

# **POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

**CR-DR-001**




**Comercio,  
Industria y Turismo**



**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los  
grupos de valor  
Junio 2026**

La Política de Información y Comunicación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encaminada a garantizar que la información y las comunicaciones internas y externas se produzcan y divulguen en forma amplia y transparente hacia la ciudadanía

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

y los diferentes grupos de interés, de acuerdo con las orientaciones y directrices existentes al interior de la Entidad.


Esta Política responde a los conceptos que rigen la Gestión de Información y Comunicación, contenidos en la quinta dimensión del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG-, en tanto componente transversal a todo el desarrollo de este modelo.

La correcta y oportuna aplicación de esta Política contribuirá al posicionamiento de la imagen institucional y a la construcción de una visión compartida sobre los temas que competen a los usuarios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, contribuyendo a facilitar el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

### **COMPONENTES DE LA POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

- **INFORMACIÓN:** datos que al ser ordenados y procesados adquieren significado para los grupos de interés. Hace parte fundamental de la operación de la Entidad, al convertirse en insumo para la ejecución de los procesos y a su vez en productos de los mismos.
  - **Información primaria:** datos de fuentes externas provenientes de las instancias con las cuales la organización está en permanente contacto, así como de las variables que no están en relación directa con la Entidad, pero que afectan su desempeño.
  - **Información secundaria:** datos que se originan y/o procesan al interior de la Entidad Pública, provenientes del ejercicio de su función. Se obtienen de los diferentes sistemas de información que soportan la gestión de la Entidad Pública.
  - **Sistemas de información:** conjunto de recursos humanos y tecnológicos utilizados para la generación de información, orientados a soportar de manera más eficiente la gestión de operaciones en la Entidad Pública.
- **COMUNICACIÓN:** conjunto de elementos de control, que apoyan la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la Entidad

#### **DOCUMENTO CONTROLADO**

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>


Pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

- **Comunicación interna:** orienta la difusión de políticas y la información al interior de la Entidad Pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfocan las acciones de la Entidad.
  - **Comunicación externa:** garantiza la difusión de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.
- **Medios de comunicación:** conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la Entidad Pública, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

## **PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**

- **Informar más que dar noticias:** La información es un instrumento de trabajo que resuelve vacíos de conocimiento y permite hacerse representaciones mentales que llenan de sentido los procesos. Por eso, no puede haber información sin contexto, de la misma manera como no puede existir conocimiento sin contenidos. La noticia es apenas un dato que alimenta la información. La responsabilidad de los servidores es generar información, no solamente producir noticias que –aisladas de su contexto– pueden incluso resultar nocivas, adversas o contrarias a la comprensión social de los procesos institucionales.
- **Trascender la publicidad para llegar al posicionamiento:** Más que hacer de la información, de la comunicación y de la gestión una “marca” para que sea vendida a los servidores de la entidad como consumidores, de lo que se trata es de propiciar espacios de reconocimiento que permitan la coherencia y efectividad de la comunicación, de la información y de la gestión. La premisa es “no alimentar expectativas sino cosechar resultados”, lo cual se logra cuando el servidor público de la entidad se compromete con la gestión de la misma.
- **Participación, interlocución y confianza:** La participación es un debate complejo que va desde la simple circulación de información, hasta el debate efectivo sobre los problemas para construir consensos y acuerdos comunes en la toma de decisiones.

### **DOCUMENTO CONTROLADO**

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

Comunicar es “poner en común” varios sentidos, miradas y realidades, para construir nuevos sentidos, miradas y realidades compartidas.

- **Aceptación del otro y reconocimiento de su mensaje:** La base de la comunicación en el Ministerio es la aceptación del otro y el reconocimiento de su mensaje, como una manera de construir un discurso que interprete la voluntad de todos y genere la confianza que resulta capital en la vida cotidiana de cualquier persona, pero lo es mucho más para quienes representan el interés público, por cuanto en este ámbito la exigencia de transparencia, honestidad e idoneidad es inexcusable.

## **CONDICIONES GENERALES QUE DEBEN CUMPLIR LAS INFORMACIONES QUE SE DEBEN DIFUNDIR INTERNA Y EXTERNAMENTE**

**Canales de comunicación:** Para que la entidad tenga un proceso de comunicación efectivo requiere canales de comunicación modernos, oportunos, efectivos y participativos.

**Motivación y apropiación:** La información que circule por los canales de la entidad debe permitir la generación de visión compartida del servicio y compromiso con la gestión institucional, propiciando un clima laboral sano, que facilite el desarrollo y la interacción de los servidores y genere sentido de pertenencia en los mismos.

**Responsabilidad:** La información debe fomentar una cultura de autocontrol y corresponsabilidad de todos los servidores de la entidad, persiguiendo la mejora continua de la entidad y la satisfacción de las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés de la misma.

**Innovación:** Las estrategias de comunicación deben facilitar la creatividad y la búsqueda de nuevos elementos comunicacionales en los servidores de la entidad para aumentar el impacto de los mensajes divulgados en quienes los reciben y un cambio en los hábitos de cultura.


## **PROCESOS Y RESPONSABLES DE LA GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Los procedimientos “Información y comunicación en medios internos”, “Administración de contenidos de información de la página web” y “Producción y difusión de materiales periodísticos” guían la ejecución de los lineamientos contenidos en este documento.

Los mensajes que se difundan a través de los canales determinados deben contener información pública de carácter institucional, que por sus características deba ser conocida y compartida a todos los servidores de la entidad y a sus usuarios, a nivel nacional y regional.

Los responsables de los tres procedimientos anteriormente mencionados, pertenecientes al Proceso Gestión de Información y Comunicaciones son los encargados de la divulgación de la información interna y externa, previa solicitud de los líderes de

### **DOCUMENTO CONTROLADO**

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

las diferentes dependencias, aclarando que en las acciones que se realizan para la divulgación externa se garantiza el medio, no el resultado.

Asimismo, serán los responsables de actualizar la información consignada en las matrices de información y flujos de comunicación en los diferentes medios de comunicación internos y externos.

La atención oportuna y eficiente a las PQRS de los funcionarios y de los ciudadanos contribuye al posicionamiento de la imagen institucional.

### **LÍNEAS ESTRATÉGICAS, HERRAMIENTAS Y MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN INTERNA Y EXTERNA:**

En el Ministerio las comunicaciones externa e interna son lideradas por el Grupo de Comunicaciones y la Secretaría General, bajo los parámetros establecidos por el Despacho del Ministro. De estas directrices se desprenden las estrategias a poner en práctica, las herramientas y los medios a utilizar.

El Grupo Comunicaciones recibirá las solicitudes procedentes de las fuentes tanto externas e internas del Ministerio relacionadas directamente con temas periodísticos para disponer su atención y respuesta oportuna.

#### ➤ **La comunicación externa**

Entre las herramientas empleadas para la comunicación externa se encuentran: boletines de prensa, foto noticias, videos, informes especiales, hojas de datos, cuestionarios, reportajes, fotografías gráficas, videos y contenidos digitales para difundir a través de redes sociales como tuits, 'memes', infografías, entre otros.

Los contenidos, videos, fotografías y piezas físicas o digitales, relacionadas con programas, proyectos, estrategias, convocatorias y eventos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, organizados por el mismo Ministerio, las entidades adscritas y vinculadas o por otras instituciones públicas y privadas, deberán pasar por revisión y aprobación del Grupo Comunicaciones, antes de su uso o divulgación. Los funcionarios de las diferentes dependencias del Ministerio, encargados de estos programas o eventos deberán velar por el cumplimiento de esta labor.


El vocero oficial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es el Ministro(a), que se encuentre ejerciendo el cargo mediante acto administrativo. Este(a) podrá delegar la vocería –cuando lo considere necesario– en los Viceministros u en otro directivo que considere apropiado.

Ningún funcionario está autorizado a entregar información a estudiantes, periodistas o medios de comunicación externos sin el aval correspondiente.

- **Lineamientos de la comunicación externa**

El procedimiento "Administración de contenidos de información de la página web", con la "Guía actividades enlaces páginas web dependencias", la "Guía protocolo de

#### **DOCUMENTO CONTROLADO**

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

publicaciones página web” y la “Guía administración de cuentas de la entidad en las Redes Sociales” contiene las directrices bajo las cuales se ejecutan las comunicaciones externas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Todas las solicitudes de información, declaraciones y entrevistas serán recibidas y tramitadas por el Grupo de Comunicaciones, dependencia que hará el puente con el Despacho para definir la forma, el criterio, los contenidos y los medios a través de los cuales se atenderán las mismas.

El trabajo conjunto del Grupo de Comunicaciones y las diferentes dependencias del Ministerio es la base de esta comunicación, dado que las dependencias son, a la vez, las fuentes de información de los productos periodísticos que produzca el Grupo.

Igualmente, en la página web el Grupo Comunicaciones publicará todos los documentos que soliciten las dependencias del Ministerio en desarrollo de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

El Grupo Comunicaciones administra y actualiza los archivos digitales en los que reposan los datos de contacto de los medios de comunicación y los periodistas con quienes mantiene contacto para la difusión de los productos periodísticos.

Igualmente, atenderá las solicitudes de la ciudadanía en general que sean remitidas al Grupo, a través de la plataforma de Gestión Documental y del Grupo Atención al Ciudadano.

Las herramientas con las que cuenta actualmente el Ministerio para la divulgación externa son:

Página web

Cuentas institucionales en redes sociales


Difusión en medios de comunicación masivos

### ➤ **La comunicación interna**

La comunicación interna es una actividad transversal que debe contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la entidad.

La información que permita una clara identificación de las políticas, estrategias, planes y programas, los canales a través de los cuales fluye y el *feed back* que se pueda lograr con los receptores, conforman la comunicación interna, cuyo propósito es convocar a los servidores públicos y demás colaboradores de la entidad en torno a unas metas institucionales, al tiempo que contribuye al fortalecimiento del clima laboral.

#### **DOCUMENTO CONTROLADO**

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

Las herramientas con las que puede contar el Ministerio para la divulgación interna son: Carteleras electrónicas

Correo

electrónico

Microsoft Teams

Mintranet

Red Interna de Comunicaciones (vía WhatsApp)

- **Lineamientos para la divulgación interna**

El procedimiento "Información y Comunicación en medios internos" y la "Guía de publicación en medios internos" del SIG orientan la ejecución de la divulgación interna en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Las actividades de comunicación interna deben responder al direccionamiento estratégico anual del Ministerio.

Los medios de comunicación interna deben ser permanentemente actualizados, con base en los avances tecnológicos.

El lenguaje que se utilice a través de las herramientas internas de comunicación debe ser claro, sencillo, amable y respetuoso, sin el uso de cargos formales protocolarios, como docto o doctora.

Dentro de los criterios que deben imperar en la comunicación interna se encuentran: La oportunidad: La comunicación debe darse en el lugar y tiempo adecuados.

La veracidad: Toda la información transmitida debe ser verdadera.

El dinamismo: Debe estar en constante evolución, de acuerdo con la necesidad.


- **Comunicaciones oficiales transversales para divulgación interna**

Se dispone de seis comunicaciones oficiales de uso transversal que permiten la comunicación interna sobre temas de interés para la comunidad ministerial:

- Circular
- Decreto
- Presentación PPS
- Resolución
- Resolución conjunta
- Oficio-carta

## HISTORIAL DE CAMBIOS

### DOCUMENTO CONTROLADO

	<b>Proceso: Comunicación Estratégica y Relacionamiento con los grupos de valor</b>				
	<b>POLÍTICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO</b>				
	<b>Código:</b>	CR-DR-001	<b>Versión:</b>	00	<b>Fecha:</b>

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
12/06/2026	0	<p>Primera versión del documento para el nuevo Mapa de procesos. La versión vigente en ISOLución no incluía código.</p> <p>Autorizada la migración por medio de correo electrónico de acuerdo con la versión vigente en ISOLución.</p>

## FLUJO DE APROBACIÓN

ELABORÓ		APOYO OAPS		REVISÓ		APROBÓ	
Nombre:		Nombre:	Carolina Huertas	Nombre:	Diamilia Rocío Aguirre	Nombre:	
Cargo:		Cargo:	Profesional Universitario	Cargo:	Profesional Especializado Grupo Comunicaciones	Cargo:	

### DOCUMENTO CONTROLADO

Cualquier copia o impresión de este documento se considera copia no controlada y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no se hace responsable por su uso