






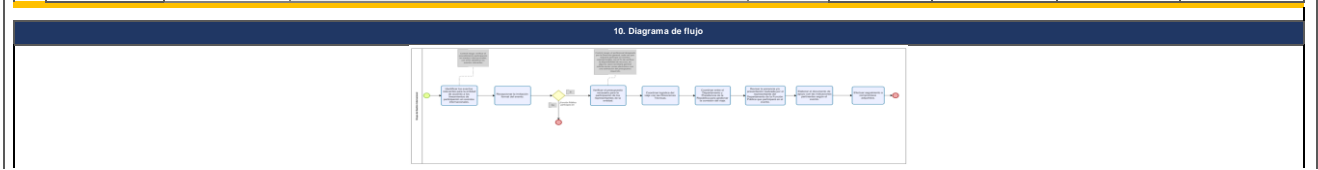
		Procedimiento: Comunicación Interna		Versión: v1 Fecha Actualización: 25/02/2028 Proceso asociado: Comunicación Estratégica
1. Objetivo:	Establecer un marco de acción para la comunicación interna en la entidad, garantizando el flujo eficiente, claro y oportuno de la información entre los diferentes niveles y procesos de Función Pública. Este procedimiento busca fortalecer la cohesión institucional, fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y mejorar la participación de los servidores públicos en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad.			
2. Alcance:	Este procedimiento aplica a todos los procesos, herramientas y canales de comunicación interna utilizados dentro de la entidad, incluyendo reuniones, círculos, correos electrónicos, intranet, boletines internos y cualquier otro medio de difusión de información. Abarca a todos y todos los servidores y contratistas, asegurando que la información relevante llegue de manera efectiva a cada nivel organizacional, contribuyendo a la transparencia y eficiencia en la gestión institucional.			
3. Lider	Jefa de Oficina	4. Responsable	Jefa de Oficina	
5. Definiciones				
Estrategia de Comunicaciones	Es un plan estructurado que define cómo una Entidad se comunicará con sus audiencias objetivo, tanto internas como externas, para alcanzar sus metas y objetivos específicos.		Intranet	Es una red privada y segura que utiliza la tecnología de Internet para compartir información, herramientas y recursos.
Corrección de estilo	Proceso de revisión y perfeccionamiento de un texto para mejorar su calidad, claridad, fluidez y coherencia, sin alterar la voz ni la intención del autor			
6. Políticas de Operación				
Transparencia y acceso a la información: La información interna debe ser clara, accesible y oportuna para todos los funcionarios, promoviendo un ambiente de confianza y participación. Coherencia y alineación institucional: Toda comunicación interna debe estar alineada con la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la entidad. La comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos debe mantener coherencia con la imagen y normativas institucionales. Veracidad y precisión: La información interna debe ser precisa, basada en fuentes oficiales y validada por las áreas responsables antes de su difusión. Se debe evitar la propagación de rumores o información no confirmada dentro de la institución. Oportunidad y actualización: La información interna debe ser comunicada en su momento y forma, asegurando que todos los funcionarios cuenten con datos actualizados para la toma de decisiones. Los canales de comunicación interna deben ser monitoreados y actualizados constantemente para mejorar su eficacia. Canales de comunicación institucionalizados: Se deben utilizar canales oficiales como la intranet, correos institucionales, boletines internos, reuniones, paneles, fondo de escritorio y grupo de whatsapp para la difusión de información. La entidad debe promover el uso adecuado de las plataformas digitales y evitar el uso de canales informales para temas oficiales. Confidencialidad y protección de datos: Se deben establecer mecanismos que permitan la retroalimentación y el diálogo entre los distintos niveles jerárquicos. Confidencialidad y protección de datos: Toda información interna de carácter sensible o confidencial debe ser manejada con estrictos protocolos de seguridad. Respeto y trato profesional: La comunicación interna debe fomentar el respeto, la inclusión y la colaboración entre los funcionarios. No se tolerará el uso de lenguaje ofensivo, discriminatorio o cualquier tipo de comunicación que afecte la armonía laboral. Gestión documental: Registro y archivo de toda comunicación interna como memoria institucional.				

7. Riesgos		8. Indicadores	
Cod.	Nombre	No.	Nombre
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica

9. Descripción del procedimiento									
No.	Iconografía	Actividad	Descripción de la actividad	Tiempo	Responsable	Control	Registro/Formato	Sistema de Información	Fin

No.	Iconografía	Actividad	Descripción de la actividad	Tiempo	Responsable	Control	Registro/Formato	Sistema de Información	Fin
1		Planificación de la Estrategia de Comunicaciones	1. Diagnóstico de Comunicación Identificación de las necesidades, públicos objetivos, canales existentes y percepción de la ciudadanía y servidores públicos sobre la entidad. Así mismo se obtiene la línea base para diseñar la estrategia. 2. Definición de Objetivos y Mensajes Clave Establecimiento de objetivos medibles de comunicación (informar, sensibilizar, educar, movilizar) y formulación de mensajes coherentes con la misión institucional y lineamientos de la Presidencia de la República, para asegurar coherencia en todos los productos y canales. 3. Diseño de Campañas Planificación de campañas temáticas (ej. servicio público como vocación de vida, gobierno abierto, rendición de cuentas) y selección de medios tradicionales, digitales y alternativos. Así se genera un abanico de cobertura y diversidad de públicos. 4. Producción de Contenidos Elaboración de contenidos de prensa, piezas gráficas, videos institucionales, boletines electrónicos, informes ciudadanos, contenidos para redes sociales y página web. Con el fin de difundir información de manera clara, accesible y transparente. 5. Gestión de Medios y Relaciones Públicas Establecimiento de contactos con periodistas, realización de notas de prensa, entrevistas y articulación con medios regionales y comunitarios. Para así posicionar la imagen institucional y ampliar la cobertura informativa. 6. Manejo de Canales Digitales Administración de la página web institucional, redes sociales, correos masivos y mensajerías temáticas. Actualización periódica y respuesta a interacciones ciudadanas. Se contribuye en fortalecer la comunicación directa y en tiempo real. 7. Monitoreo y Evaluación Medición de impacto de las campañas y actividades (alcance en medios, métricas digitales, participación ciudadana, encuestas de percepción). Con esto se retroalimenta y mejora continuamente la estrategia.	La estrategia deberá ser elaborada entre el último mes del año y la segunda semana de enero del año siguiente.	Oficina Asesora de Comunicaciones	Aprobación de la Estrategia por parte de la Dirección	Estrategia de Comunicación aprobada	Sistema de información definido para el seguimiento	
5		Redacción de mensajes y contenidos generales	Consiste en la elaboración de textos institucionales claros, coherentes y alineados con la identidad de la entidad pública, con el fin de informar, sensibilizar y orientar a los diferentes públicos de interés. Estos mensajes constituyen la base de la comunicación oficial, tanto interna como externa, y deben ajustarse a principios de lenguaje claro, transparencia y accesibilidad. En esta actividad se incluyen diferentes tipos de productos: comunicados oficiales, notas informativas, publicaciones para redes sociales, boletines internos, mensajes de interés ciudadano, contenidos para la página web, campañas pedagógicas, entre otros. Cada mensaje debe elaborarse teniendo en cuenta el objetivo de comunicación, el público al que va dirigido y el canal en el que será difundido. La redacción debe garantizar: <ul style="list-style-type: none"> - Claridad: uso de un lenguaje sencillo y comprensible para todos los ciudadanos, evitando tecnicismos innecesarios. - Coherencia institucional: alineación con la misión, visión, valores y lineamientos de la entidad. - Coherencia interinstitucional: enfoque en temas relevantes para la ciudadanía y el servicio público. - Inclusión: uso de lenguaje respetuoso y no discriminatorio, que promueva la diversidad y la equidad. - Accesibilidad: adaptación de contenidos para distintos formatos, incluyendo subtítulos, descripciones alternativas e íconos. 	2 a 5 días hábiles	Oficina Asesora de Comunicaciones	Validación ortográfica y técnica	Envío por correo electrónico para revisión	Sistema de información definido para el seguimiento	
4		Administración de contenidos de intranet institucional	Consiste en gestionar, organizar y difundir contenidos internos dirigidos a los servidores públicos y contratistas de la entidad, utilizando la plataforma digital interna como medio oficial de comunicación organizacional. Esta acción contribuye al fortalecimiento de la cultura institucional, la transparencia interna, la circulación de información estratégica y la orientación de los equipos de trabajo. La actividad comprende el recibimiento, revisión, validación, edición, carga y actualización de contenidos, siguiendo los lineamientos editoriales y técnicos definidos por la Oficina Asesora de Comunicaciones y garantizando que la información publicada sea clara, pertinente, oportuna y alineada con las políticas internas de comunicación.	Permanente	Oficina Asesora de Comunicaciones	Validación de accesibilidad y coherencia institucional	Publicación realizada en el portal web y Registro en el formato de publicaciones web	Sistema de información definido para el seguimiento	
3		Elaborar piezas audiovisuales gráficas	Consiste en diseñar, producir y adaptar contenidos visuales que apoyen la difusión de mensajes institucionales dirigidos a los servidores públicos y contratistas de la entidad. Su propósito es fortalecer la cultura organizacional, mejorar el flujo de información, promover programas internos y contribuir a la apropiación de lineamientos, proyectos y actividades misionales. Esta actividad integra procesos creativos, técnicos y de alineación estratégica para asegurar que cada pieza responda a los objetivos de comunicación interna, cumpla los lineamientos de identidad visual y mantenga estándares de calidad en apoyo a las distintas dependencias de la entidad.	Permanente	Oficina Asesora de Comunicaciones	Aprobación del Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Publicación en la Red Social	Sistema de información definido para el seguimiento	
6		Revisión y aprobación	Consiste en el proceso de verificación, validación y autorización de los productos comunicacionales antes de su difusión externa. Esta etapa busca garantizar que todos los contenidos –comunicados de prensa, piezas gráficas, videos institucionales, publicaciones en redes sociales, boletines digitales, informes o materiales impresos– cumplan con los criterios de calidad, coherencia, pertinencia, veracidad y claridad, además de estar alineados con los lineamientos institucionales y normativos de la entidad. Incluye la verificación de: <ul style="list-style-type: none"> - Contenido: que el mensaje sea claro, preciso, confiable y ajustado al lenguaje ciudadano. - Estilo y redacción: que respete el manual de identidad institucional y las guías de comunicación. - Normatividad: que cumpla con las disposiciones legales en materia de transparencia, protección de datos, accesibilidad y derecho a la información. - Imagen institucional: que las piezas gráficas, logos y colores correspondan a la identidad visual de Función Pública. - Pertinencia: que el mensaje responda a los objetivos de la estrategia de comunicación y a las necesidades de los públicos destinatarios. 	1 a 2 días hábiles	Oficina Asesora de Comunicaciones	Validación por parte de la Dirección, direcciones técnicas y jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Envío por correo electrónico para difusión	Sistema de información definido para el seguimiento	
7		Difusión de la información	Consiste en planear, distribuir y garantizar la circulación efectiva de mensajes, contenidos y anuncios institucionales dirigidos a los servidores públicos y contratistas de la entidad. Se realiza a través de los canales internos oficiales con el fin de mantener informada a la organización, promover la participación, fortalecer la cultura institucional y apoyar la gestión estratégica de la entidad. Esta actividad asegura que la información validada llegue a los públicos internos de manera oportuna, clara, atractiva y accesible, siguiendo los lineamientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) y cumpliendo con las políticas de comunicación, transparencia y gobierno digital.	Inmediato tras aprobación	Oficina Asesora de Comunicaciones / Vicería autorizada	Cronograma de difusión	Evidencia de publicación	Sistema de información definido para el seguimiento	
9		Seguimiento y evaluación	Para alcanzar la eficacia y la mejora continua de las acciones implementadas por la entidad pública. Su propósito es medir el impacto, la pertinencia y la calidad de las estrategias, campañas y productos comunicacionales, asegurando que respondan a los objetivos organizacionales y a las necesidades de la ciudadanía. Seguimiento <ul style="list-style-type: none"> - Consiste en el monitoreo permanente de las actividades de comunicación en curso, identificando avances, dificultades y oportunidades de mejora. - Incluye la revisión de la ejecución de planes de medios, la actualización de contenidos en la web, la gestión de redes sociales y la atención a medios y ciudadanos. - Permite verificar el cumplimiento de cronogramas, presupuestos y recursos asignados a cada acción comunicacional. - Se apoya en herramientas de análisis digital, informes de cobertura en medios, métricas de interacción en redes sociales, encuestas de percepción y retroalimentación de audiencias. Evaluación <ul style="list-style-type: none"> - Es el análisis sistemático de los resultados obtenidos frente a los objetivos propuestos en la estrategia de comunicaciones. - Mide la efectividad, eficiencia, pertinencia y alcance de las acciones implementadas, así como su contribución a la transparencia, la rendición de cuentas y el fortalecimiento de la imagen institucional. - Comprende la elaboración de informes periódicos que consoliden hallazgos, indicadores clave y recomendaciones para la toma de decisiones. - Permite identificar buenas prácticas, corregir deficiencias y ajustar lineamientos para mejorar futuras campañas y actividades de comunicación. Aspectos estratégicos <ul style="list-style-type: none"> - Debe establecerse un sistema de indicadores de comunicación (alcance, interacciones, cobertura mediática, nivel de satisfacción ciudadana, tiempos de respuesta, entre otros) que sirva de base para el análisis. - El proceso debe ser participativo, involucrando tanto al equipo de comunicaciones como a las dependencias responsables de la información difundida. 	Trimestral	Oficina Asesora de Comunicaciones	Sistema de Gestión Integrado	Sistema de Gestión Integrado	Sistema de información definido para el seguimiento	
10		Fin del procedimiento							



11. Documentos asociados			
ORDEN	DESCRIPCION	FECHA	ESTADO