



Vivienda



Instructivo de **Comunicación** interna

Grupo de Comunicaciones Estratégicas • 2024



Vivienda



Contenido

| | |
|---|----|
| Ficha técnica..... | 5 |
| Introducción..... | 6 |
| Capítulo I | 12 |
| Canales para difundir la información | 9 |
| Productos de comunicación interna..... | 12 |
| Tiempo de solicitud para diseños de impresos y digitales | 19 |
| Formato de solicitud para productos de comunicación interna..... | 23 |
| Capítulo II | 12 |
| Justificación y antecedentes | 31 |
| Definiciones..... | 33 |
| Preguntas básicas sobre la guía..... | 38 |
| Formas de comunicación e información | 41 |



Ficha técnica

| | | | | | |
|------------------------------|--|-----------------|---------|---------------|----------|
| Título | Instructivo de Comunicación Interna | | | | |
| Fecha elaboración | Septiembre de 2024 | | | | |
| Sumario | El Instructivo busca integrar a los miembros del ministerio en torno a una visión compartida a partir de directrices de comunicación que generen sentido de pertenencia para visibilizar logros, gestión y retos de la entidad. | | | | |
| Palabras claves | Transparencia, cultura organizacional, comunicación interna, mensajes, publicar, campañas, Intranet, capacitación, público interno, socializar, información y retroalimentación. | | | | |
| Formato | PDF | Lenguaje | Español | | |
| Dependencia: | Grupo de Comunicaciones Estratégicas | | | | |
| Código | CIE-I-03 | Versión | 9.0 | Estado | Aprobado |
| Categoría | Documento informativo | | | | |
| Autor | Ángela Isabel Piñeros Grupo de Comunicaciones Estratégicas | Firma | | | |
| Revisó | Ángela Piñeros Reina Grupo de Comunicaciones Estratégicas | | | | |
| | Gabriel Ernesto Flórez Grupo de Comunicaciones Estratégicas | | | | |
| Diseño | José Wilson Garzón M. Grupo de Comunicaciones Estratégicas | | | | |
| Aprobó | Dania Paola Asprilla Coordinadora Grupo de Comunicaciones Estratégicas | | | | |
| Información adicional | Este documento fue aprobado por el Sistema Integrado de Gestión - SIG del Ministerio el xx/xx/2023. | | | | |
| Ubicación | Página WEB www.minvivienda.gov.co http://www.minvivienda.gov.co/boletines/officeproceso/ta_03-guia-de-comunicaciones-interna-7.0.pdf | | | | |

Introducción

La comunicación es la herramienta democrática que le genera valor a la gestión pública y, para garantizar su eficacia, se promueven el conocimiento compartido, la formación, el intercambio y la transparencia de las actividades.

Con el propósito de ser más efectivos y estar a la vanguardia en estrategias y esquemas de comunicación para entidades del Estado, como lo propone el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, MIPG, cada uno de los procesos del ministerio cuenta con un plan de comunicaciones en el que se reportan actividades comunicacionales, teniendo en cuenta las necesidades de los grupos de valor, tanto internos como externos, de tal forma que se reflejan acciones orientadas en tres niveles:

- 1.1** Comunicaciones hacia los servidores públicos de cada dependencia, socializando objetivos, estrategias, planes y programas de manera oportuna y confiable para permitir un conocimiento preciso de la entidad. Esto lo logran los líderes de proceso y directivos de cada dependencia promoviendo reuniones y espacios de interacción.
- 1.2** Comunicaciones hacia todos los servidores del ministerio, dando a conocer a través de los diferentes canales y productos la gestión que se realiza en las dependencias y/o procesos, lo que fortalece la



cultura organizacional. Esto es posible cuando las dependencias acuden al Grupo de Comunicaciones Estratégicas para dar a conocer sus actividades y logros a través de medios internos informativos.

- 1.3** Comunicaciones hacia las partes interesadas externas generando acciones de comunicación, que van más allá de la práctica focalizada de mensajes informativos hacia quienes denominamos ciudadanía, grupos de valor y de interés.

En este nivel se incluyen los espacios de rendición de cuentas, la interacción con la ciudadanía a través de medios presenciales y digitales, así como la información que se difunde en medios de comunicación masiva.

Para sincronizar los equipos, las actividades y los esfuerzos, el Grupo de Comunicaciones Estratégicas creó un instructivo que permite mantener una comunicación efectiva dentro de la entidad. Por ello, con este documento se normalizarán las actividades de comunicación interna a partir de tres dimensiones: identidad, comunicación con funcionarios y contratistas, y retroalimentación.

A young woman with dark, curly hair, wearing a light pink shirt and a grey cardigan, is smiling and pointing her right index finger upwards. The background is a light blue network diagram with various icons of people and locks connected by lines. A dark blue banner is positioned at the top right, containing the text 'Capítulo I'.

Capítulo I

Canales para difundir la información

- Intranet



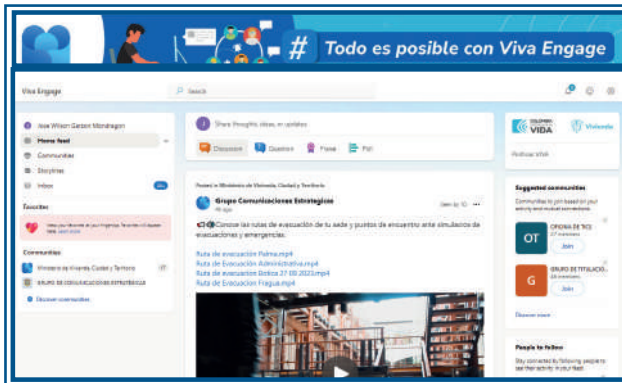
Denominada institucionalmente NuestraNet, esta red interna ofrece la facilidad de ingresar desde casa o desde cualquier ubicación, a través del celular, el portátil o cualquier dispositivo móvil, utilizando el acceso desde la página del ministerio.

Los servidores públicos (funcionarios y contratistas) tienen acceso a información noticiosa, normativa, temas de interés generados desde el Grupo de Talento Humano, manuales institucionales y servicios como: aula virtual, correo, clasificados, mesa de ayuda, sistema de nómina, sistema de información y gestión del empleo público y oferta comercial, entre otros.

De igual forma, en NuestraNet encontrará información actualizada de la entidad y consejos prácticos e historias

de nuestros colaboradores, así como novedades relacionadas con el subsidio familiar de vivienda, el registro de oferentes, los planes de vivienda y un módulo del sistema de subsidio de vivienda. Igualmente tendrá acceso a los banners donde están las ofertas y promociones que ofrecen los diferentes aliados comerciales del ministerio, campañas de las diferentes áreas, cumpleaños, el boletín Entre Tod@s, clasificados y acceso a módulos como:

- **Red social interna Viva engage**



El ministerio cuenta con la red social interna de Microsoft denominada Viva engage, una red social empresarial que ayuda a mejorar el compromiso y la comunicación en la entidad. Además de conectar a todos los compañeros de las dependencias, permite publicar información, generar grupos y entablar conversaciones de manera libre, respetando las políticas de uso.

Es una red que genera información, pero a la vez interacción a partir de sus publicaciones. Incluso, se pueden realizar sondeos y preguntas de opinión sobre un tema en específico.

- **Cartelera digital o pantallas institucionales**



Espacios dedicados a informar de una forma rápida y llamativa, tanto las noticias internas como las comunicaciones externas del Ministerio de Vivienda, usando formatos de audio y video, siempre y cuando se cuente con herramientas tecnológicas y el talento humano para utilizarlos. Se ubican en puntos estratégicos para atraer y captar la atención.

- **Correos electrónicos**

Una de las herramientas más usadas por las diferentes dependencias es, sin duda alguna, el correo electrónico, el cual debe mantener una homogeneidad e identidad institucional en los mensajes que por allí se transmiten.

Para facilitar el acceso a la información de manera clara, uniforme y oportuna, se elaboran diseños por temas, que permitirán a los lectores identificar fácilmente el asunto o contenido del correo institucional.

El Grupo de Comunicaciones Estratégicas remitirá correos masivos sobre sus productos y avisos que por sus características de urgencia lo requieran. Los actos

administrativos y circulares serán difundidos por la mesa de ayuda a través de la herramienta Aranda.

El Grupo de Comunicaciones Estratégicas definirá la pertinencia y periodicidad para el envío de productos de comunicación transversal.

● Reuniones internas

La comunicación la gestionamos todos; por ello, los grupos primarios encargados de socializar la información son las dependencias o áreas de trabajo, donde es vital dar a conocer temas como la gestión misional de la entidad que se difunde en medios masivos de comunicación y se proyecta en las dependencias para beneficio de la comunidad.

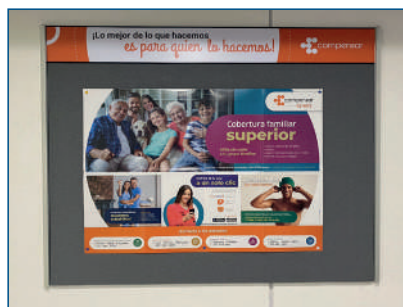
De igual forma, en estos espacios es preciso socializar aspectos como: el plan de acción, la misión, la visión, los objetivos institucionales y los valores, así como los demás documentos que hacen parte del Sistema Integrado de Gestión de la entidad.

● Carteleras físicas

Estos espacios son administrados y actualizados por las dependencias que cuenten con estos elementos, ya que especialmente son empleados para publicar

documentos, edictos y demás temáticas puntuales de interés particular.

En caso de que se implementen las carteleras digitales y/o avisos electrónicos, el Grupo de Comunicaciones Estratégicas se encargará de la administración y organización de contenidos.



Productos de comunicación interna

Solicitud de productos

Se solicita a las dependencias diligenciar el formato de solicitud de productos de comunicación interna para identificar la necesidad de difusión o divulgación de cada área del ministerio, los tiempos que requieren, los productos que se necesitan y los canales para transmitirlos. Tener presente los tiempos de diseño ubicados al final del instructivo.

Productos de comunicación interna

- **Informativo audiovisual**

Uno de los productos más reconocidos de comunicación interna en la entidad es el informativo audiovisual. De hecho, tiene mucha recordación y visualizaciones por parte de los contratistas y funcionarios, gracias a que contiene noticias de las dependencias y es netamente de carácter institucional.



Para incluir alguna noticia específica en el informativo audiovisual hay que diligenciar el formato de solicitud de productos de comunicación interna y coordinar con el profesional del Grupo de Comunicaciones Estratégicas la disponibilidad de los recursos humanos y técnicos para su desarrollo.

● Boletín interno digital

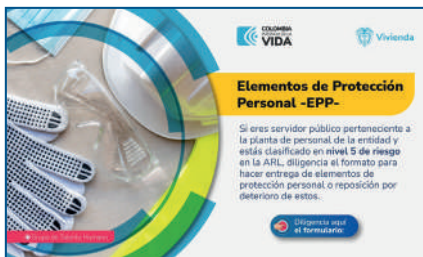
Es fundamental consolidar y unificar esta publicación periódica con el ánimo de que en la entidad se identifique un solo boletín institucional, el cual cuenta con secciones temáticas en las que se da a conocer la información que todas las áreas y dependencias suministran para su difusión.



Toda la información, artículos, propuestas y opiniones de interés general que se quieran publicar, se remitirán a los correos de los periodistas designados para actividades de comunicación interna cinco días antes de la publicación de cada edición, con el fin de revisar estilo y diagramar. Se recomienda enviar fotos con los respectivos derechos de autor y, en ningún caso, remitir fotos de periódicos, Internet o libros sin la respectiva autorización escrita del autor.

● **Avisos**

Los avisos son publicaciones o mensajes que contienen información concreta sobre temas específicos para ser difundida por medio de la Intranet y la red social interna.



Se deberá diligenciar el formato de solicitud de productos de comunicación interna y coordinar con el profesional del Grupo de Comunicaciones Estratégicas.

● **Campañas de comunicación interna**

Conjunto de piezas diseñadas con el fin de comunicar y difundir un mensaje sobre un tema en particular. Puede contener diversas herramientas transmitidas por varios medios. Así mismo, si la dependencia solicitante cuenta con recursos económicos se podrán sugerir más actividades o elementos que acompañen el mensaje a divulgar.



● **Afiches y medios físicos de divulgación**



Con base en los equipos e insumos que existan en el momento, los afiches y medios físicos de divulgación se diseñarán, tanto para difusión de interés general, como para la memoria histórica.

Una vez culmine o se venza la información que allí se consigne, el área responsable del tema deberá encargarse de retirar los afiches que se fijen en las diferentes sedes y pisos del ministerio.

De acuerdo con la disponibilidad de recursos del área solicitante y teniendo en cuenta las disposiciones de austeridad del gasto, se elaborarán y/o diseñarán stickers, botones, camisetas y pendones, entre otras piezas promocionales.

● **Plegables, folletos y volantes**

Para la elaboración de este tipo de piezas, la dependencia solicitante deberá enviar al Grupo de Comunicaciones Estratégicas la versión final aprobada de los textos para su diagramación con el visto bueno del encargado del tema. De igual manera, deberán suministrar las imágenes en formato .jpg o .tif, de buena resolución y calidad, junto con los respectivos créditos, observando la normativa en términos de derechos de autor.



● Actos y eventos internos

En los espacios en los que se requiera maestro de ceremonias y preparación de documentos como: libretos, Plan de Acción al Minuto (PAM), presentaciones del ministro o la ministra, videos, certificaciones, diplomas, piezas promocionales de sensibilización y convocatoria y difusión de resultados, entre otros aspectos en los que se requiera el apoyo del Grupo de Comunicaciones Estratégicas, se tendrá en cuenta la disponibilidad de herramientas, canales y recurso humano. Así mismo, se deberá diligenciar la solicitud de productos de comunicación interna y coordinar con el profesional del grupo la disponibilidad de los recursos humanos y técnicos para su desarrollo.





Tiempo de solicitud para diseños de impresos y digitales

| Publicaciones Digitales | | |
|--|--|--|
| Pieza gráfica | Solicitud/ Días previos | Requisitos y condiciones |
| Avisos para difusión en canales internos | 5 días | Diligenciar correctamente el formato de solicitud. Las únicas excepciones para diseño de aviso el mismo día serán por situaciones de urgencia manifiesta, como amenaza de desastre natural, medidas de último momento relacionadas con instrucciones de la alta dirección y alertas tecnológicas que ameriten su difusión. |
| Boletines electrónicos | 3 días | Serán diseñados para los boletines que difunde el Grupo de Comunicaciones Estratégicas. |
| Fondos de pantalla | 5 días | Entregar textos revisados y corregidos. Sugerir imágenes o ubicación digital de las mismas. |
| Campañas de comunicación interna | 15 días | Enviando solicitud en formato CIE-F-08. |
| Publicaciones Impresas o Digitales de Elaboración Extensa | | |
| Pieza gráfica | Solicitud en días previos a publicación o difusión | Requisitos y condiciones |

| | | |
|--|---------|--|
| Portadas | 3 días | Imágenes y textos revisados, sin errores de redacción, ortografía y puntuación y corregidos en versión final. Todos con aprobación del director o coordinador de la dependencia. |
| Diseño aviso para prensa y afiche | 5 días | Imágenes y textos revisados, sin errores de redacción, ortografía y puntuación y corregidos en versión final. Todos con aprobación del director o coordinador de la dependencia. Si incluyen fotos externas, enviar en alta resolución y nombre del autor. Fotografías externas con menores de edad y adultos, remitir formato de autorización de uso de imágenes respectivas. No enviar imágenes o fotos bajadas de internet, excepto si tiene autorización escrita del fotógrafo o medio de publicación. Los logos de entidades externas deben enviarse en alta resolución: .jpg/.tif o en programas como Corel o Illustrator. |
| Diagramación de libros, manuales, cartillas y documentos | 40 días | Únicamente se recibe versión final, revisada y definitiva para diagramación. En caso de que se requieran ajustes o cambios después de diseño para el documento, pasa a la lista de espera según disponibilidad de tiempo y de solicitudes previas para diseño. Entregar la bandera de créditos definitiva con nombres y cargos completos de quienes la integran. Se aumenta el tiempo de diseño cuando se incluyan cuadros, fórmulas matemáticas, gráficos, estadísticas, flujogramas, etc. |
| Material para logística de eventos institucionales (escarapelas, carpetas, diplomas, etc.) | 15 días | Imágenes y textos revisados, sin errores de redacción, ortografía y puntuación y corregidos en versión final. Todos con aprobación del director o coordinador de la dependencia. |

| | | |
|----------------------------|--------|--|
| Impresiones en plotter | 4 días | |
| Pendón y valla | 4 días | |
| Diplomas y certificaciones | 8 días | |
| Folletos y plegables | 8 días | |

Formato de solicitud para productos de comunicación interna

| | | | |
|---|--|--|--------------------------|
|  | FORMATO: SOLICITUD DE PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA | | Versión: 4.0 |
| | PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS | | Fecha: 12/10/2022 |
| | | | Código: CIE-F-08 |
| Fecha de solicitud | Dependencia solicitante: | | |
| Describe de manera precisa la información que desea divulgar: | | | |
| | | | |
| Si lo considera necesario, indique qué tipo de imágenes apoyarían el mensaje a difundir: | | | |
| | | | |
| <i>En caso de que lo deseara, adjuntar fotos o imágenes, fotos</i> | | | |
| PRODUCTOS SOLICITADO | | | |
| Marque uno solo | | | |
| Aviso para difundir en Yammer o Intranet | Impresos | | |
| Campaña: varios productos con una temática amplia | Otros diseños | | |
| Producto para informativo audiovisual | | | |
| Nota para boletín digital | | | |
| Nota: audiovisual se programará, según disponibilidad de equipos y recurso humano. en la guía de comunicación interna para acordar productos y fechas de publicación. | | *El registro fotográfico y material. *Consulte los tiempos de diseño y publicación *Si tiene alguna duda, consulte con los profesionales del GCE | |
| Nombre del solicitante: | | | |
| Teléfono, correo electrónico y/o extensión: | | | |

The background of the page is a light grey, textured surface. It is decorated with several hand-drawn speech bubbles in two colors: light blue and orange. The bubbles vary in size and shape, some being rectangular and others more rounded. They are scattered across the page, with some overlapping. A dark blue horizontal bar is positioned in the upper right quadrant, containing the chapter title.

Capítulo II

Justificación y antecedentes

El Grupo de Comunicaciones Estratégicas, área que depende directamente del despacho del ministro(a) tiene dentro de sus funciones:

- Dirigir y coordinar el diseño, la producción y la distribución de periódicos, boletines, medios audiovisuales e impresos con fines de información y divulgación institucional.
- Diseñar, implantar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos destinados a la conservación de la imagen corporativa de la entidad.
- Asesorar a las dependencias del ministerio en el manejo de la información, la imagen corporativa y la divulgación institucional, Resolución 0035 del 31 de octubre de 2011.

En este sentido es la dependencia encargada de orientar, aprobar y definir todo lo relacionado con las actividades comunicativas e informativas del ministerio. Por ello está publicado en el mapa de proceso el Manual Estratégico de Comunicaciones Internas y Externas con una serie de procedimientos, formatos y directrices que deben ser consultados por los servidores públicos de la entidad.

De acuerdo con el modelo integrado de Planeación, MIPG, la quinta dimensión operativa corresponde a Información y comunicación, la cual se caracteriza por articular las siete dimensiones del modelo, cuyo propósito es garantizar el adecuado flujo de información tanto interna como externa.

Lo anterior implica que, cada vez más, las entidades del Gobierno están llamadas a fortalecer no solo la relación con los medios de comunicación, sino también la

comunicación al interior de la institución, porque del sentido de pertenencia y de la cultura organizacional dependen el relato y la imagen que se proyecta de una entidad.

Este documento constituye una herramienta que permite ejecutar las características de tipo estratégico, la construcción de confianza y la comunicación con el público interno.

Definiciones

- **Campaña**

Conjunto de elementos para transmitir un mensaje con una misma idea y tema central. Se emplean durante un lapso determinado, generalmente corto. Una serie de mensajes que comparten una misma idea y tema con la intención de lograr un determinado objetivo. Las campañas usan diversas piezas de comunicación y se difunden por diferentes medios.

- **Información**

Se refiere a un conjunto organizado de datos contenido en cualquier documento que los sujetos obligados generen, obtengan, adquieran, transformen o controlen.

- **Publicar o divulgar**

Poner a disposición la información de manera que sea asequible al público en general. Esto incluye la impresión, la emisión y las formas electrónicas de difusión.

- **Público objetivo**

Destinatario ideal de una determinada campaña, servicio o producto.

- **Retroalimentación**

En el proceso de comunicación se refiere a las reacciones inmediatas del receptor frente a un mensaje. Estas reacciones llegan al emisor a través de distintos medios y posibilitan un ajuste en la comunicación, lo que es posible a partir de encuestas y/o preguntas a manera de sondeos de opinión.

- **Boletín interno digital**

Herramienta digital de comunicación, en la cual se divulgan las noticias e información más relevantes de la entidad. Tiene como objetivo informar sobre la gestión y ejecución de programas y políticas de la Institución periódicamente a funcionarios, contratistas y colaboradores, y se publica en los medios y canales institucionales internos como la intranet, el correo masivo y la red social interna Yammer.

- **Cartelera digital o pantallas**

Red de pantallas (LCD, LED, plasma etc.) que permiten crear y comunicar mensajes diseñados especialmente para informar, resaltar o motivar.

- **Folleto**

Impreso reducido (menos de 25 hojas) que sirve como instrumento divulgativo. Un folleto no es utilizado para exponer información abundante ni de un nivel muy académico, sino que tiene por objetivo principal captar la atención de las personas y difundir algunos conceptos elementales.

- **Plegable**

Pieza gráfica que transmite un mensaje de manera ágil, moderna y concreta. Está diseñado sobre una hoja a la cual se le hacen varios pliegues con el fin de crear varios cuerpos. La cantidad de pliegues la toma el diseñador basado en la cantidad de información que se desea incluir.

- **Presentaciones en Power Point o PPT**

Herramienta que permite compartir información, socializar temáticas y compartir conocimiento con audiencias. Se caracteriza por la versatilidad para insertar imágenes, audios y esquemas, entre otros. En el ministerio se debe emplear la plantilla oficial que incluye colores, tipos de letra y distribución específica de contenidos de acuerdo con el manual de imagen indicadas por la Presidencia de la República.

- **Audiovisual**

Los audiovisuales son reconocidos como aquellos medios de comunicación social que tienen que ver directamente con la imagen en movimiento o estática, como la fotografía, el video y el audio. Se refieren a medios didácticos que, con imágenes y grabaciones, sirven para comunicar mensajes específicos.

- **Reel**

También llamado demo reel o video reel, es un video que se hace para mostrar y promocionar en pequeños fragmentos un producto, servicio o proyecto de forma breve. Usualmente se utiliza en redes sociales.

- **Slider**

Es un elemento integrado por imágenes y texto que se usa para web e intranet; puede contener imágenes animadas o fijas, a modo de valla publicitaria móvil.

- **Videoscribe**

Es un software para crear animaciones, que se realiza con imágenes y textos dibujados en secuencia sobre una pizarra virtual que logra una película corta con efecto visual único y atractivo. Esta herramienta se realiza siempre y cuando exista el recurso humano y tecnológico para hacerlo.

Preguntas básicas sobre el instructivo

¿ Por qué un instructivo de Comunicación Interna?

- Es necesario definir y optimizar canales para dar a conocer información, actividades y pronunciamientos del ministerio.
- Es fundamental proyectar transparencia y reducir el rumor.
- En términos de comunicación efectiva, debemos evitar la saturación y dosificar la información.
- Entre todos construimos y fomentamos el sentido de pertenencia y la cultura organizacional.



¿ Qué permite el instructivo?

- Diferenciar el mensaje según los públicos y los objetivos que se buscan, lo que permitirá seleccionar formas, medios y periodicidad adecuada.
- Garantizar la divulgación oportuna exacta y efectiva de los diferentes mensajes mediante el empleo de un lenguaje comprensible para todos.
- Optimizar la calidad en el contenido y forma de los mensajes que aseguren impacto y recordación en nuestro público objetivo.
- Definir competencias de cada área en el momento de generar un producto comunicativo (mensaje, anuncio, campaña, etc.).
- Determinar plantillas adecuadas para elaborar mensajes y avisos que permitan generar conciencia y enviar manifestaciones de solidaridad, de tal forma que el esquema siempre sea el mismo y no se saturen los correos con un sinnúmero de diseños.
- Indicar el formato de solicitud de productos, para que las dependencias y los servidores públicos plasmen las necesidades de información a divulgar. El Grupo de Comunicaciones Estratégicas elabora los productos de comunicación interna. Allí se especifican los temas y las características del producto que se desea. Se



solicita descargar siempre la versión actualizada del formato en el mapa de procesos, gestión de comunicaciones internas y externas.

¿ Para qué el instructivo?

Los principales objetivos son:

- Integrar a todos los miembros del ministerio con los objetivos misionales, creando una visión compartida de esta entidad.
- Generar espacios en todos los niveles del ministerio para dar a conocer los mensajes, recibir opiniones y retroalimentarnos.
- Fortalecer la cultura y los valores propios de la entidad.
- Visibilizar logros, gestión y retos del ministerio.
- Normalizar la difusión de información interna en el ministerio.
- Garantizar que la comunicación en el ministerio fluya en forma descendente, ascendente y transversal.
- Cubrir las necesidades de comunicación de los individuos, dependencias y procesos que componen la estructura del ministerio.

- Garantizar que la información llegue a todos los empleados, siendo estos el público más importante de la organización.

¿ A quién va dirigida?

Al público interno del Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio y a todas sus dependencias (funcionarios y contratistas). Recuerde, usted podrá contactar al Grupo de Comunicaciones Estratégicas de la entidad para brindar cualquier información o aclarar dudas sobre la aplicación de estas recomendaciones.

¿ Cómo publicar y difundir información?

Para garantizar el equilibrio en la difusión de la información, el uso de los diferentes canales y la periodicidad en la emisión de los mensajes, el Grupo de Comunicaciones Estratégicas evaluará y definirá los diferentes requerimientos, teniendo en cuenta el tipo de mensaje, el objetivo, las características y público al que se quiere llegar, lo que permite optimizar el uso de los recursos con los que se dispone para la comunicación interna.



Por esta razón, las propuestas de campañas, mensajes, correos electrónicos, avisos y demás información de interés para el ministerio deberán remitirse al Grupo de Comunicaciones Estratégicas a través del formato dispuesto por el proceso Gestión de Comunicaciones Internas y Externas, excepto los productos de comunicación descendente, que serán difundidos y socializados directamente por los directivos de la entidad (circulares, convocatorias, normativa, memorandos, instrucciones, políticas y demás información administrativa). Los formatos oficiales están definidos en el Sistema Integrado de Gestión (SIG).

¿ A través de qué medios se difunde y socializa la información?

Antes de relacionar los medios para divulgar información, se recomienda que en los diferentes canales de comunicación, y en todo tipo de mensajes, se emplee lenguaje respetuoso y que se apliquen en todo momento y lugar los valores institucionales y las normas vigentes como el Código Único Disciplinario y las demás relacionados con la gestión de los servidores públicos y a quienes ejercen funciones y actividades de carácter público.



De otra parte, es importante precisar que los profesionales del Grupo de Comunicaciones Estratégicas verificarán y ajustarán textos y diseños de productos de difusión interna con el fin de adecuarlos a normas gramaticales y estilo periodístico, así como diseños gráficos a las directrices de imagen establecidas por la Presidencia de la República para las entidades del Gobierno.

Los autores de los diferentes contenidos (dependencias interesadas en difundir información) observarán las normas de derechos de autor vigente y serán los responsables de dichas propuestas y textos.

Respecto a las fotografías que suministren para insertar en las piezas comunicativas, tenga en cuenta que cuando se trate de imágenes de menores de edad, deben contar con la autorización de los padres, formato que aparece en el mapa de procesos: Gestión de Comunicaciones Internas y Externas.

Recuerde que el éxito de un mensaje es su brevedad y concisión, lo que implica redactar un texto que responda las preguntas básicas: ¿qué quiero comunicar?, ¿a quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿por qué? y ¿dónde?

¿Con qué recursos?

Con el fin de garantizar la difusión interna de información en la entidad, se dispone de un Manual de Funciones con actividades y tareas específicas en áreas como: Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Grupo de Talento Humano y Grupo de Comunicaciones Estratégicas. De igual forma, se prevé el desarrollo de algunas actividades a través de la contratación de servicios. En cuanto a recursos presupuestales y tecnológicos, las actividades están sujetas a la asignación de los mismos a través de los diferentes proyectos de inversión o de funcionamiento institucionales.



Para tener en cuenta

Los productos de comunicación interna se deben solicitar por medio del respectivo formato y para definir las piezas comunicativas se contará con el acompañamiento y la asesoría de los profesionales del Grupo Comunicaciones Estratégicas. La publicación y difusión de estos productos se realizará previa la aprobación del coordinador de este grupo o por el comunicador que él delegue.



Formas de comunicación e información

Comunicación interna

Es un conjunto de canales que hacen parte de un proceso estratégico interno dirigido a los servidores públicos, con el propósito de informar sobre diferentes temas institucionales que contribuyen al cumplimiento de los objetivos misionales de la entidad, en beneficio del clima organizacional.

Tipos de comunicación interna

- **Descendente:** relacionada con las funciones administrativas de dirección y control, compuesta generalmente por órdenes, instrucciones, avisos, políticas, normas, objetivos y actividades para desarrollar procesos, etc.
- **Ascendente:** permite a los niveles directivos conocer las opiniones y necesidades de los colaboradores. En este caso, es el subordinado quien establece una comunicación a partir de sugerencias, información, peticiones y quejas. Actividades que se pueden llevar a cabo a través de reuniones, entrevistas, comités institucionales, encuestas, sistemas de sugerencias, etc.
- **Transversal (horizontal):** comunicación que se establece entre personas que ocupan un mismo nivel jerárquico en el organigrama. Esta clase de comunicación se emplea para acelerar el flujo de información, mejorar la comprensión, promover el trabajo en equipo, coordinar los esfuerzos para el logro de objetivos y propiciar soluciones compartidas.

CONTROL DE CAMBIOS

| Fecha | Versión del documento que modifica | Versión actual del doc. | Motivo de la modificación |
|------------|------------------------------------|-------------------------|---|
| 04/09/2024 | 8.0 | 9.0 | Creación del Instructivo de comunicación interna. Versión 1.0 |



Vivienda



Instructivo de **Comunicación** interna

Grupo de Comunicaciones Estratégicas • 2024