



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE		GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA INTERNA Y EXTERNA				 Sistema Integrado de Gestión	
Versión: 7		Proceso: Gestión de Comunicaciones Estratégicas				Código:P-E-GCE-02	
Vigencia: 30/04/2026							
1. OBJETIVO(S)		Implementar acciones comunicativas para garantizar la divulgación de la información del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, sobre las políticas, planes, programas, proyectos y logros, a sus diferentes grupos de interés, tanto internos, como externos.					
2. ALCANCE		Inicia con la solicitud de producto de comunicación (interna y/o externa) de la gestión del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, o la necesidad de divulgar información de interés al público, y termina con el informe de análisis de monitoreo de medios.					
3. POLÍTICAS DE OPERACIÓN		<p>Las acciones y/o productos de comunicación, resultado de las solicitudes de las dependencias del Ministerio, se desarrollan según la disponibilidad de los recursos y las prioridades de las temáticas solicitadas.</p> <p>Cada periodista expone, define y establece, los cubrimientos periodísticos, las estrategias y los productos de comunicación, en atención a las solicitudes de su dependencia, mediante reuniones grupales denominadas -Consejo de Redacción-, que se desarrollan cada semana. En este espacio, se define el tipo de solicitud interna o externa y las acciones y/o productos, con los que se divulgará la información: Cubrimientos Periodísticos, Ruedas o declaraciones de Prensa, Boletines de Prensa, Productos de Diseño, Productos Audiovisuales, Redes Sociales y Acciones de Comunicación Interna.</p> <p>Para el efectivo desarrollo de este proceso, cada dependencia tiene un periodista, que se desempeña como enlace de comunicaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> Los periodistas recopilan de manera oportuna la información que se requiera divulgar, con la dependencia. Los productos de comunicación tendrán un primer filtro, por el respectivo articulador (Por correo electrónico). Según corresponda: Prensa, Redes Sociales, Diseño, Audiovisual y/o Comunicaciones Internas. Los productos de comunicación tendrá la revisión final por parte de la Coordinación del Grupo. (Puede ser verbal, chat o por correo electrónico - dada los tiempos de veracidad de información). El seguimiento del impacto de la información divulgada se realiza a través del Informe: Análisis de Monitoreo de Medios. 					
4. NORMAS Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA		<ul style="list-style-type: none"> * Constitución Política de Colombia. Artículo 61 * Ley 1444 de 2011, por la cual se escinden unos ministerios, se otorgan precisas facultades extraordinarias para el Presidente de la República para modificar la estructura de la administración pública y la Planta de Personal de la Fiscalía General de la Nación y se dictan otras disposiciones. * Decreto 3570 de 2011. Por el cual se modifican los objetivos, la estructura del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y se integra el Sector Administrativo de Ambiente y Desarrollo Sostenible. * Ley 190 de 1995. Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el objeto de erradicar la corrupción administrativa. Artículos 76, 77, 78, 79 * Resolución 1519 de 2020: Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos. * Directiva Presidencial No. 3 de 2023: Establece los lineamientos para la estrategia institucional de comunicaciones de la Rama Ejecutiva. * Ley 1757 de 2015: Regula la participación democrática y la rendición de cuentas, fundamental para las comunicaciones públicas. * Decreto 103 de 2015: Reglamenta la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. * Directiva 01 del 10 de febrero de 2016 * Ley 1581 de 2012 (Protección de Datos Personales): Norma para el manejo de bases de datos, correos y comunicaciones personales * Ley 1273 de 2009: Modifica el código penal para proteger la información y los datos, incluyendo delitos informáticos. * Ley 1680 de 2013: Garantiza el acceso a la información y comunicaciones para personas con baja visión. * Ley 1341 de 2009 (Ley General de TIC): Define el marco general de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y las políticas para el despliegue de infraestructura. * Ley 1978 de 2019: Modifica y moderniza el marco institucional del sector TIC, promoviendo la certidumbre jurídica y el cierre de la brecha digital. * Ley 2108 de 2021: Cataloga el acceso a Internet como un servicio público esencial y de carácter universal. * Resolución 02277 de 2025 (MinTIC): Actualiza el Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información (MSPI) para las entidades públicas. * La Ley 2345 de 2023, conocida como la ley "Chao Marcas", es la norma principal en Colombia que regula el Manual de Identidad Visual (Sistema Gráfico) para las entidades del Estado. Prohíbe las marcas de gobierno personalistas, buscando unificar la imagen institucional, asegurar austeridad y mantener la identidad visual del Estado. 					
5. PROCEDIMIENTO							
N.º.	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO	
1	Elaborar el Plan de Acción de Comunicaciones y el Plan de Adquisiciones.	P	Elaborar el Plan de Acción de Comunicaciones y el Plan de Adquisiciones para cada vigencia, con los lineamientos establecidas en el proceso de Gestión Integral del portafolio de planes, programas y proyectos	Coordinador(a) del grupo de Comunicaciones	X	* Plan de Acción de Comunicaciones * Plan de Adquisiciones	

2	Elaborar la Estrategia de Comunicaciones y realizar la distribución interna de dependencias del Ministerio.	P	Elaborar la Estrategia de Comunicaciones, teniendo en cuenta el organigrama del Ministerio y la experiencia de cada periodista, el coordinador(a), en reunión general de Grupo: *Presenta la Estrategia de Comunicaciones, para la vigencia. *Realiza la distribución y asignación interna de dependencias del Ministerio, que serán la (fuente de información), con la que trabajará cada periodista, en el asesoramiento de comunicaciones y el cubrimiento periodístico en general. <i>Acta de Reunión F-E-SIG-25.</i>	Coordinador(a) del grupo de Comunicaciones	X	*Estrategia de Comunicaciones * Acta de Reunión
3	Atender las solicitudes y necesidades de divulgación de información del Ministerio.	P	Atender las solicitudes y necesidades de divulgación de información del Ministerio, a través de reuniones semanales, denominadas, Consejos de Redacción. En los cuales cada periodista expone, define y establece, los cubrimientos periodísticos, las estrategias y los productos de comunicación, mediante los cuales se realizará la respectiva divulgación de la información, tanto interna, como externa, de cada una de las áreas del Ministerio. <i>Acta de Reunión F-E-SIG-25.</i>	Coordinador(a), Articuladores y Periodistas del grupo de Comunicaciones	X	* Acta de Reunión
4	Generar los productos de comunicación.	H	Generar, en articulación con los profesionales del grupo, los diferentes productos de comunicación: *Registro Productos Audiovisuales F-E-GCE-02 *Registro Productos de Diseño F-E-GCE-06 *Registro Atención a Medios - Ruedas de Prensa F-E-GCE-07 *Registro Acciones de Comunicación Interna F-E-GCE-08	Coordinador(a), Profesional - Facilitador de Calidad y Articuladores del grupo de Comunicaciones	X	*Registro Productos Audiovisuales *Registro Productos de Diseño *Registro Atención a Medios - Ruedas de Prensa *Registro Acciones de Comunicación Interna
5	Revisar y aprobar la divulgación de los productos de comunicación.	H	Revisar y aprobar, por parte del coordinador(a) del grupo de Comunicaciones, los articuladores y el área técnica, la exactitud de la información, el manejo de los conceptos y cifras, de cada producto de comunicación.	Coordinador(a), Articuladores del grupo de Comunicaciones y Técnicos del área o dependencia	X	*Correo electrónico
6	Realizar Análisis de Monitoreo de Medios	V	Realizar, mensualmente el Análisis de Monitoreo de Medios, para obtener una medición del impacto de los productos de comunicación elaborados. <i>* El Formato: F-E-GCE-01. solo se aplica si no existe vigente un contrato de Plan de Medios, externo quien hace el respectivo Informe de Monitoreo.</i>	Coordinador(a) y Profesional - Facilitador de Calidad del grupo de Comunicaciones	X	*Análisis de Monitoreo de Medios
7	Elaborar el Informe de Gestión de Comunicaciones	V	Elaborar, mensualmente el Informe de Gestión de Comunicaciones, el cual detalla los productos elaborados, el alcance, el impacto y los indicadores de gestión.	Coordinador(a) y Profesional - Facilitador de Calidad del grupo de Comunicaciones	X	* Informe de Gestión de Comunicaciones

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE		GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA INTERNA Y EXTERNA			 Sistema Integrado de Gestión	
Versión: 7		Proceso: Gestión de Comunicaciones Estratégicas			Código:P-E-GCE-02	
Vigencia: 30/04/2026						
8	Tomar acciones correctivas o de mejora	A	Aplicar medidas de mejora, a partir de los resultados obtenidos y el análisis de los mismos, según el documento Planes de mejoramiento identificado como P-E-SIG-01 y el diligenciamiento del F-E-SIG-10 Plan de Mejoramiento.	Coordinador(a) y periodistas del grupo de Comunicaciones	X	* Procedimiento planes de mejoramiento * Formato de Plan de Mejoramiento diligenciado
6. TÉRMINOS Y DEFINICIONES						
<p>Informe: documentos que presenta un contenido específico.</p> <p>Información: aquello que debe ser socializado, para darle a los ciudadanos las herramientas necesarias para ejercer sus derechos y deberes.</p> <p>Noticia: hecho novedoso o atípico que merece ser divulgado.</p> <p>Boletín de prensa o Comunicado de prensa: Es un documento escrito breve y conciso, con información oficial del Ministerios que es enviado a los medios de comunicación, para difundir noticias, eventos o políticas de la entidad. Su contenido da a conocer la posición del Ministerio sobre una situación específica</p> <p>Fuente: personas, instituciones y organismos de toda índole que brindan información al periodista, las cuales deben ser confiables y seguras.</p> <p>Medios de Comunicación: instrumentos de socialización que proveen a la ciudadanía contenidos de utilidad social.</p> <p>Rueda de Prensa: Reunión de carácter informativo donde un organismo o entidad convoca a los medios de comunicación para entregarles información.</p> <p>Correo masivo: canal o medio para envío de información mensajes y avisos a todos los servidores públicos para promocionar un tema de interés.</p> <p>Intranet: Red interna ofrece la facilidad de ingresar desde casa o desde cualquier ubicación, a través del celular, laptop o cualquier dispositivo móvil, utilizando el acceso desde la página del Ministerio.</p> <p>Campaña: es una serie de mensajes que comparten una misma idea y tema. Las campañas aparecen en diferentes medios a través de un marco de tiempo específico.</p>						