

REPUBLICA DE COLOMBIA



## **SUPERINTENDENCIA DE LA ECONOMIA SOLIDARIA**

### **RESOLUCION NUMERO 955 DE**

**( 20/11/07 )**

Por la cual se adopta la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria

### **EL SUPERINTENDENTE DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA**

En ejercicio de las facultades legales y en especial las conferidas en los numerales 3 y 9 del artículo 5º del Decreto 186 del 26 de enero de 2004,

#### **CONSIDERANDO:**

Que dentro de la implementación del Modelo Estándar de Control Interno para entidades del Estado (MECI) definido para el sector público, se incluye el componente de Control Comunicación e Información.

Que los componentes de Control Comunicación e Información se desarrollan en el Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del Estado (MCPOI), derivado del Modelo Estándar de Control Interno.

Que se hace necesario aplicar el Modelo de comunicación pública organizacional e informativa en la Superintendencia de la Economía Solidaria.

Que dentro de la implementación del Modelo, se incluye la formulación de una Política de Comunicación, para lo cual se hace necesario redefinir la política adoptada por la Superintendencia a través de la Circular Interna No. 005 de mayo de 2005.

Que con fundamento en las anteriores consideraciones.

#### **RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º.-** Adoptar la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria, la cual hace parte integral de la presente resolución y está integrada por las siguientes disposiciones.

#### **POLÍTICA DE COMUNICACIÓN**

##### **I. OBJETIVO GENERAL Y COMPROMISOS:**

Asegurar el desarrollo de una gestión comunicacional orientada a la construcción y mantenimiento de confianza hacia la Superintendencia de la Economía Solidaria entre todos sus públicos para

*Continuación de la Resolución por la cual se adopta la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria*

favorecer el logro de los objetivos institucionales, a través del fortalecimiento de la apertura, la interlocución y la visibilidad de la entidad.

Para el cumplimiento de la presente política, la Superintendencia acatará los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad de la función pública consagrados en el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia, y se compromete a:

**1. Compromiso con la Comunicación Pública**

Asumir la comunicación y la información como bienes públicos, a conferirles un carácter estratégico y orientarlas hacia el fortalecimiento de la identidad institucional y a la expansión de la capacidad productiva de los miembros de la entidad.

**2. Compromiso con la Comunicación Organizacional**

Orientar la comunicación organizacional a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos de la Entidad.

**3. Compromiso de Confidencialidad**

Adoptar mecanismos para que la información privilegiada que es reserva de la Entidad no sea publicada o conocida por terceros.

**4. Compromiso con la Circulación y Divulgación de la Información**

Implantar una política de comunicación informativa adecuada para establecer un contacto permanente y correlativo con sus grupos de interés.

**5. Compromiso con el Gobierno en Línea**

Atender las disposiciones del Gobierno en Línea para mantener actualizada la página WEB de la Entidad.

**II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.**

Con base en la Política de Comunicación establecida por la Alta Dirección de la entidad, se han fijado los siguientes objetivos específicos:

- Promover espacios de comunicación y difusión de información para legitimar su procedencia.
- Asegurar la identidad corporativa de la Entidad.
- Proyectar una imagen institucional positiva para su reconocimiento en el entorno.
- Propiciar la participación de los funcionarios en las decisiones y procesos en los que éstos intervengan, con el fin de obtener una oportuna y valiosa retroalimentación para la mejora de procesos.
- Facilitar la mejora e implementación de herramientas y tecnologías para el eficaz flujo de la comunicación y la información generada y/o procesada en la entidad.

**III. DEFINICIONES**

Para el efecto se entenderá por **Comunicación Organizacional** la ordenación de sistemas de comunicación que faciliten el flujo de mensajes entre los miembros de la Superintendencia, o entre ésta y su entorno; o bien que influyan en las opiniones, actitudes y conductas de sus diferentes públicos, con el fin de favorecer el cumplimiento de los objetivos de la entidad.

En este contexto, Supersolidaria orientará su política de comunicación en dos dimensiones:

- **Comunicación con los públicos internos o interlocución** identificada como el conjunto de estrategias dirigidas a la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre los miembros de la Superintendencia que permitan mantenerlos informados, integrados y motivados para contribuir con su labor al logro de los objetivos organizacionales.

*Continuación de la Resolución por la cual se adopta la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria*

- **Comunicación con los públicos externos o de apertura y visibilidad** que integra el conjunto de estrategias dirigidas por la entidad hacia su público externo, encaminadas a crear, mantener y mejorar sus relaciones institucionales, a dar respuesta a los requerimientos de la ciudadanía, a proyectar una imagen favorable, a promover los resultados de su gestión y a garantizar la rendición de cuentas.

#### IV. ALCANCES.

**La gestión comunicacional en la Superintendencia de la Economía Solidaria tendrá los siguientes alcances:**

##### 1.1.1 INTERLOCUCIÓN:

###### COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS:

La comunicación interna en la Superintendencia de la Economía Solidaria debe facilitar y favorecer la construcción y consolidación de la cultura organizacional a través de diversos espacios de interlocución, de difusión de mensajes y de configuración de imaginarios colectivos. En este sentido, la comunicación interna tendrá los siguientes caracteres y criterios:

##### 1.2 Carácter de la comunicación organizacional interna.

La comunicación organizacional interna estará caracterizada por la construcción de sentido de pertenencia y por el establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos, sin perjuicio de la jerarquía propia de la estructura institucional.

Criterios:

- La gestión comunicacional propenderá porque en Supersolidaria los servidores públicos interioricen la visión, misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.
- La comunicación entre los servidores públicos de Supersolidaria debe procurar unas relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.
- La comunicación en Supersolidaria propiciará el aprendizaje organizacional y la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional.
- Se dispondrá de medios oficiales internos de información que serán actualizados permanentemente y que deberán llegar en forma masiva a todos los colaboradores.
- Habrá procesos de inducción al proyecto estratégico de cada administración para sintonizar a los servidores públicos con el Plan Estratégico; y de reinducción para alinearlos con los resultados, avances, reenfoques y desarrollo de la gestión.

##### 1.3 La información es un bien colectivo.

Se fomentará la producción y circulación fluida de la información a todos los niveles por ser ésta un bien colectivo indispensable para el conocimiento de los procesos internos y la realización del trabajo.

Criterios:

- Supersolidaria dispondrá de mecanismos para la organización y sistematización de los registros de la gestión pública, de modo que permanentemente se produzca la información necesaria para entender los procesos que se dan en su interior.

*Continuación de la Resolución por la cual se adopta la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria*

- La información en Supersolidaria es un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo, y por tanto deberá fluir dinámicamente en forme descendente, ascendente, cruzada y horizontal, para propiciar la toma acertada de decisiones en todos los niveles.

### **1.3.1 APERTURA Y VISIBILIDAD: COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS EXTERNOS:**

En coherencia con su responsabilidad de contribuir a la construcción de lo público, la comunicación en Supersolidaria con los públicos externos se orientará hacia el fortalecimiento de la apertura y visibilidad a través de la presentación de un servicio de excelente calidad en el cumplimiento de los fines misionales, a la escucha y receptividad frente a la ciudadanía, a la transparencia en todas sus actuaciones y a la rendición de cuentas oportuna y suficiente sobre su gestión.

En este sentido, la comunicación externa tendrá los siguientes caracteres y criterios:

#### **1.4 Apertura y visibilidad de la comunicación con la ciudadanía**

La comunicación con la ciudadanía se hará en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio hacia la ciudadanía y en el ejercicio de los principios de publicidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos.

Criterios:

- La comunicación de Supersolidaria con los ciudadanos que se relacionen con ella se hará siempre en términos de respeto, calidez y oportunidad, dentro del entendimiento de que la razón de ser de la administración es la prestación de un servicio de excelente calidad a la ciudadanía.
- El contacto de cualquier ciudadano con el área específica de la entidad se asumirá como un contacto con la totalidad de la misma, y por tanto se le demostrará un interés institucional por atender sus requerimientos y para orientarlo adecuada y satisfactoriamente.
- Supersolidaria dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la entidad.
- En aplicación de los principios de publicidad y de rendición de cuentas Supersolidaria informará periódica y sistemáticamente a la ciudadanía sobre sus actuaciones y los resultados obtenidos en su gestión, para lo cual adoptará los mecanismos comunicativos más pertinentes.
- Las respuestas que se den a los requerimientos o peticiones de los ciudadanos deberán ser personalizadas, responderse de manera oportuna y sin evasivas.
- Las comunicaciones oficiales generadas por Supersolidaria deberán producirse en los formatos de correspondencia preestablecidos en la entidad y estar autorizadas por los responsables.

#### **1.5 Comunicación con los contratistas y proveedores**

La comunicación con los contratistas y proveedores estará enmarcada por la aplicación de los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia.

Criterios:

- En estricto cumplimiento de la normatividad de contratación administrativa, se divulgará en forma amplia, oportuna y suficiente, a través de los medios virtuales disponibles y medios masivos de amplia circulación (cuando hubiere lugar), la información sobre apertura de

*Continuación de la Resolución por la cual se adopta la Política de Comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria*

licitaciones y/o necesidades de contratación de cualquier índole con agentes externos a la misma.

- En desarrollo del principio de selección objetiva del contratista, se suministrará a todos los oferentes o proponentes, sin distingo alguno y en igualdad de condiciones, la información necesaria para la presentación de propuestas.
- Se informará a todos los oferentes y/o proponente, de manera amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que condujeron a la toma de decisión en los procesos de adjudicación de contratos.
- En cumplimiento del principio de publicidad y transparencia, la celebración, ejecución y liquidación de los contratos estarán sujetos al control de la ciudadanía.
- Las comunicaciones emitidas hacia terceros (usuarios, entidades del sector, del gobierno, gremios, asociaciones, proveedores, contratistas) en las que se comprometa a la entidad a través de la aceptación de responsabilidades, acuerdos, alianzas, convenios, entre otras obligaciones, sólo podrán ser emitidas por el Superintendente, y a través de delegación, por los superintendentes delegados y secretario general, previa revisión y aprobación de las áreas jurídicas y del Despacho.

### **1.6 Vocerías institucionales**

Supersolidaria tendrá voceros institucionales en los temas estratégicos de su gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios.

Criterios:

- Supersolidaria establecerá sus voceros autorizados en los temas estratégicos de su gestión, quienes se expresarán únicamente en los temas que son de su competencia. En primera instancia, el único vocero autorizado será el Superintendente, o a quien éste delegue.
- Supersolidaria definirá y promulgará los criterios de manejo de información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que en virtud de sus funciones o de su cargo actúen en un momento dado como voceros de la entidad.

### **1.7 Relaciones con los medios de comunicación.**

La relación de Supersolidaria con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad y publicidad.

Criterios:

- La relación de Supersolidaria con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y no estará afectada por sesgos políticos.
- La entidad se relacionará con los medios en un marco de respeto por su libertad y autonomía. El suministro de la información se realizará bajo parámetros democráticos.
- La información de carácter confidencial o considerada como crítica para la entidad tendrá carácter reservado. Sólo podrá ser divulgada por el Superintendente o por el funcionario que éste designe.
- El área de comunicaciones será la responsable de coordinar todo lo relacionado con la expresión de la entidad y sus voceros frente a los medios.
- Se buscará establecer una relación de confianza con los medios, centrada en la crítica objetiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte del Superintendente.
- El área de comunicaciones asumirá la realización de un instrumento periódico de comunicación directa (boletín impreso o virtual, correo electrónico o informe) cuyo contenido y forma serán supervisados y aprobados directamente por el grupo de apoyo de comunicación.

### **1.8 Interacción informativa con los organismos de control.**

*Continuación de la Resolución por la cual se adopta la Política de Comunicación de la  
Superintendencia de la Economía Solidaria*

La interacción informativa de Supersolidaria con los organismos de control (Congreso de la República, Procuraduría General de la Nación y Contraloría General de la República) estará enmarcada por el respeto y por el principio de la separación e independencia de las ramas del poder público.

Criterios:

- En el marco de respeto por el principio de separación e independencia de las ramas del poder público, Supersolidaria buscará garantizar por todas las formas a su alcance la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control para facilitar el ejercicio de sus competencias.
- La información con destino a los órganos de control será preparada por el área o áreas encargadas de cada asunto en particular.

#### **V. PLAN DE COMUNICACIÓN**

La comunicación de la Superintendencia de la Economía Solidaria con sus públicos internos y externos se realizará de acuerdo con los parámetros que establezca anualmente el plan de comunicación. Para el efecto:

- Se formulará anualmente un plan de comunicación que establecerá los lineamientos, estrategias y procedimientos comunicacionales de la entidad en sus relaciones con los diferentes públicos con los que interactúa, a partir de las políticas de comunicación adoptadas por la misma y considerando las necesidades propias de su naturaleza jurídica.
- La formulación y coordinación del plan de comunicación estará a cargo del área de comunicación, adscrita al despacho del Superintendente y bajo su orientación. La ejecución del plan se hará desde las diferentes áreas o dependencias según sus necesidades y proyectos comunicacionales específicos.
- Existirá un grupo de apoyo encargado de adoptar, vigilar y evaluar el cumplimiento del plan de comunicación. Dicho grupo estará integrado por el Superintendente, el asesor del Despacho y el profesional encargado del área de comunicación.

**ARTICULO 2°.-** La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

#### **COMUNÍQUESE Y CUMPLASE**

Dada en Bogotá, D.C., a los  
20 de noviembre de 2007

**ENRIQUE VALDERRAMA JARAMILLO**  
Superintendente