

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	CES- TIC- IN-002	
	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN	4	
		Clasificación de la Información	Pública	

1. OBJETIVO

Garantizar la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de mensajes e información del Ministerio TIC con los diferentes grupos de interés mediante la formulación, diseño y ejecución de planes y estrategias de comunicación, así como divulgar la gestión del Ministerio y generar posicionamiento de su imagen y brindar asesoría en comunicación para la movilidad y pedagogía social en la promoción de la conectividad, la innovación y la educación digital como generadores de cambio social y económico para Colombia, divulgar la gestión del Ministerio y generar posicionamiento de su imagen.

2. ALCANCE

El Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno nacional "Colombia, Potencia Mundial de la Vida 2022-2026" establece el acceso a las TIC como derecho y no como privilegio, de allí la gran apuesta por la conectividad, la innovación y la educación digital como motores de cambio.

El Ministerio TIC es el llamado a liderar esa transformación a través de un plan de acción que garantice el cumplimiento de los objetivos institucionales, establecidos por el artículo 17 de la Ley 1341 de 2009 modificado por el artículo 13 de la Ley 1978 de 2019, y el Decreto 1064 de 2020. Dentro de esos objetivos se encuentran las labores de diseño, formulación, adopción y promoción de políticas, planes, programas y proyectos del sector con el fin de promover la inversión y el cierre de la brecha digital, contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación, y elevar el bienestar de los colombianos.

Esto se suma a los objetivos de promover el uso y apropiación de las TIC entre los ciudadanos, las empresas, el Gobierno y demás instancias nacionales como soporte del desarrollo social, económico y político de la Nación e impulsar el desarrollo y fortalecimiento del sector y la innovación buscando su competitividad y avance tecnológico conforme al entorno nacional e internacional.

Así las cosas, se hace necesario reforzar el proceso de comunicaciones del Ministerio de tal manera que la OAP se convierta en promotora de esos objetivos y contribuya a generar las condiciones necesarias para lograr las metas del Gobierno nacional trazadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026.

3. DEFINICIONES

3.1. COMUNICACIÓN MEDIÁTICA: Es la forma de comunicar a través de medios técnicos para llegar a sus receptores a través de los medios de comunicación (radio, prensa, televisión), de los medios digitales y de ATL/BTL.

3.2. OFFLINE: Uso de medios de comunicación convencionales (radio, prensa y televisión).

3.3. ONLINE: Uso de medios de comunicación digitales (redes sociales, plataformas y páginas web).

3.4. ATL: Above The Line. Consiste en emplear medios de difusión masivos dentro de la estrategia de comunicación generalmente utilizada para llegar al público objetivo de manera rápida e intensiva, para generar un impacto a mediano o corto plazo con beneficios directamente visualizados. Los medios ATL son: televisión, prensa (revistas especializadas, periódicos), radio, impresos (folletos, brochures).

3.5. BTL: Below The Line. Son las diferentes actividades como merchandising, eventos, activaciones, actividades corporativas, patrocinios, sponsors, promociones, medios de difusión no convencionales y marketing directo, muestreo, entre otros muchos que clasifican como BTL, son por esencia un canal de comunicación directo que permiten una relación inmediata con el público objetivo.

4. NORMATIVIDAD

- Ley 1712 de 2014
- Resolución 1519 de 2020

5. DOCUMENTOS ASOCIADOS

- [Guía Sistema Grafico](#)
- [Código de Buen Gobierno Min TIC](#)
- [Manual del MIG](#)
- [Guía del Sistema Grafico Gobierno Nacional](#)

6. DESARROLLO



7. INTRODUCCIÓN

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2018), el que los ciudadanos no sientan representadas sus opiniones en las decisiones de política pública genera un alto costo para los gobiernos pues impacta directamente la confianza de los ciudadanos en el accionar del Estado y su capacidad de gestión. De allí la necesidad de que las entidades públicas logren una comunicación transparente, abierta, plural e inclusiva como elemento esencial de gobernanza democrática que permita mejorar la formulación de acciones estatales.

En respuesta a ello, la información oportuna y pertinente como movilizadora de las grandes transformaciones sociales es protagonista de este Plan Estratégico de Comunicaciones 2022-2026 del Ministerio TIC.

Con la definición puntual de acciones, públicos y métricas, este plan se convierte en la hoja de ruta para la divulgación y sensibilización que necesita la entidad de cara a potenciar el impacto de su misionalidad. Al tiempo, busca dar respuesta a los desafíos de la Oficina Asesora de Prensa (OAP) del Ministerio durante el desarrollo del Gobierno del cambio, siguiendo los lineamientos de diálogo social establecidos por el presidente Gustavo Petro.

El principal reto para la OAP en este cuatrienio es acompañar de manera adecuada y eficiente el viraje institucional de la entidad en busca de convertir la tecnología en la piedra angular del cambio social y económico que necesita el país. Para ello es necesario encontrar nuevas narrativas y canales de comunicación, fortalecer los alcances de las acciones informativas y generar mecanismos idóneos para establecer diálogos sólidos e inclusivos con las comunidades y públicos de interés. En respuesta a estas necesidades nace el presente Plan.

En este documento encontrarán acciones tendientes a garantizar a la ciudadanía el acceso a la información sobre planes, proyectos, programas, convocatorias y gestiones del Ministerio TIC con miras a promover roles activos de veeduría y participación que fortalezcan la construcción colectiva y la transparencia; además de impulsar la transformación social que garantice la llegada de conectividad, innovación y educación digital a todos los territorios del país.

La implementación de este plan estratégico contribuirá a la generación de caminos sólidos para que Colombia alcance la transformación tecnológica que la llevará a convertirse en potencia mundial de la vida. Allí el Ministerio TIC, de puertas abiertas, pluralista, comprometido y eficiente, será protagonista.

7.1. MISIÓN

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones lidera la iniciativa pública para impulsar la inversión en el sector TIC y para la transformación digital del Estado; para ello, focaliza los esfuerzos, genera incentivos, cuenta con un equipo de trabajo de alto desempeño, da ejemplo en el uso de las TIC en sus servicios y procesos totalmente digitales. Es un promotor de programas y proyectos que fortalecen las competencias ciudadanas digitales de acuerdo con el contexto de cada región y establece alianzas público-privadas bajo un modelo sostenible que genera desarrollo en todo el país.

7.2. VISIÓN

En el 2026, logramos conectar de manera sostenible el 85% del país, transformando digital y productivamente las regiones, convirtiéndonos en un referente a nivel mundial.

7.3. VALORES INSTITUCIONALES

Honestidad, respeto, compromiso, diligencia, justicia y responsabilidad.

8. MENSAJES ARTICULADORES

Las comunicaciones emitidas desde el Ministerio TIC tendrán como líneas ancla los siguientes mensajes:

. Acceso a las TIC como derecho, no como privilegio

. Conectividad, ecosistemas de innovación y educación digital como motores de transformación para Colombia.

. Más y mejor conectividad para las regiones.

9. PROCESOS PARA LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL MINISTERIO TIC

Con la planeación de la comunicación se identifican necesidades, tendencias, resultados y expectativas para establecer los lineamientos de comunicación interna, externa y digital en busca de definir el flujo de información y los canales a usar para garantizar la divulgación de los planes, proyectos, convocatorias y programas del Ministerio.

Planeación de la Comunicación

- . Gestión de comunicación organizacional
- . Gestión de comunicación informativa
- . Gestión de medios de comunicación
- . Gestión de comunicación digital
- . Gestión de comunicación corporativa

9.1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A través de ella se crean e implementan las estrategias de comunicación organizacional para impactar los públicos internos. Se utilizan acciones de sensibilización y difusión con el fin de generar apropiación y sentido de pertenencia entre funcionarios y colaboradores para contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales.

9.2. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INFORMATIVA

Con las acciones y campañas de comunicación externa y masivas como vehículo, se genera la divulgación institucional entre los grupos de interés del Ministerio TIC.

9.3. GESTIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A través de la gestión y divulgación de contenido institucional de interés entre medios de comunicación, tradicionales, digitales, comunitarios y alternativos, se busca garantizar la difusión de información asociada a los proyectos, programas y convocatorias del Ministerio y su impacto en el desarrollo del país.

9.4. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Los vehículos de comunicación para este proceso son las redes sociales, página web y demás activos digitales del Ministerio TIC y sus proyectos y programas. A través de ellos se divulga de manera inmediata, oportuna y en tiempo real la gestión del Ministerio y sus proyectos, programas y convocatorias.

9.5. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Mediante alianzas estratégicas con entidades adscritas y vinculadas y empresas del sector que permitan divulgación, relacionamiento o movilización, se buscará el posicionamiento de imagen del Ministerio TIC y el positivo relacionamiento de la entidad con sus grupos de interés.

10. PÚBLICOS DE INTERÉS

Las acciones estratégicas de comunicación generadas desde el Ministerio TIC serán abiertas, plurales, transparentes y oportunas y su estructura y cronograma de divulgación y sostenimiento dependerá de la audiencia a la que se busque impactar.

10.1. COMUNICACIÓN CON PÚBLICOS INTERNOS

La comunicación tendrá como fin fortalecer en funcionarios y colaboradores la articulación y el sentido de pertenencia por el Ministerio y sus políticas, programas y acciones a través de un diálogo fluido, transversal y permanente, logrando en el corto plazo la interiorización de la misión, visión y objetivos institucionales y en el mediano plazo, la consolidación de la cultura organizacional.

El proceso inicia con la planeación y definición de las acciones de comunicación interna, teniendo como insumo las solicitudes de comunicación o la identificación de necesidades de las diferentes áreas; continúa con la asesoría y desarrollo de contenidos, mensajes y piezas de comunicación y termina con el seguimiento, control y medición de dichas estrategias.

10.2. COMUNICACIÓN CON PÚBLICOS EXTERNOS

Con este proceso se garantizará la entrega permanente de información oportuna y verificada a la ciudadanía, gremios, empresas del sector, beneficiarios, líderes de opinión y entidades adscritas y vinculadas.

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

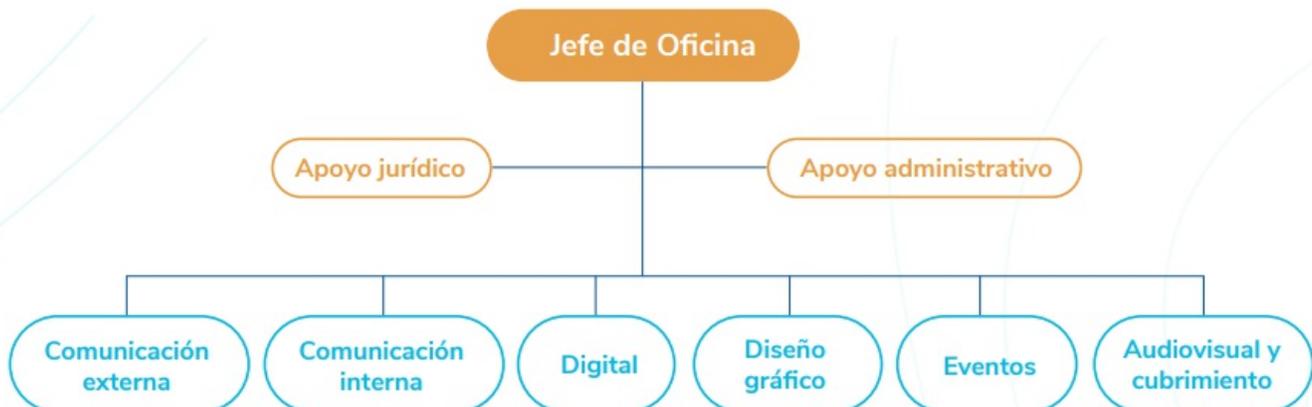
11. MAPA DE AUDIENCIAS

	Productos	Frecuencia	Públicos
 Comunicación externa	• Comunicados de prensa	• Diaria / según necesidad	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Líderes de opinión Comunidades • Empresas del sector • Entidades adscritas y vinculadas
	• Columnas de opinión	• Quincenal / según necesidad	
	• Eventos	• Semanal / según necesidad	
	• Página web	• Diaria / según necesidad	
	• Redes sociales	• Diaria	
	• Programa de tv institucional	• Semanal	
 Comunicación interna	• Intranet	• Diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios Colaboradores Entidades adscritas y vinculadas
	• Grupos de WhatsApp y Teams	• Diaria	
	• Pantallas	• Diaria / según necesidad	
	• Correo institucional	• Diaria / según necesidad	
	• Eventos	• Según necesidad	
	• Salvapantallas	• Quincenal	
	• Informativo SemanaTIC	• Semanal	
	• Boletín mensual	• Mensual	
	• Encuentro ComparTIC	• Mensual	

Pública - COPIA CONTROLADA

12. ESTRUCTURA DE LA OFICINA ASESORA DE PRENSA

En la actualidad, la Oficina Asesora de Prensa del Ministerio TIC funciona bajo el esquema de jefe y seis equipos de trabajo con apoyo transversal de dos profesionales para las áreas administrativa y jurídica, así:



13. INDICADORES DE GESTIÓN PARA 2023

Hito	Indicador	Meta
Comunicación externa	Estrategia de rendición de cuentas	1
	Campañas diseñadas/ implementadas	12
	Comunicados de prensa	300
	Productos audiovisuales producidos (programas de Tv institucional)	44
Comunicación interna	Boletines internos enviados	61
	Campañas internas diseñadas	4
	Contenidos actualizados en intranet	45
Comunicación digital	Correos masivos de divulgación enviados	22
	Aplicaciones y/o servicios desarrollados	22
	Interacciones en redes sociales registradas	2'600.000
	Tráfico (sesiones) en páginas internas registrado	4'500.000

Clasificación de la Información :Pública

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN
1	19/Nov/2019	Creación
2	14/Oct/2022	Migración del documento en SIMIG
3	02/Nov/2022	Se organizó la información del plan estratégico de comunicaciones en la plantilla de SIMIG
4	04/Jul/2023	Se estructura el Plan Estratégico de Comunicaciones para la vigencia 2022 - 2026 garantizando a la ciudadanía el acceso a la información sobre planes, proyectos, programas, convocatorias y gestiones del Ministerio TIC.

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Isabel Tapias Moreno Cargo: Contratista Fecha: 04/Jul/2023	Nombre: Susen Dayana Mateus Vargas Cargo: PROFESIONAL UNIVERSITARIO Fecha: 04/Jul/2023 Nombre: Javier Linares Palomino Cargo: Profesional Especializado Fecha: 04/Jul/2023	Nombre: Lexy Garay Alvarez Cargo: Jefe de Oficina Fecha: 04/Jul/2023 Nombre: Juddy Alexandra Amado Sierra Cargo: Jefe de Oficina Fecha: 04/Jul/2023



Clasificación de la Información :Pública

CES-TIC-IN-002

4