

MANUAL DE COMUNICACIÓN VERSIÓN V

RESOLUCIÓN SNFCL N°...854/2025



SINAFOCAL

Sistema Nacional de Formación
y Capacitación Laboral



2025

Políticas de Información y Comunicación

- Introducción
- Objetivos
- Alcance
- Aplicabilidad
- Responsables
- Componente de Información y Comunicación
- Componente de Información
- Información interna
- Información externa
- Sistema de Información
- Componente de la Comunicación
- Comunicación Interna (Institucional)
- Comunicación Externa (Pública)
- Rendición de Cuentas
- Conclusión
- Glosario de Términos
- Bibliografía



INTRODUCCIÓN

La información es un bien colectivo indispensable en toda institución para que la ciudadanía tenga los conocimientos precisos de lo que sucede dentro de la misma, especialmente aquello que atañe al esclarecimiento de todo lo relacionado al quehacer de la institución y que afecte directamente al usuario interno y externo. Además, la información es la base de toda decisión, por lo que la institución debe transmitir toda la información que se genere dentro de ella. Por ello, la comunicación va a permitir a los miembros de la Institución interrelacionarse y transmitir información relevante y de calidad con el objeto de lograr el fin institucional propuesto y mejorar la cohesión y relaciones entre sus miembros. Para obtener esta información, es necesario fomentar la comunicación, creando para ello un sistema que garantice la comunicación fluida y transparente, tanto dentro del contexto interno como externo, para así lograr los objetivos institucionales y sociales permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.


Dn. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

OBJETIVOS

- Unificar criterios y favorecer la coordinación de actividades de comunicación e información en todas las dependencias del SINAFOCAL, enfocadas al cumplimiento de los objetivos institucionales.
- Promover la transparencia de la gestión institucional en el cumplimiento de sus fines.
- Fortalecer los sistemas de comunicación del SINAFOCAL, para brindar información oportuna a su público interno y externo, al disponer de un documento aprobado por la máxima autoridad institucional que regule las actividades comunicacionales de la entidad.
- Establecer los lineamientos de comunicación a ser implementados por la Coordinación de Comunicación a fin de garantizar información clara, oportuna, transparente y de calidad.



ALCANCE

Este manual va dirigido a todos los servidores y grupos de interés del Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral (SINAFOCAL), con el fin de obtener Información y Comunicación Institucional claras y precisas, tanto interna como externa.

El documento contiene la política institucional y los principales lineamientos de la estrategia de comunicación institucional, considerando a todas las dependencias de la organización y los recursos disponibles en materia de comunicación e información, así como la distribución de determinadas funciones inherentes a la comunicación institucional. En este marco, las publicaciones de las distintas dependencias de la Institución, que cuentan con el respaldo de sus respectivas autoridades y son viabilizadas a través de la Coordinación de Comunicación conjuntamente con la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación (intranet, sitio web, correo electrónico, redes sociales, radio y televisión), son consideradas oficiales.


Eduardo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

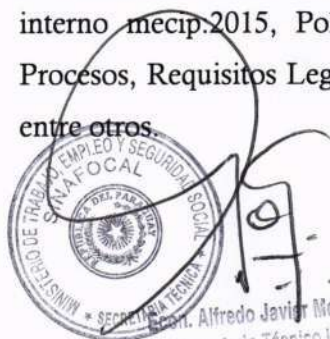
APLICABILIDAD

Los lineamientos establecidos en el presente documentos deberán ser implementados según la disponibilidad presupuestaria y recursos destinados para el efecto. La institución deberá contemplar, tanto en los planes operativos anuales como en el presupuesto anual, los recursos que conlleven a mejorar continuamente el sistema de información y comunicación institucional, a través del cual la institución mantendrá un fluido diálogo con el público interno y externo.

A nivel externo se establecerán mecanismos de difusión sobre el deber constitucional del SINAFOCAL.

Con relación a la cooperación con organizaciones de la sociedad civil se determinarán planes de promoción de participación ciudadana.

A nivel interno se mantendrá una actualización constante sobre jornadas de inducción y re inducción para proporcionar a los servidores la información relativa a su trabajo, a la misión y visión, Plan Estratégico, cultura, Norma de requisitos mínimos para un sistema de control interno mecip:2015, Políticas, Códigos de Ética y de Buen Gobierno, Reglamentos, Procesos, Requisitos Legales y regulatorios, Metodología para abordar riesgos, Manuales, entre otros.


Sr. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

RESPONSABLES

✓ **Máxima Autoridad del SINAFOCAL:**

Es el responsable del diseño e implementación efectivo de las Políticas de Información y Comunicación a través de la Coordinación de Comunicación, en cooperación con la Coordinación de la Unidad de Transparencia y Anticorrupción, y la Coordinación del Modelo Estándar de Control Interno del Paraguay (MECIP), además de velar porque dicha política sea debidamente socializada, de acuerdo al público.

✓ **Coordinación de Comunicación:**

Tiene como principal objetivo: elaborar estrategias evaluando el impacto producido; así como administrar el sistema de comunicación e imagen, buscando la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas del público, que permitan una mayor transparencia y eficiencia en la gestión, orientadas al cambio cultural en la administración pública hacia servicios de calidad y calidez, trabajando de manera conjunta con las áreas involucradas.

✓ **Servidores públicos del SINAFOCAL:**

Todos los servidores del SINAFOCAL, deben conocer y aplicar estas políticas de acuerdo a las tareas y funciones que les corresponda, teniendo en cuenta que están involucrados en la comunicación, ya sea interna y/o externa, del proceso en el que intervienen. Todas las áreas deben revisar y ajustar sus procedimientos y funciones conjuntamente con la Coordinación del MECIP a fin de adaptarlas a estas políticas.



Econ. Alfredo Javier Mengelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

COMPONENTE DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Velar porque la entidad cuente con procedimientos necesarios para la generación de Información y comunicación veraz y oportuna con el fin de:

- Establecer los procedimientos que permitan la generación de la información y comunicación que por mandato legal, le corresponde a la organización suministrar a los órganos de control.
- Garantizar la publicidad de la información que se genere al interior de la organización, y que se cuente con los medios de comunicación para su adecuada difusión.
- Garantizar el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas, y que ésta sea comunicada de manera efectiva a través de los canales correspondientes.
- Establecer los procedimientos, que garanticen la generación y registro de información oportuna y confiable necesaria para la toma de decisiones, el cumplimiento de la misión y la rendición de cuentas a la comunidad; y los mecanismos apropiados para su adecuada comunicación.
- Diseñar los procedimientos que permitan llevar a cabo una efectiva comunicación interna y externa, a fin de dar a conocer la información que genera la organización pública de manera transparente, oportuna y veraz, garantizando que su operación se ejecute adecuada y convenientemente.

El SINAFOCAL a través del Código de Buen Gobierno ha adoptado las Políticas de Comunicación e Información, que menciona en su **Capítulo III** lo siguiente:

1.3- El SINAFOCAL, institución dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social se compromete a 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 institución para lo cual las acciones comunicativas se efectuarán de acuerdo con las políticas de comunicación que se establezcan.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

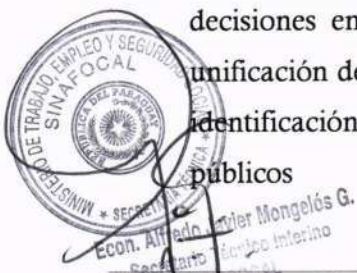
COMPONENTE INFORMACIÓN

Conjunto de principios de Control que al interrelacionarse entre sí facilitan la recolección, ordenamiento, procesamiento, sistematización y estructuración, en forma adecuada y oportuna, de los datos e información de la institución pública, provenientes de fuentes internas o externas; garantizando con ello la toma de decisiones administrativas, el desarrollo de la función de la institución y su operación permanente. Así también, el cumplimiento de obligaciones de información, la Rendición de Cuentas a la Contraloría General de la República; la interpretación y entendimiento por los diferentes grupos de interés de su proceso, gestión y resultados. Vincula la institución con su entorno y estructura información para los grupos de interés internos y externos.

La Información debe ser:

- a) **Accesible:** Debe resultar sencillo, los usuarios deben saber que información está disponible y donde pueden acceder a ella.
- b) **Correcta y Objetiva:** para que represente la realidad, que sean confiables y completos
- c) **Relevante y Actualizada:** para que sea útil y se ajuste a las necesidades de los usuarios, que sean de fuentes vigentes y actualizadas con la frecuencia necesarias.
- d) **Verificable y Oportuna:** para comprobar su veracidad con respaldos de evidencia y que estén disponibles en los momentos en las que sean requeridas.
- e) **Significativa y Suficiente:** para que permita su comprensión a todos los usuarios, ser apta y presentar un nivel de detalle necesario.
- f) **Pertinente o ajustada** al propósito del usuario interno y externo, en el momento oportuno.
- g) **Consistente y Uniforme:** para su comparación con otro tipo de información.
- h) **Equitativa:** para lograr la imparcialidad en la información en todos los grupos de interés del SINAFOCAL.
- i) **Válida y Protegida:** La información debe ser obtenida de fuentes autorizadas y reflejar con precisión los hechos, y restringir el acceso a la información crítica que solo las personas autorizadas puedan acceder a ellas.
- j) **Conservable:** La información debe mantenerse disponible por el período de tiempo necesario.

Adicionalmente, debe brindar las condiciones y herramientas necesarias para la toma de decisiones en la institución pública; permitir la intercomunicación, la integración y la unificación de criterios. Favorece la concertación, la coordinación, el trabajo en equipo, la identificación de lenguajes y políticas, y permite el desempeño adecuado a los servidores públicos



La información se clasifica en:

- ✓ Información interna
- ✓ Información externa
- ✓ Sistemas de información

El SINAFOCAL a través del Código de Buen Gobierno ha adoptado las Políticas de Circulación y Divulgación de la Información, que menciona en su **Capítulo III** lo siguiente:

1.5- El SINAFOCAL, institución dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social se compromete a establecer una política de información hacia sus grupos de interés. Con este fin se adoptarán mecanismos adecuados para que la información institucional llegue a ellos de manera oportuna, actualizada, clara, veraz y confiable, bajo orientaciones efectivas de producción, manejo y circulación de la información, para lo cual se adoptarán los mecanismos de información a los cuales haya acceso, de acuerdo con las condiciones de la comunidad a la que va dirigida.

INFORMACIÓN INTERNA

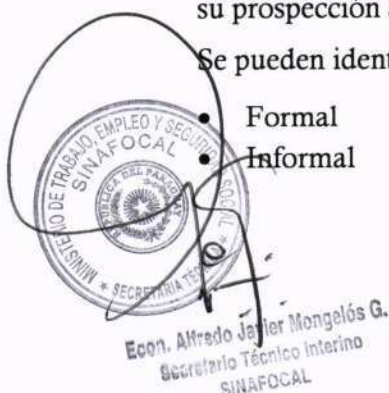
Componente de Control que reúne y procesa el conjunto de datos e información de la institución pública, provenientes de fuentes internas y externas, interpretándola adecuadamente, para la fijación de políticas, soportar la toma de decisiones, permitir la ejecución de los procesos y garantizar el desarrollo de las actividades que se originan al interior de la institución. Debe asegurarse su registro oportuno, exacto y confiable, para traducirla en reportes necesarios en la realización efectiva y eficiente de las operaciones, y permitir su difusión y circulación oportuna a los diferentes grupos de interés internos.

Constituye el soporte al diseño, operación, evaluación y mejoramiento de los procesos y debe ser considerada como uno de los principales recursos o activos del organismo o entidad pública. Por esta razón, es indispensable acceder a ella con rapidez y con facilidad, debiendo fluir sin ningún obstáculo.

La Información Interna constituye la base para establecer la comunicación a nivel interno, y su prospección a los clientes externos y hacia la sociedad.

Se pueden identificar dos tipos de información interna los cuales son:

- Formal
- Informal



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

DELINEAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN INTERNA

La información es fundamental a la hora de tomar decisiones en una institución; lo que quiere decir que una información precisa y accesible nos ayudará a realizar una correcta elección. Por ello qué mejor manera que empezar por saber qué es lo que ocurre en nuestro propio ente.

En una institución, la información adquiere un papel primordial a la hora de dirigir y gestionar la actividad de la misma. Una buena información nos hará conocer la realidad de nuestro entorno y nos permitirá adelantarnos con rapidez y eficacia a los cambios, los cuales cada día son más frecuentes.

Para conseguir las metas marcadas y prevenir los futuros cambios del entorno será necesario realizar una recogida de información, tanto del exterior como del interior de la institución. Y para ello necesitamos conocer y saber gestionar las fuentes de información existentes.

Desde un punto de vista institucional, la fuente de información es “el documento, obra o material que sirve de información o de inspiración para la toma de decisiones”.

Las fuentes internas, son aquellas que se encuentran dentro de la propia institución y pueden ser escritas, personales o audiovisuales. Estas fuentes internas se dividen en primarias y secundarias.

✓ **Primarias:**

Las fuentes primarias internas, son aquellas informaciones que la institución recopila directamente; creando una información nueva y original. Son datos que no existen y que se crean expresamente para su estudio y análisis.

✓ **Secundarias:**

Se entiende por fuentes de información interna secundarias a toda aquella información que ya ha sido procesada con anterioridad. Es decir, cualquier soporte de información que posea la institución diferente a los datos básicos de estudio.

Hoy en día contamos con las nuevas tecnologías informáticas como las Intranets, las redes sociales y otros que nos ayudarán a añadir valor a la institución y poder gestionar y transformar rápidamente datos en información válida para cada una de las estructuras jerárquicas de la misma.

Como se puede apreciar, existe una gran cantidad de fuentes de información dentro de la propia institución, que bien gestionadas, mediante la instauración de un sistema de información sencillo y operativo, se convertirán en un activo vital que mejorará la eficiencia


Mongelós G.
Secretaría Interino

de la misma. Pero para sacarle el máximo partido a toda esa información tendremos que conocer previamente quiénes son nuestros destinatarios, qué información precisan y qué canales emplean. Que veremos más adelante en este manual.

La información como recurso

La información es un recurso estratégico más de la institución. El personal de la misma, los medios materiales y económicos son considerados recursos, porque generan unos rendimientos, es decir, son productivos. Pero la información también produce rendimientos ya que tiene la misión de informar, revelar alternativas, reduce incertidumbres y desvela soluciones entre otras cosas.

Importancia y características de la Información Interna.

La información interna es inherente a las organizaciones. Y es que, la institución es, al fin y al cabo, un conjunto de personas que interaccionan intercambiando información. Por ello, la información interna en una organización se considera mucho más importante (su volumen es generalmente mayor) que la información externa.

La información debe fluir en la institución sin ningún obstáculo, y evitar toda situación de estancamiento, ya que es la forma más adecuada de sacar el mayor provecho a la información que maneja.

La información tiene un carácter instrumental, no finalista, y sirve de soporte en todos los ámbitos de la empresa. Ya no puede ser considerada como un mero soporte o apoyo de las actividades de la institución, sino como uno de sus principales recursos o activos.

La información como recurso estratégico en una institución, es vital, por lo que las instituciones deberían darse cuenta de que el verdadero objetivo de las tecnologías de la información debe ser el aprovechamiento estratégico de la información.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Optimizar el uso de la Intranet.
- Realizar por cada uno de los departamentos, con ayuda de la Dirección de TIC's una página de información interactiva que permita el acceso de información para quién lo requiera.
- Estructurar la información, de manera que llegue la información necesaria a cada uno de los niveles.

ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

Las instituciones dedican una parte importante de su tiempo y de sus recursos económicos y humanos a la obtención, proceso, aplicación y proyección de información. Por esta razón,

la información interna juega un papel decisivo y se convierte en su principal patrimonio. Debe ser clara, precisa y que se adapte a la formación y perfil de las personas a la que va dirigida. Tiene que ser rápida y estar disponible en el momento que se la necesite, y de una manera completa y armonizada con otras informaciones. Debe ser una información fácilmente accesible y con un costo de obtención menor que la utilidad que ofrece.

De esta forma recomendamos la utilización de las siguientes estrategias:

- Continuar profundizando en el tema de información interna, que es considerada de vital importancia para la excelencia en el desempeño laboral.
- Crear habilidades y potencializar las ya existentes para transmitir las tecnologías intangibles.
- Optimizar el uso de la Intranet.
- Utilizar por cada uno de los departamentos una página de información interactiva que permita el acceso de información para quién lo requiera.
- Correo Electrónico Institucional: Canal de comunicación ágil y masivo para la difusión de información de interés general ya que, todo el personal cuenta con este servicio. El correo facilita el envío y recepción de información.
- El mecanismo que la institución emplea para que el público tanto interno como externo pueda expresar sus opiniones y/o disconformidades, consiste en un buzón de sugerencias, el cual se encuentra disponible en la plataforma web al cual se puede acceder a través de un botón digital. Se realizarán acciones tendientes a que los servidores públicos conozcan el Buzón de Quejas, Reclamos, Denuncias y Sugerencias, al igual que los mecanismos que disponen para comunicarse con este buzón. La información recibida a través del Buzón de Quejas, Reclamos, Denuncias y Sugerencias, es confidencial y en ningún caso podrá ser utilizada en contra el servidor público que la proporcionó.
- Aquellas sugerencias, peticiones, comentarios, quejas y reclamos recibidos a través del Sistema de Buzón de Quejas, Reclamos, Denuncias y Sugerencias que requieran atención puntual e inmediata, serán respondidas de manera clara y oportuna, según los mecanismos y plazos establecidos en el procedimiento.
- Toda la información recibida como reclamo y/o sugerencia en el Sistema de Buzón de Quejas, Reclamos, Denuncias y Sugerencias será remitida de manera mensual a la Coordinación de la Unidad de Transparencia y Anticorrupción. Para la pronta respuesta de ésta.

FUENTES INTERNAS DE INFORMACIÓN:

Están constituidas por los documentos internos que surgen de las operaciones cotidianas de la institución:

- 1) Leyes.
- 2) Decretos.
- 3) Reglamentos
- 4) Resoluciones.


Secretario Técnico Interino
Javier Mongelós C.

12

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.

- 5) Circulares.
- 6) Dictámenes.
- 7) Manuales y Procedimientos.
- 8) Actas de reuniones.
- 9) Planilla de reunión de trabajo.
- 10) Planilla de asistencia.
- 11) Informes técnicos
- 12) Documentos del Sistema de Control Interno.
- 13) Informes y comunicados de las diferentes dependencias de la institución.

CANALIZACIÓN Y MANEJO DE LA INFORMACIÓN INTERNA

La información es identificada, recolectada y registrada de acuerdo a los datos ofrecidos por las dependencias de la institución, en función a los lineamientos establecidos por la institución.

Lineamientos:

- a) Cada dependencia establece la información en función a los datos que genera (datos cualitativos y cuantitativos de la gestión y/o administrativos), siendo responsable de los mismos.
- b) Toda información producida en una dependencia del SINAFOCAL, es compartida con sus pares. Para el cumplimiento de este objetivo se establecen los siguientes mecanismos y procedimientos:
 - 1- Los datos e informaciones de interés son remitidos a la Coordinación de Comunicación para su posterior difusión.
 - 2- Los anuncios de actividades de interés son publicados en el sitio web oficial y enviado a través del correo institucional, con apoyo de los técnicos de la Dirección de Tecnologías de información y Comunicación (DTIC).
- c) El Departamento de Comunicación y la Dirección de Tecnologías de Información y Comunicación manejan con prudencia y responsabilidad la información sistematizada, respetando siempre los principios de la confidencialidad en los casos necesarios.
- d) El archivo de las informaciones generadas y publicadas por la institución son resguardadas en formatos digitales y/o impresos en el tiempo establecido, de acuerdo a las políticas de seguridad de información de la institución.
- e) Los datos e informaciones de cualquiera de las dependencias del SINAFOCAL, podrán ser requeridos por las autoridades de la Institución, para su sistematización y uso institucional.
- f) A efectos de medir la satisfacción del servidor público de la Institución con respecto a la información y comunicación interna, se utiliza la Encuesta de Autoevaluación



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino

13

de Sistema de Control Interno, el cual mide el nivel de percepción y contribuye a la mejora continua.

- g) Las dependencias de la Institución, deberán proveer en tiempo y forma, la información solicitada por la Coordinación de Comunicación, para su procesamiento y socialización.

INFORMACIÓN EXTERNA

Componente de Control que reúne y procesa el conjunto de datos e información de la institución pública, proveniente de fuentes internas y/o externas, generando información necesaria a la sociedad en general; a los proveedores y contratistas; a las instituciones u organismos reguladores y de fiscalización; de seguimiento a órganos de fuentes de financiación externa y a otras organizaciones que se constituyen como grupos de interés externos de cada organismo o entidad.

Otras fuentes de Información Externa, la constituyen los estudios sociológicos y socioeconómicos realizados por instituciones diferentes a la entidad; los estudios sectoriales realizados por revistas especializadas, las cámaras de comercio y las asociaciones de profesionales; las bases de datos de los institutos nacionales de estadística; la regulación propia de la entidad; los catálogos de proveedores, las ferias de muestras, las publicaciones sobre proveedores, los sistemas de información nacionales, las páginas Web, los periódicos y revistas profesionales, las administraciones de impuestos y demás instituciones públicas.

Cuanto mayor sea el número de fuentes utilizadas, menor será la probabilidad de error o falsedad de la información, lo cual facilita su análisis, comprensión y utilización.

Adicionalmente, un Sistema de Quejas y Reclamos constituye un medio de Información Externa directo de la institución con sus grupos de interés externos, permitiendo registrar, clasificar y realizar seguimiento al grado de cumplimiento de los intereses de los beneficiarios. Es un medio para medir la eficacia de la gestión institucional, dado que:

- Las quejas y reclamos son fuente de información sobre los incumplimientos institucionales. A través de éstos se puede conocer su origen, alcance, gravedad, impacto y frecuencia.
- Permite definir una acción correctiva inmediata y una acción preventiva de la causa que las origina, ya que pueden afectar a la institución en su imagen y capacidad de impacto en la sociedad y, si es el caso, asumir los sobrecostos para lograr su recuperación o neutralización.



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino

14

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.

DELINEAMIENTOS DE LA INFORMACIÓN EXTERNA

La información externa es la generada fuera de la institución y que ésta adquiere, para su procesamiento y uso interno en cualquier época del año. Normalmente, este tipo de información está dirigida a solucionar los problemas que se presenten o mejorar los procesos que se utilizan para llevar a cabo sus actividades laborales.

Es indudable que el uso apropiado de la información se ha constituido en una ventaja competitiva, ya que su adecuado procesamiento y posterior utilización, como base de las decisiones en una institución, se convierte en un factor de diferenciación difícil de ser percibido, copiado o igualado. En las organizaciones modernas se considera la información como un recurso y, como tal, se la trata, considerándola como un componente más de las materias primas y los productos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recuperar, tratar y aprovechar la información externa de valor que se acumula escondida entre el océano de datos.
- Definir los temas de interés para nuestra institución.
- Automatizar la recuperación de la información externa procedente de las fuentes de información.
- Seleccionar solo “pepitas de oro” informativas.
- Transformar los datos e informaciones externas en conocimiento.
- Compartir la nueva información con las personas adecuadas para crear ventajas competitivas.

FUENTES DE INFORMACIÓN EXISTENTES

Toda institución adquiere información externa durante la interacción con su entorno exterior, y lo hace de dos maneras: deliberada y organizada o de forma no sistemática.

Sabemos que los siguientes medios son empleados comúnmente para adquirir información que después será utilizada en las decisiones de la organización.

- Asistencia a ferias nacionales o internacionales.
- Asistencia a seminarios, congresos, reuniones, conferencias nacionales o internacionales.
- Contratación de consultores privados nacionales o internacionales.
- Consultas al sistema de información interna de la institución (biblioteca, centro de documentación).
- Entrevistas a beneficiarios.
- Consultas a instituciones o gremios industriales.



Ing. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretaría Técnica Interino

15

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.



Iturbe Nro 175 c/ Eligio Ayala
Asunción - Paraguay



(59521) 495-487/8



www.sinafocal.gov.py



info@sinafocal.gov.py



@sinafocaloficial



@sinafocal



@sinafocal

- Suscripción a publicaciones periódicas especializadas (revistas, periódicos, anuarios, informes anuales) nacionales o internacionales.
- Contratación de servicios de información (bases de datos, sistemas especializados).
- Revisión de la publicidad o propaganda de las demás instituciones (literatura de productos o servicios, avisos).
- Consulta de la documentación elaborada por las instituciones (comunicados de prensa, informes anuales, discursos de los ejecutivos, documentos presentados ante agencias internacionales). En algunas ocasiones no es fácil para una sola persona, dentro de una organización, percibir el beneficio de todas las fuentes o medios utilizados para que la institución adquiera información.

Las fuentes de información externa nos permitirán satisfacer unas necesidades informativas y proporcionarán a la institución una información actualizada, relevante, fiable y válida imprescindible para la resolución de problemas y una óptima toma de decisiones.

Las instituciones deben conocer lo que ocurre a su alrededor para estar preparadas a la hora de tomar decisiones. La información se convierte en un activo fundamental si queremos adaptar nuestra institución a los cambios, cada vez más repentinos, del entorno en el que nos encontramos.

Además de las fuentes de información internas, las organizaciones deben recabar toda la información posible de su entorno, recurriendo a las fuentes de comunicación externas. Unas fuentes muy ricas en información que se dividen de la siguiente forma:

✓ **Primarias:**

Las fuentes primarias externas, son aquellas que se recopilan explícitamente para un fin informativo o investigación concreta. Para ello es necesario saber qué información queremos conseguir, a quién nos hemos de dirigir, dónde hemos de recabar dicha información y de qué forma.

Las formas de recopilar esta información pueden ser cualitativas (entrevistas, dinámicas de grupo, técnicas proyectivas, técnicas de creatividad, observación...) o cuantitativas (encuestas, paneles, etc).

✓ **Secundarias:**

Se entiende por fuentes de información externa secundarias, toda aquella información que ya ha sido recopilada, publicada o que se encuentra disponible, y que poseía un objetivo informativo distinto al que nuestra institución busca.

Además de estas fuentes, la institución deberá estar atenta a cualquier cambio que se produzca, y le afecte directamente, en los siguientes campos: demográfico, sociocultural, medioambiental, político, tecnológico, económico y legal.


Eduardo Javier Mongelós G.
Secretaría Técnica Interino

Para recopilar, clasificar, evaluar, y distribuir toda esta información será necesario implantar un efectivo y eficaz sistema integrado por personas, equipos y procedimientos. Este sistema de información ayudará a los responsables de la empresa en su planificación, ejecución y control de los objetivos marcados.

ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

- Con la información recogida, se pueden definir estrategias para posibles establecimientos exitosos de servicios de información para nuestra institución, o para mejorar los existentes. También podemos encontrar indicadores del tamaño de la oportunidad para crear estos servicios, pudiendo cualificar la competencia a que se enfrentan cuando sean establecidos.
- Después de definir las características y atributos de la información externa que requiere la institución, el diseño de los prototipos de servicios sería el segundo paso que se tendría que dar con la información recopilada.
- Recopilar en una lista todas las fuentes de información a consultar
- Automatizar el proceso de búsqueda, extracción y recuperación de la información.
- Filtrar la información
- Transformar los datos e información externa en conocimiento
- Compartir la información con las personas adecuadas, dentro y fuera de la organización. Son estas personas las que utilizarán la información y la trasformarán en algo útil para la institución.
- Los canales oportunos y adecuados que la institución emplea para informar las actividades organizacionales para con los grupos de interés externos; la ciudadanía como así también otras organizaciones con las que se haya suscriptos convenios específicos (universidades, IFCLS, otras instituciones) y los organismos de control externos, son las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram) y portal web.
- El mecanismo que la institución emplea para que el público tanto interno como externo pueda expresar sus opiniones y/o disconformidades, consiste en un buzón de sugerencias, el cual se encuentra disponible en la plataforma web al cual se puede acceder a través de un botón digital. Aquellas sugerencias, peticiones, comentarios, quejas y reclamos recibidos a través del Sistema de Buzón de Quejas, Reclamos, Denuncias y Sugerencias que requieran atención puntual e inmediata, serán respondidas de manera clara y oportuna, según los mecanismos y plazos establecidos en el procedimiento.

SISTEMA DE INFORMACIÓN

Componente de Control, que se conforma por los diferentes sistemas diseñados y desarrollados por la institución pública para hacer más oportuna, integra y confiable su información en términos de las necesidades de apoyo tecnológico a cada organismo o entidad y que son necesarios para el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Los Sistemas de Información, se ocupan del tratamiento de la información en forma oportuna, eficaz y eficiente, mediante el uso de los recursos necesarios para su captura, entrada, depuración, integración, procesamiento, comparación, análisis, almacenamiento y difusión de datos. Los Sistemas de Información necesitan de un componente físico (hardware), de programas (software), recurso humano, información que se pretende procesar para agregar valor, obteniendo información adicional de mayor soporte.

Como Componente de Control, los Sistemas de Información requieren de una combinación de datos y hechos que conformen un sistema en el que se involucren estadísticas, información de planes y programas, desarrollo de sistemas financieros, análisis de costos e información interna, a fin de contribuir a determinar el comportamiento individual y colectivo de los procesos, facilitar y socializar la experiencia institucional, sus aciertos, errores, logros y la gestión realizada.

El SINAFOCAL, está orientado a facilitar los recursos tecnológicos necesarios y adecuados que contribuyan al control, accesibilidad, almacenamiento, manejo, recuperación y seguridad de la información a través de la Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación (DTIC), dependencia encargada de los Sistemas e Información.

DELINEAMIENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN

La información es un componente básico para el crecimiento de cualquier organización, aumentar la sinergia con alternativas soportadas en estrategias y tecnologías modernas que permitan agilizar los niveles de administración de las instituciones, lo cual es de gran utilidad para brindar mejores servicios.

Por esto es imprescindible elaborar nuevos modelos para alcanzar desarrollos en distintos campos de la ciencia y la tecnología, que integren los flujos de tecnología, información y Capital Humano con el fin de realizar de forma rápida y efectiva los procesos relevantes de las instituciones para su buen funcionamiento.

Existe la necesidad de convertir las técnicas administrativas tradicionales por las modernas, empleando recursos tecnológicos como son los Sistemas de Información con el fin de contribuir con su desarrollo, crecimiento y competitividad.

La información en una institución constituye un bien de consumo y un activo equiparable a los recursos humanos y financieros. Entendida como una herramienta que nace ligada a los procesos de información y comunicación, constituye la respuesta a las crecientes necesidades de competitividad de las instituciones.

Para las organizaciones en general, es muy importante obtener todos los datos necesarios para poder analizar la situación de las mismas, así como para tomar decisiones acertadas.

Por todo ello, cada vez se deberá integrar más información y conocimientos de comunicación en los servicios que ofrezca la organización al exterior, así como en las decisiones que se tomen internamente.

En las organizaciones, sus responsables suelen aceptar la necesidad de la información sin preocuparse demasiado en saber si es percibida e interpretada correctamente por los interlocutores de acuerdo con la intención del emisor, en la creencia de que el mensaje, aun bien recibido, produce un efecto mecánico sobre los comportamientos de empleados, colaboradores.

Sin embargo, no siempre sucede esto. Una información de sentido único puede errar su objetivo, bien porque no ha sido percibida, bien porque no ha sido entendida, bien porque no incita a la acción y permanece en el espíritu del interlocutor como un elemento inerte.

Por tanto, puede decirse que existe comunicación a partir del momento en que se establece una relación, relación que supone un diálogo o, en todo caso, la posibilidad de dicho diálogo. Si se analizan con mayor detalle los diferentes elementos que intervienen en este intercambio, pueden distinguirse:

Los datos, es decir, los elementos brutos de la información (los resultados del ejercicio económico, por ejemplo).

La información, elaborada a partir de los datos y transmitida por el emisor al receptor. La información implica un mensaje signifiicante, es decir, susceptible de formar o transformar las representaciones del sujeto y modificar su comportamiento.

La comunicación con sucesión de intercambios de información, constituyendo una relación recíproca. Se desarrolla fundamentalmente en torno a acciones comunes. Ejemplo de ello sería el proceso de transmisión de los resultados al personal de una institución, asegurándose de que sean perfectamente comprendidos.

LA INFORMACIÓN, PRIMER ESTADIO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un medio esencial de integrar y motivar a todas las personas que participan en la organización. Por tanto, es necesario observar cómo ha de funcionar ésta para que los receptores reciban correctamente los flujos de los emisores y se establezcan las comunicaciones a partir de líneas ascendentes, descendentes, laterales o diagonales según los campos de la información procesada, el soporte utilizado, la situación en que se encuentran



Econ. Javier Mongelós G.
Secretaría Técnica Interina
SINAFOCAL

19

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.



Iturbe Nro 175 c/ Eligio Ayala
Asunción - Paraguay



(59521) 495-487/8



www.sinafocal.gov.py



info@sinafocal.gov.py



@sinafocaloficial



@sinafocal



@sinafocal

los receptores en su vida profesional, el momento y las circunstancias que atraviesa la institución.

La importancia de la información radica en el hecho de que permite tomar decisiones, tendientes a alcanzar los objetivos fijados por la organización.”

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Proporcionar información que sirva de apoyo al proceso de toma de decisiones:
- Lograr ventajas competitivas a través del uso de la tecnología de información.
- Proporcionar, facilitar y ejecutar automáticamente procesos que constantemente se realizan manualmente.
- Dar información y datos para ayudar a la toma de decisiones.
- Interaccionar con el beneficiario de manera más profunda.
- Determinar la estrategia y contexto actual de la organización
- Determinar el estado actual de los sistemas de información
- Analizar los sistemas de información
- Definir la estrategia y plan de sistemas de información

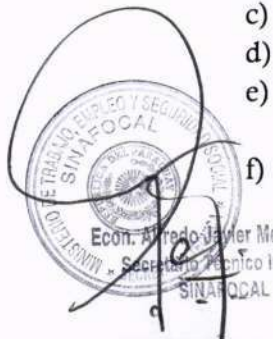
ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

- Contribuir a través de la mejor aplicación de la tecnología al refuerzo de los fines y de las metas que se persigan.
- Identificar las situaciones futuras en las que uno quiere encontrarse (posiblemente marcando una distancia con la situación actual), definiendo un marco en el que encuadrar los objetivos (coherencia) y proyectando, a través de la planificación estratégica, la dirección adecuada de los movimientos que habrán de ejecutarse para alcanzar dichas metas.
- Identificar los objetivos estratégicos y bajo estos se agruparán las acciones de mejora identificadas y calificadas.

BENEFICIOS:

Gracias a la utilización de los sistemas de información se obtienen los siguientes beneficios:

- a) Acceso inmediato a la información ya sea de personas, datos, software o hardware.
- b) Mayor motivación para anticipar las solicitudes de las directivas.
- c) Evitar pérdida de tiempo en la recopilación de información.
- d) Impulsos para crear grupos de investigación.
- e) Se generan más dinámicas, gracias a los medios informáticos; como el correo electrónico.
- f) Mejora continua de la prestación de servicios tecnológicos mediante la administración eficiente de los recursos disponibles, conforme a los objetivos estratégicos institucionales.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

- g) Mantener una estructura tecnológica adecuada para el almacenamiento, organización y acceso oportuno a la información.
- h) Mantener una infraestructura tecnológica adecuada para garantizar el flujo normal de la información entre distintos componentes tecnológicos.
- i) Cumplir con los procesos operativos necesarios que garanticen la continuidad de los sistemas de información.
- j) Garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información registrada, de tal forma que se brinde un nivel óptimo de seguridad.

COMPONENTE COMUNICACIÓN

Conjunto de componente de control que, al interrelacionarse entre sí, permiten la construcción de sentido compartido en la institución pública, lo cual garantiza la circulación fluida y transparente de la información interna y externa de la entidad a los diferentes grupos de interés. Facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, mejorando su nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con los ciudadanos y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión y de sus resultados, generando confianza y posicionamiento ante la sociedad.

La Comunicación en las instituciones públicas, tiene una dimensión estratégica fuertemente unida a la institución, al ser el factor que hace posible que las personas puedan asociarse para lograr objetivos comunes. Reconocer este principio, tiene implicaciones importantes pues él determina que la dimensión comunicativa atraviesa de manera sistémica toda acción institucional, de donde se desprende que las Instituciones públicas deben identificar y reconocer su práctica comunicativa como un eje estratégico, que define y gestiona la proyección de su identidad e imagen institucional. Caracteriza y regula sus interacciones con los grupos de interés de la institución e interviene la cultura institucional para generar coherencia interna.

La interacción comunicativa es inherente al suministro de información oportuna y necesaria hacia el interior de las instituciones, facilitando el desarrollo de los procesos, actividades y tareas concretas y garantizando la circulación suficiente y transparente de la información, hacia los diferentes grupos de interés externos.

La Comunicación promueve la rendición de cuentas a la sociedad, así como la movilización social hacia el entendimiento de los fines esenciales del Estado y el respeto por lo público.

Permite derivar tres (3) elementos básicos del componente de control así:

- COMUNICACIÓN INTERNA (Institucional)
- COMUNICACION Externa (Pública)
- RENDICION DE CUENTAS



El SINAFOCAL a través de Código de Buen Gobierno ha adoptado las Políticas de Comunicación Institucional, que mencionan en su **Capítulo III** lo siguiente:

1.4- La comunicación institucional estará orientada a la construcción del sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de dialogo y colaboración entre los servidores públicos de la institución. Para ello, la administración del Sistema Nacional de Formación y Capacitación Laboral establecerá procesos y mecanismos comunicativos que garanticen la interacción y la construcción de visiones comunes para lo cual se utilizan distintos canales de comunicación interna, tales como; el correo institucional, el portal web, en el cual se encuentra disponible el Manual de Comunicación, como así también carpetas compartidas institucionales enlazadas al sistema informático y el Intranet, así también en el punto 2.2-El SINAFOCAL, institución dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social se compromete a realizar informes de rendición de cuentas de su gestión por lo menos una vez al año con el objeto de informar a la ciudadanía sobre el proceso de avance y cumplimiento de las metas contenidas en el plan estratégico de la institución. El mecanismo será establecido en la planificación del proceso.

COMUNICACIÓN INTERNA (INSTITUCIONAL)

Componente de control que asegura la interacción comunicativa, la difusión y circulación amplia y focalizada de la información al interior de la institución pública, para un claro cumplimiento de sus objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y gestión de operaciones. Estructura información para garantizar el desarrollo de la función de la institución y apoyar la toma de decisiones; promueve el trabajo colaborativo en la institución, mejora su receptividad, nivel de apertura, actitud de servicio y genera visión compartida entre todos los servidores públicos.

Se constituye por el conjunto de instrumentos y mecanismos que cohesiona y confiere identidad a las instituciones del Estado, buscando que los servidores públicos se integren a un proyecto institucional, con clara conciencia de su pertenencia y compromiso con los propósitos misionales definidos por cada administración. En su dimensión institucional, los organismos e Instituciones del Estado deben procurar los mecanismos adecuados para garantizar la necesaria coherencia interna en la actuación de sus áreas, dependencias, y en las actitudes de los servidores públicos, los cuales deben corresponder a la cultura institucional deseada.



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

22

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.

El ambiente de la institución, proporciona muchas oportunidades para la comunicación verbal, estas van desde las reuniones informales y las horas de descanso que reúnen a los servidores públicos, hasta conferencias más formales y reuniones de comités y consejos. Esta clase de comunicación ocurre también cuando los miembros de diferentes áreas se agrupan en equipos de trabajo o de proyecto.

Es fundamental transmitir objetivamente la información, a la par de crear sistemas de retroalimentación, asegurando informaciones oportunas, veraces y fidedignas.

La Comunicación institucional está orientada a propiciar la coherencia en la actuación de los servidores públicos del SINAFOCAL con respecto a la Misión y Visión institucional, a la consolidación de la cultura y los valores asumidos; a afirmar el sentido de pertenencia y el relacionamiento, fortaleciendo su imagen institucional y la visibilidad social mediante la implementación de un plan de comunicación.

DELINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA (INSTITUCIONAL)

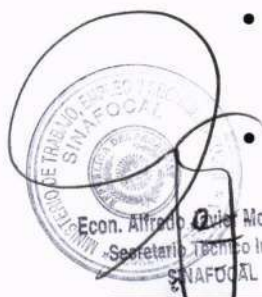
Se refiere a todos los procesos comunicativos e informativos al interior de una institución y que permiten hacer partícipes a todos los miembros de la organización de lo que ésta hace, motivándolos a colaborar, a sugerir, a comentar; de esta manera, el intercambio de información se vuelve bidireccional, adoptando así un verdadero carácter comunicativo. La comunicación institucional se convierte en una herramienta estratégica clave para dar respuesta a las necesidades de la organización y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la institución.

OBJETIVO GENERAL

Optimizar los procesos de comunicación al interior de la institución, mediante la transmisión de mensajes claros y concretos, a través de canales específicos, que permitan a cada integrante del ente, conocer sus planes, objetivos, metas y su grado de participación y esfuerzo en esta tarea, generando mayor sentido de pertenencia y fortaleciendo la cultura organizacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Establecer una relación fluida entre empleados y empleadores, por medio de canales adecuados entre todos los niveles de la institución.
- Facilitar la circulación e intercambio de información entre todos los niveles de la institución, permitiendo, así, un funcionamiento más ágil y dinámico de las diferentes áreas, y una mejor coordinación entre ellas.
- Motivar y dinamizar la labor de los miembros de la institución, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable, que redunde en una mejor calidad del trabajo y en la mejora de la productividad de la institución.



- Obtener la aceptación y la integración de los empleados a la filosofía, a los valores y a los fines globales de la institución.
- Crear y mantener una imagen favorable de la institución en los miembros de la organización.
- Transparentar y socializar interna y externamente la información.
- Establecer objetivos que permitan el contacto constante del SINAFOCAL con su personal laboral, comunicando los intereses, estrategias y directrices de la institución.
- Mejorar y aumentar de manera creativa los canales de comunicación. Apoyar y proponer acciones al área de Talentos Humanos para evaluar periódicamente el clima interno, estableciendo estos canales de información.

ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

- Realizar estudios y diagnósticos.
- Formar y especializar a los/as servidores/as públicos.
- Proveer de equipos básicos.
- Habilitar y acondicionar infraestructura.
- Realizar talleres de evaluación de las intervenciones realizadas y de planificación de las posteriores.
- Realizar talleres de evaluación que permitan decidir sobre la continuación y/o extensión de los proyectos comunicacionales.
- Utilizar las redes sociales, como grupos de WhatsApp, intranet, spark, correo electrónico que permitirá mantener informados a todos los integrantes de la institución de todo los proyectos y logros del SINAFOCAL, además es el espacio apropiado para enviar mensajes de motivación que permitan la alineación de todos los integrantes de la institución.
- Reunión de grupos primarios: un grupo de personas “cara a cara” que se reúne para comentar situaciones propias del área, definir acciones a tomar sobre algún suceso específico del departamento, entre otros. Una adecuada estructura de grupos primarios facilitará la comunicación ascendente, descendente y horizontal y llevará a la participación activa de todos los miembros de una organización. Se requiere voluntad de parte de todos. La reunión de grupos primarios estará conformada por la autoridad máxima del SINAFOCAL, Directores, Coordinadores y Jefes de Departamento.
- Organizar CONVERSATORIOS, consistente en la reunión de TODOS los trabajadores del SINAFOCAL, para conocer metas y logros alcanzados, nuevas políticas de la institución y se deberá convertir en el espacio propicio para que la comunicación ascendente, descendente y horizontal fluya de manera adecuada, permitiendo a todos los asistentes expresar sus opiniones y sugerencias para el mejoramiento de la institución.
- Colocación de CARTELERAS, que son espacios estratégicamente ubicados para ser leídos, en los que el SINAFOCAL coloca escritos, cuadros, gráficos y fotografías, entre otros, en lugares de fácil visualización y lectura de información rápida dirigida a todos los empleados de la institución. Requiere una supervisión ya que, por sus

24


Econ. Alfredo Javier Angelino
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

Visión: Institución líder en políticas de regulación de formación y capacitación laboral con reconocimiento nacional e internacional, comprometida con la calidad, innovación e inclusión.

características, la información se desactualiza rápidamente y cualquier persona puede colocar información sobre la que está actualmente. Su diseño debe ser ágil y llamativo. Puede usarse, además, para reforzar una campaña interna.

Diseño y Elaboración de materiales de comunicación

- Se preparan materiales oportunos y adecuados para la comunicación con los grupos de interés del SINAFOCAL, de acuerdo a estos parámetros:
- Soportes electrónicos que contengan información referente a la gestión Institucional.
- Murales en sitios estratégicos donde se exhibirán materiales informativos producidos por las dependencias, que sean de interés para los servidores públicos.
- Medios digitales para la promoción de las actividades y objetivos misionales de la Institución.
- La Coordinación de Comunicación, deberá orientar a todas las dependencias para la elaboración de materiales que posteriormente serán autorizados para ser difundidos.
- El correo institucional se constituye en el canal oficial y obligatorio de uso diario para la comunicación de informaciones establecido entre los servidores públicos.
- Los lineamientos para el uso de la Intranet están establecidos dentro de las Políticas de Seguridad de la Información.
- La Dirección de Tecnologías de Información y Comunicación, dará soporte técnico a todas las áreas para el uso efectivo de los sistemas informáticos, internet y seguridad en la información digital. A la vez se encarga de asignar correos electrónicos de carácter institucional a las dependencias y a servidores públicos que contribuya a la canalización de la información.

COMUNICACIÓN EXTERNA (PÚBLICA)

Componente de control que asegura la interacción comunicativa y el conjunto de procedimientos, métodos, recursos y mecanismos a utilizar por la institución pública para garantizar la divulgación, difusión amplia y focalizada de la información, y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés externos. Asiste la publicidad de las actuaciones de las autoridades gubernamentales en términos de los requerimientos de los grupos de interés, apoyando adecuadamente el cumplimiento de su responsabilidad pública de información y comunicación.

La Comunicación Pública, está constituida por la información amplia y transparente de la entidad pública hacia los diferentes grupos de interés externos, sobre los objetivos y los resultados comparativos de su gestión. Contribuye a la Rendición de Cuentas a la sociedad, a la Rendición de la Cuenta a los órganos encargados de la vigilancia Fiscal en el uso de los recursos públicos, y a generar el respeto colectivo por lo público y lo institucional.

25


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

Como actor social y político, en la medida que representa al Estado, el organismo o entidad pública cumple un rol ordenador del acontecer de su entorno. Esto significa que no puede abstraerse de su obligación de establecer relaciones claras, transparentes e incluyentes con sus grupos de interés externos, en especial, con la sociedad, y que no puede renunciar a su responsabilidad pública de dar cuenta de su gestión, en su condición de ser parte del Estado.

Información Pública:

- a. La Coordinación de Transparencia y Anticorrupción, es la dependencia encargada de promover y gestionar el Acceso a la información Pública.
- b. La provisión de información tanto para Transparencia Activa o Pasiva, debe ajustarse a las disposiciones legales vigentes que se detalla.

1- Ley N° 5189/2014 "Que establece la obligatoriedad de la provisión de informaciones en el uso de recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay".

2- Ley N° 5282/2014 "De Libre Acceso Ciudadano a la Información Pública y Transparencia Gubernamental". Decreto N° 4064/2015, por el cual se Reglamenta la Ley N° 5282/2014.

- c. La información pública está sometida a publicidad, y la Coordinación de la Unidad de Transparencia y Anticorrupción prevé su adecuada organización, sistematización, informatización y disponibilidad para que sea difundida en forma permanente, a los efectos de asegurar el más amplio y fácil acceso a los ciudadanos interesados.

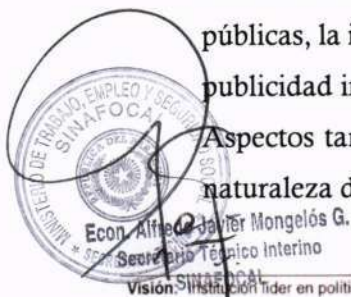
DELINEAMIENTOS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA:

La comunicación pública es el Componente del Control que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento del entramado de relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, es decir la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyen el acercamiento de la entidad a los públicos que atiende y estos a su vez, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

La comunicación pública se ha convertido, en la actualidad, en una actividad administrativa heterogénea, muy difícil de delimitar y categorizar que se puede identificar como «un cajón de sastre» en el que caben manifestaciones tales como la información política, las relaciones públicas, la información general sobre servicios administrativos, el diálogo interpersonal o la publicidad institucional.

Aspectos tan relevantes como el derecho a la información, la tipología de los usuarios, la naturaleza de los mensajes, las tecnologías de información y comunicación o las estructuras

26



de los diferentes niveles competenciales administrativos que prestan servicios al ciudadano son, elementos consustanciales al diseño de los procesos de comunicación pública que conviene tener presentes en esa interacción permanente entre Administración y ciudadanos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Lograr una mayor incidencia en la población en general sobre lo que es el SINAFOCAL y sus funciones, sus líneas estratégicas y sus actividades.

- Potenciar y mejorar con el trabajo con los medios de comunicación.
- Mejorar la información y el conocimiento de la institución por parte de otras Secretarías, Ministerios y estancias gubernamentales, así como de las no gubernamentales, para una mayor comprensión de la dimensión de las funciones del SINAFOCAL.
- Mantener informado al público objetivo con claridad, transparencia y oportunidad, ofreciendo a la ciudadanía y a las demás instituciones y organizaciones una rendición de lo que la institución hace y del impacto de sus actuaciones.
- Recopilar datos sobre la opinión de la ciudadanía y de otras organizaciones e instituciones sobre el SINAFOCAL, de manera que esta información pueda realimentar las actuaciones de la institución.
- Establecer y mejorar los contactos con los medios de comunicación para servir como fuente fiable de información relacionada con los objetivos institucionales.
- Sensibilizar y capacitar hacia el exterior de la institución, con miras a mejorar el conocimiento de la institución, sus planes y programas.
- Detectar sinergias interinstitucionales y fortalecerlas con alianzas estratégicas.

ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

- Empleo de técnicas comunicacionales como boletines informativos, gacetillas. Manejar agenda de medios, conferencias conforme a los requerimientos, visitas a medios. Incluir medios alternativos u otras propuestas nuevas y creativas de difusión y socialización.
- Realizar monitoreo de medios audiovisuales, documentación, archivo gráfico y audiovisual, banco de imágenes y datos.
- Talleres, recorrido de medios, lobby y reuniones.

MERCHANDISING INSTITUCIONAL

Para entender la importancia del merchandising institucional, es importante comprender en primer lugar en qué consiste la imagen corporativa de una institución, que según Miguel Santesmases “es la representación mental que tienen los públicos interesados y la sociedad en general de una empresa, sus productos, directivos, métodos de gestión, etc. Conseguir una

27

Econ. Mirela Javier Mongelós G.

Secretaría Técnica Interino
SINAFOCAL

imagen positiva es difícil y costoso, pero resulta rentable, porque favorece muy sensiblemente a la empresa que lo posee, beneficiándose los productos que fabrica o vende”.

Para crear una imagen es necesario invertir una gran cantidad de dinero en diseñar la imagen corporativa, que debe ser coherente con el paso del tiempo y se manifiesta por medios gráficos, verbales, culturales, ambientales y a través de informaciones objetivas.

En ese sentido, desde la Coordinación de Comunicación se tiene previsto invertir en productos de merchandising, con el objetivo de optimizar la imagen que tiene el beneficiario o consumidor final sobre el SINAFOCAL, con lo que se pretende distribuir y diseminar la imagen de la institución allá donde vayan los usuarios que poseen productos de merchandising del SINAFOCAL, estamos hablando de blocs, bolígrafos, agendas, llaveros, maletines, carpetas, etc. con el nombre y logotipo de la institución. En definitiva, un tipo de merchandising que sirve para dar a conocer y extender la imagen corporativa.

Manejo de Medios Externos de Comunicación

- Utilizar los mecanismos y medios adecuados para brindar información a los grupos de interés y a los medios masivos de comunicación, para lograr un buen relacionamiento con los medios de prensa y una buena imagen institucional.
- Medios Institucionales Página Web
- La Página Web Oficial debe ser actualizada periódicamente por la Dirección de Tecnologías de Información y Comunicación, (DTIC) y la Coordinación de Comunicación, de acuerdo a la información recibida de las diferentes dependencias. La DTIC que se constituye en la unidad técnica para la actualización tecnológica del sitio web a estándares internacionales, con delineamientos establecidos por el MITIC. El contenido es actualizado por cada área específica en un espacio del sitio. Los contenidos de la Página Web incluyen; la presentación de la institución, sus fines, misión, visión, objetivos estratégicos, planes, programas y proyectos, logros en general y todo lo referente a sus actividades y resultados. Con el fin de hacer más atractiva la información publicada, con datos solicitados a las distintas dependencias sobre sus actividades, previamente aprobadas por la autoridad competente, para su difusión, se utilizan fotos, datos estadísticos, entre otros.

Redes Sociales

Adoptar mecanismos de comunicación amigables y accesibles, tales como: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y otros.

RENDICIÓN DE CUENTAS

Componente de control que asegura la divulgación transparente de información a la sociedad, sobre el manejo de los recursos públicos y los resultados e impactos de la gestión de cada institución pública. Genera visibilidad y transparencia; determina la responsabilidad



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino

28

pública de las autoridades administrativas y genera confianza e integridad en la institución pública.

La Rendición de Cuentas se refiere al derecho que tiene la sociedad a estar informada sobre la gestión de las instituciones públicas, y al deber de la máxima autoridad de informar el resultado de su gestión. A su vez, hace referencia a la obligación que toda entidad pública tiene de informar a los organismos de control fiscal, sobre los asuntos pertinentes a su gestión y al uso de los recursos.

El deber legal y ético de la Rendición de la Cuentas está determinado por la normatividad que obliga al servidor público a responder e informar sobre su actuación en lo referente a la administración y manejo de recursos públicos, así como frente a los resultados en el cumplimiento del mandato que le ha sido conferido.

En consecuencia, corresponde a cada entidad pública disponer de medios de comunicación permanentes y eficaces, para que todos los grupos de interés externos de la institución conozcan lo que se planea y se ejecuta, y puedan realizar el seguimiento correspondiente.

Fundamento Normativo

En virtud de los principios que rigen el Sistema Democrático y en concordancia con lo establecido en la Constitucional Nacional: "Ningún funcionario o empleado público está exento de responsabilidad (Art. 106), por tanto, los organismos y entidades del estado, en su acepción más amplia, como los servidores públicos en general están obligados a rendir cuentas ante la ciudadanía (el pueblo), que es el sujeto soberano mandante".

En ese sentido fue emitido el Decreto N° 2991/19 POR EL CUAL SE APRUEBA EL "MANUAL DE RENDICION DE CUENTAS AL CIUDADANO", SE LO DECLARA DE INTERES NACIONAL Y SE DISPONE SU APLICACIÓN OBLIGATORIA EN LAS INSTITUCIONES DEL PODER EJECUTIVO.

DELINEAMIENTOS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

La rendición de cuentas es un proceso participativo, periódico, oportuno, claro y veraz, con información precisa, suficiente y con lenguaje asequible sobre la gestión institucional, que conlleva la formulación, ejecución, evaluación de políticas públicas. La misma tiene como finalidad generar además de la transparencia, condiciones de confianza y el ejercicio del control social, así como el ajuste de los proyectos y planes de acción impulsados por la institución.



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

29

Involucra a las instituciones y entidades obligadas a rendir cuentas para que, a través de sus autoridades o representantes, se sometan a evaluación de la ciudadanía por las acciones u omisiones en el ejercicio de su gestión y en la administración de recursos públicos.

La Rendición de Cuentas genera una relación de doble vía “derecho-deber”. Para las instituciones es una obligación la Rendición de Cuentas; es decir, un DEBER y para la ciudadanía es un derecho, acceder a ella. Por medio del proceso de Rendición de Cuentas, es posible conocer si la gestión cumple o no con los requerimientos, necesidades y expectativas de la ciudadanía a la que se debe y para las instituciones, la evaluación ciudadana le permite cualificar su gestión. Es decir, promueve la corresponsabilidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Garantizar a los mandantes, el acceso a la información de manera periódica y permanente, con respecto a la gestión pública; refiriéndose, a que los mandantes que son beneficiarios, ciudadanos, conozcan de primera fuente y de manera veraz, sin restricciones, toda la información de la gestión pública.
- Facilitar el ejercicio del derecho a ejecutar el control social de las acciones u omisiones de los gobernantes, funcionarias y servidores públicos o de quienes manejen fondos públicos. Es decir, que la ciudadanía pueda organizar su participación en el control social de las instituciones, mediante veedurías, observatorios, etc.
- Vigilar el cumplimiento de las políticas públicas; entiéndase el derecho de los ciudadanos a velar por la correcta ejecución de las políticas públicas y exigir la consecución de resultados que garanticen el ejercicio de derechos.
- Prevenir y evitar la corrupción y el mal gobierno a través de la observancia, participación y vigilancia ciudadana de la gestión institucional, identificando los casos de corrupción, denunciándolos y aportando así a la lucha contra la corrupción.

La Rendición de Cuentas sirve para mejorar la gestión de lo público, mostrar avances, dificultades y resultados que permitan evidenciar el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, además debe ser vista como la oportunidad para reforzar la confianza de la ciudadanía hacia las autoridades. Por tanto, no solo es un recuento de las actividades y del presupuesto ejecutado por las autoridades y las instituciones, este es un proceso que debe ser visto de manera integral y en el cual se evidencia el ejercicio de derechos.

Asimismo, este proceso sirve para fomentar la organización social de conformidad con los intereses ciudadanos y de acuerdo con las necesidades específicas; facilita la participación ciudadana, impulsa escenarios para construir relaciones más equitativas entre gobernantes y

ciudadanos/as y la búsqueda de soluciones de manera colectiva. Fortalece la gobernabilidad al restaurar la confianza.

Potencia la democracia participativa al fomentar el equilibrio de los poderes entre las autoridades y la ciudadanía.

Contribuye a enriquecer el ciclo de las políticas públicas y sus resultados, a partir de la retroalimentación de la ciudadanía en la rendición de cuentas.

ESTRATEGIAS A SER EMPLEADAS:

La Rendición de Cuentas siendo un proceso participativo, periódico, oportuno, claro y veraz, debe contemplar el siguiente procedimiento metodológico de rendición de cuentas:

✓ CONFORMACIÓN DE UN EQUIPO TECNICO INSTITUCIONAL DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS.

Para facilitar el desarrollo del proceso, la institución requiere constituir un equipo de servidoras y servidores que se encargue del proceso de rendición de cuentas. Se sugiere que el equipo esté conformado por el Comité de Rendición de Cuentas al Ciudadano designado por la Máxima Autoridad a través de un acto administrativo.

Este equipo tendrá la tarea de liderar la implementación de la rendición de cuentas en la institución, desde el diseño de la propuesta metodológica de evaluación de la gestión institucional, para obtener información semestral de los resultados que servirán de insumos para la elaboración del informe preliminar de rendición de cuentas, hasta la presentación del mismo a la ciudadanía.

✓ EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL.

Incluye las siguientes actividades:

- Levantamiento de la información de evaluación
- Sistematización de la evaluación de la gestión
- Jornadas de evaluación de la gestión institucional

Para el levantamiento de información, se requiere contar con un instrumento que permita recopilar los resultados de la gestión, comparando lo planificado con lo ejecutado. Levantada la información, el equipo responsable de la rendición de cuentas deberá sistematizarla y presentarla en las jornadas de evaluación a las unidades de la institución para que éstas la validen.

Las jornadas de evaluación, son espacios de análisis de la gestión institucional evidenciada a través de la información sistematizada. Esto se llevará a cabo entre las unidades de la institución y el equipo responsable institucional para evaluar la gestión a partir de la información recopilada. Para ello, se requiere contar con la agenda respectiva.

FASE N°1

ELABORACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS PRELIMINAR. -

Se requiere que el equipo institucional consolide la información recopilada para obtener el resultado anual de la gestión institucional. Una vez que se cuente con el documento consolidado anual, se validará con las unidades de la institución. El documento validado, servirá de base para la redacción del informe preliminar de rendición de cuentas, que será elaborado por el equipo institucional responsable.

A continuación, el informe preliminar deberá ser socializado a la ciudadanía para validar la claridad y pertinencia de la información. Esto permitirá que el informe de rendición de cuentas responda a las expectativas ciudadanas.

Ajustado el informe preliminar a los requerimientos ciudadanos, será sometido a aprobación de la autoridad de la institución o de quién ésta designe.

FASE N° 2

PRESENTACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANÍA

Una vez que el informe de rendición de cuentas preliminar sea aprobado por la autoridad, se difundirá con anticipación a los eventos de presentación, de modo que la ciudadanía conozca la información a ser presentada y pueda con conocimiento, evaluar e incidir en los resultados de la gestión institucional. Este proceso se realizará a través de los espacios de encuentro entre los ciudadanos usuarios de los servicios y las autoridades responsables de los mismos.

Estos espacios participativos deben permitir a los participantes el análisis y la deliberación de la gestión institucional presentada.

Para ello, se debe elaborar un plan del evento que considere los siguientes aspectos:

- **Organización logística de espacios participativos:** lugar y hora, amplificación, iluminación, mobiliario, materiales, entre otros.
- **Difusión del Informe de Rendición de Cuentas,** a través de medios de comunicación o alternativos.
- **Convocatoria dirigida a los beneficiarios de los servicios,** abierta a la ciudadanía.
- **Ejecución de los espacios participativos de retroalimentación y evaluación de la gestión.** Es importante contar con la agenda de trabajo que incluya una metodología de deliberación para recoger los aportes ciudadanos, mediante: talleres, grupos de trabajo, mesas temáticas, comisiones, entre otras.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

32

- **Sistematización e incorporación de los aportes ciudadanos**, para lo cual se requiere contar con los instrumentos técnicos necesarios.

El equipo responsable incluirá los aportes ciudadanos sistematizados en el Informe Final de Rendición de Cuentas, de modo que expresen tanto las visiones de la ciudadanía como de la institución. Sería importante, integrar al Informe los mecanismos a través de los cuales la institución incorporará los aportes ciudadanos a la gestión.

Una vez que se cuente con el Informe de Rendición de Cuentas Final, deberá difundirse ampliamente a través de los medios que considere para el efecto, tales como: páginas web, medios de comunicación, publicaciones, entre otros.

Organización logística de la Audiencia Pública de la Rendición de Cuentas Lineamientos:

- 1- La invitación a la ciudadanía, servidores públicos, organizaciones y sociedad civil en general, será emitida por parte de la máxima autoridad, y deberá publicarse de manera masiva en la página web institucional y redes sociales de la institución.
- 2- El programa deberá ser igualmente difundido en la página web institucional y en las redes sociales del SINAFOCAL.
- 3- El diseño de la invitación y del programa de la Audiencia Pública, estará a cargo de la Coordinación de Protocolo.

Diseño de las Estrategias Comunicacionales, Campañas de Promoción y Convocatoria

Se diseñarán las estrategias comunicacionales, las campañas de promoción y convocatoria, necesarias para la realización de la Rendición de Cuentas a la Sociedad, la cual estará a cargo del Coordinación de Comunicación:

- 1- La Coordinación de Comunicación, diseñará los materiales de comunicativos (logos, imagen, material de apoyo, espacios de medios de prensa, plan de medios, diseños gráficos, demos), en formatos de fácil asimilación para la ciudadanía; con los datos proveídos y previamente verificados por los encargados de cada dependencia responsable, garantizando su fidelidad, actualidad y veracidad.
- 2- La Coordinación de Comunicación, diseñará la Campaña de Promoción y Convocatoria a la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.
- 3- La Coordinación de Comunicación una vez que haya diseñado las piezas comunicativas y la campaña de promoción de la Audiencia Pública, presentará a la Máxima Autoridad para su aprobación.
- 4- La convocatoria a la ciudadanía en general se realizará a través de los medios masivos de comunicación.

GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Objetivo: Facilitar y dotar de herramientas tecnológicas que mejoren la accesibilidad a la información disponible.



Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

La Dirección de Tecnologías de la Información y Comunicación (DTIC), es la encargada de administrar este proceso de Gestión de la Tecnología.

Soporte Técnico

Posicionar asistencia técnica a los usuarios en el uso de sus estaciones de trabajo.

Lineamientos:

- 1- El equipo de Help desk (el equipo de mesa de ayuda), brindará asistencia y soporte técnico informático a los usuarios en las tareas y actividades específicas al uso de sus estaciones de trabajo.
- 2- Se hará mantenimiento preventivo de equipos informáticos que permita optimizar la vida útil y el uso adecuado de los mismos.

Infraestructura y operaciones

Garantizar la funcionalidad de la infraestructura tecnológica como ser de Hardware, Software, Redes y multimedios de las diferentes dependencias interconectadas a través de la red de la Institución.

- Administración del Centro de Datos, brindar asistencia de redes, proporcionar requerimientos necesarios y establecer las medidas de seguridad necesarios para la administración de Redes de Trabajo.
- Administración de entornos de virtualización. Establecer las medidas de seguridad necesarias para realizar las virtualizaciones, controles y monitoreo

Seguridad Lógica

Contar con las medidas de seguridad necesarias para asegurar la ejecución y acceso a la infraestructura tecnológica de la institución, en tiempo y forma, siguiendo las normas de seguridad de la información.

1. Administración de Cuentas y Perfiles de Usuario. Establecer las medidas necesarias y apropiadas para realizar operaciones sobre cuentas y perfiles de usuarios de los distintos sistemas de información como así también sobre el control y habilitación de navegación en la red.
2. Habilitación de Comunicación Firewall. Realizar la habilitación de acceso a sitios y protocolos específicos conforme las medidas de seguridad establecidas.
3. Control y Habilitación de dispositivos en estaciones de trabajo. Establecer las medidas de seguridad necesarias, para realizar el control y habilitación de equipos y dispositivos en las estaciones de trabajo de los usuarios.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

CONCLUSIÓN

La comunicación es una actividad que debe incorporarse en cada proyecto o acción desarrollada desde las Administraciones, pues es una obligación para las instituciones públicas, que han de informar y ser transparentes.

La esencia de la comunicación institucional está en la transmisión y recepción de mensajes entre el gobierno y sus diferentes públicos. Ha de buscarse una comunicación pública centrada en la ciudadanía, definiendo un modelo pro-ciudadanía en el que la comunicación debe cumplir su labor de comunicar la gestión a la población y estar cerca de ella por encima de los intereses del gobierno.

Una comunicación pública eficaz es un binomio de buenas políticas y compromisos junto con una estrategia de comunicación clara y directa que restablezca, a través de nuevas formas de relación, la confianza y la credibilidad perdida en los gobiernos. Las herramientas 2.0 y otros cambios tecnológicos están configurando un nuevo entorno comunicativo que permite una gestión más eficaz de la relación con los públicos ante la posibilidad de crear vínculos estrechos, en este caso entre la ciudadanía y el gobierno.

La gestión de la comunicación institucional ha evolucionado de la mera relación con los medios a una gestión global más propia de la actividad de comunicación realizada desde cualquier otro tipo de entidad. En este sentido, el desarrollo de la comunicación desde una Administración se orienta a dar respuesta a cinco grandes bloques: la dirección estratégica, la comunicación institucional, la relación con los medios, la atención ciudadana y la comunicación interna. Este modelo de comunicación pública en torno a cinco dimensiones es el que garantiza la gestión global e integral de la comunicación.

En resumen, debemos entender la comunicación institucional como una herramienta al servicio de la consecución de los objetivos marcados por la entidad, así como de la comunicación de sus actividades.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL

GLOSARIO DE TÉRMINOS

POLÍTICA: Actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos.

INFORMACIÓN: Noticia o dato que informa acerca de algo.

COMUNICACIÓN: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

INSTITUCIÓN: Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.

ALCANCE: Importancia, trascendencia o valor de una cosa, generalmente no material.

APLICABILIDAD: Todo aquello que se puede o debe aplicar.

RESPONSABILIDAD: Cualidad de la persona responsable.

DIFUSIÓN: Acción de difundir.

LINEAMIENTOS: Tendencia o dirección o un rasgo característico de algo.

SOCIALIZAR: Transferir al estado o a otro órgano colectivo los medios de producción.

DIVULGAR: Hacer que un hecho, una noticia, una lengua, un conjunto de conocimientos, etc., llegue a conocimiento de muchas personas.

EFICACIA: Capacidad para producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa.

ESTRATEGIA: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

COMPROMISO: Obligación contraída por una persona que se compromete o es comprometida a algo.

SOCIEDAD: Conjunto de personas que se relacionan entre sí, de acuerdo a unas determinadas reglas de organización jurídicas y consuetudinarias, y que comparten una misma cultura o civilización en un espacio o un tiempo determinados.

TRANSPARENCIA: Cualidad de una cosa transparente.

COMUNICACIÓN PÚBLICA O INSTITUCIONAL: es el vehículo de transmisión y recepción de mensajes entre los gobiernos y sus públicos.

MAILING: envío de correos electrónicos masivos para dar a conocer algo.

REDES SOCIALES (social media): recoge el conjunto de nuevas herramientas 2.0 como Facebook, Twitter, LinkedIn y otros modos de comunicación que facilitan la participación y el intercambio comunicativo entre los usuarios y entre estos y las entidades o marcas.

PERSUASIÓN: influencia en los pensamientos y percepciones que tiene una persona con

la finalidad de conseguir un determinado objetivo.

POSICIONAMIENTO: lugar que ocupa en la mente del consumidor un determinado producto, marca o institución.

REPUTACIÓN: opinión que se tiene de algo o alguien.

WEB 2.0: Término que define la web participativa o web social, que se caracteriza por dar poder al usuario para modificar y/o crear contenido y forma en la web.


Econ. Alfredo Javier Mongelós G.
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL



BIBLIOGRAFÍA

- Marco Conceptual Parte I Manual de Implementación MECIP.
- Manual de Implementación (MECIP) I, II y III.
- Norma de Requisitos Mínimos para un Sistema de Control Interno - MECIP 2015.
- Código de Buen Gobierno – SINAFOCAL/2023.
- Manual de funciones – SINAFOCAL/2021.
- Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano 2014 (Dpto. Administrativo de la Función Pública).
- Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano 2008 (USAID).
- Apuntes de Francisco Peñalba - Consultor de comunicación Confinem.
- ARIAS COELLO, Alicia y PORTELA FILGUEIRAS, Isabel. (1997). "Sistema de información y sistema de calidad: relación y dependencia en las organizaciones empresariales, en Documentación de las Ciencias de la Información. Núm. 20. Madrid. ISSN: 0210-4210.
- ARTECHE, Miguel. "El 60% de las empresas consideran clave los sistemas de información", en Expansión. Madrid. 4-VI-99.
- HORNOS BARRANCO, Miguel; ARAQUE CUENCA, Francisco y ABAD, María del Mar (1998). "La gestión de la información como clave para adquirir ventaja competitiva: los MIS", en Alta Dirección. Número 199. Mayo. Barcelona. ISSN: 0002-6549.
- DEVIA, Napoleón, y LORA GARCÉS, Marta Cecilia. Revista "NECESIDADES DE INFORMACION EXTERNA EN LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CALI".
- Vega Escobar, Adriana M.; Rincón, Edgar J. "Sistemas de Información como una Estrategia de Desarrollo, Crecimiento y Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Servicios de Vigilancia en Bogotá D.C."
- Revista "Avances en Sistemas e Informática", vol. 5, núm. 2, junio, 2008, pp. 121-130 Universidad Nacional de Colombia Medellín, Colombia

Econ. Alfredo Javier Ángel
Secretario Técnico Interino
SINAFOCAL