



MANUAL DE COMUNICACIONES

Página 1 de 12

Código: OCE-MC
Versión: 1
Fecha: 15/MAR/2019

MANUAL DE COMUNICACIONES

LISTA DE VERSIONES

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	2019/03/15	Publicación inicial



INDICE

OBJETIVO	3
ALCANCE	3
POLITICA DE COMUNICACIONES	3
MENSAJE CENTRAL DE LA OCE	3
USOS Y ALCANCES	4
IMAGEN CORPORATIVA O INSTITUCIONAL	4
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	5
RESPONSABILIDADES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES	5
MANEJO DE DERECHOS DE AUTOR	5
COMUNICACIÓN INTERNA	6
INTRANET	6
CORREO ELECTRÓNICO	6
COMUNICACIÓN EXTERNA	6
MONITOREO DE MEDIOS	6
PÁGINA WEB	7
CONTENIDOS NOTICIOSOS	7
CONTENIDOS DE DOCUMENTACIÓN Y CONSULTA	7
USO Y ALCANCE DE LOS CONTENIDOS	7
MANEJO DE HERRAMIENTAS MULTIMEDIA	7
MANEJO DE REDES SOCIALES	8
EVENTOS	8
TRANSMISIÓN DE EVENTOS	8
EVENTOS PRESENCIALES	9
EVENTOS VIRTUALES	9
EVENTOS MIXTOS	10
GRUPOS ESPECIALIZADOS	10



INTRODUCCIÓN

La comunicación institucional es fundamental para el fortalecimiento de la imagen, el sentido de pertenencia, la cultura organizacional y el posicionamiento ante el público, teniendo en cuenta que facilita el cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales, la Misión y Visión.

OBJETIVO

Este manual permite a todos los involucrados con la OCE Organización Colegial de Enfermería conocer las directrices de la organización, en materia de comunicaciones internas y externas.

Su consulta es indispensable para entender la forma como se manejan los canales de difusión de la OCE: el sitio web y las redes sociales; así como los procedimientos que se deben seguir para elaborar diferentes piezas de comunicación como comunicados de prensa, boletines virtuales, videos, comerciales de televisión, cuñas radiales, audios, programas de televisión y documentales, entre otros.

ALCANCE

Este manual aplica para todas las comunicaciones internas o externas, que divulguen la gestión realiza por la OCE, a través de los diferentes medios y mecanismos de información.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Los voceros y todos aquellos funcionarios de la OCE que tienen comunicación oral o escrita con los medios de comunicación o con la comunidad en general, deben transmitir mensajes claros, acordes con los lineamientos y los objetivos planteados en la misión y la visión de la OCE.

MENSAJE CENTRAL DE LA OCE

Es una frase o un conjunto de frases que permiten difundir de manera clara y contundente el enfoque de la entidad, sus objetivos principales, su misión y visión.

El uso constante del mensaje en diferentes escenarios, permitirá fortalecer el posicionamiento de la organización ante la opinión pública.

De igual manera, dará claridad y unidad en las percepciones acerca de los beneficios y



alcances de la OCE, le da continuidad a la directriz de la organización.

USOS Y ALCANCES

Se debe aplicar en las situaciones (discursos, entrevistas, cartas, planes, programas, proyectos, presentaciones, comunicados de prensa, materiales promocionales, entre otros.

Todos los voceros autorizados de la organización deben conocer el mensaje central de la OCE y aplicarlo en sus diferentes intervenciones.

Se recomienda que todos los funcionarios y contratistas conozcan el mensaje central, con el objetivo de que haya una comunicación interna coherente con el enfoque de la entidad.

La OCE comunicará hechos cumplidos a partir de su propósito cuantificado de las acciones lideradas por la OCE.

Además de registrar la agenda de la institución, se recomienda que las áreas se concentren en mostrar los resultados de los programas y sus avances.

Se recomienda el trabajo conjunto y constante con los grupos administrativos, para que la difusión del mensaje sea constante en los diferentes ámbitos culturales del país. Todas deben hablar en cifras y resultados concretos.

IMAGEN CORPORATIVA O INSTITUCIONAL

La imagen corporativa de una entidad es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

Es la personalidad de la organización, lo que la simboliza, por ese motivo dicha imagen tiene que estar impresa en todas las piezas que involucren a la organización y en todos los escenarios en donde ésta se haga presente, con el objetivo de posicionarla ante la opinión pública.

La actual imagen corporativa de la OCE corresponde a los lineamientos establecidos en el MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA, EDICIÓN Mayo 2016, el cual reúne todos los estándares de diseño y de identidad corporativa necesarios.

La protección legal de la marca **Organización Colegial de Enfermería** se establece en la Resolución N° 90731 (Ref. Expediente N° SD2018/0045074) de la Superintendencia De Industria Y Comercio



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación están constituidos por los diferentes canales con los que cuenta la organización para la divulgación de la información interna y externa.

RESPONSABILIDADES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES

La oficina de comunicaciones tendrá la autonomía para editar la información que envía cada dependencia, sin alterar el contexto general de la noticia. De igual manera, podrá decidir si la información se envía a los medios de comunicación o solo se divulga a través del sitio web de la organización.

Dependiendo del tema a divulgar, la oficina de comunicaciones se encargará de recibir el comunicado correspondiente de las instancias directivas, o del área respectiva y hará el seguimiento a través de los medios de comunicación. En caso de que la noticia amerite hacer un elemento especial o dedicado, la oficina acompañará la creación de este.

MANEJO DE DERECHOS DE AUTOR

La oficina de comunicaciones debe garantizar que se respete la cita de derechos de autor en la gestión y publicación de contenidos audiovisuales, escritos y fotográficos cuando se requiera.

En los boletines de prensa se debe relacionar sin excepción los créditos correspondientes a la imagen, galerías fotográficas, videos, audios u otros elementos. En este sentido se debe citar el nombre del dueño del producto o en detalle la cortesía y medio que haya facilitado el elemento.

El creador del comunicado o noticia en primer lugar y la oficina de comunicaciones en segunda instancia, deben asegurar la publicación correcta de los comunicados o noticias en el sitio web y sus correspondientes citas.

En los casos en que previa publicación de los contenidos no se tenga claridad sobre los alcances en términos de derechos de autor o sobre autorizaciones expresas para hacerlo, se omitirá su publicación.

COMUNICACIÓN INTERNA

Es un procedimiento que se lleva a cabo al interior de la organización y que está dirigido exclusivamente a los trabajadores y miembros de la organización, a través de este se dan a conocer las noticias destacadas de la dirección, las actividades, eventos y campañas de las diferentes áreas, así como las convocatorias y reconocimientos.



INTRANET

La conforman todas aquellas herramientas que se usan como elementos de comunicación entre todos aquellos que realizan actividades al interior de la organización. Es un espacio de uso exclusivo para los funcionarios de la entidad, a través de la cual se comparte información de interés general.

El contenido que se publica es información de carácter interno como: noticias, mapa de procesos, reconocimientos, eventos, temas de bienestar (cumpleaños, capacitaciones), información de la Asamblea y la Junta Directiva.

Se tiene acceso desde aplicaciones como: Basecamp, Google Drive, Calendar, Gmail, y cualquier otra que se determine para este uso.

La administración está a cargo de la oficina de Comunicaciones, y cuenta con el soporte técnico y de seguridad de la información que brinda el grupo de Sistemas e Infraestructura IT.

CORREO ELECTRÓNICO

El correo electrónico de la organización debe ser utilizado exclusivamente para fines institucionales y su comunicación debe ser respetuosa y asertiva.

La firma establecida en el Manual de Identidad Corporativa, se debe utilizar en todos los correos.

Nota: La información de las diferentes áreas que sea susceptible de ser divulgada al interior de la Entidad, debe enviarse a la oficina de Comunicaciones con las características del mensaje, teniendo en cuenta que si se habla de invitaciones, actividades u otros, con fines de reserva en calendario personal, se debe enviar con mínimo cuatro (4) días hábiles de anterioridad.

COMUNICACIÓN EXTERNA

MONITOREO DE MEDIOS

Es una actividad orgánica que realiza la oficina de Comunicaciones, que permite tener una lectura de la imagen de la OCE, estar informados de las noticias más destacadas del sector de enfermería y anticiparse a cualquier evento que pueda afectar la imagen de la entidad.

PÁGINA WEB

Portal digital que facilita la divulgación de noticias, políticas, planes, programas, proyectos y normatividad. Fomenta la participación ciudadana permitiéndole interactuar a través del envío de peticiones, quejas y reclamos, así como realizar la solicitud y diligenciamiento de trámites en línea, mejorando la comunicación entre el



usuario y la entidad.

Su contenido está determinado por las siguientes variables:

CONTENIDOS NOTICIOSOS

Es aquella información producida por la organización, que se desarrolla con el propósito de difundir una acción concreta de la organización (eventos, resoluciones administrativas o de la función pública delegada, gira nacional, avances de los programas, anuncios especiales, etc).

CONTENIDOS DE DOCUMENTACIÓN Y CONSULTA

Es aquella información producida por las áreas o grupos (documentos, presentaciones power point, pdf, informes de gestión, investigaciones, encuestas, textos, presupuestos balances, entre otros), que se desarrolla con el propósito de que sirva como material de consulta para el público.

USO Y ALCANCE DE LOS CONTENIDOS

Con el objetivo de mantener actualizada el sitio web de la organización y evitar que el contenido que se publique tenga algún tipo de error, ya sea en la redacción o en la información que suministre, se toman las siguientes medidas:

Los contenidos noticiosos serán elaborados y revisados por el editor y/o coordinador de la oficina de comunicaciones.

Estos contenidos se encuentran ubicados en el home del sitio. Los contenidos de documentación y consulta serán colgados por el área correspondiente en su página. Estos contenidos no se podrán colgar en el home del sitio web sin la autorización de la oficina de comunicaciones.

MANEJO DE HERRAMIENTAS MULTIMEDIA

Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en el home del sitio web de la organización, dependerá exclusivamente de la oficina de comunicaciones.

El desarrollo de nuevas plantillas o especiales noticiosos (espacios virtuales instalados en el sitio web, que recogen información sobre planes, programas o proyectos especiales de la organización) para proyectos especiales de las áreas estará a cargo de la oficina de comunicaciones. Para ello se contará con un editor y un diseñador web, quienes apoyarán al área durante el proceso de elaboración del proyecto y supervisarán su puesta en marcha.

La administración de los especiales noticiosos (espacios virtuales instalados en el sitio web, que recogen información sobre planes, programas o proyectos especiales de la organización) estará a cargo de la oficina de comunicaciones, quien supervisará los



contenidos que cuelguen las áreas.

Los contenidos, actualización y publicación están a cargo del área de Comunicaciones, mientras que el grupo de Sistemas e Infraestructura IT, está a cargo de la infraestructura tecnológica, respaldo y seguridad de la información y demás temas de su competencia.

MANEJO DE REDES SOCIALES

Su uso es de carácter institucional, por medio de ellas se busca el fortalecimiento de la interacción entre la comunidad en general y la entidad, así como incentivar la participación ciudadana a través del uso de las nuevas tecnologías.

La administración, el contenido y la publicación de información está a cargo de la oficina de comunicaciones.

Las áreas que estén interesadas en publicar en estos canales algún tipo de información, deberán informar previamente a la oficina de Comunicaciones.

Además, deben seguir el protocolo de gestión de publicaciones.

EVENTOS

Los eventos son elementos básicos en el desarrollo de la organización con la comunidad. Esos permiten la interacción con el público y posicionamiento de la imagen de la organización.

Justificación de reglas para apoyo y realización de eventos.

Dinero de todos, hay que ser respetuosos. Organización social.

TRANSMISIÓN DE EVENTOS

La oficina de comunicaciones y/o el director de la organización son las únicas instancias que podrán autorizar la transmisión de un evento por cualquier canal institucional. **decir por qué estas instancias**

Características de la solicitud.

Una vez sea autorizado el evento para transmisión, la oficina de Comunicaciones realizará los trámites y se encargará de todos los detalles técnicos (guion, entrega de videos, logos, créditos, contacto con el personal y con las personas encargadas).

Las direcciones o grupos de la organización (salvo la oficina de Comunicaciones), en ningún caso pueden hacer la transmisión. Pero sí deberán apoyar a la oficina de Comunicaciones con toda la información que se requiera para garantizar el éxito de la misma.



La dirección o grupos de la organización deberán solicitar el servicio de transmisión con 1 mes de anticipación, indicando fecha, hora y responsable. La programación de los eventos estará sujeta a la disponibilidad del calendario de eventos, y de la oficina de comunicaciones.

Si bien es posible que haya eventos que surjan con menor anticipación para los cuales el apoyo de la OCE sea vital, la posibilidad de realizar o apoyar estos eventos será sometida a una evaluación estricta por parte de la Dirección, apoyada por la oficina de comunicaciones. Únicamente en aquellos casos en los que la realización del evento no impacte el presupuesto de la entidad de ninguna manera, y no genere complicación alguna para ninguna de las actividades de la organización, se aceptará realizar o apoyar dicho evento.

Para aquellos eventos que sean aceptados, las personas responsables de los mismos tendrán el deber de entregar a la oficina de comunicaciones, con mínimo 10 (diez) días de anticipación, lo siguiente: título del evento, nombre(s) de ponente(s) y descripción de su perfil, abstract que describa los temas a tratar en el evento y palabras clave, metodología a emplear (incluyendo medios virtuales solicitados y tipo de difusión solicitada), y lista de invitados. Las presentaciones en power point u otro material a ser utilizado durante el evento deben ser entregados a la oficina de comunicaciones con mínimo 2 (dos) días de anticipación, y no admitirán cambios.

En caso de incumplir alguna de las condiciones aquí establecidas, el evento será cancelado, en vista de los efectos negativos que esto tiene en la planeación y ejecución de los eventos, y la persona o grupo, interno o externo, responsable del evento, deberá asumir las situaciones que de allí se deriven en relación con el apoyo que la OCE brinda.

Toda presentación, documento, agenda, o material que se utilice, transmita o entregue durante los eventos, deberá contar con el formato oficial de la OCE, y cumplir con los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Corporativa OCE, lo consignado en el presente Manual de Comunicaciones OCE, y estará sujeta a los cambios requeridos a partir del análisis de la oficina de comunicaciones. Si el material no fuese entregado en los formatos adecuados, la oficina de comunicaciones se reserva el derecho a no recibir el material entregado, y la persona responsable del evento deberá asumir cualquier retraso o afectación que esto pueda generar en la planeación del evento.

Tanto las personas responsables de los eventos, como los ponentes, deberán presentarse con 45 (cuarenta y cinco) minutos de anticipación, para realizar todas las pruebas pertinentes con el equipo de comunicaciones. De no ser así, la oficina de



comunicaciones se reserva el derecho a cancelar el evento. La decisión quedará a discreción del criterio de la oficina de comunicaciones, y de su evaluación del traumatismo generado por el incumplimiento del compromiso.

EVENTOS PRESENCIALES

Son aquellos donde los asistentes asisten de manera presencial, y el evento no se transmite, o si sucede se hace en diferido.

Estos eventos tradicionales son autorizados por la dirección, y su publicidad dependerá de la difusión que se requiera de ellos, y esta se notificará a la oficina de Comunicaciones para que se use la estrategia correcta para el caso.

Estos eventos se dividen en dos tipos:

1. Locales

Son aquellos que se desarrollan en las instalaciones de la organización. Su logística dependerá de los responsables de este, y para su desarrollo se tendrán en cuenta los procedimientos que se establezcan en el protocolo para eventos.

2. Externos

Son aquellos que tengan lugar fuera de las instalaciones de la organización. Tendrán una logística determinada por el mismo evento, y para ellos siempre se debe tener en cuenta los lineamientos del Manual de Identidad Corporativa, en el uso de los distintivos de la organización que se usen en cualquier producto publicitario que se use en ellos. Estos incluyen desde afiches, pendones, escarapelas o cualquier método de identificación, así como pendones o material gráfico de cualquier índole. Aunque su uso se ajuste a los requerimientos del evento, siempre se debe procurar la visualización de la organización y su uso adecuado y positivo.

Todos los eventos externos deberán contar con una prueba de sonido, conectividad y planeación con mínimo dos días de anticipación al evento, la cual estará a cargo de la persona responsable del evento. Si dicha prueba no se realiza, la oficina de comunicaciones se reserva el derecho a cancelar el evento, en vista de los posibles efectos negativos que esto pueda tener en la calidad del mismo.

EVENTOS VIRTUALES

Son aquellos donde el lugar de reunión no sea físico, los cuales pueden incluir teleconferencias, reuniones de audio y/o video, transmisiones en vivo, o cualquier otro escenario relacionado.

Tanto si son organizados por la OCE, como por terceros, se deberá promover una



buena imagen de la organización, y su imagen deberá estar presente en los mejores lugares, siempre con un lenguaje positivo y ajustado al Manual de Identidad Corporativa.

Se deberá cumplir con los requisitos de Protocolo para Transmisiones Virtuales, y su contenido, agenda y cualquier material a usarse en el mismo deberán ser entregados con anticipación al evento.

EVENTOS MIXTOS

Son aquellos eventos presenciales que requieren ser transmitidos en vivo, o que por su tipo requieren algún tipo de interactividad a distancia.

Su operación deberá cumplir tanto los requisitos de un evento presencial, como los de un evento virtual.

GRUPOS ESPECIALIZADOS

Son afiliados que por intereses comunes convergen en agrupaciones con un interés específico relacionado con las líneas de enfermería en Colombia y el mundo.

Los grupos tienen como punto de encuentro básico Whatsapp, desde el cual podrán crecer y acceder a espacios tanto en el sitio web de la organización, como en los canales de las redes sociales de la OCE donde podrán convocar reuniones, transmisiones o publicar material que diseñen.

Los grupos deberán respetar los lineamientos del Manual de Identidad Corporativa, y mantener buenas prácticas en comportamiento y lenguaje, pues su imagen está relacionada con la organización.

Toda actividad ejecutada por los grupos deberá estar avalada por la oficina de comunicaciones y/o por la dirección de la organización.

Los coordinadores de los grupos NO podrán actuar como voceros de la organización, y cualquier comunicación pública se hará de acuerdo con los dictámenes de la oficina de comunicaciones y/o la dirección de la organización. Si existiera una situación donde los coordinadores o miembros del grupo deben hacer algún comunicado público, deberán hacer claridad de la autorización concedida si hubiere lugar, o aclarar que esta hablando a título personal.



Voluntariados

Propiedad intelectual

Apoyo no obligante

Dónde se ponen las reglas de apoyo a los grupos