

		Caracterización Proceso Comunicación Estratégica				Versión:	9								
						Fecha:	2025-03-11								
						Tipo de proceso:	Estratégico								
1.Objetivo:						Gestionar la planificación, producción, gestión y difusión de la información institucional, tanto interna como externa, con el fin de fortalecer la transparencia, la confianza ciudadana y la articulación entre las diferentes dependencias de la entidad. Busca asegurar que los mensajes transmitidos sean claros, oportunos, incluyentes y coherentes con la misión, visión, objetivos estratégicos y valores de la administración pública.									
2. Alcance						El proceso inicia con los lineamientos de la alta dirección sobre la gestión de la comunicación interna y externa, continua con el desarrollo de la estrategia definida para cada vigencia y el acompañamiento a todas las dependencias y finaliza con la entrega de productos y la medición de los resultados del proceso.									
3. Líder de proceso:		Dirección General		5. Responsable:		Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones									
6. Definiciones:															
Boletín externo		Publicaciones periódicas de carácter oficial en Función Pública dirigidas a servidores públicos y entidades nacionales y territoriales, con información estratégica generada en la entidad.			MIV		Manual de identidad Visual								
Community Manager		Es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet.			PND		Plan Nacional de Desarrollo								
Comunicación Interna		Comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al servidor público. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido			MIPG		Modelo Integrado de Planeación y Gestión								
Comunicación Externa		Se refiere al conjunto de acciones informativas que la entidad dirige con el objetivo de reforzar las relaciones con diferentes públicos o dar respuesta a las peticiones sobre sus productos o servicios			Redes Sociales		Estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. (Facebook...								
COPY		Contenido escrito o texto que se usa con fines publicitarios y comunicativos con el objetivo de contar aquello que una marca quiere trasladar a su público objetivo			OAC		Oficina Asesora de Comunicaciones								
Estrategia de comunicaciones		Es un plan sistemático que define cómo la entidad comunicará para lograr sus objetivos. Incluye la selección de canales, mensajes y tácticas para llegar a un público específico. En esencia, es un mapa que guía cómo se transmitirá la información y se interactuará con las audiencias.			Tags		Son códigos utilizados para "marcar" el texto de una página web, con el fin de dar instrucciones al navegador sobre cómo mostrarlo.								
7. Políticas de operación															
1		Los únicos voceros autorizados para pronunciarse ante los medios de comunicación son: El (La) director(a) y el (la) subdirector(a) y cuando se requiera y esté debidamente autorizado por el director general, lo harán los directores técnicos . Los voceros manejarán declaraciones homogéneas y su discurso atenderá netamente lo institucional, jamás responderá a temas políticos, ni nada que comprometa a Función Pública o al Gobierno Nacional.													
2		En territorio solo están autorizados a dar declaraciones los representantes de Función Pública del nivel central que viajen a los municipios y que estén previamente autorizados por el responsable de la dependencia. Sin embargo, ante cualquier necesidad de pronunciamiento institucional, éste debe ser consultado a la Oficina de Comunicaciones quien determinará la respuesta con la dirección general.													
3		El líder del proceso de comunicación diseñará, coordinará, informará y orientará la difusión de la información institucional a través de la comunicación interna, externa, el manejo de medios y de la imagen institucional de la entidad. Todos los servidores de Función Pública serán responsables de aplicar en todo momento las directrices comunicadas oportunamente en cada una de las acciones que desarrollen con los usuarios internos y externos.													
4		La Oficina Asesora de Comunicaciones será la encargada de emitir los lineamientos de imagen institutucional conforme a los lineamientos del Gobierno Nacional, los cuales uan vez comunicados seran de obligatorio cumplimiento en los documentos, portal web, microstosm ifirma de correos electronicos, y piezas de comunicación institucionales.													
5		La Oficina Asesora de Comunicaciones proyectará la respuesta a información negativa de los diferentes medios, comunicándose con ellos y entregando información real y clara, logrando así una rectificación, aclaración o complemento de contenidos.													
6		La entidad cuenta con las siguientes redes sociales, que son administradas por la Oficina Asesora de Comunicaciones: X, Facebook, LinkedIn, YouTube, Tiktok, Instagram y Threads y su manejo está a cargo del Community Manager, el cual administra los contenidos a publicar.													
7		Cuando las dependencias requieran apoyo de imagen de la Oficina de Comunicaciones, éstas deberán remitir la solicitud por correo con mínimo cuatro (4) días de anticipación, la información institucional de forma oportuna, para su manejo, transformación y publicación.													
8		Para recibir el acompañamiento técnico en eventos o actividades que requieran la participación de la Oficina de Comunicaciones, las dependencias deben informar con dos semanas de antelación la solicitud por correo electronico.													
10		Todas las imágenes, videos, diseños y demás contenidos que la Oficina Asesora de Comunicaciones cree son de propiedad intelectual del Departamento Administrativo de Función Pública y podrán ser utilizadas para las diferentes campañas institucionales.													
11		En acción coordinada con la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (OTIC) y la Oficina Asesora de Planeación (OAP), la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) impartirá lineamientos generales sobre el correcto uso del correo electrónico masivo para la difusión de información externa.													
12		Para el manejo del uso de imagen es obligatorio obtener autorización por escrito mediante el formato de cesión de derechos de imagen para el uso de fotografías que involucren personas claramente identificables, en el caso de menores de edad, se debe contar con el consentimiento expreso de los padres o acudientes y en eventos masivos o públicos, se podrá usar aviso visible informando sobre la posible toma de fotografías con fines institucionales. Se podrá manejar el material fotografio y audiovisual que se comparte desde a Presidencia de a Republica.													
14		El copy a utilizar debe ser claro, sencillo, para que el mensaje llegue directo al receptor, ni deje lugar a interpretaciones que pueden tergiversar el mensaje original.													
8. Descripción del proceso															
9. Requisitos del proceso															
Legales Normativos y de la entidad		MIPG Políticas aplicables		ISO 9001 Sistema de calidad		ISO 45001 Seguridad y salud trabajo		ISO 27001 Seguridad de la información		ISO 14001:2015 Gestión ambiental		ISO 22301 Continuidad del negocio		NTC PE 1000 Proceso estadístico	

Directiva Presidencial No. 03 del 29 de mayo de 2023 Decreto 444 del 29 de marzo de 2023 Circular 148 de 2022 Comisión de Regulación de Comunicaciones Ley 2345 de 2023	Dimensión 2: Direccionamiento estratégico y planeación Planeación Institucional Dimensión 3: Gestión con valores para resultados Política de Servicio al Ciudadano Política de Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción Dimensión 4: Evaluación de resultados Política Seguimiento y evaluación del desempeño institucional Dimensión 5 Información y Comunicación	4.4. SGC y sus procesos 6.1.2. Acciones para abordar riesgos y oportunidades 6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos 7.3 Toma de conciencia 7.4. Comunicación 7.5. Información documentada 7.5.2. Creación y actualización 8. Operación Planeación y control operacional 8.2.1. Requisitos para los productos y servicios 8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente. 8.4.2. Tipo y alcance del control 8.5. Producción y provisión del servicio control de la producción y de la provisión del servicio 8.5.2. Identificación y trazabilidad 8.5.3. Propiedad perteneciente a los clientes y proveedores 10. Mejora 10.1 10.2. No conformidad y acción correctiva 10.3. Mejora continua	7.4. Comunicación 7.4.1. Generalidades 7.4.2. Comunicación interna 7.4.3. Comunicación externa	6.1.2 Valoración de riesgos de la seguridad de la información 6.1.2 Valoración de riesgos de la seguridad de la información 6.2 Cuando se hace la planificación para lograr sus objetivos de la seguridad de la información, la organización debe determinar 7.4 Comunicación 7.5 Información documentada 7.5.2 Creación y actualización 7.5.3 Control de la información documentada 8 Operación 8.1. Planificación y control 8.2 Valoración de riesgos de la Seguridad de la Información 10 Mejora 10.1 No conformidades y acciones correctivas 10.2 Mejora continua 6.1.5. Planificación de acciones	6.1.5. Planificación de acciones	6.0 Planificación 6.1 Acciones para abordar los riesgos y las a oportunidades 6.2 Objetivos para la continuidad de negocio y la planeación para lograrlos 8.0 Operación 8.1 planeación y control operacional 8.4 planes y procedimiento para la continuidad del negocio 9.0 Evaluación del desempeño 9.3Evaluación por la dirección 10. Mejoramiento 10.1 No conformidad y acción correctiva 10.2Mejoramiento continuo	4.0 Requisitos Generales 4.3 Confidencialidad de datos recolectados e información estadística
---	---	--	--	--	---	---	---

10. Desarrollo del proceso

Insumos/entradas	Proveedor (Interno - Externo)
Manual de Imágen de Gobierno Normativa asociada MIPG Direccionamiento Estratégico Sistema Integrado de Planeación y Gestión	Presidencia de la República Direccionamiento estratégico
Necesidades de apoyo de comunicaciones, cronogramas y eventos proyectados	Todos los procesos
Necesidades de producción editorial de las dependencias Planeación anual Estrategia de comunicaciones	Todos los procesos
Planeacion Institucional Acta de comité Documentos Previos de las áreas Planeacion Institucional	Comité editorial y de publicaciones Procesos misionales
Planificación con las áreas Propuestas de guión Equipos Personal capacitado Oficina Asesora de Comunicaciones	Presidencia de la República Todos los procesos
Información suministrada por las áreas Solicitud de las áreas y Alta Dirección Lineamientos MinTic	Direccionaminto estratégico Todos los procesos

Procedimiento/Actividad clave	Descripción de la actividad	Responsable	Punto de control
1. Definir lineamientos de comunicación institucionales para la Entidad	Establecer las directrices estratégicas y operativas que guiarán la comunicación interna y externa de la entidad, asegurando coherencia, claridad y alineación con los objetivos institucionales.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Comprobar actualización de la documentación en SIPG permanentemente
2. Detectar y planificar las necesidades de comunicación de la Entidad en cada vigencia	Identificar y analizar los requerimientos comunicacionales de la entidad, tanto a nivel interno como externo, con el fin de desarrollar estrategias y acciones que optimicen la difusión de la información y mejoren la interacción con los diferentes públicos de interés.	Todos los procesos	Verificación entorno y solicitud de información para la planeación anual
3. Orientar la producción editorial y aprobar las publicaciones de Función Pública	El comité de publicaciones definirá durante las sesiones la guía de publicación, el cronograma de publicaciones, y el producto final que se entregará a los grupos de valor.	Comité de publicaciones	Seguimiento a los compromisos acta de comité
4. Elaborar las publicaciones institucionales	Después de la aprobación por comité editorial, se diseña y se realiza la difusión en publicaciones oficiales de la entidad.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Verificación de los requisitos antes de su publicación
5. Diseñar contenidos informativos	Esta actividad consiste en la creación, estructuración y presentación de información clave de la entidad en formatos claros, accesibles y atractivos para su difusión a diferentes públicos, tanto internos como externos. El objetivo es garantizar que los mensajes institucionales sean comprensibles, pertinentes y eficaces para cumplir con los fines de la comunicación institucional.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Verificar las visualizaciones de las piezas, comunicados, videos, comunicaciones de la entidad previo a su publicación con el área responsable.
6. Diseño y administración del contenido web	Es la creación, organización, actualización y mantenimiento de los contenidos que se publican en el sitio web institucional, con el objetivo de asegurar que la información esté actualizada, sea accesible, clara y útil para los usuarios. Además, implica la gestión de la estructura y funcionalidad del sitio para garantizar una experiencia óptima para los visitantes.	Oficina Asesora de Comunicaciones	seguimiento y control de las actividades que se publican en el sitio web institucional

Salida/entregable	Grupo de valor (Inteno - Externo)	Tiempo
Process, procedimientos, estrategia, manuales, protocolos, formatos	Todos los grupos de valor de la entidad	Vigencia de gobierno
Planeación anual de comunicaciones	Todos los procesos	Primer mes del año (publicación al 31 de enero)
Política editorial, cronograma de publicaciones, guía de publicaciones, Acta	Todos los procesos	Cuando se celebre comité
Documentos técnicos diseñados y publicados	Comité editorial y de publicaciones Ciudadanías	Verificar cronograma
Piezas diseñadas y publicadas Comunicados Videos Contenidos informativos generados	Todos los procesos Ciudadanías	4 días hábiles posteriores a su solicitud
Registro de publicaciones web y publicación	Todos los grupos de valor de la entidad	Durante la vigencia

Información suministrada por las áreas Equipo	Direccionaminto estratégico Procesos misionales	7. Apoyar la realización de eventos	Asistir al evento para realizar el cubrimiento y registro fotográfico y/o audiovisual.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Lista de cheque de requerimientos para cada evento	Registro fotográfico o audiovisual del evento	Todos los grupos de valor de la entidad	Según cronograma de cada evento
Información suministrada por las áreas Solicitud de las áreas y Alta Dirección	Direccionamiento estratégico Procesos misionales	8. Administrar las redes sociales institucionales	Gestionar, planificar y coordinar las publicaciones y la interacción en las plataformas de redes sociales oficiales de la entidad. Su objetivo es crear una comunicación constante y efectiva con los diferentes públicos, fortaleciendo la presencia digital de la entidad, promoviendo su misión y visión, y generando una imagen positiva y transparente.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Verificación de los diseños previo a su entrega por parte del responsable del área.	Publicación de contenido	Todos los grupos de valor de la entidad	Según cronograma de cada evento
Equipos Insumos de las áreas	Direccionamiento estratégico Procesos misionales	9. Diseñar contenidos audiovisuales	Esta actividad consiste en la planificación, producción y difusión de contenidos audiovisuales institucionales con el objetivo de informar, sensibilizar y fortalecer la identidad de la entidad. Los productos audiovisuales permiten comunicar mensajes de manera dinámica y atractiva, aumentando el alcance y la interacción con los diferentes públicos de interés.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Seguimiento y control de los contenidos generados	Contenidos audiovisuales generados	Dependencias	Según cronograma de cada evento
Base de datos de los medios de comunicación Establecer información a manejar Políticas de operación	Direccionamiento estratégico Procesos misionales	10. Realizar contactos con medios de comunicación	Establecer y mantener una comunicación fluida y estratégica con los medios de comunicación, tanto tradicionales (prensa escrita, radio, televisión) como digitales (portales de noticias, blogs, influencers). El objetivo es asegurar que la entidad reciba una cobertura adecuada, promoviendo su imagen institucional, difundiendo sus mensajes clave, y gestionando la respuesta ante situaciones de crisis o temas de interés público.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Listado de medios	Comunicados de prensa Contenidos especializados	Medios de comunicación Ciudadanías	Respuesta a solicitud de medios 1 día
Informes Seguidientos Resultados	Redes sociales institucionales Planeación del área	11. Analizar y consolidar resultados de comunicaciones	Esta actividad implica evaluar el impacto y la efectividad de las estrategias, actividades y productos de comunicación implementados por la entidad. El análisis y la consolidación de los resultados permiten obtener datos y conclusiones sobre el rendimiento de las acciones de comunicación, lo que facilita la toma de decisiones informadas y la mejora continua de las actividades y campañas de comunicación institucional.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Verificar acciones del plan de mejoramiento. Cumplimiento de términos de informes y seguimientos	Informes Reportes SGL, riesgos, indicadores, plan de mejoramiento	Oficina Asesora de Planeación Oficina de control interno	5 primeros días de cada mes y según cronograma de informes

11. Procedimientos y otros documentos asociados			
Nombre		Documento/Objetivo/proposito	Ubicación
No. 1	Procedimiento: Generación de contenidos informativos	Gestionar la comunicación interna y externa institucional, mediante la definición de lineamientos y el acompañamiento permanente a la Entidad, con el fin de informar de manera clara, oportuna y homogénea a los grupos de valor	https://www1.funcionpublica.gov.co/web/intranet/procedimiento-generacion-de-contenidos-informativos
No. 2	Estrategia de Comunicaciones	Contribuir en la transformación de las administraciones públicas a través de narrativas innovadoras que exalten la vida y la diversidad. En consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo, para Función Pública es fundamental articular las acciones misionales que realiza el departamento en una narrativa que posiciona a la entidad en como el actor que implementa el Cambio en las administraciones públicas. En este sentido, el Cambio (o transformación de las administraciones públicas), se ve a través de los avances misionales de la entidad a través de la implementación de sus políticas en clave de vida y de diversidad, y que se divulga por medio los formatos que consumen los públicos objetivos de la entidad.	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703108/Estrategia+de+comunicaciones+2025.pdf/01cea85b-1fd0-4b22-e844-42ba930a3ee77c-1737409883284
No. 3	Manual: Manual de identidad Visual	Unificar la imagen de la entidad y prohibir el uso de "marcas de gobierno", o lemas y símbolos que cambian con cada nuevo gobierno o administración. Esto se logra a través de la implementación de un Manual de Identidad Visual para cada entidad, que debe ser neutral en términos políticos y religiosos.	https://www.funcionpublica.gov.co/documents/d1/guest/manual_identidad_visual_funcion_publica_2024.pdf
No. 5	Gula: Producción de herramientas técnicas	Como producir guías, cartillas o manuales, abecés, módulos, investigaciones, informes, cursos virtuales y micrositios.	https://www1.funcionpublica.gov.co/web/intranet/mop/comunicacion-estrategica/manuales-guia7/-/document_library/uglw/view_file/8100597/-com.liferay.document_library.web.portlet_DLPortlet_INSTANCE_uglw_redirect-https3AS2F3c2Fwww.funcionpublica.gov.co%2Fweb%2Fintranet%2Fmop%2Fcomunicacion-estrategica%2Fmanuales-guias%2F-%2Fdocument_library%2Fuqiw%2Fview%2F651941%3Fcom.liferay.document_library.web.portlet_DLPortlet_INSTANCE_uglw_displayStyle%3Ddescriptive%26com.liferay.document_library.web.portlet
No. 4	Instructivo: actualización firma correo institucional modulo web	Brindar apoyo en la actualización de la firma de correo en los navegadores web en office 365, teniendo en cuenta el cambio de imagen institucional según lineamientos emitidos por presidencia	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703108/Actualizacion-firma--correo-institucional-modulo-web-v3.docx/a1168279-1da1-bed7-eaa9-dcad3b0f09d67c-1738009704305
No. 5	Instructivo: actualización firma correo institucional outlook	Brindar apoyo en la actualización de la firma de correo en los navegadores web en outlook, teniendo en cuenta el cambio de imagen institucional según lineamientos emitidos por presidencia	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703108/instructivo-actualizacion-firma-correo-v3.docx/800146d9-859d-4e1c-e943-da1f7f076eeb7c-1738009349529
No. 6	Formato: Comunicado Externo	Plantilla oficial para enviar los comunicados externos	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703456/Comunicado-externo-formatos-generales-V3.docx/6c2a6b8-12d6-43ee-b3b1-68c4b5c31d547c-1685649829210
No. 7	Formato: Comunicado Interno	Plantilla oficial para memorandos internos	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703111/Comunicado-interno.doc/996e7a0e-46e2-46a6-9037-730ff1b017c87c1737475284060
No. 8	Formato: Plantilla diplomas	Plantilla de diplomas para cursos, seminarios y varios.	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703456/Plantilla-presentacion-diplomas.pptx/06b47076-1d6c-3392-5f94-011e692436d77c-1718909359343
No. 9	Formato: Plantilla habladores / expositores	Plantilla de habladores para mesa de eventos	https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34703111/Formato_plantilla_habladores_comunicacion.pptx/c0403467-87d9-4d4c2-9f93-3412cae944357c-1737477639906

No. 10	Formato: Plantilla de Invitación	Plantilla invitación	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/34703111/Formato_plantilla_invitacion_comunicacion.pptx/5ccc49b2-0d74-4835-b782-55cd456def847c=1737479069794			
No. 11	Formato: Plantilla presentaciones interna y externa	Plantilla oficiola para todas pas exposiciones de la Entidad	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/34703456/Plantilla-presentaciones-internas-externa.pptx/711f59c0-7cc7-476f-989f-a20089f043747c=1685488223705			
No. 12	Formato: Plantilla mensaje Interno	Plantilla mensaje Interno	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/34703456/Plantilla_mensaje_interno_formatos_generales.pptx/5ca7c226-1c91-44b6-83d8-fa0478159f867c=1718910279520			
No. 13	Formato: Plantilla tarjeta de presentación	Plantilla para tarjetas de presentación Grupo directivo	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/34703111/2024-06-20_Plantilla_tarjetas_presentacion.docx/b2ed4363-0b72-4957-f11d-29a342bc04617c=1737478872068			
No. 14	Formato Registro de Publicaciones del porta web	Realizar seguimiento a todas las publicaciones que realizan los web locales en el portal web				
No. 15	Formato: Esquema de Publicación Portal Web	Asignar la responsabilidad de mantener los espacios web actualizados a las Direcciones, Jefaturas y/o Dependencias según a normatividad vigente				
No. 16	Formato: Autorización de uso de imagen	Ayuda a proteger los derechos de una persona sobre su propia imagen y permitir que otros la utilicen con consentimiento.				
Riesgos			13. Indicadores			
Cód	Nombre		Ubicación	No.	Nombre	Ubicación
				Código 9	Comunicación en FP gestionada	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/347031102/Ficha-indicador-comunicacion-fp-gestionada.pdf/6123f658-2774-355a-471f-44d7754e57b7c=1728488122968
				Código 32	Posicionamiento de Función Pública	https://www1.funccionpublica.gov.co/documents/34645357/347031102/Ficha-indicador-posicionamiento-funcion-publica-cod-32.pdf/5ca2ce06-2b0d-344e-a7d0-ecab3f489117c=1728488308495
14. Recursos						
Humanos		Servidores Públicos/Contratista de la Oficina Asesora de Comunicaciones				
Financieros		Presupuesto con cargo a funcionamiento e inversión asignado a la oficina en cada				
Infraestructura		Implementos tecnologicos tala como: Computadores de escritorio y portátiles: Con capacidad para edición de video, imagen y manejo de software especializado. - Software de diseño y edición: Adobe Creative Suite (Photoshop, Illustrator, Premiere, InDesign, etc.) . Sistema de gestión de contenidos web - Liferay - Cámaras fotográficas profesionales o semi-profesionales - Cámaras de video o equipos de grabación HD / 4K - Micrófonos de solapa, boom y ambientales - Iluminación básica para fotografía y video: Softboxes, aros de luz, reflectores. - Trípodes y estabilizadores: Para fotografía y video. - Dron				
15. Activos de información						
Tipo	Físico/Electrónico	Actas		Tipo	Físico/Electrónico	Informes
Tipo	Físico/Electrónico	Circulares		Tipo	Físico/Electrónico	Planes de mejoramiento