

	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01	
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2	
			Fecha Aprobación:	17/4/2015	
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009	
			Página:	Página 1 de 15	

Firma de Autorizaciones		
Elaboró	Revisó	Aprobó
Firma	Firma	Firma
Diego Fernando Romero Leal Contratista Comunicaciones	Alex Guardiola Romero Asesor de Gerencia	Alex Guardiola Romero Asesor de Gerencia
Control de Cambios		
Fecha	Versión	Descripción
24/6/2014	1.0	Creación del Documento
24/03/2015	2.0	Se actualiza el documento debido a que en la versión anterior hablaba de las funciones de la "Oficina de Prensa y Comunicaciones" y esta no existe en el organigrama de la Entidad. Se cambió por la Gerencia

	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 2 de 15

**POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
FONDO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE BOGOTÁ D.C.**

	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 3 de 15

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	
2. Objetivo general.....	4
3. Objetivos específicos:	5
4. Alcance	5
5. Funciones de los comunicadores asignados a la Gerencia	6
6. vocería institucional	7
7. comunicación interna.....	7
8. Imagen corporativa.....	10
9. comunicación externa	11
10. Comunicación en riesgo	14

	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 4 de 15

1. Introducción

La Política de Comunicación apunta a organizar los procesos comunicativos de la entidad coordinados por la Gerencia del FVS, teniendo en cuenta que estos son transversales y estratégicos en la institución, y buscan hacer visibles las acciones del Fondo de Vigilancia y Seguridad, optimizando principios de oportunidad y transparencia.

Así pues, desde la premisa de la construcción de una visión compartida y del fortalecimiento de las relaciones humanas de la entidad con sus públicos de interés, la política de comunicación dinamiza el componente de comunicación pública, toda vez que la democratización y participación ciudadana se gestionan transparentemente, divulgando las actividades que ejecuta la entidad ante el Estado y facilitando la veeduría de la ciudadanía sobre sus acciones, contribuyendo en el cumplimiento de su misión según lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 5 de 15

Por lo anterior, la política de comunicación del Fondo de Vigilancia es el conjunto de principios y directrices orientados por la normatividad nacional y distrital, que marca las pautas para establecer una comunicación apropiada, oportuna, constante, fiable, transparente y accesible a los usuarios internos y externos de la entidad.

2. Objetivo General

Canalizar los procesos de comunicación que se desarrollen en la entidad trazando los lineamientos informativos y de imagen corporativa para proyectar al público de interés.

3. Objetivos Específicos:

- Desarrollar estrategias que fortalezcan los flujos de la información permanente con el público de interés interno y externo del Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá D.C.
- Promover una cultura organizacional basada en los objetivos misionales y de calidad de la entidad, optimizando el clima organizacional de los colaboradores.
- Establecer mecanismos de comunicación que garanticen el contacto permanente con el público externo de la institución.
- Desarrollar entrenamientos periódicos con el/los voceros institucionales para fortalecer su discurso frente a la opinión pública.
- Articular las temáticas de orden interinstitucional a la agenda informativa de la entidad con el fin de unificar esfuerzos en la transmisión de noticias, proyectos y actividades distritales.
- Propiciar un relacionamiento cercano con la ciudadana a través la divulgación de información que dé cuenta de la importancia de la entidad en la seguridad de la capital.

4. Alcance

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 6 de 15

El Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá D.C. concibe la comunicación como un eje estratégico orientado a dinamizar los procesos que atañen a la realidad organizacional. Así pues, configura sus líneas de trabajo en el fortalecimiento de la identidad corporativa con la ejecución de tácticas de alto impacto que alineen a los colaboradores con los objetivos misionales de la entidad.

De igual manera, adelanta la gestión de relaciones asertivas con los líderes de opinión pública, manteniendo un contacto permanente con medios de comunicación masivos y con las oficinas de prensa de orden interinstitucional, facilitando la articulación y el trabajo en red con las entidades del distrito, a la par, une sus esfuerzos con el trabajo en comunidad, articulando información de los proyectos misionales desarrollados con los grupos sociales. Todo lo anterior, encaminado a dar cuenta del accionar de la entidad para proveer una seguridad y convivencia más humana para la ciudadanía.

5. Funciones de los comunicadores asignados a la Gerencia

En el marco de la política aquí establecida se definen como funciones de los Comunicadores asignados a la Gerencia:

- Asesorar y apoyar a la Gerencia en la formulación y definición de políticas, objetivos estratégicos, planes y programas en materia de comunicaciones.
- Centralizar y custodiar la demanda informativa de interés general interna o externa que sea solicitada por las diferentes subgerencias.
- Divulgar las actividades relacionadas con la misión de la entidad con el fin de que el público de interés sea informado acerca de los objetivos y metas de la entidad.
- Establecer protocolos y formatos que estandaricen la información a proyectar en los medios de comunicación tanto internos como externos.
- Diseñar e implementar un plan de acción semestral de comunicaciones internas y externas.
- Proyectar un presupuesto para llevar a cabo las campañas de comunicación de acuerdo con los proyectos estipulados en el plan de acción.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 7 de 15

- Proyectar, difundir y mantener una imagen positiva del FVS a nivel interno y externo, mediante la planeación, procesamiento y supervisión de la información para su adecuada divulgación.
- Apoyar la gestión y coordinación logística de eventos relacionados con las actividades misionales.

6. Vocería Institucional

La vocería oficial del Fondo de Vigilancia y Seguridad está en cabeza del Gerente de la entidad.

En caso de que el Gerente así lo determine, este determinará las personas que podrán ejercer la vocería oficial de la entidad.

Previa asignación de la vocería oficial, la persona encargada informará a los comunicadores que hacen parte de la Gerencia sobre el requerimiento del medio de comunicación con el fin de apoyarlo con material informativo, acompañarle si es el caso, y posteriormente hacer seguimiento a las publicaciones.

Cuando el requerimiento de un vocero oficial se haga desde un medio de comunicación, a través de los comunicadores asignados a la Gerencia, aquel se dirigirá al vocero determinado de mayor rango, quien dará las instrucciones pertinentes para atender la demanda del medio.

7. Comunicación Interna

Es la encargada de dinamizar los flujos de comunicación con el público interno de la entidad. Su principal fundamento es constituir procesos de comunicación abiertos entre los miembros del FVS, toda vez que consolida y promueve una cultura organizacional direccionada y enfocada al cumplimiento de los logros estratégicos institucionales.

La información a proyectar deberá ser clara y precisa, para aportar a los miembros del Fondo el conocimiento real del accionar de la entidad, propendiendo por la formación de una cultura organizacional con sentido de pertenencia.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 8 de 15

Proceso de construcción para gestionar la comunicación interna

Internamente la comunicación en el FVS está enfocada en la construcción y consolidación de la cultura organizacional, a través de la difusión de mensajes que le permitan a los servidores públicos comprender, entender y apropiar los conceptos básicos de la entidad, encaminados a la construcción de una identidad organizacional. A continuación se mencionan algunas de las líneas de acción para ejecutar este proceso:

- Mantener contacto permanente con las fuentes informativas de la Institución: subgerencias, dependencias, jefes de proyecto y oficinas, con el fin de recolectar información para su divulgación a todos los públicos.
- Redactar noticias e informes de carácter noticioso dirigidos a los diferentes públicos de la institución, de acuerdo con las características propias de los medios institucionales avalados por las políticas de comunicación.
- Articular las necesidades de divulgación de información, proyectos, actividades y campañas de las distintas dependencias y equipos de trabajo al interior de la entidad.
- Promover una cultura organizacional que configure el sentido de pertenencia de los colaboradores frente a su accionar en la entidad.
- Evaluar la pertinencia de los temas a tratar en los medios institucionales en un comité semanal conformado por la Oficina de Prensa y comunicaciones.
- Realizar funciones editoriales de estos medios; además de la redacción, corrección de estilo, titulación, búsqueda de apoyo fotográfico o audiovisual, jerarquización de la noticia dentro del medio, corroboración de fuentes y veracidad de la información.
- Apoyar a la Institución en la elaboración y divulgación de campañas de carácter informativo dirigidas a sus diferentes públicos.
- Establecer mecanismos de evaluación que permitan monitorear la efectividad de los medios internos de divulgación.
- Hacer cubrimiento periodístico de los eventos que genere la Institución.
- Evaluar las noticias institucionales para su direccionamiento interno o externo.
- Orientar y asesorar en el desarrollo de planes y campañas de comunicación para propiciar la interacción con los distintos públicos.


	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 9 de 15

- Elaborar y divulgar las plantillas para el conocimiento y dominio de los colaboradores de la Entidad.
- Trabajar conjuntamente con las Oficinas de Planeación y Talento Humano en las actividades, Planes de Mejoramiento y Procesos de Calidad que se requieran.
- La Gerencia, a través de los comunicadores asignados a su cargo, tiene bajo su pertinencia la aprobación de contenidos en cuanto a redacción, diseño y diagramación para ser proyectados al interior de la entidad. Todas las dependencias deberán solicitar dicha revisión vía correo electrónico con tres días de anticipación.
- Atender las solicitudes y requerimientos de la Oficina de Control Interno para garantizar la calidad y transparencia de los procesos ante los entes de control.

Canales de Comunicación Interna

A continuación se nombran los canales que pueden ser empleados en la comunicación interna de la institución y que son liderados o apoyados según corresponda por la oficina:

- **Reuniones Generales:** son escenarios informales que se establecen entre los directivos y sus áreas de apoyo. En estas socializaciones se dinamiza información, ya sea específica de cada proceso, o de interés general y bienestar de los colaboradores. Periodicidad indefinida.
- **Intranet:** es el portal virtual interno que pretende facilitar la comunicación en red entre los colaboradores del **FVS**. En este espacio se encuentra y es administrada la información documental de cada oficina como formatos, políticas, plantillas, indicadores de gestión y evaluación, proporcionando un acceso rápido y oportuno de los contenidos a los colaboradores. Si bien, la administración de la plataforma compete a la Oficina Asesora de Planeación, el equipo de comunicaciones deberá revisar la pertinencia de los contenidos que se originen. Periodicidad Indefinida.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 10 de 15

- **Boletín:** es la compilación de noticias de la entidad y se ubicarán en medios internos, impresos y/o digitales y se enviará por mailling para tener una mayor lecturabilidad de los colaboradores de la entidad. Tiene como fin hacer visibles las actividades de orden interno en la entidad, fortaleciendo la participación de las diferentes oficinas y promoviendo el sentido de pertenencia por la misma. Se establecerá un margen determinado de caracteres para la publicación de cada nota bajo la centralización de la Gerencia a través de los comunicadores asignados a la misma. Periodicidad mensual.
- **Correo Corporativo:** a través de este canal se enviarán comunicaciones de interés general para todos los colaboradores de la entidad. La Gerencia a través de los comunicadores asignados a la misma, tiene el dominio y exclusividad del envío masivo de la información. La oficina que requiera multiplicar algún contenido de orden general, deberá requerirlo mediante un correo electrónico; posterior a ello la Oficina evaluará la pertinencia del envío.
- **Cartelera Institucional:** este canal de comunicación está enfocado en la gestión de información pertinente para los colaboradores de la entidad. A través de la articulación de mensajes claves e imágenes, se pretende visibilizar los proyectos, los documentos proyectados por directivos que son de difusión obligatoria y las acciones que adelanta la entidad; a su vez, pretende fortalecer la cultura institucional con la emisión de contenidos que promuevan el cumplimiento del marco estratégico del **FVS**
- **Papel tapiz:** este medio se emplea con el fin de comunicar de manera dinámica información de interés general en la institución. Así pues, a través de la estructuración de mensajes clave e imágenes, se publicarán eventos, comunicaciones internas, jornadas institucionales y participación en campañas internas. Periodicidad semanal.
- **Reporte de prensa.** Reporte diario con la información que sobre el **FVS**, el sector y la ciudad se publica en los diferentes medios de comunicación. Su propósito es que todos los colaboradores estén informados de lo que ocurre en nuestro entorno teniendo una visión compartida con el proyecto de ciudad.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01	
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2	
			Fecha Aprobación:	17/4/2015	
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009	
			Página:	Página 11 de 15	

- **Orgullos FVS:** Boletín que busca destacar los logros que a nivel individual o como equipo de trabajo obtienen los colaboradores del **FVS** y que despiertan el sentido de identidad y orgullo de pertenecer al **FVS**.

8. Imagen corporativa

La Gerencia, a través de los comunicadores asignados a la misma, es la encargada de mantener la unidad y coherencia de la imagen institucional, teniendo en cuenta la importancia de la misma en todas las expresiones impresas o digitales del FVS, estableciendo políticas y ejerciendo seguimiento a las mismas en concordancia con los parámetros establecidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Secretaría de Gobierno. La Gerencia, a través de los comunicadores asignados a la misma, será la encargada de la socialización del manual de identidad corporativa, así como de prestar la asesoría correspondiente para su utilización. Para ampliar la información puede remitirse al manual de Imagen Corporativa del FVS.

9. Comunicación externa

La comunicación externa debe contribuir en la construcción de lo público y, en cumplimiento con los fines misionales, debe fortalecer la apertura y la visibilidad a través de la prestación de un buen servicio, garantizando la transparencia en todas sus actuaciones y la rendición de cuentas oportuna y eficiente sobre su gestión.

Proceso de construcción para gestionar la comunicación externa

Es la encargada de dinamizar los flujos de comunicación con el público externo de la entidad. El Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá D.C., en concordancia con los principios de transparencia en la Administración de la Bogotá Humana, encamina su accionar de tal manera que el público externo (ciudadanía, medios de comunicación, entes de control estatal y distrital), pueda acceder a la información de primera mano, fortaleciendo la divulgación confiable de sus

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 12 de 15

procesos. A continuación se mencionan algunas de las líneas de acción para ejecutar este proceso:

- Fortalecer las relaciones públicas con los medios masivos de comunicación, el sector público y privado.
- Actualizar la base de datos de los medios masivos de comunicación de interés institucional.
- Monitorear la figuración de la entidad en los medios de comunicación. Para ampliar esta información, remítase al protocolo de monitoreo.
- Monitorear las interacciones y menciones emitidas por los ciudadanos en las redes sociales.
- Preparar material de interés noticioso para los medios de comunicación y los sectores y organizaciones estratégicas para la Institución.
- Redactar, enviar y hacer seguimiento a los boletines de prensa.
- Fortalecer la publicación no paga (free press) de las noticias positivas generadas en la entidad.
- Establecer relaciones asertivas con la comunidad con el fin de fortalecer la participación de los grupos sociales en los proyectos desarrollados por la entidad.
- Propiciar espacios periodísticos e informativos en donde el FVS pueda actuar como líder de opinión en temas de resorte institucional.
- Garantizar una circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control distrital.
- Informar periódicamente a la ciudadanía sobre las actuaciones y los resultados obtenidos en la gestión institucional bajo los principios de publicidad y rendición de cuentas.

Canales De Comunicación Externa

A continuación se nombran los canales empleados en la comunicación externa con medios de comunicación, clientes y partes interesadas, son de uso oficial y exclusivo de la Gerencia:

Boletín de Prensa: Instrumento de información dirigido a medios de comunicación y demás grupos de interés externos en el que se divulga información

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 13 de 15

correspondiente a hechos noticiosos relacionados con la misión de la entidad. La plantilla se encuentra establecida y se lleva la sistematización de envíos mediante su registro. Periodicidad indefinida, canal correo electrónico.

Comunicado de Prensa: este canal dinamiza información oficial de parte del vocero hacia la opinión pública. Generalmente establece declaraciones oficiales sobre temas de coyuntura en la entidad. La plantilla se encuentra establecida y se lleva la sistematización de envíos mediante su registro. Periodicidad indefinida, canal correo electrónico.

Convocatoria de Prensa: se emplea para realizar una invitación masiva a medios de comunicación o líderes de opinión para que asistan a un evento de alto impacto organizado por la entidad. Periodicidad indefinida, canal correo electrónico o telefónico.

Página Web: la plataforma es el canal de comunicación de mayor contacto con la ciudadanía. Este portal ofrece de manera detallada a usuarios, ciudadanos y entes de control información acerca de las diferentes acciones que desarrolla el FVS. Los boletines son responsabilidad de la Oficina de Prensa y Comunicaciones, y la administración de forma y diseño de la página WEB por parte del web máster. Los lineamientos están establecidos por la guía web 2.0 y el manual de gobierno en línea.

Ruedas de Prensa: es un escenario informativo, en el que previa convocatoria de los medios de comunicación, la Gerencia o los voceros encargados, divulgan a la opinión pública una situación o versión de un hecho coyuntural del FVS que sea de relevancia distrital. Periodicidad indefinida.

Redes Sociales: Las redes sociales gestionadas en la actualidad son Facebook y Twitter. A través de ellas se busca generar oferta informativa que fomente la interacción con la ciudadanía con respecto a los proyectos y programas del Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá, facilitando al ciudadano la comprensión de las actividades desarrolladas al interior de la entidad.

Cápsulas Informativas a periodistas – Newsletter: este boletín virtual recopila las noticias de interés general acontecidas en la entidad. Su formato es breve y de fácil interacción con los lectores, que en este caso son periodistas. Este medio

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA Fondo de Vigilancia y Seguridad</p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 14 de 15

aprovecha las facilidades de la inmediatez y está estructurado a través de un esquema sencillo de titular, imagen central y lead. El periodista al dar click en el título de la noticia, podrá acceder a una galería fotográfica de la noticia en mención. Su periodicidad es indefinida dependiendo del flujo generado por la entidad, canal correo electrónico.

Protocolo de Eventos

Las dependencias deberán establecer un calendario de eventos y actividades con una periodicidad anual, el cual debe ser consolidado y articulado con la Gerencia, a través de los comunicadores asignados a la misma, con el fin de diseñar y estructurar un Cronograma/Agenda de Actividades FVS; material que deberá ser publicado en los distintos espacios de divulgación de la entidad.

Los eventos que desarrolle la entidad en espacios internos o externos serán responsabilidad de la dependencia que organiza el evento, con el apoyo de la Gerencia, a través de los comunicadores asignados a la misma, en la realización con el diseño de piezas gráficas, fotografía, cubrimiento periodístico y difusión del material resultante del evento.

10. Comunicación en Riesgo

Este apartado configura un documento interno de carácter confidencial. El objeto de su creación es prever las crisis que puedan surgir en el Fondo de Vigilancia y Seguridad de Bogotá D.C. para planificar las respuestas y acciones estratégicas que minimicen los impactos negativos a los que se puede ver expuesta la entidad. La meta del plan de crisis es minimizar las percepciones negativas que puedan acontecer debido a las diversas coyunturas que puedan alterar la imagen y reputación de la Institución. Para ampliar la información puede remitirse al Manual de Crisis del FVS.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>GOBIERNO, SEGURIDAD Y CONVIVENCIA</small> <small>Fondo de Vigilancia y Seguridad</small></p>	Proceso:	COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL ATENCIÓN AL CIUDADANO	Código:	CAC-PO-01
	Procedimiento:	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión:	2
			Fecha Aprobación:	17/4/2015
	Documento:	POLITICA DE COMUNICACIÓN	Acto Administrativo:	Resolución 421 de 2009
			Página:	Página 15 de 15