

## ACUERDO 13 DE 1973

(febrero 28)

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

### SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

Por el cual se reglamentan las actividades de comunicaciones de la Entidad.

Resumen de Notas de Vigencia

#### NOTAS DE VIGENCIA:

- Con la expedición del Decreto [249](#) de 2004 de enero 28 de 2004, 'por el cual se modifica la estructura del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA', se regula íntegramente la materia a que la anterior disposición se refería, por lo tanto, pierde vigencia el Acuerdo 13 de 1973

### EL CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL DEL SENA

en cumplimiento de sus obligaciones legales, y

#### CONSIDERANDO:

Que el SENA es un servicio nacional de formación profesional y de promoción social de los recursos humanos del país, y como tal debe establecer los mecanismos necesarios para garantizar a los empleadores y trabajadores la adecuada utilización de sus programas.

Que en consecuencia,

- a) El desarrollo y cumplimiento de los programas del SENA dependen en gran parte del grado de confiabilidad que la opinión pública tenga en la Institución y de la información oportuna y completa que sobre los cursos y servicios se suministre a los usuarios de los mismos.
- b) La activa participación del personal de empleados que realiza la labor de formación profesional, a todos los niveles, depende en gran medida de la adecuada y oportuna información que reciba sobre los objetivos, actividades y servicios de la entidad, así como de las oportunidades que se les brinden de participar en debates sobre tales objetivos y actividades.
- c) La estructura y organización de los servicios de Comunicaciones del SENA deben ser adaptadas a las nuevas acciones de la Entidad y al crecimiento y desarrollo de sus programas.
- d) Los recursos financieros y humanos del área de Comunicaciones deben lograr su mejor aprovechamiento a través de una racional programación y de una adecuada supervisión y control de ésta.
- e) Es conveniente fijar políticas sobre el uso tanto de medios de comunicación masiva como de los medios de comunicación institucional, según se trate de los públicos externo e internos de la entidad, y según se busca informarlos o promover entre ellos actitudes favorables hacia actividades y servicios del SENA.

ACUERDA:

ARTICULO 1o. Reestructúranse los servicios de Comunicaciones del SENA, de conformidad con las normas que se establecen en el presente acuerdo;

Concordancias

Resolución SENA [219](#) de 2013



ARTICULO 2o. En la Dirección General del SENA funcionará una División de Comunicaciones como Dependencia de la Secretaría General.

En las Regionales de Barranquilla, Cali y Medellín funcionarán Departamentos de Comunicaciones, dependientes administrativamente de las respectivas Gerencias y técnicamente de la División de Comunicaciones.

Estos Departamentos atenderán las actividades de Comunicaciones de las Regionales sede y coordinarán y colaborarán con las actividades de Comunicaciones de las Gerencias Regionales geográficamente próximas, las cuales se les asignan en el Artículo [13](#).

PARAGRAFO. Las Gerencias Regionales no comprendidas por los Departamento de Comunicaciones serán atendidas por la División con sede en Bogotá.



ARTICULO 3o. La División y los Departamentos Regionales contarán con el siguiente personal:

a) División:

Un Director, un subdirector de Medios, un Subdirector de Relaciones Públicas e Información Interna, un auxiliar de servicios de información, un auxiliar de producción de medios, dos secretarias, un dibujante y una mecanotaquígrafa.

b) Departamento de Comunicaciones, Regional Barranquilla:

un Jefe de Departamento y una secretaria.

c) Departamento de Comunicaciones, Regional Cali:

un Jefe de Departamento, un oficial de publicaciones, una secretaria y una mecanotaquígrafa.

d) Departamento de Comunicaciones, Regional de Medellín:

Un Jefe de Departamento, un oficial de publicaciones, dos auxiliares de publicaciones, un dibujante y una secretaria.



ARTICULO 4o. Son funciones del Director de la División de Comunicaciones:

a) Programar, en colaboración con el Director General, el Secretario General, los Subdirectores Generales, los Directores de División y demás Directivas de la Dirección General, las actividades

de comunicación de la Entidad, para dar a conocer y promover sus distintas actividades y servicios, a los varios sectores de público interno y externo, y por los medios de comunicación más adecuados en cada caso.

b) Acordar con los Jefes de Departamentos de Comunicaciones las pautas para programación a nivel regional que sigan la orientación fijada a nivel nacional, así como los procedimientos para su cumplimiento y evaluación.

c) Diseñar técnicamente las campañas de comunicaciones a nivel nacional, determinando públicos, medios, presupuesto, duración y calendarios de producción.

d) Acordar los mismos procedimientos con los Departamentos de Comunicaciones para campañas regionales.

e) Definir y adoptar políticas de comunicación de la entidad, así como estrategias para las distintas campañas en colaboración con el Director General, el Secretario General, los Subdirectores y Directores de División de la Dirección General.

f) Acordar con los departamentos regionales la observancia de las mismas políticas y estrategias o su adaptación a las necesidades regionales cuando fuera necesario.

g) Dirigir las actividades de comunicaciones en cumplimiento de las campañas acordadas a nivel nacional y regional; estas últimas en relación con las Gerencias Regionales a ser atendidas por la División de Comunicaciones.

h) Supervisar el desempeño administrativo y técnico del personal de la División.

i) Evaluar el cumplimiento de las actividades programadas a nivel nacional y regional con la colaboración de la División de Auditoría Interna.

j) Evaluar la efectividad de las campañas realizadas por medio de investigaciones y encuestas de información y opinión entre los públicos objeto de aquellas, así como sobre la efectividad de los medios empleados.

k) Acordar con los departamentos regionales de comunicaciones su colaboración con encuestas e investigaciones nacionales.

l) Las demás que le encomienden el Director General y el Secretario General.



ARTICULO 5o. Son funciones del Subdirector de Medios:

a) Ejecutar las actividades de comunicación dirigidas al público externo a través de los medios masivos de comunicación a saber: prensa, radio televisión, cine; así como elaborar publicaciones de distribución externa e interna y ayudas visuales y audiovisuales para ilustración de reuniones y conferencias.

b) Asesorar a los Gerentes Regionales en actividades de comunicación al público externo, así como colaborar con ellos en su evaluación.

c) Colaborar con el director en la actividad de coordinación regional de comunicaciones en apoyo de las Regionales asignadas para el efecto a la División de Comunicaciones.

d) Colaborar con el Subdirector de Relaciones Públicas en la preparación y ejecución de actos oficiales.

e) Las demás que le asigne el Director de la División de Comunicaciones.



ARTICULO 6o. Son funciones del Subdirector de Relaciones Públicas e Información Interna:

a) Preparar y supervisar la ejecución de actos oficiales, recepción y atención a visitantes, organización y atención de conferencias, reuniones, inauguraciones y otros actos públicos de la Dirección General.

b) Ejecutar las actividades de comunicación dirigidas al público interno de la entidad, a saber, programación y coordinación de reuniones informativas y actos culturales; supervisión de la preparación y distribución de publicaciones, de ayudas visuales y audiovisuales, carteleras, y otros medios de comunicación interna.

c) Cooperar con los Departamentos de Comunicaciones y Gerencias Regionales en la ejecución de las actividades anteriores y colaborar en su evaluación.

d) Colaborar en actividades de coordinación regional correspondientes a la División de Comunicaciones.

e) Las demás que le asigne el Director de la División de Comunicaciones.



ARTICULO 7o. Son funciones de los demás funcionarios de la División:

a) Auxiliar de servicios de información:

Asiste a los Subdirectores de Medios y de Relaciones Públicas en labores de información al público visitante en la Dirección General, en la elaboración y actualización de listas de usuarios, medios, gremios, sindicatos y otros sectores de público externo, así como de los funcionarios de la entidad para efectos de distribución de publicaciones; organiza y supervisa los servicios de recepción.

b) Auxiliar de producción de medios:

Se encarga de los proceso de diseño, diagramación y producción de publicaciones (incluidos periódicos de circulación interna), ayudas visuales, según planes, textos y diseños previos elaborados por los funcionarios de la División.

- Maneja el archivo de fotografías, de películas y cintas magnetofónicas y otras ayudas visuales y audiovisuales; controla los préstamos de los mismos así como de equipos de proyección y sonido.

- Supervisa las labores del dibujante.

c) El dibujante colaborará con el auxiliar de producción de medios en todas las tareas anteriormente descritas.

- d) Las secretarías están asignadas, una al Director de la División y la otra a los Subdirectores.
- e) La mecanotaquígrafa opera la máquina componedora de textos IBM con la cual se elaboran las galeras para todas las publicaciones que produzca la División; asista a los Subdirectores en labores propias de sus oficinas.



ARTICULO 8o. Son funciones de los Jefes de Departamentos de Comunicaciones:

- a) Programar las actividades de comunicaciones de la Regional sede y colaborar con los Gerentes de la Regionales correspondientes a la Zona, en la programación y presupuesto de sus actividades de comunicación, para la cual estarán asesorados por el Comité Zonal de Comunicaciones.
- b) Colabora con la División de Comunicaciones en la adopción y observancia de políticas y estrategias de comunicaciones a nivel zonal y en la ejecución de las campañas acordadas a nivel nacional.
- c) Supervisa las labores de producción de medios con destino a públicos internos y externos de la Zona bajo su responsabilidad.



ARTICULO 9o. Requisitos para el desempeño de los cargos directivos descritos:

- a) Director de la División Título profesional en Comunicación social o especialización en la misma preferiblemente a nivel de postgrado. Experiencia en comunicaciones de empresas privadas o entidades gubernamentales por un mínimo de cinco años.
- b) Subdirectores: Título académico a nivel de licenciatura en relaciones públicas, periodismo o en comunicación social; experiencia con medios masivos de comunicación o en empresas privadas o entidades gubernamentales por un mínimo de cinco años.
- c) Jefes de Departamentos de las Regionales: requisitos equivalentes a los establecidos para los subdirectores.



ARTICULO 10. Organismos asesores de Comunicaciones:

- a) Comité Asesor Nacional compuesto por los Subdirectores Generales y el Director de la División de Comunicaciones y presidido por el Secretario General, el cual determina los temas de campañas y sus públicos, aprueba la programación y presupuestos anuales, el diseño de las campañas (selección de medios), define políticas de comunicación, vigila y evalúa el cumplimiento de programas.
- b) Comité Asesor Zonal, compuesto por los Gerentes de cada zonal de Comunicaciones y el respectivo Jefe del Departamento de Comunicaciones. Define y coordina las actividades de comunicaciones a nivel zonal.
- c) El Comité Ejecutivo Nacional de Comunicaciones, constituidos por el Director de la División, los Subdirectores de Medios y de Relaciones Públicas e Información Interna y los jefes de Departamentos de Comunicaciones, el cual adopta los programas, presupuestos, políticas y estrategias a seguir durante el año, estudia problemas comunes y evalúa actividades.

Para estos efectos se reúne cada seis meses

f) Adicionalmente, el Director de la División de Comunicaciones y los Jefes de Departamentos, podrán asistir a los Comités operativos y administrativos a nivel nacional y regional, cuando así se estime conveniente para el cumplimiento de sus funciones.



ARTICULO 11. Jurisdicción zonal de los Departamentos regionales de Comunicaciones.

a) Zona 1,

Dirección Nacional: Gerencias Regionales de Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Sogamoso, Ibagué y Neiva.

b) Zona 2,

Medellín Gerencias Regionales de Medellín, Manizales, Pereira y Armenia.

c) Zona 3,

Cali: Gerencias Regionales de Cali, Popayán, y Pasto.

d) Zona 4,

Barranquilla. Gerencias Regionales de Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Montería.

PARAGRAFO. Los gastos correspondientes a la actividad de coordinación y asesoría por parte del director zonal (viáticos y transporte), se cargarán a la Gerencia Regional sede.



ARTICULO 12. Campañas de Comunicación. Para efectos de programación, presupuesto, definición de temas, públicos y medios, las actividades de comunicación se integrarán en campañas, entendidas éstas como conjunto de mensajes dirigidos a un público determinado, por uno o varios medios de comunicación, sobre un tema específico, con propósitos de información o de influencia sobre actitudes, por un período de tiempo determinado. Con base en estos factores podrán evaluarse dichas campañas en cuanto a su cumplimiento y efectividad.

PARAGRAFO. Las campañas acordadas son de ejecución nacional y regional obligatoria en la escala que permitan los presupuestos y disponibilidades de medios en cada caso. Las Gerencias Regionales podrán delegar en la División de Comunicaciones la ejecución de ciertas actividades a través de medios de alcance nacional o con recursos técnicos especializados.

PARAGRAFO. Las campañas podrán variar anualmente por decisión del Director General y del Comité Asesor de Comunicaciones, pero se considera permanente las de comunicaciones internas y promoción de cursos:

PARAGRAFO. Para efectos de control presupuestal interno (denominación de cuentas) las partidas de las campañas de comunicación se agrupan en:

a) Información pública, la cual se refiere a todas aquellas dirigidas a público exterior ( i.e. Aportes, Asesoría a Empresas, Promoción de cursos).

b) Comunicaciones internas

c) Promoción directa



ARTICULO 13. Presupuesto. Anualmente el SENA fijará una apropiación presupuestal para Comunicaciones, la cual no excederá del uno por ciento de los Ingresos ordinarios de la entidad.

Los presupuestos regionales elaborados en colaboración con los jefes de Departamentos regionales, deberán ser aprobados por el Comité Asesor Zonal respectivo y el Comité Asesor Nacional con anterioridad a su presentación a los Consejos; una vez aprobados por éstos se remitirán a la División de Comunicaciones dentro de las fechas límites fijadas.



ARTICULO 14. Acceso a Medios Masivos. Los voceros autorizados del SENA ante los medios masivos de comunicación son el Director General, el Secretario General, los Subdirectores Generales, el Director de la División de Comunicaciones. Los demás funcionarios, previo el visto bueno del Subdirector o Gerente respectivo, solo podrán hacerlo a través de la División y de los Departamentos regionales de Comunicaciones.

PARAGRAFO. Para una adecuada utilización de los medios y para garantizar imparcialidad con respecto a los mismos y amplio cubrimiento, toda información para divulgación pública, incluida la proveniente del Director y de los Subdirectores Generales procurará canalizarse a través de la División y de los Departamentos Regionales de Comunicaciones o directamente por los Gerentes Regionales, cuando el Departamento que les corresponde zonalmente no pueda prestar ese servicio.

La utilización de medios tales como prensa de Bogotá, televisión y cadenas nacionales, por parte de las Regionales, deberá ser igualmente canalizada a través de los Departamentos Regionales a la División de Comunicaciones, para su ejecución. Se hará con cargo a la Regional respectiva, en caso de no haber sido contemplada como campaña nacional con aportes regionales.

Para efectos publicitarios solo podrán utilizarse a nivel regional y nacional medios que acrediten licencia de edición o emisión y difusión ininterrumpida no menor de un año y periodicidad bimestral comprobada.



ARTICULO 15. Colaboración de otras dependencias: Para fines de producción de medios colaborarán, en cuanto les sea posible, con la División y los Departamentos Regionales de Comunicaciones, dependencias tales como Centro Nacional de Artes Gráficas, la Sección de Publicaciones y la Unidad de Ayudas Audio-Visuales y similares.

Para fines de diseño y ejecución de investigaciones y encuestas de información, opinión y efectividad de medios colaborará la División de Recursos Humanos.



ARTICULO 16. Todas las actividades de comunicaciones están sometidas a las normas sobre supervisión y control del SENA.



ARTICULO 17. Este Acuerdo rige desde la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

**COMUNIQUESE Y CUMPLASE**

Dado en Bogotá, D.E., a veintiocho días del mes de  
febrero de mil novecientos setenta y tres (1973).

ENRIQUE PAREJO GONZALEZ

El secretario del Consejo



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma del Sena

ISSN Pendiente

Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)

