

Universidad Militar Nueva Granada

RECTOR

BG (RA) Luis Fernando Puentes Torres

VICERRECTOR GENERAL

BG (RA) Alfonso Vaca Torres

VICERRECTORA ACADÉMICA

Dra. Claudia Helena Forero Forero

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MG (RA) Gustavo Adolfo Ocampo Nahar

VICERRECTORA DE INVESTIGACIONES

Dra. Martha Jeaneth Patiño Barragán

VICERRECTOR CAMPUS NUEVA GRANADA

CR (RA) Gustavo Enrique Becerra Pacheco

EDITOR GENERAL - EDITORIAL NEOGRANADINA

Carlos Arturo Arias Sanabria

OFICINA DE DIRECCIONAMIENTO

Cnel. (RA) Jairo Alejandro Martínez Rocha

SECCIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Mónica Patricia Padilla Hernández

Oficina de Direccionamiento Estratégico
e Inteligencia Competitiva Sección de
Atención al Ciudadano

ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA



Estrategia de participación ciudadana

© Universidad Militar Nueva Granada,
Vicerrectoría de Investigaciones

© Editorial Neogranadina

Primera edición, 2020

Diagramación

Ivonne Carolina Cardozo P.

DOI: <https://doi.org/10.18359/docinst.5300>

Universidad Militar Nueva Granada

Sede Campus, edificio de posgrados, primer piso

Kilómetro 2, vía Cajicá-Ziaquirá, costado oriental

Teléfono: 650 00 00 Ext. 3092

editorial.neogranadina@unimilitar.edu.co

www.umng.edu.co



ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Oficina de Direccionamiento Estratégico
e Inteligencia Competitiva Sección de
Atención al Ciudadano



CONTENIDO

- 9** Introducción a la estrategia de participación ciudadana
- 11** ¿Qué implica esta estrategia?
- 12** Objetivo general de la estrategia de participación ciudadana
- 16** Conceptos clave
- 20** Diagnóstico
- 23** Atención presencial
- 26** Atención virtual
- 32** Atención telefónica
- 35** Estrategias implementadas para la participación ciudadana
- 44** Rendición de cuentas
- 46** Marco Normativo

Introducción a la estrategia de participación ciudadana



La Universidad Militar Nueva Granada, por medio de la Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva, sección Atención al Ciudadano, desarrolla la Estrategia de Participación Ciudadana para retroalimentar a los grupos de interés institucionales, fomentando las actividades de iniciativas adicionales de control a la gestión institucional y la lucha contra la corrupción, desde los enfoques académico, administrativo y de gestión, como propuesta de valor para la sociedad en general.

¿Qué implica esta estrategia?

La siguiente estrategia implica dar a conocer el panorama sobre el sistema de participación ciudadana con el cual interactúa actualmente la Universidad y el plan de acción para fortalecer los canales de comunicación como el correo institucional, Kawak, chat web y *call center* que permitan un diálogo constante, de doble vía y de transformación con los grupos de interés; lo anterior alineado a la misión y visión institucionales para promover que la Universidad debido a la pandemia causada por la COVID-19 proyecte y desarrolle nuevas herramientas digitales, como el uso de plataformas que les permiten a los ciudadanos participar en encuentros, clases virtuales, foros y debates que evidencian la construcción social y de proyectos de formación en la Universidad Militar Nueva Granada, con el fin de aportar ciudadanos comprometidos, críticos y socialmente responsables.

Objetivo general de la estrategia de participación ciudadana



Informar a los grupos de interés y recibir por parte de estos retroalimentación sobre actividades, planes, proyectos y programas que se socializan por medio de los diversos canales de comunicación que implementa la Universidad Militar Nueva Granada.

Este plan estratégico deberá permear todas las unidades académico-administrativas y los grupos de interés que hacen parte de esta casa de estudios, teniendo en cuenta que la estrategia propuesta en este documento se articula con políticas, planes y programas establecidos en la Universidad para gestionar la toma de decisiones, la participación de manera activa y la promoción del Plan Anticorrupción, Atención y Participación Ciudadana de cada vigencia.

Logrando que la comunidad pueda tener participación a través de medios virtuales.

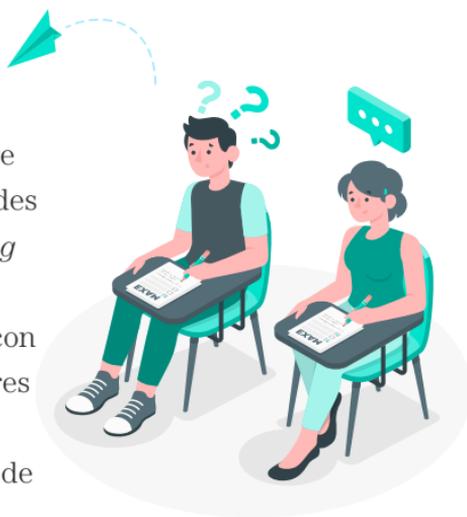


Mejorando los tiempos de respuesta a solicitudes.

Creando conexiones con los ciudadanos para realizar mejoras con base en las necesidades y expectativas de los grupos de interés.



Consiguiendo tener una mayor competitividad sobre las otras universidades y superar el *ranking* #50 en el cual se encuentra la UNMG con respecto a las mejores universidades de Colombia (extraído de Webometrics).



Conceptos clave



Participación ciudadana: la Constitución Política de 1991 define dentro de los fines esenciales del Estado: facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación (tomado de la Constitución Política de Colombia).



Atención telefónica: respuesta que se le proporciona a un ciudadano por intermedio del canal telefónico, con el fin de solucionar inquietudes respecto a la prestación de un servicio.



Chat: conversación realizada mediante internet o cualquier otra red informática.

Ciudadano: aquella persona que forma parte de un Estado y que es, por lo tanto, titular de derechos y deberes sujetos a sus leyes.



Cientes internos: las personas o dependencias de la UMNG que reciben productos, servicios o información (*output*) que proviene de otra persona o dependencia, y se les llamará usuarios internos (*Manual de calidad de la UMNG*, anexo 4, Términos de calidad).

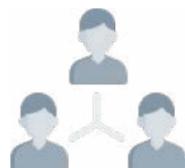
Clientes externos: personas que prestan sus servicios de forma ocasional o por tiempo de ejecución de una obra o contrato, que no forman parte del personal administrativo y cuya vinculación será por contrato de ejecución de obra o de prestación de servicios (Acuerdo 13 de 2010, art. 15 párrafo).



Empleado público: servidor público o personal administrativo de la UMNG.



Enfoque basado en el cliente: la UMNG determina el enfoque basado en el cliente como “centrado en el usuario”. La gestión de la calidad tiene entre sus objetivos satisfacer las necesidades de los clientes (usuarios) y esforzarse en superar las expectativas de estos.



Estudiante: la calidad de estudiante se reconocerá a quien haya sido admitido en programas de pregrado, posgrado o de extensión, que cumpla con los requisitos definidos por la Universidad y se encuentre debidamente matriculado (Acuerdo 13 de 2010, art. 2).



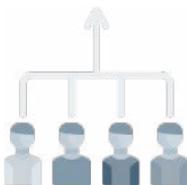
Momento de verdad: es el preciso instante en que el usuario se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base





de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad de este.

Petición: es la solicitud que realiza un usuario para que en el menor tiempo posible se le resuelva y se le tenga en cuenta una queja, un reclamo o una sugerencia acerca de los productos o servicios ofrecidos por la Universidad.



Punto de contacto: es aquel canal de comunicación a través del cual un cliente se comunica con la institución. Puede ser presencial, por medio de las ventanillas de atención o de los funcionarios de las dependencias, o virtual, por medio del centro de atención telefónica, chats o correos institucionales.



Protocolo: es el conjunto de actividades interrelacionadas con el fin de que un ciudadano obtenga la información o los servicios en el momento y el lugar adecuados y se asegure su uso correcto.



Queja: manifestación del descontento acerca de algo que no tiene relación con los productos o servicios que ofrece la Universidad. No hay compromiso por parte de la institución.



Reclamo: es la expresión de descontento e insatisfacción relacionada directamente con los productos y servicios que ofrece la Universidad. Tiene lugar cuando la institución realiza algún compromiso con una tercera persona y no lo cumple.



Redes sociales: la estructura, especialmente informática, en la cual un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo en común.



Servicio al cliente: interacción entre la organización y el cliente a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio.

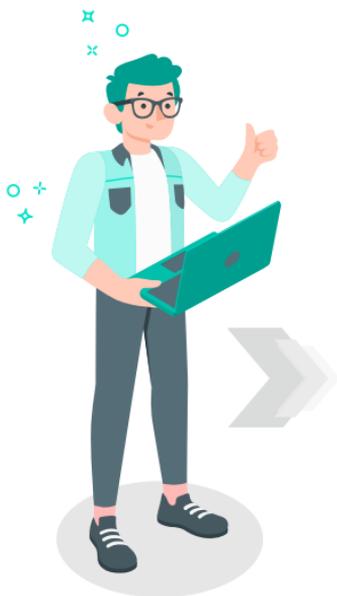
Sugerencia: es la proposición, idea o indicación que se ofrece o presenta con el propósito de influir en el mejoramiento de un proceso cuyo objeto se encuentre relacionado con el ofrecimiento de los productos o la prestación de los servicios de la Universidad.



Usuario: la organización, entidad o persona que recibe un servicio o producto. Para la aplicación de este procedimiento se entiende por usuario a los estudiantes, al personal docente, al personal administrativo y a quienes pertenecen a las Fuerzas Militares, así como a los visitantes en general.



Diagnóstico



La UMNG pone a disposición de sus grupos de interés los medios más comunes y de fácil acceso para atender sus solicitudes.

Para el diseño de la estrategia de participación ciudadana, la Universidad Militar Nueva Granada, por medio de la Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva viene implementando canales de comunicación, liderados por la sección de Atención al Ciudadano, como encuentros virtuales, chat web y herramientas

como Kawak, plataforma de preguntas frecuentes, correo institucional, inducción reinducción, capacitaciones, ferias, juegos interactivos, aplicación de encuestas y videos que permiten la participación e interacción activa de los grupos de interés, con el fin de que la comunidad pueda acceder y formular peticiones, quejas, reclamos, felicitaciones, sugerencias y solicitudes a la entidad.



**“EL ÉXITO
DE UNA
COMUNIDAD
NACE AL
ESCUCHAR EL
PENSAMIENTO
DE LOS
DEMÁS”.**

- Kevin Andrés Herrera Vargas

Atención presencial



La atención presencial es vital para la Universidad Militar Nueva Granada ya que la comunidad siempre deseará saber con quiénes está tratando, y esas personas serán más perceptivas a las recomendaciones, respuestas y especificaciones de la institución, toda vez que entendemos que el contacto tanto físico como visual es importante para entender, apoyar y resolver las inquietudes de la ciudadanía.



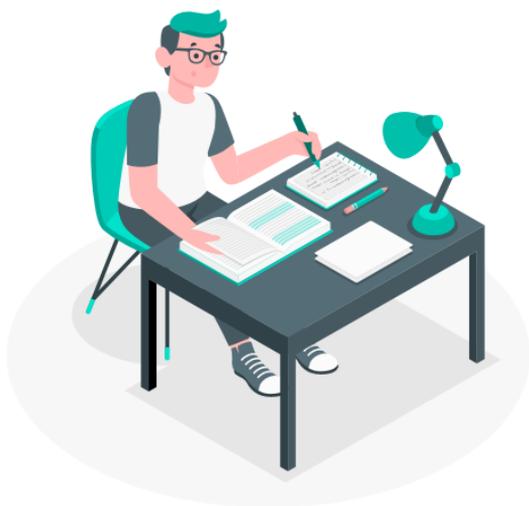
¿En qué horarios puedo ser atendido?

El horario de atención presencial a la ciudadanía se brinda de 7 a. m. a 5 p. m.



Requisitos que debe cumplir el funcionario

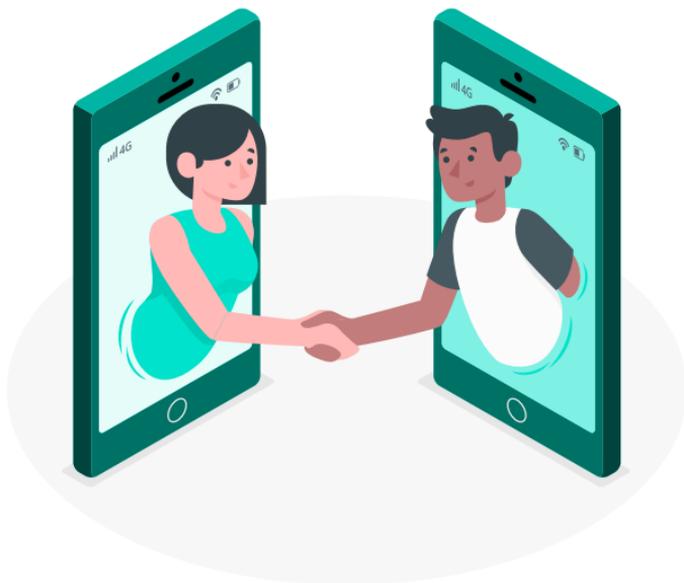
1. Presentación personal impecable.
2. Excelente conducta con la ciudadanía.
3. Situarse siempre en su puesto de trabajo organizado.



Al momento de ser atendido

Se establece un contacto visual con un interlocutor, se le brinda la información de todos los trámites y servicios de la UMNG y se le da la posibilidad de realizar o iniciar varios de ellos.

Atención virtual



En cuanto a la atención virtual, con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge de las tendencias electrónicas, la Universidad Militar Nueva Granada viene integrando nuevas alternativas tecnológicas que permitan efectuar solicitudes y realizar trámites y servicios:

1. Módulo de servicio al cliente - Sistema Kawak.
2. Módulo de preguntas frecuentes.
3. Pagos seguros en línea a través del sistema PSE.
4. Chat UMNG.
5. Correo electrónico institucional.
6. Actualización permanente del contenido del portal web.



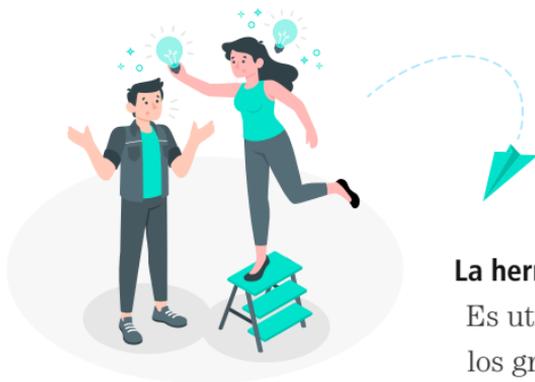
¿En qué horarios puedo hacer uso de esta atención?

Este es un canal abierto con una disponibilidad durante los 7 días de la semana, las 24 horas al día.

¿Es realmente efectiva esta atención?

Sí, ya que tiene la misma capacidad, efectividad y formalidad de respuesta que los otros canales; además este medio está al alcance de todos con un solo clic.





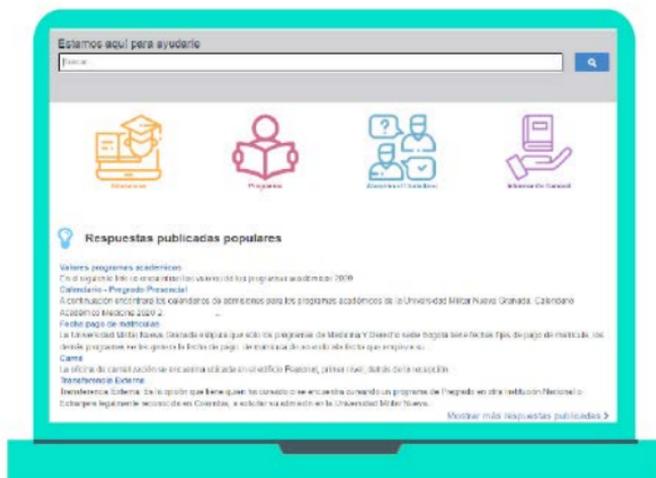
La herramienta Kawak

Es utilizada para que los grupos de interés registren sus quejas, reclamos, solicitudes, sugerencias, felicitaciones y derechos de petición sin tener que enviar correos a otras dependencias; lo pueden encontrar en el portal web de la Universidad Militar Nueva Granada.



El medio más usado: el correo institucional

Esta es la herramienta más utilizada por los grupos de interés debido a la efectividad que tiene y a la rápida respuesta en solicitudes, lo cual determina que es el medio más recurrente por la ciudadanía ya que la Universidad se encargó de personalizar un correo para cada estudiante y funcionario a través del cual puedan tener un contacto directo con la institución.



Módulo de preguntas frecuentes

Esta herramienta es utilizada por los grupos de interés como una guía, en la cual pueden encontrar las diferentes preguntas que han realizado otros estudiantes, y con base en estas solucionar las dudas que tienen con la entidad, sin necesidad de correos ni llamadas.



Chat UMNG

La Universidad Militar Nueva Granada para mejorar la atención prestada a la ciudadanía creó un espacio interactivo en su portal web donde, en la parte inferior de este sitio, toda la comunidad podrá acceder al Chat UMNG para realizar sus preguntas o solicitudes de una forma más efectiva y directa.

Atención telefónica



La atención telefónica es el primer factor de consideración para la Universidad Militar Nueva Granada: la persona que atiende el teléfono debe ser la imagen positiva de la organización ya que cuando se atiende a alguien por contacto telefónico, este funcionario se denomina “personal de primera línea”. Es decir, alguien que en ese momento representa a la institución y se relaciona de forma directa con el ciudadano.

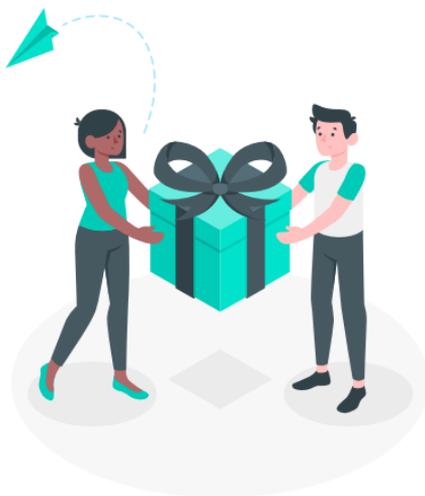


Posibilidades que obtiene el ciudadano

Hacer consultas y demandas por este canal, sobre información de trámites y servicios que se realizan en la Universidad.

¿Cómo es atendido el ciudadano?

Se le brinda una atención de gran calidad que va de la mano de los principios de servicio, protocolos de asistencia y manuales de atención de la Universidad.



¿Cómo comunicarse con la Universidad?

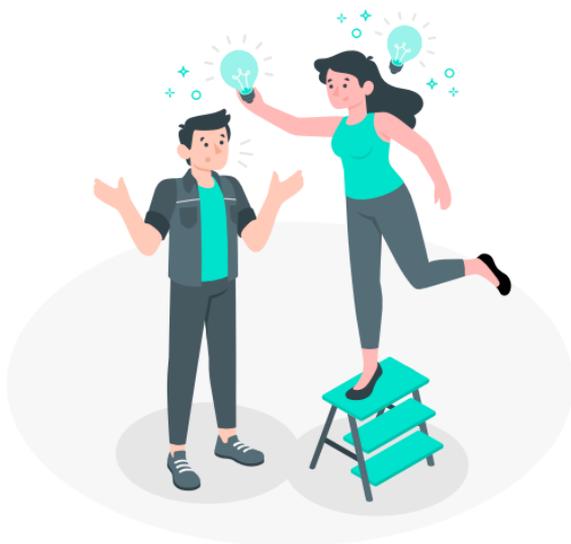
En el portal web de la institución, en el apartado de Atención al Ciudadano, se pueden encontrar las extensiones de cada dependencia, lo cual le permite a la ciudadanía realizar directamente la llamada al área de su interés. Adicionalmente cuenta con un directorio de correos institucionales para que pueda hacer uso de él.



Call center

Se brinda una alternativa en la cual los funcionarios de la Universidad responderán las llamadas y hablarán con la ciudadanía para resolver todas las inquietudes y darles una solución rápida.

Estrategias implementadas para la participación ciudadana



La Universidad Militar Nueva Granada tiene diferentes estrategias que permiten fortalecer la confianza y participación con los grupos de interés, involucrándolos en las actuaciones institucionales y recibiendo los aportes significativos para la mejora continua. Reinventándose a

raíz de la pandemia causada por la COVID-19, alimenta la gestión institucional con un enfoque en responsabilidad social que se evidencia por medio de actividades misionales y administrativas hacia un mejor futuro.

1. Protocolo de atención

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva diseñó un protocolo, liderado por la sección de Atención al Ciudadano, que estandariza el actuar de los funcionarios de la Universidad para la atención dirigida a los diferentes grupos de interés.

2. Implementación de CRM fase II a largo plazo

Facilitará la unificación y actualización de datos en un solo sitio, permitiendo el acceso por parte de cada dependencia a la información que en su momento requiera. Actualmente se desarrolla un proceso de actualización permanente de la herramienta CRM - I (Módulo de preguntas frecuentes) al que se puede ingresar por medio del enlace <https://umng.custhelp.com/app/home>, el cual evita el redireccionamiento de solicitudes a otras dependencias por parte de los grupos de interés, dando una solución inmediata y mejorando la relación que la institución tiene con estos.

3. Cápsulas informativas

Estas cápsulas son pantallas informativas en las cuales los grupos de interés podrán interactuar y obtener

información por medio de estas. Están ubicadas en la sede de la calle 100 (en la entrada de los bloques A y C, en los primeros pisos), donde la ciudadanía obtendrá conocimientos de forma interactiva debido a su capacidad de presentar la información mediante gráficos, videos y fotografías.

4. Visitas de campo

Con el ánimo de establecer relaciones de confianza, la Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva realizará un acercamiento con los diferentes grupos de interés, liderado por la sección de Atención al Ciudadano, con el fin de definir las cuestiones fundamentales por tratar y comprender mejor las necesidades, expectativas y las preocupaciones de los diversos grupos. Lo anterior permitirá consolidar las expectativas y necesidades individuales de ambas partes estableciendo compromisos para implementar mejoras continuas y satisfacción de requisitos.

5. Actualización del directorio institucional

Documento virtual de consulta permanente que facilita la comunicación de los grupos de interés con la Universidad, brindando información por medio del Directorio de Correos Institucionales y el Directorio de Extensiones, con relación a funciones y servicios en desarrollo de las políticas de participación ciudadana, mejoramiento continuo,

transparencia y prevención de la corrupción, gestión oportuna, racionalización de trámites y colaboración institucional.

6. Encuentros ciudadanos

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva construye espacios de interacción y diálogo entre los grupos de interés y la institución, liderados por la sección de Atención al Ciudadano, para aportar a los planes o programas que son de interés colectivo, utilizando distintas actividades como talleres, grupos focales y cursos, en los cuales se obtenga mayor participación o comunicación con tales grupos.

7. Actualización del portal web

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva, a través de la sección de Atención al Ciudadano, viene adelantando la actualización del portal web de la Universidad Militar Nueva Granada, revisando de manera constante el contenido de los diferentes microsítios para así informar a las distintas dependencias y realizar los ajustes correspondientes.

8. Aplicación de encuestas de satisfacción y percepción

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva invita a los grupos de interés a participar en su diálogo continuo, por medio de la aplicación y el análisis de encuestas, actividad que permitirá:

1. Identificar aspectos relevantes.
2. Analizar temas complejos.
3. Reconocer las interacciones de los actores interesados.
4. Adquirir conocimiento nuevo sobre alguna situación.
5. Establecer relaciones de confianza.
6. Conocer las expectativas que se tiene frente a la empresa.
7. Definir voluntad de participación.
8. Identificar buenas prácticas.
9. Recibir opiniones frente a las estrategias de la organización.
10. Introducir cambios en la cultura organizacional.
11. Reconocer las nuevas tendencias en los ámbitos de sostenibilidad y responsabilidad social.

9. Protocolos de atención

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva busca organizar en un documento, de manera estructurada, los protocolos que la institución debe cumplir al momento de brindar el servicio a la ciudadanía en condiciones diferenciales. El objetivo final es promover la adaptación de procedimientos en búsqueda de la minimización de barreras al prestar el servicio, además de su facilitación para esta población. Lo anterior a través de la descripción detallada y estructurada de los

atributos de un buen servicio para adultos mayores, mujeres en estado de embarazo y personas con discapacidad, entre otros, conformando una guía funcional que dé accesibilidad a los servicios de manera incluyente, justa y efectiva.

10. *Call center*

La Universidad Militar Nueva Granada en aras de responder las solicitudes de la comunidad de manera más rápida y efectiva, desarrolló esta herramienta para que tenga diferentes alternativas para comunicarse con la entidad y obtenga una respuesta acerca de cualquier trámite que se realice con la institución:

Call center

PBX 650 00 00



**Sabías que los
funcionarios de la
UMNG siempre...**

**Dan buenas explicaciones
acerca de la universidad y
tienen gran capacidad para
orientar a los ciudadanos**

11. Piezas publicitarias de información

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva, sección de Atención al Ciudadano, por medio del correo electrónico envía diferentes piezas publicitarias, las cuales le transmiten a la comunidad información de interés, aspectos relevantes, actividades y encuentros virtuales. Además, se dan a conocer las mejoras que se realizan en la Universidad en cuanto a la atención que se brinda a la ciudadanía, para que se logre tener un canal informativo directo con la comunidad.

12. Juegos interactivos

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva desarrolló un nuevo método, liderado por la sección de Atención al Ciudadano, para dar a conocer distintos temas de interés para la comunidad empleando de manera interactiva juegos como el Crucigrama del Ciudadano, que proporciona palabras clave que generalizan un tema en específico, el cual genera mayor interés y efectividad al momento de abordarlo, logrando que esta información sea más sencilla de comprender para todos.

13. Videos informativos

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva elabora diferentes videos informativos como los de Plan Anticorrupción, la Ley Antitrámites y la Estrategia de Rendición de Cuentas, publicados

en las redes sociales y el canal institucional de YouTube, con los cuales se logra informar a toda la comunidad de los planes y documentos de mayor importancia para el desarrollo de la Universidad. Por eso es de gran interés que todas las personas los conozcan para entender la evolución que tendrá la institución en el tiempo.

14. Chat personalizado UMNG

La Universidad Militar Nueva Granada en pro de mantener un contacto directo con la comunidad implementó esta herramienta, ubicada en la parte inferior del portal web de la Universidad. Todas las personas pueden hacer uso de ella para obtener una respuesta inmediata por medio de un funcionario que está disponible para contestar cualquier tipo de inquietud, con lo cual se logra diversificar los medios de comunicación con la entidad.

15. Encuentros virtuales

La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva implementa diferentes espacios con los cuales la ciudadanía, de la mano de la Universidad, puede abordar diferentes temas de interés para obtener un punto de vista desde la comunidad y no según la entidad, para así lograr distintas mejoras en cuanto al desarrollo de actividades en la institución. Además, estos espacios son utilizados para comunicarles a todos información de manera directa.

Rendición de cuentas

El documento Conpes 3654 señala que la rendición de cuentas es una expresión de control social, que comprende acciones de petición de información y de explicaciones, así como la evaluación de la gestión, y que busca la transparencia de la gestión de la administración pública para lograr la adopción de los principios de buen gobierno.

La Universidad Militar Nueva Granada, en aras de promover la participación ciudadana para mejorar la gestión, definió para el año 2020 diferentes espacios de participación. El primer evento llevado a cabo fue la audiencia pública de rendición de cuentas, vigencia 2020, en agosto, con el liderazgo del señor rector el brigadier general Luis Fernando Puentes Torres.

Esta audiencia es transmitida por los siguientes medios, a través de los cuales los diferentes grupos de interés pueden tener una participación de manera activa logrando en conjunto mejorar el desempeño de la entidad:

**VÍA
STREAMING
(VIDEOCHAT)**

**FACEBOOK
(VIDEOCHAT)**

TWITTER

UMNG RADIO



Marco Normativo

Normativa externa

- Constitución Política de Colombia.
- Ley 14 de 1994 por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana.
- Ley 42 de 1993 sobre la organización del sistema de control financiero y los organismos que lo ejercen. Control Fiscal de la Contraloría General de la República. Ver: sentencias de la Corte Constitucional C-529 de 1993, 46 de 1994, 484 de 2000 y Distrital 117 de 2002 y la Resolución 9 de 1999.
- Ley 190 de 1995 por la cual se dictan normas tendientes a preservar la modalidad en la administración pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa. Ver: Ley 970 de 2005.
- Ley 962 de 2005. Ley antitrámites. Dicta disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y las entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.
- Ley 734 de 2002 por la cual se expide el Código Único Disciplinario.

- Ley 1437 de 2011 por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
- Ley 1474 de 2011. Estatuto Anticorrupción.
- Decreto 2232 de 1995, artículos 7, 8 y 9, por medio del cual se reglamenta la Ley 190 de 1995, en materia de declaración de bienes y rentas e informe de actividad económica, así como el sistema de quejas y reclamos.
- Decreto 4637 de 2011 por el cual se crea la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República.
- Decreto 4632 de 2011 por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1474 de 2011, en lo que se refiere a la Comisión Nacional para la Moralización y la Comisión Nacional Ciudadana para la Lucha Contra la Corrupción.
- Decreto 019 de 2012, por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, reglamentado por el Decreto nacional 74 de 2012 y el Decreto nacional 1450 de 2012.
- Decreto 2482 de 2012 por el cual se establecen los lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión.
- Decreto 2641 de 2012 por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la Ley 1474 de 2011.

- Decreto 1649 de 2014 por medio del cual se modifica la estructura de Dapre.
- Ley 1712 de 2014 por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. Reglamentada parcialmente por el Decreto nacional 103 de 2015.
- Decreto 943 de 2014 por medio del cual se adopta la actualización del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado colombiano (Meci).
- Ley 1753 de 2015 por medio de la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”.
- Ley 1757 de 2015. Promoción y protección al derecho a la participación ciudadana.
- Ley 1755 de 2015 por medio de la cual se regula el derecho fundamental de petición.
- Decreto 103 de 2015 por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 1081 de 2015 por medio del cual se expide el Decreto Reglamentario Único del sector Presidencia de la República, mediante el cual se estableció como metodología para diseñar y hacer seguimiento a dicha estrategia, la establecida en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.

- Decreto 1083 de 2015 por medio del cual se regula el procedimiento para establecer y modificar los trámites autorizados por la ley y se crean las instancias para los mismos efectos.
- Decreto 124 de 2016 por el cual se sustituye el Título 4 de la Parte 1 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015 relativo al “Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano”.
- Decreto 1166 de 2016 por el cual se adiciona el Capítulo 12 al Título 3 de la Parte 2 del Libro 2 del
- Decreto 1069 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Justicia del Derecho, relacionado con la presentación, tratamiento y radicación de las peticiones presentadas verbalmente.

Normativa interna

- Acuerdo 13 de 2010 por el cual se expide el Estatuto General de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Acuerdo 02 de 2012 por el cual se expide el Reglamento General del Personal y de la Carrera Administrativa de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Acuerdo 07 de 2013 por el cual se expide el Estatuto Presupuestal de la Universidad Militar Nueva Granada.

- Resolución 2097 de 2013 por la cual se establece la Política de Seguridad de la Información de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Resolución 3225 de 2013 por la cual se aprueba el Manual de Políticas de Privacidad de los Datos Personales de la Universidad Militar Nueva Granada.
- Acuerdo 17 de 2014 por el cual se expide el Reglamento General de Contratación.

www.umng.edu.co