

# Plan Estratégico de Comunicaciones

2016 - 2018



 MINEDUCACIÓN

 **TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

# Plan Estratégico de Comunicaciones

2016 - 2018

*"...los procesos de comunicación son una urdimbre de significaciones, esto quiere decir procesos de construcción y apropiación de los sentidos de la vida cotidiana..."*

**Jesús Martín Barbero**



MINEDUCACIÓN

**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

# Introducción

El Plan Estratégico de comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional busca dar respuesta a las necesidades enmarcadas en el Plan Nacional de Desarrollo la planeación estratégica de la entidad y la Oficina Asesora de Comunicaciones para aumentar el impacto de sus actuaciones en los diferentes públicos objetivo.

En ese sentido, el Modelo Estándar de Control Interno para entidades del Estado (MECI) definido para el sector público, contiene un eje transversal enfocado a la Información y Comunicación. Este eje apunta a velar porque las entidades cuenten con mecanismos y sistemas adecuados para generar información y comunicación veraz y oportuna, con el fin de:

- a) Establecer los procedimientos que permitan la generación de la información y comunicación que, por mandato legal, cada entidad pública debe presentar a los ciudadanos y a los órganos de control.
- b) Garantizar la publicidad de la información que se genere al interior de la organización, y que se cuente con los medios de comunicación para su adecuada difusión.
- c) Asegurar el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas, y que ésta sea comunicada de manera efectiva a través de los canales correspondientes.
- d) Disponer los procedimientos, que garanticen la generación y registro de información oportuna y confiable necesaria para la toma de decisiones, el cumplimiento de la misión y la rendición de cuentas a la comunidad; y los mecanismos apropiados para su adecuada comunicación.
- e) Diseñar los procedimientos que permitan llevar a cabo una efectiva comunicación interna y externa, a fin de dar a conocer la información que genera la organización pública de manera transparente, oportuna y veraz, garantizando que su operación se ejecute adecuada y convenientemente.

En este marco, se presenta al país el Plan Estratégico de Comunicaciones, con su correspondiente política, con el fin de facilitar el acceso a la información por los diferentes canales con los que cuenta el Ministerio de Educación Nacional.

# Contenido

<b>2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO</b>	<b>6</b>
Misión	6
Líneas Estratégicas	7
Principios de Acción	7
Visión del sector	8
Visión del Ministerio de Educación Nacional	8
Objetivos Estratégicos	9
Iniciativas y Programas	9
Modelos Referenciales	9
<b>3. MACROPROCESO DE COMUNICACIONES</b>	<b>11</b>
<b>4. DIAGNÓSTICO GESTIÓN DE COMUNICACIONES</b>	<b>14</b>
<b>5. POLÍTICA DE COMUNICACIONES</b>	<b>20</b>
<b>6. CANALES DE COMUNICACIÓN DISPONIBLES</b>	<b>26</b>
<b>7. MANEJO DE IMAGEN INSTITUCIONAL</b>	<b>27</b>
<b>8. LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>27</b>
8.1. Línea estratégica 1. Comunicación Organizacional	29
8.2. Línea estratégica 2. Comunicación Corporativa	30
8.3. Línea estratégica 3. Comunicación Externa y Gestión De Medios	30
8.4. Línea estratégica 4. Comunidades Digitales	31
<b>9. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO</b>	<b>31</b>

## Objetivo

Formular el Plan Estratégico de Comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional, orientado al cumplimiento de los principios de divulgación, transparencia y participación ciudadana para el periodo 2016 – 2018.

## 2. Análisis del Contexto Estratégico

El marco estratégico del Ministerio de Educación para el período 2015-2025 establece la estructura que permitirá avanzar hacia lograr que Colombia sea el país “mejor educado” de América Latina, y alcanzar los objetivos estratégicos del cuatrienio en materia educativa plasmados en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, Todos por un nuevo País, Paz, Equidad y Educación.

## Misión

Lograr una educación de calidad, que forme mejores seres humanos, ciudadanos con valores éticos, competentes, respetuosos de lo público, que ejercen los derechos humanos, cumplen con sus deberes y conviven en paz. Una educación que genere oportunidades legítimas de progreso y prosperidad para ellos y para el país.

Lograr una educación competitiva, pertinente, que contribuya a cerrar brechas de inequidad y en la que participa toda la sociedad.

## Propósito Superior 2025

“Colombia será el país más educado de América Latina en el 2025”: en el 2025 Colombia tendrá un sistema de educación de alta calidad para todos. La educación generará igualdad de oportunidades y desarrollo económico, permitiendo la transformación social del país, mayor equidad y la consolidación de la paz. Participarán de este proceso -en el cual la Educación será la principal prioridad nacional- los padres de familia, los niños y jóvenes, profesores, gobierno, y la sociedad civil. Habrá una financiación adecuada para tener la mejor educación de América Latina.

## Líneas Estratégicas

Las líneas de acción para lograrlo son:



## Principios de Acción



## Visión del sector

Colombia en 2018, logra una transformación de todo el sector educativo, imprimiendo como premisa la calidad educativa, la evaluación permanente, con los recursos suficientes y siendo éste reconocido como el líder y protagonista del desarrollo económico y social del país.

Los niños desde que nacen, tienen las mismas oportunidades de acceso y cobertura con una atención integral de calidad. En los colegios, los niños estudian más horas, en espacios adecuados, con tecnología y materiales hasta grado 11, también se alimentan mejor. Se cumple la meta de mejoramiento del Índice Sintético de Calidad.

La profesión docente es atractiva y quienes la ejercen se sienten orgullosos de ser actores clave en la transformación de Colombia. Además, cuentan con todas las herramientas para la enseñanza y vinculan las mejores prácticas a su visión diaria permitiendo que la innovación llegue a todos los rincones del país.

Padres de familia, docentes, estudiantes, y directivos de las instituciones educativas, trabajan juntos por la obtención del propósito superior de hacer de Colombia el país más educado de América Latina en 2025.

Los jóvenes que aspiran ingresar a la educación superior, cuentan con las competencias necesarias y un portafolio amplio de opciones de financiación, para ingresar a las universidades colombianas, que han logrado alta calidad y reconocimiento internacional. Ser técnico y tecnólogo es una opción real que genera orgullo.

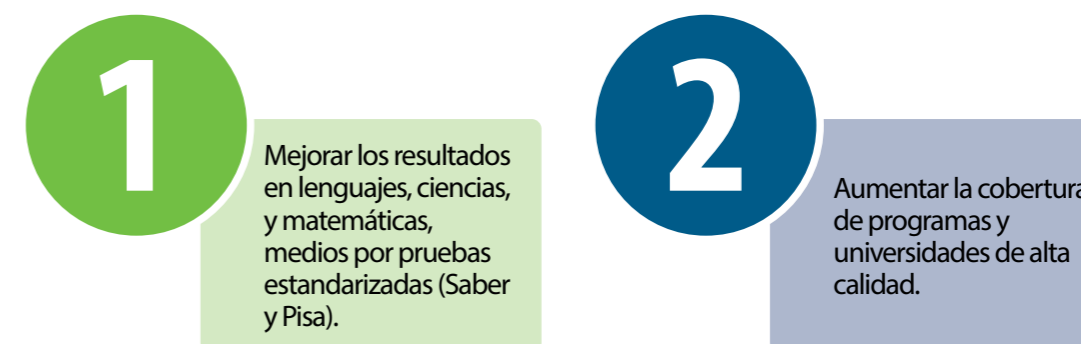
## Visión del Ministerio de Educación Nacional

En 2018, el Ministerio de Educación será la entidad líder del Gobierno Nacional, con reconocimiento internacional, que atrae a los mejores talentos y está 100% orientada a hacer de Colombia el país más educado de América Latina en 2025. Es una entidad innovadora, creativa, eficiente, generadora de investigación y conocimiento para el país y para el mundo. Es una entidad ejemplar por su ejecución.

Este propósito se logrará gracias a la renovación de una cultura organizacional que le ha apostado a una estructura de trabajo más flexible y horizontal, donde es posible equilibrar vida y trabajo y donde prima la confianza y el compañerismo.

Sus funcionarios se sienten orgullosos y felices de trabajar en el MEN para lograr una mayor productividad y eficiencia. Promueve un balance entre la vida personal y profesional de sus funcionarios, con un ambiente organizacional moderno, incluyente y generador de espacios y sentimientos de bienestar. Todo esto la convierte en la entidad más deseada para trabajar.

## Objetivos Estratégicos



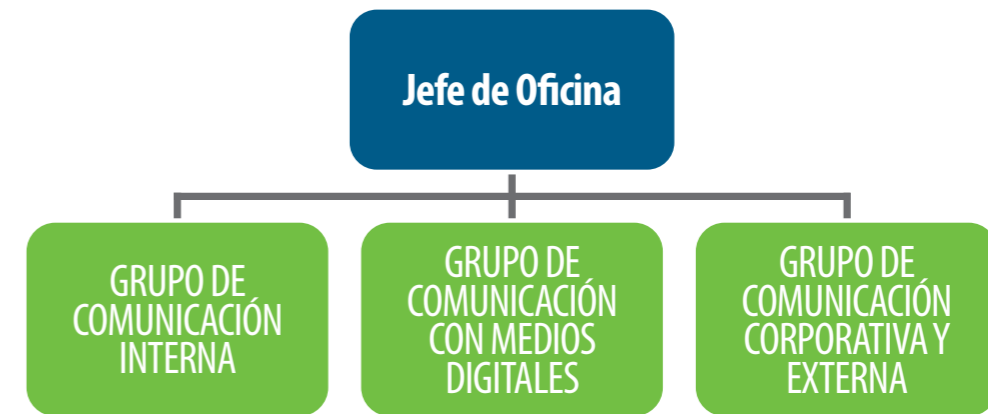
## Iniciativas y Programas

<b>INICIATIVAS</b>	Incremento de la cobertura y la calidad en la educación preescolar, básica y media.
	Transformación y fortalecimiento a la gestión institucional y territorial.
	Fomento de la educación superior de calidad y el acceso a ella.
<b>PROGRAMAS</b>	Programa de Educación Inicial - Primaria Infantil.
	Programa de Calidad PBM
	Programa de Cobertura, Equidad y Permanencia PBM
	Subprograma Infraestructura Educativa
	Subprograma de Alimentación Escolar
	Programa de Calidad de la Educación Superior
	Programa de Fomentación de la Educación Superior
Programa de Transformación y Fortalecimiento Institucional y Territorial	

## Modelos Referenciales.

El Plan Estratégico de Comunicaciones define los medios de comunicación de carácter permanente para que la ciudadanía y partes interesadas conozcan lo que se planea y se ejecuta, y puedan realizar el seguimiento correspondiente. Además, en este Plan se establecen los responsables, tiempos, manejo de los sistemas y los medios que se utilizarán para comunicar tanto a los usuarios internos como a los externos la información que genera el Ministerio de Educación Nacional. Dicha información debe estar alineada con los modelos referenciales del Sistema de Gestión de Calidad a saber:



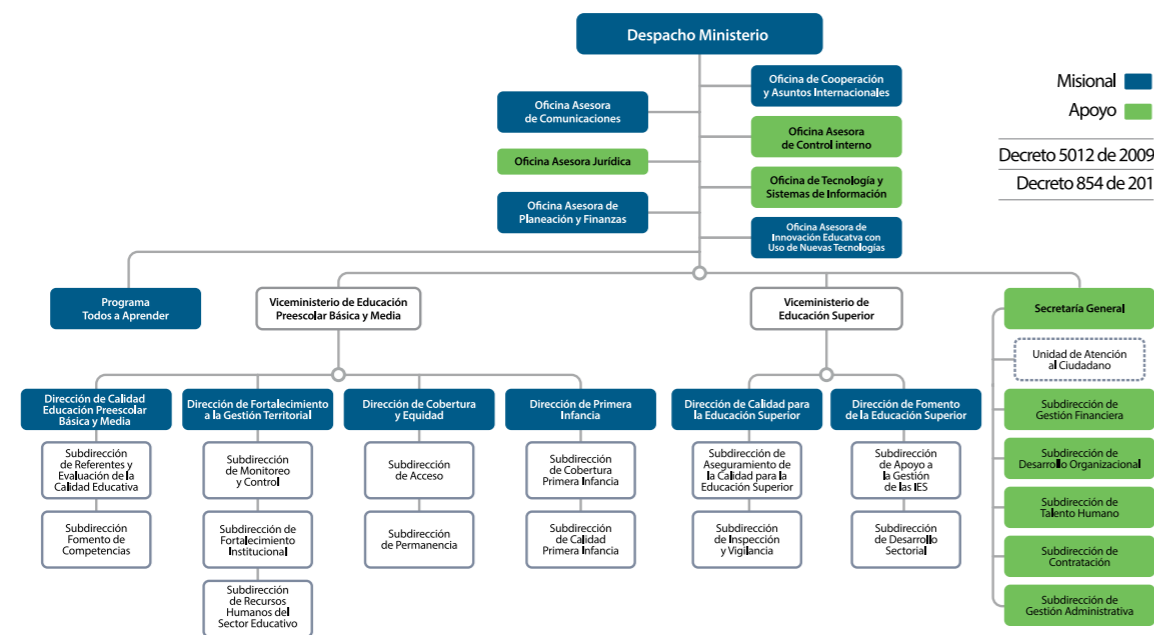


### 3. Macroproceso de Comunicaciones

En el mapa de procesos del Ministerio de Educación Nacional el macroproceso de comunicaciones es de apoyo a la estrategia y misión de la Entidad.

### Estructura Organizacional

Organigrama definido en el Ministerio de Educación Nacional y estructura de la Oficina Asesora de Comunicaciones:



El macroproceso de comunicaciones está conformado por los siguientes procesos, los cuales se relacionan con los procesos de direccionamiento de la siguiente manera:



## ¿Qué es gestión de comunicación?

Es un proceso que pone en práctica la política y estrategia de comunicaciones para apoyar la labor de las diferentes áreas del Ministerio de Educación Nacional y garantizar que la generación, divulgación y almacenamiento de la información sean adecuados y oportunos.

### Proceso de planeación de la comunicación

#### Objetivo.

Formular la política de comunicaciones, los planes estratégicos de comunicación Institucional (organizacional, corporativo, informativo y de medios de comunicación) y sectorial (entidades adscritas y vinculadas) mediante la identificación de necesidades, expectativas, tendencias, resultados e impacto que en materia de comunicación y movilización adelante la entidad.

Con todo lo anterior se busca de manera coherente el diseño de las estrategias de comunicación, con el fin de establecer lineamientos de comunicación interna y externa para organizar los flujos de la información y orientar la comunicación de los planes, programas y proyectos del MEN.

### Proceso gestión de comunicación organizacional

#### Objetivo

Desarrollar estrategias de comunicación organizacional del MEN mediante acciones de sensibilización y comunicación interna con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales, la satisfacción de las necesidades y expectativas de las partes interesadas y el mejoramiento del clima laboral.

### Proceso Gestión de la Comunicación Informativa

#### Objetivo

Divulgar información del MEN a los diferentes grupos objetivos y partes interesadas sobre la gestión institucional mediante acciones y campañas de comunicación externa, masivas y directas, con el fin de propiciar el flujo adecuado, intercambio oportuno y acceso, transparente y eficaz a la información.

### Proceso Gestión Medios de Comunicación

#### Objetivo.

Desarrollar acciones estratégicas hacia los medios de comunicación, editorialistas y líderes de opinión mediante la asesoría, gestión y divulgación de información institucional de interés con el fin de contribuir a la comunicación efectiva de la gestión del MEN.

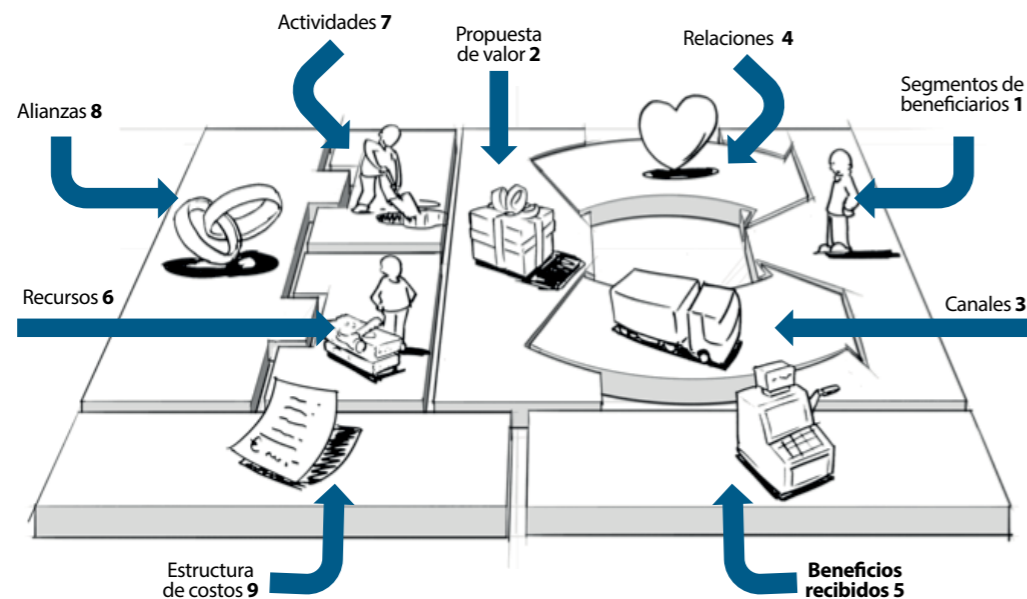
### Proceso Gestión de Comunicación Corporativa

#### Objetivo.

Sensibilizar y crear ambientes favorables para las relaciones institucionales del MEN, manejo de protocolo y fidelización de alianzas estratégicas mediante la realización de estrategias en comunicación, relacionamiento y movilización con el fin de contribuir con la proyección, posicionamiento, mejora de la imagen institucional y acercamiento estratégico a los diferentes grupos de interés.

## 4. Diagnóstico Gestión de Comunicaciones

Para la realización del diagnóstico se utilizó la metodología CANVAS con los colaboradores de la Oficina Asesora de Comunicaciones; en la cual se analizaron los elementos del contexto estratégico que impactan el desarrollo de las funciones y el cumplimiento de los objetivos de la misma, de tal manera que se constituyen en referente para la definición de las líneas del Plan Estratégico y orienten la definición, componentes y actividades.



## Elemento No. 01. Segmentos de Beneficiarios

### Segmentos de beneficiarios:

Proveedores de Información

Consumidores de Información

Aliados

Entes de Control

Con la identificación de las variables que hacen parte del primer elemento "Segmento de Beneficiarios", se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- Se crea una idea de los beneficiarios tanto internos como externos, usuarios de la estrategia de comunicaciones del Ministerio.
- Los beneficiarios internos hacen parte integral de todos los macroprocesos definidos en el MEN.
- Se ve reflejado un impacto, percepción e imagen institucional importante en el cliente externo.

Proveedores de Información	Consumidores de Información	Aliados	Otras Entidades
-*Funcionarios MEN, actores primarios de todo el funcionamiento institucional. *Entidades adscritas y vinculadas, en tanto reciben línea estratégica comunicativa. *Aliados en Educación Superior, canales de comunicación. *Secretarías de Educación, aliados en la EPBM, Acceso a los canales de comunicación.	Comunidad Educativa, a través de las diferentes políticas o lineamientos del MEN. *Padres de familia como núcleo de la sociedad. *Comunidad en General, tienen el acompañamiento del estado en materia de educación. *Usuarios de los servicios: El MEN presta sus servicios, de tal forma que cumple sus expectativas. *Estudiantes (P.B.M.S), son la razón de ser del Sector Educativo.	Líderes de opinión, inciden en la percepción e imagen institucional de cara a las ciudades. *Medios de Comunicación MEN: Somos fuente de información y generadores de insumo para agenda periodística. *Sector productivo y empresarial. *Entidades Gubernamentales. *Docentes, son los que hacen posible el proceso educativo. *Directivos docentes, garantizan la implementación de la política educativa, administración de recursos.	*Entidades de Control.

## Elemento No. 02. Propuesta de Valor

El Ministerio de Educación Nacional posiciona su imagen institucional a través de estrategias de comunicación claras, eficaces, transparentes y oportunas, orientadas a



promover por los diferentes medios de comunicación, los planes, programas y proyectos misionales de la entidad y del fortalecimiento de su gestión con la realización de campañas, estrategias de comunicación, eventos y alianzas estratégicas con la comunidad y los diferentes grupos de interés.

Con el fin de facilitar de manera oportuna, transparente y eficaz el acceso a la información sobre la gestión institucional, el MEN informa a la comunidad y a los diferentes grupos objetivos, las acciones de comunicación, búsqueda, consolidación, desarrollo, producción, envío, acompañamiento y gestión de información, noticias, actividades, mensajes y eventos por medio de canales masivos, escritos y digitales que permiten de manera sistemática atender los requerimientos y necesidades de la ciudadanía y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos.

En este sentido, da respuesta a las necesidades de los clientes internos y externos a través de múltiples canales de comunicación como documentos, cartillas y folletos digitales e impresos, mensajes institucionales en radio o televisión, así como pendones, backing, vallas o brochure, solicitudes de eventos corporativos, publicaciones en la página web y redes sociales. Así como acciones y campañas de comunicación externa, masivas y directas con información del Ministerio de Educación Nacional propiciando el flujo adecuado, intercambio oportuno y acceso transparente y eficaz a la información.

### Elemento No. 03. Canal

#### Canal:

Mensajería Instantánea  
 Página Web  
 Sistema de Cateletras Electrónicas  
 Redes Sociales  
 Intranet  
 Correo Electrónico  
 Voz a Voz

Con la identificación de las variables que hacen parte del **tercer elemento "Canal"**, se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- Como se entrega la propuesta a los beneficiarios.
- Todos los canales de comunicación internos deben estar actualizados, que permitan una eficiencia en la prestación de los servicios.
- Los canales más representativos son vía electrónica.
- Se considera importante contemplar la implementación de canales como: programa de televisión, prensa radial, prensa escrita.
- Alinear toda la información institucional que se produzca y todo proceso de comunicación interno y externo en torno a: la gestión, programas y proyectos que adelanta el MEN.

### Elemento No. 04. Relaciones

#### Relación:

Credibilidad

Confiables  
Cooperación, apoyo  
a procesos

Reconocimiento

Alineación  
estrategia - operación

Cordialidad

Transparente

Sencilla

Informativa

Con la identificación de las variables que hacen parte del cuarto elemento **"Relaciones"**, se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- Se debe propiciar un ambiente de los beneficiarios de credibilidad y confianza.
- Implementar como estrategia una relación bidireccional.
- Identificar que otros valores esperan recibir nuestros beneficiarios.

### Elemento No. 05. Beneficios Recibidos

#### Beneficios:

Visibilidad

Información Veraz

Oportunidad

Comunicación  
responsable

Fácil acceso a la  
información a través  
de diferentes canales

Con la identificación de las variables que hacen parte del **quinto elemento "Beneficios Recibidos"**, se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- La Gestión de Comunicaciones debe atender a clientes internos y externos, de acuerdo a las necesidades y requisitos que se identifiquen y que sea objeto de comunicación.
- Fortalecer la comunicación con los usuarios a través de una información veraz y oportuna

## Elemento No. 06. Recursos

### Recursos:

Recurso Humano:  
Operadores Logísticos

Recursos Tecnológicos:  
Herramientas virtuales  
licencias Suite, Avanzadas  
para eventos

Recursos Financieros

Recursos de  
Infraestructura

Puestos de Trabajo

Con la identificación de las variables que hacen parte del **sexto elemento "Recursos"**, se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- Instrumentos requeridos para generar un valor agregado a los servicios que se prestan.
- Potenciar la calidad y oportunidad en la prestación del servicio con los recursos con que cuenta el Ministerio, especialmente el recurso humano, tecnológico y financiero..
- Se evidencia importante contar con capacitación especializada, telefonía/datos corporativos.

## Elemento No. 07. Actividades

A partir de los procesos que son responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones, se identificaron los principales frentes de trabajo para cubrir las necesidades de difusión y comunicación del Ministerio de Educación Nacional, las cuales se desarrollarán de manera detallada más adelante.

## Elemento No. 08. Alianzas

### Alianzas:

IES

Secretarías  
de Educación  
Sector productivo

Organismos  
Internacionales

ONG

Entidades Públicas

Con la identificación de las variables que hacen parte del **octavo elemento "Alianzas"**, se generó y se amplió un espacio de discusión del cual se concluye:

- Identificar los socios estratégicos internos y externos que contribuyen al normal desarrollo en la prestación del servicio.
- Identificar mecanismos que posibiliten generar condiciones que contribuyan al mejoramiento en la prestación del servicio que involucren actores externos, incorporando estrategias de divulgación.
- Incluir como socios estratégicos a entidades del orden nacional, DAFP, ONG y medios de comunicación internacionales.

## Elemento No. 09. Estructura de Costos

Para el desarrollo de las campañas y estrategias de comunicación se tendrán en cuenta criterios de eficiencia en el uso de los recursos, analizando en el mercado las mejores alternativas y tendencia para atender las necesidades del Ministerio y divulgar sus prioridades institucionales.

## 5. Política de Comunicaciones

### Política de Comunicaciones.

#### OBJETIVO GENERAL:

Garantizar la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de mensajes e información del MEN con los diferentes grupos de interés mediante la formulación, diseño y ejecución de planes y estrategias de comunicación (organizacional, corporativa, informativa, y de medios de comunicación). También, la asesoría en comunicación para la movilización, el relacionamiento y las acciones de divulgación y de sensibilización, que buscan entregar insumos para la toma de decisiones y contribuir al posicionamiento de la política educativa nacional y al cumplimiento de los objetivos del MEN.

Para el cumplimiento de la política, el Ministerio acatará los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad de la función pública, tal y como se consagra en el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia.

Por tal razón, se compromete a lo siguiente:



#### 1. Compromiso con la Comunicación Pública

Asumir la comunicación y la información como bienes públicos, a los que se les confiere un carácter estratégico y se les orientará para el fortalecimiento de la identidad institucional.

#### 2. Compromiso con la Comunicación Organizacional

Orientar la comunicación organizacional a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos de la Entidad.

Desarrollar las estrategias de comunicación organizacional del MEN mediante acciones de sensibilización y comunicación interna, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales, a satisfacer las necesidades y expectativas de los públicos de interés y a mejorar el clima laboral.

#### 3. Compromiso de Confidencialidad

Adoptar mecanismos para que la información privilegiada que es de reserva de la Entidad no sea publicada o conocida por terceros sin previa autorización del Ministerio de Educación.

#### 4. Compromiso con la Circulación y Divulgación de la Información

Implantar una estrategia de comunicación informativa adecuada para establecer un contacto permanente y correlativo con los grupos de interés.

Divulgar información del MEN a los diferentes grupos objetivos y públicos de interés sobre la gestión institucional, mediante acciones y campañas de comunicación externa, masivas y directas, con el fin de propiciar el flujo adecuado, el intercambio oportuno y el acceso transparente y eficaz a la información.

#### 5. Compromiso con el Gobierno en Línea

La información disponible en la página web es de carácter público. El Ministerio de Educación Nacional mantendrá actualizada la página WEB de la entidad y sus redes sociales atendiendo las disposiciones del Gobierno en Línea. Para eso, se compromete a que toda la información de interés para la ciudadanía sea oportuna, clara, veraz y respetando los criterios de usabilidad, accesibilidad y portabilidad.

#### 6. Compromiso con la Información Institucional

Las dependencias que en desarrollo de sus funciones requieran crear o rediseñar un micrositio o campaña web, seguirán el siguiente protocolo:

El área o dependencia del MEN deberá realizar la solicitud, vía correo electrónico, con copia al jefe de área solicitante, y adjuntar la información a publicar.

Los contenidos a publicar deberán estar debidamente aprobados por los usuarios responsables de enviar la información a la Oficina Asesora de Comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional.

La Oficina Asesora de Comunicaciones o el designado para el desarrollo de actividades de comunicación institucional de la dependencia estará encargado de generar contenidos Web.

La Oficina de Comunicaciones o el designado para el desarrollo de actividades de comunicación institucional podrá solicitar a otras dependencias de la entidad o a otras entidades, información necesaria para la producción de los contenidos Web.

Los responsables de las publicaciones son los jefes de oficina, directores y subdirectores, así como coordinadores de cada una de las dependencias. Todos ellos son también responsables de la aprobación de los contenidos para la publicación en el respectivo "micrositio" de la web del Ministerio de Educación Nacional.

#### Teniendo en cuenta lo anterior:

- 1 Los contenidos deben ser claros y de lenguaje sencillo. no debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que llegarán a personas de niveles de educación, edades y regiones del país diferentes.
- 2 Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española y las costumbres locales, cuando sea el caso.
- 3 Deben evitar las abreviaturas. Si se necesita utilizar, después de que se emplea por primera vez, deben ir referenciadas entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hace referencia.
- 4 Al usar siglas, de inmediato debe indicarse su significado.
- 5 No se debe usar tecnicismos, amenos que sea estrictamente necesario, en cuyo caso debe explicar su significado inmediatamente, tan pronto es utilizado por primera vez.
- 6 Los términos en idiomas extranjeros deben evitarse. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben prestarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo, por ejemplo, el término en caracteres itálicos).

#### Alcances de la política

Teniendo en cuenta que la información es un bien colectivo, se fomentará la producción y circulación fluida de la información hacia todos los niveles, para el conocimiento de los procesos internos y la realización del trabajo.

La Política de Comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional tendrá los siguientes alcances, fijando a la interlocución, la apertura y la visibilidad como elementos centrales en esa circulación de la información.

#### COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS INTERNOS:

La comunicación del Ministerio de Educación Nacional debe facilitar y favorecer la construcción y consolidación de la cultura organizacional, por medio de diversos espacios de interlocución, de difusión de mensajes.

La comunicación interna procura poner a la interlocución, la apertura y la visibilidad como elementos centrales en esa circulación de la información. Además, se estructura a partir de unos caracteres y criterios como los que se detallan a continuación:

**Carácter de la comunicación organizacional** La comunicación organizacional estará caracterizada por la construcción de sentido de pertenencia y por el establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos, sin perjuicio de la jerarquía propia de la estructura institucional.

El proceso inicia con la planeación y definición de las acciones de comunicación interna y la atención de solicitudes de comunicación, continúa con la asesoría y desarrollo de contenidos, mensajes y piezas de comunicación y termina con el seguimiento, control y medición de dichas estrategias.

La gestión comunicacional propenderá porque en el MEN los servidores públicos interioricen la visión, misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.

La comunicación entre los servidores públicos del MEN debe procurar unas relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.

La comunicación en el MEN propiciará el aprendizaje organizacional y la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional.

Se dispondrá de medios oficiales internos de información que serán actualizados permanentemente y que deberán llegar en forma masiva a todos los colaboradores.

#### COMUNICACIÓN CON LOS PÚBLICOS EXTERNOS:

En línea con su responsabilidad de contribuir a la construcción de lo público, la comunicación en el MEN con los públicos externos se orientará hacia el fortalecimiento de la apertura y visibilidad, por medio de un servicio de excelente calidad en el cumplimiento de los fines misionales, con actitud de escucha y receptividad frente a la ciudadanía, de transparencia en todas sus actuaciones y de disponibilidad para la rendición de cuentas oportuna y suficiente de su gestión.

El Ministerio de Educación Nacional mantendrá informados a sus públicos de interés sobre políticas, objetivos, resultados, decisiones, programas y proyectos misionales, mediante información que guarde coherencia con su misión institucional.



El proceso inicia con la identificación y priorización de las campañas a ejecutar y con la definición de públicos objetivos, canales, recursos y medios. Posteriormente, sigue con la validación, aprobación y ejecución de la campaña y termina con el seguimiento, control y medición del impacto, alcance y frecuencias obtenidas.

### La comunicación con la ciudadanía

La comunicación con la ciudadanía se hará en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio hacia la ciudadanía y en el ejercicio de los principios de publicidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos.

- La comunicación del MEN con los ciudadanos que se relacionen con ella se hará siempre en términos de respeto, calidez y oportunidad, entendiendo que la razón de ser de la administración es la prestación de un servicio de excelente calidad a la ciudadanía.
- El contacto de cualquier ciudadano con el área específica de la entidad se asumirá como un contacto con la totalidad de la misma, y por tanto se le demostrará un interés institucional por atender sus requerimientos y para orientarlo adecuada y satisfactoriamente.
- El Ministerio dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la entidad.
- Aplicando los principios de publicidad y de rendición de cuentas del MEN, informará periódica y sistemáticamente a la ciudadanía sobre sus actuaciones y los resultados obtenidos en su gestión, para lo cual adoptará los mecanismos comunicativos más pertinentes.
- Las respuestas que se den a los requerimientos o peticiones de los ciudadanos deberán ser personalizadas, oportunas y sin evasivas.
- Las comunicaciones oficiales generadas por el MEN deberán producirse en los formatos de correspondencia preestablecidos en la entidad y deberán ser autorizadas por los responsables.

### Comunicación con los contratistas y proveedores

La comunicación con los contratistas y proveedores estará enmarcada por la aplicación de los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia.

- En estricto cumplimiento de la normatividad de contratación administrativa, se divulgará en forma amplia, oportuna y suficiente, a través de los medios virtuales

disponibles y medios masivos de amplia circulación (cuando hubiere lugar), la información sobre apertura de licitaciones y/o necesidades de contratación de cualquier índole con agentes externos a la misma.

- En desarrollo del principio de selección objetiva del contratista, se suministrará a todos los oferentes o proponentes, sin distingo alguno y en igualdad de condiciones, la información necesaria para la presentación de propuestas.
- Se informará a todos los oferentes y/o proponente, de manera amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que condujeron a la toma de decisión en los procesos de adjudicación de contratos.
- En cumplimiento del principio de publicidad y transparencia, la celebración, ejecución y liquidación de los contratos estarán sujetos al control de la ciudadanía.
- Las comunicaciones emitidas hacia terceros (usuarios, entidades del sector, del gobierno, gremios, asociaciones, proveedores, contratistas) en las que se comprometa a la entidad a través de la aceptación de responsabilidades, acuerdos, alianzas, convenios, entre otras obligaciones, sólo podrán ser emitidas por el titular de la cartera y, a través de delegación, directores y Secretario General, previa revisión y aprobación de las áreas jurídicas y del Despacho.

### Vocerías institucionales

El Ministerio tendrá voceros institucionales en los temas estratégicos de su gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios.

- El Ministerio establecerá sus voceros autorizados en los temas estratégicos de su gestión, quienes se expresarán únicamente en los temas que son de su competencia. En primera instancia, el único vocero autorizado será el titular de la cartera, o a quien éste delegue.
- El Ministerio definirá y promulgará los criterios de manejo de información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que en virtud de sus funciones o de su cargo actúen en un momento dado como voceros de la entidad.

### Relaciones con los medios de comunicación

La relación del Ministerio con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad y libertad.

El proceso comienza con la identificación de la información a divulgar y la definición del modo de operación con medios de comunicación y redes sociales; luego, continua con la ejecución de las acciones de comunicación mediante la búsqueda, consolidación, desarrollo, producción, envío, acompañamiento y gestión de información, noti-

cias, actividades, mensajes y eventos. El proceso termina con el monitoreo de la información publicada sobre el MEN, el análisis de la misma, la identificación de tendencias, del impacto producido y de las acciones de mejora del proceso.

### Interacción informativa con los organismos de control

La interacción informativa del MEN con los organismos de control (Congreso de la República, Procuraduría General de la Nación y Contraloría General de la República) estará enmarcada por el respeto y por el principio de la separación e independencia de las ramas del poder público.

- Siempre en el marco de respeto por el principio de separación e independencia de las ramas del poder público, el MEN buscará garantizar por todas las formas a su alcance la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control para facilitar el ejercicio de sus competencias.
- La información con destino a los órganos de control será preparada por el área o áreas encargadas de cada asunto en particular.

## 6. Canales de Comunicación Disponibles

Canales de comunicación externos	Canales de Comunicación Internos
Página web, streaming, redes sociales, fan page de Facebook, YouTube y Twitter	Intranet
Correos electrónicos personales, masivos, línea gratuita Bogotá y línea 018000	Correos electrónicos personales y masivos
Presentaciones	Extensiones
Oficios e informes	Cartelera virtual
Eventos corporativos	Chat Microsoft Lync
Material POP	Plantillas
Ruedas de prensa, boletines y comunicados	Reuniones, comités, eventos y celebraciones internas
Reuniones con medios de comunicación	Material de divulgación
Atención solicitudes de información clientes externos (Medios de comunicación y ciudadanos)	Boletín interno (Pregonero)

Boletines externos (Mineducación en Acción y Al Día con las noticias e informes del monitoreo diario)

Grupos de envío masivo de información a través de mensajería instantánea (WhatsApp y otros)

## 7. Manejo de Imagen Institucional

Toda publicación, documentos, cartillas, folletos digitales o impresos, mensajes institucionales, publicidad en radio o televisión, así como pendones, backing, vallas o brochure y solicitudes de eventos corporativos; deberán ser presentados previamente ante la Oficina Asesora de Comunicaciones para su revisión y aprobación.

Todo contenido a divulgar deberá ajustarse a lo establecido en el manual de identidad visual y uso de la imagen del Ministerio de Educación y del Gobierno Nacional.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de avalar los nombres de los funcionarios que deben aparecer en la bandera de cualquier publicación oficial del Ministerio.

En los casos en que se solicite o contrate un producto con terceros bajo cualquier modalidad contractual, este producto también estará sujeto a la revisión y previa autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Dicha autorización sólo será utilizada para los fines bajo los cuales es solicitada y no será divulgada a terceros sin consentimiento del Ministerio de Educación Nacional.

La Oficina Asesora de Comunicaciones brindará apoyo a todas las áreas del Ministerio en la definición de piezas tanto digitales como impresas que se deban producir, características de las mismas y elaboración del diseño, teniendo en cuenta los objetivos institucionales con miras a fortalecer la movilización social y la participación ciudadana de la política educativa.

## 8. Líneas y Objetivos Estratégicos

El Plan Estratégico de Comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional pretende:

- Avanzar hacia una visión estratégica de la comunicación en el MEN.

- Mejorar el impacto de la comunicación pública en los diferentes públicos objetivos.
- Contribuir a la implementación de la política educativa y al logro de los objetivos sectoriales e institucionales del MEN.
- Apoyar la toma de decisión y asesorar a las áreas técnicas en materia de comunicación.
- Vigilar el adecuado uso de la imagen institucional, ayudar a su posicionamiento y consolidar una marca unificada para el sector educación.
- Construir y ejecutar una política de comunicaciones que informe, sensibilice y apoye la movilización de todos los actores para contribuir al desarrollo y cumplimiento de las políticas de la educación en Colombia y hacer más eficaz la gestión institucional.
- Desarrollar contenidos y mensajes para posicionar los programas y proyectos del MEN dando cuenta de los avances en su gestión para hacerlos más eficaces y eficientes.
- Divulgar información a la comunidad en general y al sector educativo para posicionar la educación como un tema estratégico de la agenda pública nacional.
- Evaluar el impacto de las acciones comunicativas ejecutadas para formular acciones de mejora que refuercen la estrategia planteada.
- Apoyar al mejoramiento del clima organizacional y del trabajo en equipo.

Las líneas de trabajo y sus componentes identifican de manera agregada los principales frentes de trabajo de la Oficina Asesora de comunicaciones:



## Plan de Acción de Comunicación

La comunicación del Ministerio de Educación Nacional con sus públicos internos y externos se realizará de acuerdo con las líneas estratégicas del Plan Estratégico de Comunicación, para lo cual se tendrá en cuenta:

- El Ministerio de Educación formulará anualmente un plan de acción de comunicación que establecerá los lineamientos, estrategias y acciones comunicacionales de la entidad en sus relaciones con los diferentes públicos con los que interactúa, a partir de las políticas de comunicación adoptadas por la misma y considerando las necesidades propias de su naturaleza jurídica.
- La formulación y coordinación del plan de acción de comunicación estará a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones. La ejecución del plan se hará desde las diferentes áreas o dependencias según sus necesidades y proyectos comunicacionales específicos.
- Existirá un grupo de apoyo encargado de adoptar, vigilar y evaluar el cumplimiento del plan de acción de comunicación. Dicho grupo estará integrado por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y los coordinadores de los grupos de Comunicación Externa y Corporativa, Grupo de Comunicación Interna y grupo de Comunicación con Comunidades Digitales.

### 8.1. Línea estratégica 1. Comunicación Organizacional

Objetivos	Iniciativas	Metas	Indicadores
Desarrollar las estrategias de comunicación organizacional del MEN mediante acciones de sensibilización, promoción y divulgación, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales, y el mejoramiento del clima laboral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar contenidos para mantener informada y actualizada a la comunidad de usuarios al interior de la entidad.</li> <li>- Acompañar a las diferentes áreas de la entidad para la promoción y divulgación de los programas que apuntan al cumplimiento de los objetivos estratégicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con la elaboración 100% de la publicación de los contenidos solicitados por las áreas.</li> <li>- Cumplir con el 100% de la publicación de los contenidos solicitados por las áreas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de solicitudes efectuadas/ Número de solicitudes recibidas.</li> <li>- Numero de publicadas/Numero de recibidas.</li> </ul>

## 8.2. Línea estratégica 2. Comunicación Corporativa

Objetivos	Iniciativas	Metas	Indicadores
Posicionar la imagen institucional del MEN, a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas, velando por el cumplimiento de los protocolos establecidos en el Manual de Imagen del Gobierno Nacional.	Apoyar y organizar las jornadas, actos y encuentros del Ministerio de Educación en desarrollo de sus líneas estratégicas.	Cumplir con el 100% de las solicitudes de las áreas.	Número de solicitudes atendidas/ Número de solicitudes recibidas.

## 8.3. Línea estratégica 3. Comunicación Externa y Gestión de Medios

Objetivos	Iniciativas	Metas	Indicadores
Divulgar a la comunidad y a los diferentes grupos objetivos, a través de los diferentes medios de comunicación, las acciones, programas, proyectos que desarrolla el MEN de manera oportuna, transparente y eficaz.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar contenidos informativos que den cuenta de la gestión del MEN y sus líneas estratégicas.</li> <li>- Establecer relaciones con los medios de comunicación para la divulgación de la información y gestión del MEN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgar a través de diferentes canales de comunicación el 100% de la información que genera el MEN.</li> <li>- Atender el 100% de solicitudes de información por parte de los medios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de comunicados emitidos por la OAC/No. de acciones a divulgar por el MEN.</li> <li>- Número de solicitudes de los medios atendidos/ Número de solicitudes recibidas.</li> </ul>

## 8.4. Línea estratégica 4. Comunidades Digitales

Objetivos	Iniciativas	Metas	Indicadores
Informar a la comunidad y a los diferentes grupos objetivos, por medio de canales digitales, las acciones de comunicación, con el fin de facilitar de manera oportuna, transparente y eficaz el acceso a la información sobre la gestión institucional del MEN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestionar contenidos institucionales para informar a través de los canales digitales.</li> <li>- Mantener actualizados los canales digitales con la información de interés y de actualidad que genera el MEN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender el 100% de las solicitudes de publicación en la página web y redes sociales.</li> <li>- Cumplir con el 100% con el # de actualizaciones de la página web y redes sociales solicitadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- # de campañas o acciones ejecutadas/# de campañas o acciones solicitadas.</li> <li>- # Actualizaciones atendidas/# Actualizaciones requeridas.</li> </ul>

## 9. Estrategias de Seguimiento

El proceso de seguimiento requiere información que permita establecer el cumplimiento de sus objetivos, iniciativas y metas. Esa información puede obtenerse a través de los indicadores de seguimiento y evaluación, como herramienta que evalúa la planeación y la gestión en general de los procesos de comunicaciones.

Esta definición parte de reconocer las actividades realizadas en los procesos y su seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones. Se realiza de la siguiente manera:

- El Ministerio de Educación evaluará trimestralmente en un informe el cumplimiento de las líneas estratégicas conforme a sus objetivos, por medio de las estrategias y acciones que realice con sus clientes internos y externos a partir del cumplimiento de la política de comunicación adoptada por el Ministerio de Educación Nacional.
- La revisión, seguimiento y definición de estrategias de cumplimiento del plan de comunicaciones estará a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones. La ejecución del plan se hará desde las diferentes coordinaciones y grupos de trabajo según las iniciativas definidas.



- Cada coordinador de grupo será el encargado de evaluar el cumplimiento del plan de comunicaciones.
- El seguimiento y resultados del Plan Estratégico de Comunicaciones quedará reportado en un informe trimestral de la dependencia.



## Plan Estratégico de Comunicaciones

2016 - 2018