



La educación  
es de todos

Mineducación

# Ministerio de Educación Nacional

---

Diseño de comunicación  
a favor de la educación  
en Colombia



En años recientes el país ha logrado mejorar la calidad e incrementar el acceso a educación básica y superior. Sin embargo, persiste una exclusión social que se ve reflejada en brechas urbano -rurales, entre sectores oficial y privado y entre regiones. Estas brechas repercuten en la generación de oportunidades para la primera infancia, infancia y adolescencia del país, lo que tiene consecuencias para toda la sociedad.

Y dado que es un asunto de todos, es fundamental trabajar entre todos con el fin de desatar una actitud nacional comprometida con la educación. Es fundamental que la comunidad educativa y la sociedad en su conjunto unan esfuerzos para identificar las decisiones pueden tomar, los instrumentos que están al alcance y las acciones que se pueden emprender para contribuir a mejorar la educación desde la primera infancia hasta la educación superior. Es un trabajo conjunto.

Esto significa por una parte, comprender que la comunicación puede aportar al proyecto educativo desde una mirada de movilización y participación en diversos procesos y momentos. Sólo si nos sentimos parte de un proceso seremos capaces de aportar, de observar, de generar control social y de incidir en el sector.

En segundo lugar, implica aceptar que tanto el Gobierno Nacional, como los estudiantes, los maestros, los rectores, los padres de familia, los administradores de la educación, tienen un rol que nos permitirá como país valorar la educación como el principal factor del desarrollo humano y la herramienta más poderosa para que las personas alcancen su mayor potencial, valoren y disfruten su libertad e incrementen sus posibilidades de movilidad social. Es un instrumento fundamental para superar la pobreza y construir una sociedad inclusiva y equitativa.

## **La apuesta educativa: equidad desde el inicio de la trayectoria de vida**

Existen múltiples factores que pueden determinar la dirección de una trayectoria de vida. La razón por la que la primera infancia es crucial, es que es la etapa en la que se igualan las posibilidades de desarrollo integral para el sujeto, independientemente del contexto del que provenga. Por esto, fortalecer la educación en la primera infancia es una de las estrategias más efectivas y eficientes que podemos adoptar para lograr que en nuestro país haya mayor equidad social.

Así, la propuesta del sector educativo busca promover el desarrollo integral a lo largo del curso de la vida iniciando en la primera infancia para después conectar con la ciencia, tecnología e innovación, pasando por todas las transformaciones que requiere el sistema educativo en términos de acceso, calidad e intersectorialidad.

Queremos que la escuela le de a los niños todo lo necesario para desarrollar su potencial y para esto formulamos una propuesta basada en las siguientes premisas:

■ **La educación es el motor de la legalidad, la innovación, la equidad y el desarrollo social, cultural, económico e institucional del país.**

Una educación de calidad promueve el desarrollo de habilidades de cada estudiante permitiéndole desarrollar su máximo potencial y hacer aportes valiosos a la sociedad.

■ **Un sistema educativo articulado pone a la persona en el centro de la construcción e implementación de la política educativa.**

La educación centrada en el desarrollo humano está pensada con base en el tipo de ser humano que queremos formar y en la sociedad que queremos construir para hoy y para mañana. Se trata de ofrecer ambientes óptimos para promover aprendizajes significativos que contemplen el crecimiento de los estudiantes en todos aspectos de su desarrollo. Para lograr esto, sobre todo en un país tan diverso como el nuestro, es fundamental que la educación funcione como un sistema articulado en el que las políticas, las prácticas y la preparación de maestros se encuentran conectadas y funcionen en sincronía.

■ **El desarrollo integral de las personas exige un trabajo colaborativo e intersectorial entre todos los actores que intervienen en él.**

El desarrollo integral es un proceso que vive cada niño según sus características individuales y el contexto con el que interactúa. Entendemos que, además de la escuela, existen varios sectores y actores que aportan a su desarrollo, compartiendo la responsabilidad por la formación de los ciudadanos que conformarán nuestra sociedad.

En síntesis, el diseño de comunicación se construirá a partir de este norte comunicativo: **“Dar a todos los ciudadanos iguales oportunidades de acceso a un sistema escolar de calidad pertinente, en el que cada persona desarrolla su máximo potencial desde la educación inicial hasta la superior generando bienestar individual y aportando a la sociedad”**, y ésta será nuestra hoja de ruta para

desarrollar objetivos, estrategias y acciones concretas que nos permitan generar una valoración de la educación en toda la sociedad.

Para trabajar en el proyecto educativo, el Ministerio de Educación Nacional ha definido 6 grandes objetivos en el Plan de Desarrollo, que serán los temas de la comunicación:

1. Educación inicial de calidad para el desarrollo integral.

---

2. Brindar una educación con calidad y fomentar la permanencia en la educación inicial, preescolar, básica y media.

---

3. Apuesta por una educación media con calidad y pertinencia para los jóvenes colombianos.

---

4. Más y mejor educación rural.

---

5. Apuesta para impulsar una educación superior incluyente y de calidad.

---

6. Alianza por la calidad y pertinencia de la educación y formación del talento humano.

---

## Objetivo general de comunicación

Partiendo de lo anterior, y con el fin de fortalecer, promover y aumentar los índices de apropiación de la política educativa del Gobierno Nacional por parte de los grupos de valor del Ministerio de Educación, se propone al ministerio una estrategia de comunicaciones para el cuatrenio cuyo fin sea desatar un sentimiento nacional de valoración de la educación para contar con una sociedad que se comprometa con la parte que tiene en asegurar que las condiciones estén dadas para que todos los niños, niñas y jóvenes tengan oportunidades iguales de acceso a una educación de calidad.



## Objetivos específicos

**Agregar valor** a la formulación de políticas al hacerlas comprensibles y extender su significado e importancia a la sociedad

**Empoderar a los ciudadanos**, quienes, al verse involucrados en el proceso se hacen más conscientes del tema educativo, aprenden sobre sus implicaciones y empiezan a entenderlo cada vez mejor. Al sentir que hacen parte, piensan en la educación, pero además se lanzan a proponer acciones.

**Mejorar la confianza social y la valoración de la educación**, pues en esencia estaremos construyendo una imagen colectiva de un futuro deseable.

## Ejes estratégicos

Con el ánimo de afianzar el logro de esta meta se han delineado los siguientes ejes estratégicos de comunicación:

- 1.** Generar **información** para la opinión pública de manera oportuna y pertinente.
- 2.** Promover **comprensiones, decisiones y actuaciones** acerca del proyecto educativo que lidera el Ministerio de Educación Nacional y resaltar el papel que cada actor social tiene frente a los retos que enfrentamos como país.
- 3.** **Socializar y visibilizar las políticas educativas** de manera que generen apropiación social y participación corresponsable de la sociedad para su efectiva implementación.
- 4.** **Comunicar los logros** e indicadores de la implementación de la política educativa, reconociendo públicamente los aciertos del sector.

Esto no solo permite entender si estamos avanzando en la dirección deseada e implementar mejoras, sino que además contribuye a que la sociedad en su conjunto comprenda y se apropie de las acciones en materia educativa, lo que fortalece el ciclo de la política pública.

Veamos punto por punto:

## **Información**

La información que se genera el sector educativo es de carácter público pues nos compete a todos. Genera bienestar común y reduce la incertidumbre. En un segundo plano, el actuar público implica rendir cuentas, por cuanto es fundamental que el MEN brinde información desde todos sus espacios de trabajo a la ciudadanía y se caracterice por que esta información sea comprendida por todos.

## **Comprensión**

Ofrecer comprensiones sobre aquellos asuntos que se deben resolver, y orientar las acciones y decisiones que pueden emprender para mejorar la calidad educativa cada uno de los actores comprometidos sean éstos educadores, estudiantes, familiares, autoridades educativas, gobiernos locales, agentes de sectores sociales o miembros de la sociedad en general.

Cuando se trabaja con el principio de la corresponsabilidad, es vital que cada persona tenga la claridad de qué debe comprender, qué puede y debe hacer, desde su cotidianidad, y que esté a su alcance, en favor de la educación. Esto implica dar respuesta a los siguientes interrogantes:

**¿Qué es necesario entender? (comprensiones)**

**¿Qué se debe hacer? (actuaciones cotidianas)**

**¿Con qué herramientas actuar? (instrumentos)**

**¿Qué decisiones hay que tomar? (determinaciones)**

La respuesta, individual y como grupo, a cada interrogante permite orientar la coordinación de acciones a lo largo del proceso y para cada grupo actores involucrados.

## Socializar las transformaciones educativas

Socializar las transformaciones educativas para darle estabilidad y potenciar los cambios. Es clave generar espacios de diálogo y participación sobre las transformaciones pues son los actores del sector quienes en últimas emprenderán dichas transformaciones.

## Comunicar avances e indicadores

Comunicar avances e indicadores que le permitan a los actores y a la sociedad, saber si se está avanzando en la dirección deseada. Dado que el cambio que se emprende involucra a toda la sociedad, ésta necesita constantemente de información clara y precisa para verificar, ajustar y dimensionar sus actuaciones. Esto implica también, involucrar a la ciudadanía, en especial a los padres y madres de familia como garantes del proceso de transformación educativa.

## Modelo de comunicación

Para el generar una reflexión y diseño de comunicación eficiente en los temas que harán parte de la presente administración, se ha elaborado un modelo basado en el análisis del proceso comunicativo que responda a las siguientes preguntas:

### Qué comunicar:

Mensajes e información que den cuenta del quehacer, gestión, planes, proyectos y logros del Ministerio de Educación Nacional y que representen interés por parte de la comunidad educativa y la ciudadanía en general.

### Cuándo comunicar:

Se comunica siempre atendiendo la inmediatez y prioridad que reviste cada uno de los temas a divulgar, bajo los criterios de claridad, oportunidad, utilidad y confiabilidad.

### A quién comunicar:

Por medio de los equipos de comunicación Interna, Externa, Digital y Creativa emitimos y generamos mensajes para nuestros usuarios, los cuales se especifican a continuación:

**Usuarios Internos:** Servidores y funcionarios de la Entidad, así como proveedores y personas en general que deben conocer las acciones, eventos e información relevante relacionada con el funcionamiento interno del Ministerio.

**Usuarios Externos:** Estudiantes, docentes, directivos docentes, colegios, universidades, periodistas y comunidad educativa en general interesada en conocer el avance, funcionamiento o puesta en marcha de los planes, programas, proyectos y actividades impulsadas, creadas o acompañadas por el Ministerio de Educación.

## Cómo comunicar:

Para dar atención a los usuarios contamos con los siguientes canales:

### Internos:

- Intranet
- Radio MEN
- Mensaje de Interés
- Micrositios
- Carteleras electrónicas
- Salvapantallas
- Videos
- Mineducación en los Medios

### Externos

- Comunicados y notas de prensa
- Página Web Institucional
- Redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn)
- Videos institucionales
- Gestión de prensa en columnas o contenidos especiales del MEN
- Infografías y Productos gráficos

## Quién comunica:

El Ministerio de Educación Nacional a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones y los voceros autorizados por la entidad.

Constantemente se realiza un seguimiento al impacto y posicionamiento de la institución en los medios de comunicación y las redes sociales a través de un sistema de monitoreo que permite conocer la cantidad de publicaciones, la tonalidad de la información y el alcance geográfico de los temas divulgados.

## Articulación de la Oficina Asesora de Comunicaciones

Definido como un proceso estratégico del Ministerio de Educación Nacional, la oficina cuenta con un equipo de trabajo que apoya la realización, difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de mensajes e información de la gestión institucional y sectorial del Ministerio de Educación Nacional

### Comunicación externa

Se encarga de la elaboración de contenidos tales como: comunicados, notas de prensa, entrevistas, crónicas y pequeños reportajes sobre el quehacer del Ministerio. Adicionalmente, este grupo se encarga de brindar soporte a las áreas en materia de comunicación y divulgación externa, así como de diseñar estrategias y campañas por demanda de cada área o de la persona líder de la oficina de Comunicaciones. Adicionalmente este grupo se encarga de apoyar a los realizadores audiovisuales y miembros del equipo de diseño del MEN en la conceptualización y provisión de todo lo necesario para elaborar las piezas encargadas a cada miembro del grupo. También se ocupa en atender y gestionar las solicitudes de los medios de cara al MEN, así como del MEN para tener registro en medios.

Productos: comunicados de prensa, fotografía, video (soporte) entrevistas, coberturas in situ, apoyo al equipo de redes en la elaboración de productos in situ para la cobertura de eventos.

## **Comunicación interna**

Este grupo tiene la responsabilidad de cubrir las diferentes áreas del Ministerio y de generar y gestionar los contenidos que circulan por los canales internos de la entidad, como son la Intranet, radio MEN, mensaje de interés, micrositos, carteleras electrónicas, salvapantallas, videos y Mineducación en los medios.

Vale decir que, en algunos casos, el trabajo de este grupo se alimenta de la información que produce el grupo de Comunicación Externa, la cual es reprocesada y sintetizada para que pueda fluir por los canales internos acorde a los formatos preestablecidos.

## **Creativa**

Tiene la responsabilidad de mantener un adecuado uso de la imagen corporativa del Ministerio de Educación Nacional mediante la realización, asesoría y revisión de piezas comunicativas con el fin de garantizar la integridad en la comunicación institucional.

Por su parte, los realizadores audiovisuales centralizan la producción de videos, conceptualizan piezas audiovisuales y guiones conforme al requerimiento. Adicionalmente, se encargan de adelantar las coberturas periodísticas en materia audiovisual, así como de la producción y postproducción.

## **Comunicación corporativa o eventos**

Asesorar, desde la comunicación, la realización de eventos de carácter institucional mediante el acompañamiento en la elaboración de mensajes, piezas comunicativas y divulgación en medios de comunicación interna y externa, con el fin de acercar a la comunidad educativa y a los grupos de interés para conseguir la promoción y sensibilización a través de mensajes efectivos en materia educativa.

## **Comunidades Digitales**

Se encarga de ofrecer en la web un canal directo de comunicación institucional a las partes interesadas y a la ciudadanía en general, mediante la publicación de información útil clara, confiable y oportuna del Ministerio de Educación Nacional, con el fin de dar cuenta de los avances de la gestión institucional y prestar el servicio de información a la ciudadanía.

Asimismo, produce mensajes institucionales en las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube e Instagram) con el fin de generar interacción con los diferentes grupos de interés y la ciudadanía en general y divulgar a través de estas herramientas las políticas y resultados de la gestión del Ministerio de Educación Nacional.



## Batería de Indicadores

Los indicadores del Plan de Acción Institucional se soportan en el proceso de Comunicaciones y sus procedimientos formalizados en el Sistema Integrado de Gestión.

Para el 2022 se diseñaron los siguientes indicadores:

| ID | INDICADOR   | META 2022  |
|----|---|------------|
| 1  | Número de visitas de la Página Web del MEN  | 24.200.000 |
| 2  | Número de cuentas alcanzadas a través de los contenidos divulgados en las redes sociales del Ministerio | 77.600.000 |
| 3  | Número de contenidos comunicacionales internos divulgados   | 3.000      |
| 4  | Número de asesorías, acompañamientos y eventos institucionales realizados                               | 160        |
| 5  | Número de contenidos comunicacionales externos divulgados   | 1.900      |

### Batería de Indicadores

Para conocer la percepción y satisfacción de los ciudadanos sobre la claridad, utilidad, confiabilidad y oportunidad de la información que se publica en la página web, se tiene disponible la encuesta de satisfacción en <https://www.mineducacion.gov.co/portal/secciones/Encuesta/>

### Encuesta página web

Ficha Técnica

■ **Nombre de la encuesta:**

Encuesta Página Web del Ministerio de Educación Nacional

■ **Objetivo:**

Conocer la percepción y satisfacción de los ciudadanos sobre la claridad, utilidad, confiabilidad y oportunidad de la información publicada por el Ministerio de Educación Nacional en su sitio web.

■ **Universo:**

Ciudadanos colombianos y población extranjera que ingresan a la página Web del Ministerio de Educación Nacional

■ **Unidad de análisis:**

**Público:** Sector Privado y Productivo, Proveedores, Poder Legislativo, Poder Judicial, Poder Ejecutivo, Organización Social, Organismos de Asesoría y Coordinación, Medios de Comunicación, Grupos que Lideran Espacios de Diálogo y Concertación, Establecimientos Prestadores del Servicio Educativo, Equipos de Trabajo, Entidades del Sector Educación, Entes de Control, Empleados, Egresados del Sistema Educativo, Cooperantes Nacionales e Internacionales, Públicos y Privados, Comunidad Educativa.

■ **Edad:**

0-18 años, 18-30 años, 30-45 años, Más de 45 años

■ **Género:**

0-18 años, 18-30 años, 30-45 años, Más de 45 años

■ **Lugar:**

Municipio/Departamento, Fuera del país

■ **Fecha creación:**

30 de julio de 2020

■ **Área de cobertura:**

Nacional e Internacional.

■ **Técnica de recolección de datos:**

Encuesta disponible en el sitio Web del Ministerio de Educación Nacional.  
<https://www.mineducacion.gov.co/portal/secciones/Encuesta/>

■ **N.º de preguntas formuladas:**

Cinco (5)

## ■ Tipo de preguntas aplicadas:

Cerradas (4):

¿La información encontrada en la página web del Ministerio fue clara y comprensible?

- Sí (Sencillo/ de fácil interpretación)
- Algunas veces (lenguaje medianamente complejo)
- No (lenguaje complejo)

¿La información encontrada en la página web fue útil?

- Sí
- Algunas veces
- No

¿La información de nuestra página web le permite conocer de manera oportuna los temas de actualidad en educación?

- Sí
- Algunas veces
- No

Le genera confianza y credibilidad la información publicada en la web del Ministerio.

- Sí
- No

## **Abierta (1)**

- ¿Qué tipo de contenido le gustaría encontrar en la página web?

## **Tipo de entrevista:**

Información suministrada a través de internet.

## **Fechas de recogida:**

La encuesta se publicó el 30 de julio de 2020 y de manera permanente en la página Web. Los resultados se tabulan mensualmente.

## **Escala Empleada para Medición:**

Binaria y Semántica

## Encuesta intranet

Ficha Técnica

### ■ **Nombre de la encuesta:**

Encuesta de percepción de los contenidos comunicativos internos del MEN

### ■ **Dependencia:**

Oficina Asesora de Comunicaciones

### ■ **Proceso:**

Gestión de Contenidos y Administración de los medios internos

### ■ **Objetivo:**

Realizar una encuesta de percepción en línea (online) sobre los contenidos comunicativos y el desarrollo de campañas, divulgados a través de los canales de comunicación internos del MEN.

### ■ **Objetivos específicos:**

- Identificar el conocimiento que tienen los servidores del MEN frente a los contenidos comunicativos utilizados en la entidad y las campañas institucionales.
- Analizar la percepción que tienen los servidores y colaboradores del MEN acerca de la calidad de los contenidos comunicativos y las expectativas sobre los productos y canales de comunicación interna.
- Implementar acciones que permitan mejorar los productos comunicativos o las campañas internas cuando aplique.

### ■ **Universo:**

Servidores y colaboradores vinculados con el Ministerio de Educación Nacional.

### ■ **Unidad de análisis:**

**Público:** Servidores y colaboradores vinculados con el Ministerio de Educación Nacional, con acceso a la Intranet.

**Dependencias:** Despacho de la Ministra, Dirección de Calidad para la Educación Superior, Dirección de Calidad para la EPBM, Dirección de Cobertura y equidad, Dirección de Fomento de la ES, Dirección de Fortalecimiento a la Gestión Territorial, Dirección de Primera Infancia, Oficina Asesora de Comunicaciones, Oficina Asesora de Planeación y Finanzas, Oficina Asesora Jurídica, Oficina de Control Interno, Oficina de Cooperación y Asuntos Internacionales, Oficina de Innovación Educativa y Uso de Nuevas

Tecnologías, Oficina de Tecnología y Sistemas de Información, PTA, Secretaría General, Subdirección de Acceso, Subdirección de Apoyo a la Gestión de las IES, Subdirección de Aseguramiento de la Calidad de ES, Subdirección de Calidad de PI, Subdirección de Cobertura de PI, Subdirección de Contratación, Subdirección de Desarrollo Organizacional, Subdirección de Desarrollo Sectorial, Subdirección de Fomento de Competencias, Subdirección de Fortalecimiento Institucional, Subdirección de Gestión Administrativa, Subdirección de Gestión Financiera, Subdirección de Inspección y Vigilancia, Subdirección de Monitoreo y Control, Subdirección de Permanencia, Subdirección de Referentes y evaluación de la calidad, Subdirección de RRHH del Sector Educativo, Subdirección de Talento Humano, Unidad de Atención al Ciudadano, Viceministerio de Educación Preescolar, Básica y Media, Viceministerio de Educación Superior.

■ **Fecha creación:**

Agosto 2021

■ **Técnica de recolección de datos:**

Encuesta disponible en la intranet del Ministerio de Educación Nacional.

[https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=P\\_v8MQuKtUq3knTJBiuCjnm\\_bUF7KhFGjvDq\\_D0mH0JURDBUVlhaWELLWkpBUjlBM1BKSFRTlNLTi4u](https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=P_v8MQuKtUq3knTJBiuCjnm_bUF7KhFGjvDq_D0mH0JURDBUVlhaWELLWkpBUjlBM1BKSFRTlNLTi4u)

■ **Cantidad de preguntas formuladas:**

Ocho (8)

■ **Tipo de preguntas aplicadas:**

El cuestionario se aplica utilizando internet como medio de distribución, incluye 8 preguntas (5 de respuesta cerrada y 3 de respuesta abierta) elaboradas en un lenguaje claro y preciso.

- **Pregunta Cerrada:** preguntas en la que se busca que la respuesta sea específica sobre un tema determinado y bajo parámetros preestablecidos con una escala de valor (De 1 a 5, donde 1 es malo y 5 excelente). Se realizó análisis cualitativo.
- **Pregunta Abierta:** dan al encuestado la oportunidad de responder aquello que desee y expresar ideas y opiniones. Ofrecen la oportunidad de conocer detalles que no estaban contemplados y el análisis se debe realizar en forma cualitativa.



Cerradas (5):

- ¿La información que te brindan los medios de comunicación interna es?  
Clara, Oportuna, Útil, Pertinente.

Calificar de 1 a 5, donde 1 es malo y 5 es excelente

- ¿A través de qué productos de comunicación consultas la información interna del Ministerio?

Mensajes de Interés, Intranet, Radio MEN, Pasa en el MEN (Video con las noticias destacadas del MEN), Mineducación en Medios (Resumen diario de las noticias del sector), Protectores de pantalla, Cartelera electrónica, Otras

- ¿Cómo calificas los productos comunicativos internos del MEN?  
Mensajes de Interés, Intranet, Radio MEN, Pasa en el MEN (Video con las noticias destacadas del MEN), Mineducación en Medios (Resumen diario de las noticias del sector), Protectores de pantalla, Cartelera electrónica.

Calificar de 1 a 5, donde 1 es malo y 5 es excelente

- ¿Qué tipo de información consideras de mayor interés para recibir a través de los medios de comunicación interna?

Campañas Institucionales, Normas y procedimientos, Información de Bienestar, Cultura organizacional, Temas de variedad y entretenimiento.

Calificar de 1 a 5, donde 1 es poco interés y 5 es mayor interés

- ¿Durante este período de pandemia, la información que has recibido por los canales internos es útil para tu labor diaria?  
Sí,  
No

### **Abierta (3)**

- ¿Qué otro tipo de información quisieras recibir a través de los medios de comunicación interna?
- ¿Qué otra forma de comunicación te gustaría que se implementara en el MEN?
- ¿Durante este período de pandemia, la información que has recibido por los canales internos es útil para tu labor diaria? ¿Por qué?

**Tipo de entrevista:**

Información suministrada a través de Internet.

**Fechas de recolección de la información:**

La Encuesta se publica de manera anual en el mes de agosto.

**Método para la realización e implementación de la encuesta de percepción:**

Se elaboró un cuestionario con diseño adecuado para aplicar en línea (online) y percibir la opinión de los servidores con respecto a los contenidos comunicativos establecidos y las campañas institucionales divulgadas para evaluar aspectos como Utilidad, Claridad, Oportunidad, entre otros. El cuestionario se envió mediante correo electrónico a todos los servidores del MEN y también se publicó en la Intranet durante dos semanas.

**Muestreo:**

Para aplicar la encuesta se toma como base la población destinataria de los contenidos comunicativos del MEN, es decir, el total de servidores y contratistas del Ministerio (1.320) a quienes se les hizo llegar el formulario mediante correo electrónico

**Escala empleada para la medición:**

Binaria y Semántica



# **Política de comunicaciones**

El Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG, contiene una Dimensión enfocada a la Información y Comunicación que define la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión y Comunicación. Este eje apunta a velar porque las entidades cuenten con mecanismos sistemas adecuados para generar información y comunicación veraz y oportuna.

En ese sentido el Ministerio de Educación establece 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:

- a.** Garantizar la divulgación de las líneas estratégicas en materia de educación del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2022 y que se cuente con los medios de comunicación para su adecuada difusión.
- b.** 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.
- c.** 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.
- d.** 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.

## 1. 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.



## 2. Compromisos

Para el cumplimiento de la presente 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:

### 2.1 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.

### 2.2 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.

### 2.3 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.

### 2.4 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.

## **2.5 Compromiso con el Gobierno Digital**

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 Digital. Para eso, se compromete a que toda la información de interés para la ciudadanía, grupos de interés y de valor sea oportuna, clara, veraz y respetando los criterios de usabilidad, accesibilidad y portabilidad.

## **2.6 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.

## 4. Alcances de la política de comunicaciones del Ministerio de Educación Nacional

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.

### 4.1 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 estructurará 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.

## 4.2 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.

Teniendo en cuenta lo anterior:

- 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.

- 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.

- Deben evitarse las abreviaturas. Si se necesita utilizarlas, después de que se emplean por primera vez, deben ir referenciadas entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.

- Al usar siglas, de inmediato debe indicarse su significado.

- No se deben usar tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesario, en cuyo caso debe explicarse su significado inmediatamente, tan pronto como es utilizado por primera vez.

- Los términos en idiomas extranjeros deben evitarse. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo, por ejemplo, el término en caracteres *italicos*).

### 4.3 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.

### 4.4 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.

## Mapa de audiencias

### Comunicación Externa

| Productos   | Frecuencia de actualización / salida | Públicos  |
|---|--------------------------------------|---|
| Comunicados / notas de prensa   | Diaria                               | • Medios de Comunicación  |
| Eventos   | A solicitud                          | Depende de la naturaleza del evento: ciudadanía en general, públicos especializados y comunidad educativa |
| Contenidos de la página Web Ministerio de Educación   | Diaria                               | • Público en general  |
| Redes sociales: <ul style="list-style-type: none"><li>• Facebook</li><li>• Twitter</li><li>• Youtube</li><li>• Instagram</li><li>• LinkedIn</li></ul> | Diaria                               | • Público en general  |
| Videos institucionales  | Diaria                               | • Público en general  |
| Gestión de prensa en columnas o contenidos especiales del MEN   | A solicitud                          | • Ciudadanía y comunidad educativa  |
| Infografías y productos gráficos  | A solicitud                          | • Público en general  |

## Mapa de audiencias

| Comunicación<br>Interna | Productos                            | Frecuencia de<br>actualización<br>/ salida | Públicos   |
|-------------------------|--------------------------------------|--|--|
|                         | Intranet                             | Diaria                                     | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Radio MEN                            | Semanal (lunes)                            | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Mensajes de interés (correo interno) | Diaria                                     | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Micrositios                          | A solicitud                                | Servidores del Ministerio de Educación y público en general que los consulta a través de la página web donde quedan alojados |
|                         | Carteleras                           | Semanal                                    | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Salvapantallas                       | Semanal                                    | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Pantallas                            | Diaria                                     | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Videos                               | A solicitud                                | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |
|                         | Mineducación en Medios               | Diaria                                     | Servidores del Ministerio de Educación Nacional  |

## Historial de cambios

| Versión | Fecha                   | Observación  |
|---------|-------------------------|--|
| V.1     | 8 de julio de 2019      | Se cambió el párrafo alusivo al Modelo Estándar Control Interno MECI Por El Modelo Integrado Planeación y Gestión -MIPG, contiene una Dimensión enfocada a la Información y Comunicación q define la Información y Comunicación como un dimensión articuladora de las demás, puesto q permite a las entidades vincularse con su entorn facilitar la ejecución de sus operaciones a través todo el ciclo de gestión y Comunicación. Este apunta a velar porque las entidades cuenten mecanismos sistemas adecuados para gene información y comunicación veraz y oportuna. |
| V.2     | 3 de mayo de 2021       | El mapa de audiencia se reemplazó con una nu imagen donde se detallan los productos, frecuen de actualización/salida y público objetivo.   |
| V.3     | 15 de julio de 2021     | Se reemplaza el Modelo de Comunicación por modelo de comunicación pública, que reúne, q comunicar, cuándo comunicar, a quién comuni cómo comunicar y quién comunica.<br><br>Además, se ajustó la articulación de la OAC, de acuerdo con los procedimientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones.  |
| V.4     | 22 de noviembre de 2021 | Se incluye un capítulo con los indicadores y criterios de evaluación (encuesta).   |
| V.5     | 31 de marzo de 2022     | Actualización batería de indicadores   |