible en formatos accesibles para todas las personas, aplicando el enfoque diferencial.
2. Claridad: utilizar un lenguaje sencillo y directo que facilite la comprensión de todos los aspectos de la política.
3. Inclusión: considerar las necesidades y características de todos los grupos de valor e interés al diseñar y distribuir los materiales de divulgación.
4. Transparencia: mantener una comunicación abierta y constante sobre la implementación y los avances de la política.

A través de estas estrategias y acciones, la Superintendencia de la Economía Solidaria busca garantizar una amplia y efectiva divulgación de su Política de Comunicaciones, fortaleciendo la transparencia, la participación y la confianza de la ciudadanía en la gestión de la entidad.

La presente política se difundirá mediante circulares internas, publicaciones en la intranet y la página web institucional, así como a través de las redes sociales oficiales de la Superintendencia.

Bibliografía

1. Normativa y Documentación Oficial:

- Constitución Política de Colombia. (1991). Artículos relacionados con la transparencia y el acceso a la información pública.
- Ley 1712 de 2014. Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.
- Decreto 2150 de 1995. Por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios en la administración pública.

2. Manuales y Guías Institucionales:

- Manual de Comunicaciones Internas de la Superintendencia de la Economía Solidaria.
- Guía para la Elaboración y Difusión de Contenidos en Redes Sociales de la Superintendencia de la Economía Solidaria.

3. Referencias Teóricas y Conceptuales:

- García, M. (2018). "La importancia de la comunicación institucional en la era digital". Revista de Comunicación y Sociedad.
- Pérez, A. (2016). "Transparencia y Participación Ciudadana: Fundamentos para una Gestión Pública Eficaz". Editorial Universidad Nacional.

4. Estándares y Buenas Prácticas:

- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2014). "Manual para la Comunicación Inclusiva en el Ámbito Laboral".
- Naciones Unidas. (2015). "Principios de Transparencia y Gobierno Abierto".

5. Herramientas y Tecnologías de Comunicación:

- "Uso de las Redes Sociales en la Gestión Pública". (2020). Informe del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia.
- "Guía de Accesibilidad Web". (2018). World Wide Web Consortium (W3C).

6. Documentos Internos de la Superintendencia de la Economía Solidaria:

- Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria (documento base).
- Actas y Minutas de Reuniones del Grupo de Comunicaciones.

7. Referencias Adicionales:

- Superintendencia de la Economía Solidaria. (2023). "Informe Anual de Gestión".
- Banco Mundial. (2017). "Informe sobre la Inclusión Social y la Comunicación en América Latina".

Esta bibliografía proporciona una base sólida y amplia para la elaboración y actualización de la Política de Comunicaciones de la Superintendencia de la Economía Solidaria, integrando marcos legales, teorías, guías prácticas y documentos específicos de la entidad.

CONTROL DE CAMBIOS DE LA POLÍTICA		
VERSIÓN	FECHA	DETALLE DE LOS CAMBIOS EFECTUADOS
0	Diciembre-2020	Primera versión del documento
1	Agosto-2023	Actualización de logos
2	Septiembre-2025	Actualización generalidades de la política

Proyectó: Emily Vanessa Briceño Guerrero. Profesional en Comunicaciones. 22/08/2025

Revisó: Nidia Esther Muñiz Pereira. Profesional en Comunicaciones. 22/08/2025

Aprobó: Luis Eduardo Mejia Sandoval. Profesional Especializado 22/08/2025