



Función Pública



Estrategia de Comunicaciones

Proceso de Comunicación

Versión 06
Enero 2025



Función Pública

Presentación

El Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) es cabeza de uno de los 25 sectores del Estado y su carácter técnico de departamento administrativo le otorga rango ministerial. En conjunto con la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), entidad descentralizada de carácter universitario con presencia regional, conforman el sector denominado Función Pública. Justamente por su carácter técnico, estratégico y transversal en el Gobierno Nacional, la entidad contribuye al bienestar de los colombianos y colombianas mediante el mejoramiento continuo de la gestión de los servidores públicos y las instituciones en todo el territorio nacional.

En este sentido, Función Pública es la entidad encargada en el Estado de la formulación, seguimiento y evaluación de políticas relacionadas con la administración pública y lineamientos para el fortalecimiento de las capacidades tanto de las y los servidores públicos, como de los órganos, organismos y entidades públicas, impactando su organización y funcionamiento. Adicionalmente, promueve la transparencia, la participación, la democratización de la gestión pública y el control social para aumentar la confianza del ciudadano en el Estado.

Como misión, Función Pública tiene *“fortalecer la gestión de las entidades públicas nacionales y territoriales, mejorar el desempeño de los servidores públicos al servicio del Estado, contribuir al cumplimiento de los compromisos del gobierno con el ciudadano y aumentar la confianza en la administración pública y en sus servidores”*.

En consecuencia, la visión de la entidad supone que *“en 2026 seremos reconocidos nacional e internacionalmente como la entidad líder en la innovación, transparencia y eficiencia de la gestión pública”*.

En este sentido, para concretar la visión de la entidad de posicionarse como referente nacional e internacional en administración pública, es necesario el diseño, desarrollo y ejecución de una estrategia de comunicaciones robusta, que dé cuenta de los avances de la entidad y, a partir de hechos concretos y la divulgación del cumplimiento de metas, sitúe a Función Pública como una entidad protagónica y catalizadora de transformaciones administrativas y sociales durante el cuatrienio del presidente Gustavo Petro (2022-2026) en el Gobierno del Cambio.

Objetivo

Contextualización

La puesta en marcha de la estrategia posibilitará la ejecución, con un alto desempeño, de sus labores misionales, concretamente para las 6 macro metas que la entidad concibió para el cuatrienio. En este orden de ideas, la estrategia pretende alinear dentro de una narrativa unificada y bajo unos formatos discursivos establecidos los avances y resultados de las áreas misionales de la entidad en relación con su quehacer y su contribución para el cumplimiento de las macro metas.

Además, al ser Función Pública una entidad cabeza de sector, la estrategia de comunicaciones no se encuentra desconectada del Gobierno Nacional, sino que está articulada con los 5 pilares trazados en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida.

En consonancia con el Gobierno del Cambio y la transformación planteada por el presidente Gustavo Petro, además del posicionamiento de los temas e hitos clave para la entidad, la estrategia de comunicación busca visibilizar y posicionar al Departamento Administrativo de la Función Pública, ante sus grupos de valor y las ciudadanías diversas, como la entidad encargada de diseñar y ejecutar la transformación de la administración pública en Colombia, para que el país tenga un Estado moderno, alineado con las características y desafíos propios del Siglo XXI y las regiones.

Con esta contextualización, y la impronta de cohesión y coherencia entre el quehacer propio de la entidad y las apuestas del Gobierno Nacional consignadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida, a continuación, se presentan los objetivos concretos de la estrategia de comunicaciones.

Objetivo general

Contribuir en la transformación de las administraciones públicas a través de narrativas innovadoras que exalten la vida y la diversidad.

En consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo, para Función Pública es fundamental articular las acciones misionales que realiza el departamento en una narrativa que posiciona a la entidad en como el actor que implementa el

Cambio en las administraciones públicas. En este sentido, el Cambio (o transformación de las administraciones públicas), se ve a través de los avances misionales de la entidad a través de la implementación de sus políticas en clave de vida y de diversidad, y que se divulga por medio los formatos que consumen los públicos objetivos de la entidad.



Función Pública

Objetivos específicos

1. Crear mensajes que acerquen la gestión de Función Pública con las ciudadanías y las servidoras y servidores públicos.
2. Articular las acciones comunicativas con las 6 macro metas de la entidad y los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida.
3. Apoyar en el fortalecimiento del sentido de pertenencia de quienes laboran en la entidad para que sean replicadores de las acciones de cambio en las administraciones públicas.
4. Asesorar a las áreas misionales para la divulgación asertiva de sus acciones bajo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo.

Características de la administración pública y definición de las macro metas

Características de la administración pública

Para que la estrategia de comunicaciones tenga un gran impacto en las distintas audiencias, así como altos nivel de apropiación de la información y conocimiento que difunde, sus medios de acción buscan ser innovadores y asertivos, basados en fundamentos conceptuales sólidos. Por ello, es importante, en primer lugar, definir y demarcar el concepto de administración pública para comprender el alcance del quehacer de la entidad.

La administración pública hace referencia al conjunto de elementos que hacen posible la operación del Estado, el diseño e implementación de políticas públicas y la ejecución de proyectos. En este sentido, la administración pública está compuesta por tres dimensiones: la función pública, la función administrativa y la gestión pública que, en su conjunto, son los elementos que posibilitan el funcionamiento del Estado y sus entidades, y la articulación entre las mismas al coexistir dentro de un mismo sistema.

Dimensión de la función pública: Hace referencia al talento humano del Estado, a las personas que mediante su trabajo hacen posible que las entidades puedan funcionar y ofrecerle sus servicios a la ciudadanía. Esta dimensión administra la política del empleo público, y busca enaltecer la figura del servidor público, no solo en su ámbito profesional, sino en su dimensión de ser humano. De esta manera, se busca humanizar a servidores y servidoras, potenciar los procesos para su crecimiento personal y profesional, y el mejoramiento de las condiciones de trabajo. Es así como la administración pública concibe al talento humano como el corazón de Estado, indispensable para su buen funcionamiento, y es deber de Función Pública velar por él.

Dimensión de la función administrativa: Esta dimensión apela a las entidades públicas y



Función Pública

estructura del Estado, a su diseño organizacional. Es decir, a su arquitectura, que debe responder a las necesidades de la ciudadanía. En este sentido, los diseños y rediseños de las entidades, creación o la liquidación de las mismas, y el proceso continuo de seguimiento a su gestión administrativa busca una mejor eficiencia operativa del Estado, acorde a la realidad del país y sus territorios (características políticas, artísticas, culturales, sociales, económicas, geográficas, demográficas, entre otros). Aquí Función Pública desempeña un papel importante como supervisor del buen engranaje administrativo del Estado.

Dimensión de la gestión pública: Comprende la supervisión y acompañamiento para el buen uso de los recursos técnicos y físicos con los que cuenta el Estado y sus entidades, la buena ejecución de dichos recursos para la prestación de servicios. Aquí el papel de Función Pública es, de manera asesora y no como ente de control, velar por la buena ejecución y optimización de los recursos con los que cuenta el Estado.

Dentro de la estrategia de comunicaciones y de divulgación de los diferentes contenidos, es importante comprender el alcance de la Función Pública dentro de las tres dimensiones de la administración pública, para no confundir la labor de la entidad con las actividades misionales de las demás entidades del Estado a las que asesora.

Macro metas

A partir de las 3 dimensiones que componen la administración pública, el Departamento Administrativo de la Función Pública estableció 6 macro metas sectoriales en conjunto con la ESAP como hoja de ruta para las actividades del sector durante el cuatrienio.

En este sentido, así como los proyectos de las áreas misionales deben ir cobijados bajo una de estas líneas de acción, las comunicaciones también se centran en visibilizar los avances en el cumplimiento de cada una de las macro metas. De esta manera, la estrategia de comunicaciones apoya, a través de sus medios y herramientas, la difusión y visibilización de las actividades misionales que forman parte de la estrategia de acción de la entidad para el cuatrienio.

Estas son las macro metas definidas por Función Pública para el presente cuatrienio:

Macrometa 1: Reorganizar la administración pública nacional

Objetivo: Estructurar un modelo organizacional de la administración pública nacional de acuerdo con las exigencias de una descentralización administrativa responsable, incluyente, participativa y doliente del patrimonio público.

Este objetivo abarca todas las acciones que realiza el sector para generar lineamientos, a través de documentos y encuentros prospectivos para la modernización y reforma del Estado.

Meta: Un documento proyecto que contenga la reorganización de la administración pública nacional.



Función Pública

Macrometa 2. Redefinición, orientación y fortalecimiento de la organización y funcionamiento de las administraciones públicas territoriales en clave de diversidad

Objetivo: Formular y rediseñar organizacionalmente la administración territorial, a partir de su categorización y la cultura regional.

Este objetivo abarca todas las acciones que realiza el sector enfocadas a acompañar a las entidades territoriales a través de asistencias técnicas en temáticas como: paz total, contratación estatal, finanzas públicas, política pública, estructuración de proyectos, ordenamiento territorial alrededor del agua, innovación pública entre otras. Así como a la generación de documentos técnicos de gobierno territorial y étnico, que propicien un modelo organizativo que atienda las realidades de los territorios.

Meta: Un documento proyecto que contenga la reorganización de las administraciones públicas territoriales.

Macrometa 3. Formalizar el empleo público

Objetivo: Implementar la estrategia de formalización del empleo público a partir de la racionalización de los contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión; realización de los concursos para el ingreso a carrera administrativa promoviendo el principio constitucional del mérito, así como el trabajo digno y decente para la equidad, la productividad social y el cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida.

Este objetivo comprende todas las acciones que se ejecutan desde el sector para fomentar la formalización del empleo público, a través de la realización de concursos de mérito, acompañamiento a las entidades públicas y estudios y diagnósticos para fortalecer la capacidad técnica y mejorar la gestión institucional.

Meta: Acompañar y asesorar el 100% de los procesos adelantados para la formalización en las entidades.

Macrometa 4. Servidor público orientado hacia la productividad social en un Estado Abierto

Objetivo: Fortalecer las competencias laborales (capacidades, habilidades y rasgos), la inclusión, la diversidad, y el desarrollo integral de los servidores públicos para la consolidación de un Estado Abierto. Este objetivo enmarca todas las acciones del sector para mejorar las competencias y habilidades de los servidores públicos en temas de gestión pública a través de cursos, inducciones y eventos de capacitación.

Meta: Diseñar e implementar el programa del servidor público orientado hacia la productividad social en un Estado Abierto.



Función Pública

Macrometa 5. Participación incidente para la gobernanza social

Objetivo: Generar una estrategia para la planeación participativa e incidente de grupos poblacionales diversos, pueblos étnicos y comunidades en la construcción y control social de Planes Municipales de Desarrollo en municipios PDET, a partir de prácticas participativas propias de las comunidades, con canales de diálogo amplios y con metodologías acordes a las expresiones ciudadanas.

Este objetivo encierra todas las acciones de capacitación a servidores y ciudadanos en temáticas relacionadas con el Plan Nacional de Desarrollo, los ejercicios de participación ciudadana que se desarrollan para solucionar barreras a problemáticas identificadas, fortalecimiento de los procesos de rendición de cuentas enfocados desde el control social y participación en espacios de diálogo para acercar a las ciudadanías a los trámites ofrecidos por las entidades del Estado, así como la Participación Incidente para la Gobernanza Social y la definición e implementación de estrategias de comunicación con sentido para la construcción de escenarios de paz total.

Meta: Diseñar la Estrategia de Planeación Participativa, poner en marcha espacios de diálogos sociales y desarrollar espacios de control social de Planes Municipales de Desarrollo en municipios PDET, a partir de prácticas participativas incidentes.

Macrometa 6: Formación de ciudadanos para el accionar público con visión holística como aporte a la transformación del Estado

Objetivo: Contribuir a la formación de ciudadanos para el fortalecimiento de la función pública, la formación y liderazgo político, la cultura de la paz, la generación y democratización del conocimiento.

Este objetivo abarca las acciones que realiza el sector encaminadas a la generación de conocimiento a través de investigaciones estratégicas de interés institucional y territorial y la oferta en nuevos programas de educación formal alineadas a las necesidades de la Colombia Potencia Mundial de la Vida.

Meta: Aumentar la oferta de los servicios académicos, investigativos y de proyección institucional de la ESAP, partiendo del principio de gratuidad e inclusión en el acceso a la educación en los temas coyunturales para la transformación del Estado conforme a la expansión de cobertura de la ESAP priorizando los municipios de 5ta y 6ta categoría, y municipios PDET.

Es a partir de los objetivos misionales de la entidad, plasmados en las 6 macro metas para el cuatrienio (los cuales, a su vez, responden a las dimensiones inherentes al concepto de la administración pública y al Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la



Función Pública

Vida) que se orienta la comunicación de la entidad como un vehículo para divulgar los avances en los proyectos relacionados con cada una.

Articulación con Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026: Colombia Potencia de la Vida

El Departamento Administrativo de la Función Pública es un ente plenamente articulado al Gobierno Nacional, a la ejecución de sus políticas, a su quehacer misional y a su discurso frente a la opinión. Además, es el vehículo a través del cual el Gobierno Nacional ejecuta las políticas alusivas al sector público. En este sentido, las comunicaciones de Función Pública deben coincidir con los campos temáticos prioritarios que estableció el presidente de la República, Gustavo Petro, en el Plan Nacional de Desarrollo.

Conceptos clave del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida

El objetivo del Plan Nacional de Desarrollo es sentar los cimientos para que el país sea líder de la protección de la vida; este nuevo contrato social propicia la superación de injusticias y exclusiones históricas, la no repetición del conflicto, el cambio en la forma en la que nos relacionamos con el ambiente, una transformación sustentada en el conocimiento y en la armonía con la naturaleza.

La estrategia de comunicaciones de Función Pública reconoce que el Plan Nacional de Desarrollo como a lo que debe apuntar la administración pública: generar las condiciones de vida necesarias para el buen vivir de las comunidades.

Aporta a la transformación del país de manera democrática e inclusiva, aprehendiendo los saberes y las culturas que componen la sociedad en su conjunto. En este sentido, las acciones realizadas por la entidad deben ser presentadas como un catalizador para dicha transformación.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida hay cinco categorías o líneas de trabajo en las que se enfoca el Gobierno Nacional para convertir a Colombia en potencia de la vida:

Ordenamiento del territorio alrededor del agua y justicia ambiental

El ordenamiento territorial del país es una prioridad, debemos reconocer el agua como derecho fundamental y bien común para avanzar en un ordenamiento territorial con enfoque de justicia ambiental, el cual facilitará una mejor distribución de los beneficios, reducirá la inequidad de las cargas causadas por la contaminación y ayudará a una participación efectiva, inclusiva y diferencial de las ciudadanías en la toma de decisiones.

Se requieren acciones para avanzar hacia un modelo de descentralización diferencial en el que se apliquen los instrumentos de financiación del desarrollo urbano y rural para fortalecer



Función Pública

a las entidades territoriales y promover proyectos de impacto regional.

Principales metas

- Entrega masiva de tierras: Con la entrega de 2,9 millones de hectáreas, Colombia avanzará en la restitución y titulación de la tierra como instrumentos esenciales para alcanzar la paz y potencializar la producción agrícola nacional.
- Formalización de la pequeña y mediana propiedad rural: Superar los conflictos sociales, ambientales y económicos alrededor del uso y acceso a la tierra requiere formalizar la tierra. Por ello, Colombia alcanzará los 3,9 millones de hectáreas formalizadas al final del cuatrienio.
- Acelerar el Catastro Multipropósito: Para consolidar la reforma rural integral, Colombia actualizará el Catastro Multipropósito, pasando de un 9,4% en 2022 a 70% en 2026.

Seguridad humana y justicia social

En la actualidad, vivimos en un país con desigualdad social, en el que la mayor parte de la población está en pobreza o en alto riesgo de caer en ella; el país requiere de un rediseño del actual sistema de protección social por uno que asegure las necesidades vitales de las ciudadanías y de una reforma a la seguridad social que garantice una protección frente a los riesgos en salud, desempleo y la vejez.

Del mismo modo, la estructura institucional no brinda suficientes oportunidades de trabajo e ingresos, la mayoría de ocupados tiene empleos de baja calidad, generando amplias desigualdades sociales. Se requiere una reconversión laboral en el empleo público con el que se dignifiquen las condiciones del capital humano que sirve al país.

Principales Metas

- Reducir la pobreza: Colombia reducirá el porcentaje de personas en situación de pobreza multidimensional de 16 % en 2021 a un rango entre 11,5% y 9,5%.

La educación superior para una sociedad en paz y basada en:

- el conocimiento: En Colombia tendremos la cobertura de educación superior más alta de la historia, al pasar de 53,9% en 2021 a 62% al final del cuatrienio.
- Impulsar a la Economía Popular: Se aumentará en un 6% los ingresos de los micronegocios de la economía popular atendidos.
- Disminuir las horas de cuidado no remunerado: Las mujeres jefas



Función Pública

de hogar dedicarán menos horas al cuidado no remunerado de niños, niñas, adultos mayores o personas con discapacidad, al pasar de 22 horas semanales promedio en 2021 a 19 horas al final del cuatrienio.

- Bajar drásticamente la mortalidad materna: Reducción de mortalidad materna de 83 por cada 100 mil en 2020, a 32 por cada 100 mil.

Derecho humano a la alimentación

Ante los altos niveles de inseguridad alimentaria y la dependencia significativa de importación de insumos agropecuarios, se debe promover la producción local de alimentos e insumos para que toda la población colombiana tenga una alimentación suficiente, adecuada y sana que conlleve de forma progresiva a la soberanía alimentaria.

Asimismo, la limitada relación entre nación y territorio afecta la implementación de políticas para avanzar en la garantía del derecho humano a la alimentación. Es indispensable mejorar la gobernanza y coordinar mecanismos para el diseño, la ejecución y el seguimiento de estas políticas.

Principales metas

- Quiebre a la pobreza extrema: Disminuir la pobreza extrema a un dígito, al pasar de 12,2% en 2021 a 9,6% en 2026.
- Eliminar el hambre en la primera infancia: Disminuir fuertemente la mortalidad de niños por desnutrición menores de 5 años, reduciéndola a 3,37 por cada 100.000.
- Infraestructura para la soberanía alimentaria: Durante el cuatrienio se fortalecerán 96 instalaciones portuarias, frente a doce intervenidas en 2022.
- Producción para la vida: Aumentar en 10,38% la producción en cadenas agrícolas priorizadas para el Derecho Humano a la Alimentación, al pasar de 35,3 toneladas de alimentos a más de 38,9.



Función Pública

Transformación productiva, internacionalización y acción climática

La supervivencia de la especie humana no será viable sin la lucha contra el cambio climático, debemos avanzar en la transición hacia una economía productiva limpia, justa y equitativa, con crecimiento sostenible y uso intensivo del conocimiento, la cual llevará a que Colombia sea potencia de la vida.

Se requiere una respuesta urgente a la dependencia energética y económica del país frente a los combustibles fósiles que representan una baja competitividad y acentúa la vulnerabilidad. De manera contundente, se usarán los excedentes financieros del carbón y del petróleo para hacer una transición energética que nos lleve a una economía verde.

Principales metas

- Transición energética para la vida: Utilizar los excedentes financieros del carbón y del petróleo para hacer una transición energética que lleve al país hacia una economía verde. El país agregará 2.000 MW de capacidad en operación comercial de generación eléctrica a partir de fuentes no convencionales de energía renovable.
- Colombia revitaliza la naturaleza con inclusión social: Colombia ampliará las áreas en proceso de restauración, recuperación y rehabilitación de ecosistemas degradados a 1,7 millones de hectáreas. Es decir, 750.000 más que en 2022.
- Freno a la deforestación: Reducir la deforestación nacional en un 20%, que equivale a cerca de 35.000 hectáreas menos frente al 2021.

Diversificar nuestras exportaciones: Incrementar al 56,3% la participación de las exportaciones de bienes no minero

- energético y servicios en el total de exportaciones.

Convergencia regional

El acceso a oportunidades, y la provisión de bienes y servicios públicos deben ser equitativos para acabar con las notorias brechas territoriales y socioeconómicas que existen actualmente en el país. Es fundamental fortalecer los vínculos intraurbanos, urbano-rurales

y subregionales, a través de la implementación de modelos de desarrollo supramunicipal para mejorar la relación que existe entre territorios y poblaciones.

Además, las instituciones del orden nacional y territorial tienen que modernizarse bajo un modelo de gobernanza descentralizado que promueva transformaciones encaminadas a establecer marcos normativos y sistemas de gestión de recursos que sean eficaces y transparentes. Avanzar hacia la convergencia regional fortalecerá los vínculos entre los territorios, el Estado y las ciudadanías.

Principales metas

- Más hogares con vivienda: Reducir a un 26% el número de hogares con déficit habitacional en el país. Para 2021, este porcentaje fue de 31 %.
- Vías terciarias para conectar los territorios: Llegar a más de 88.000 kilómetros de vías terciarias intervenidas. Hoy la cifra llega a 55.240.
- Fortalecer la capacidad logística: reducir el porcentaje del costo logístico sobre las ventas en 10,1 puntos porcentuales, al pasar de 12,6% en 2020 a 11,5%.
- Disminuir la pobreza para impulsar la paz: Bajar la brecha del Índice de Pobreza Multidimensional en los municipios PDET respecto al total nacional de 12 puntos porcentuales a 10 o 7,4 puntos porcentuales.

Construcción del discurso narrativo de Función Pública

Como se ha mencionado, Función Pública hace parte del Gobierno del Cambio y es cabeza de sector, por lo que su discurso narrativo está encaminado en la articulación de las acciones misionales que realiza la entidad con las macro metas de la misma, que a su vez responde a los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida.

Para ello, la construcción de los mensajes (para todos los contenidos y formatos) contiene 3 niveles de sentido:

Primero nivel discursivo: evento noticioso. Para la delimitación del tema, en primer lugar, se deben identificar los avances de la entidad en su ejecución de proyectos, políticas, programas, etc., que respondan a su quehacer misional, en pro, como lo establece el objetivo



Función Pública

de la estrategia, de la transformación de las administraciones públicas donde se exalte la vida y la diversidad. En segundo lugar, como las ciudadanías diversas y la protección de la vida en general constituyen el eje central del Gobierno del Cambio, el enfoque de los contenidos debe estar orientado hacia los beneficios que las acciones realizadas por la entidad tienen en sus grupos de valor.

Segundo nivel discursivo: articulación con las macro metas. Las acciones realizadas por Función Pública no son aisladas e independientes; se enmarcan en la planeación de la entidad para el cuatrienio, y, por ende, deben articularse con las apuestas institucionales consignadas en las 6 macro metas del departamento. En este sentido, por medio de las apuestas institucionales, todas acciones institucionales están encaminadas a (como está plasmado en el objetivo de la estrategia) la transformación de las administraciones públicas función de la vida y la diversidad.

Tercer nivel discursivo: contribución en la implementación del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida. Como parte del Gobierno del Cambio, Función Pública es una de las entidades encargadas de dar cumplimiento al Plan Nacional de Desarrollo, de manera directa en los artículos donde se le asignan responsabilidades al departamento, e, indirectamente, en el grueso del plan y sus apuestas. Por este motivo la conclusión de los mensajes debe enfocarse en cómo las acciones del departamento contribuyen a la aplicación del Plan Nacional de Desarrollo.

De esta manera, todos los mensajes en los diferentes formatos deben responder de manera concreta a las siguientes, para cumplir con los tres niveles de sentido propuestos:

¿Cuál es el hecho u evento noticioso que denota el avance de

- la entidad acorde a su misionalidad?
- ¿A quién beneficia en concreto y cuál es el beneficio?
- ¿Con qué macro meta se relaciona para dar cumplimiento con las apuestas institucionales durante el cuatrienio?
- ¿Con cuál de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026: Colombia Potencia Mundial de la Vida se alinea para contribuir con su ejecución?



Función Pública

Mensajes para la estrategia de comunicaciones de Función Pública

A partir de los conceptos planteados anteriormente, tanto de la ampliación del quehacer de Función Pública dentro del cuatrienio y las apuestas planteadas por el Gobierno Nacional en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida, como para la estrategia de comunicaciones de la entidad, se establece el siguiente mensaje “sombrilla” que debe ser el norte de todas las comunicaciones de la entidad.

Mensaje sombrilla:

- Con la transformación de las administraciones públicas mediante la protección de las vidas y la diversidad como eje central, Función Pública contribuye en la implementación del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la vida.

A partir de este mensaje principal, se desprenden una serie de mensajes secundarios, articulados también con el discurso y objetivos del Gobierno Nacional.

Mensajes secundarios generales:

- Las mujeres son protagonistas en la transformación de las administraciones públicas.
- La transformación de las administraciones públicas protege el agua y el medioambiente.
- La transformación de las administraciones públicas genera condiciones para el buen-vivir y la justicia social.
- La transformación de las administraciones públicas potencia un Estado que garantice la soberanía alimentaria.
- Las transformaciones de las administraciones públicas se tejen con las culturas, saberes y tradiciones de los diferentes territorios y comunidades del país.
- La transformación de las administraciones públicas genera acceso a oportunidades en los territorios.
- La transformación de las administraciones públicas fomenta una mejor interacción del Estado con las ciudadanías para que ejerzan sus derechos.

Audiencias

Uno de los objetivos que se ha trazado la administración y que está consignado en el objetivo de la estrategia de comunicaciones es dar a conocer el quehacer de Función Pública, no solamente en los grupos de valor tradicionalmente atendidos por la entidad acorde a su misionalidad, sino acercarla a audiencias que históricamente no han sido atendidas y están priorizadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026: Colombia Potencia de la Vida. De esta manera, se busca ganar presencia y penetración del Gobierno Nacional y Función Pública en las diferentes comunidades en los territorios. Con esto, al identificar nuevos grupos de valor prioritarios, es posible generar canales de comunicación directos y eficaces.

Para dirigir de manera eficaz los mensajes anteriormente descritos, y para efectos prácticos y de organización, las audiencias de Función Pública se categorizan en **3 grupos principales: interno, misional y externo.**

Interno: Este grupo hace referencia a los servidores públicos y contratistas que hacen parte del Departamento Administrativo de la Función Pública, quienes planean, diseñan y ejecutan las actividades de la entidad.

Por una parte, es fundamental, a nivel operativo, mantener a los colaboradores de la entidad informados sobre el quehacer de todas las direcciones, grupos y oficinas del departamento, para que al interior del mismo haya un conocimiento de las diferentes actividades que se realizan y coherencia entre las mismas. Como entidad, Función Pública debe contar con una visión y un discurso unificados sobre las apuestas de la administración. Igualmente, visto hacia afuera, los servidores públicos y contratistas de Función Pública son los primeros replicadores de información.

Misional: La categoría de externo institucional se refiere a los 1,3 millones de servidores públicos de las cerca de 6.000 entidades públicas del orden nacional y territorial que tiene el país. Al ser Función Pública la entidad articuladora del Estado, transversal a todos los sectores, igual que con la audiencia interna, es necesario mantener informado a las servidoras y los servidores del Estado sobre la función de la entidad y el impacto que esta tiene en cada uno de sus sectores. Posicionar a Función Pública como un actor clave para el buen funcionamiento del Estado y la transformación de las administraciones públicas empieza por generar consciencia en los servidores públicos del impacto que tiene en sus entidades.

Externo: Como está consignado en el Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026: Colombia Potencia de la Vida y en la estrategia de comunicaciones de la Entidad, uno de los objetivos es generar mecanismos de comunicación directos con las ciudadanías en general y, en

particular, con los grupos de valor priorizados. Por lo tanto, además de atender al público externo en su conjunto, los grupos priorizados se dividen de la siguiente manera:

- Mujeres
- Jóvenes (entre 18 y 28 años)
- Personas con discapacidad
- Indígenas
- Comunidades en territorio
- Comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras
- Población LGBTIQ+
- Víctimas de conflicto armado

Con la identificación de estos grupos de valor, se busca perfilar información y contenidos específicos a dichas poblaciones, que tradicionalmente han estado marginadas en la administración pública.

Medios y productos para la implementación de los mensajes

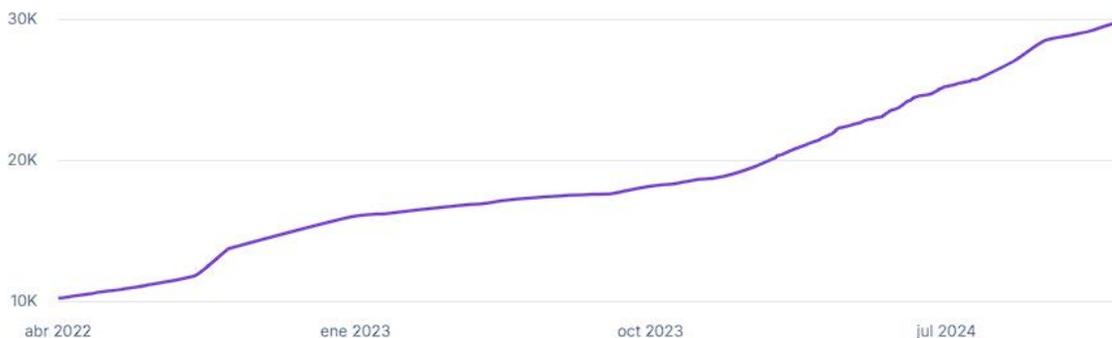
De la misma manera como se categorizan las audiencias, los canales de comunicación y productos también están segmentados según el público al que van a dirigidos.

1. Análisis de la situación actual

TASA DE CRECIMIENTO DE LA CUENTA

56.55% Excelente nivel

La tasa de crecimiento anual de esta(-e) cuenta está significativamente por encima de la media de un(a) cuenta similar, que suelen crecer un 15.59%



MENCIONES DE MARCA EN LOS ÚLTIMOS 180 DÍAS

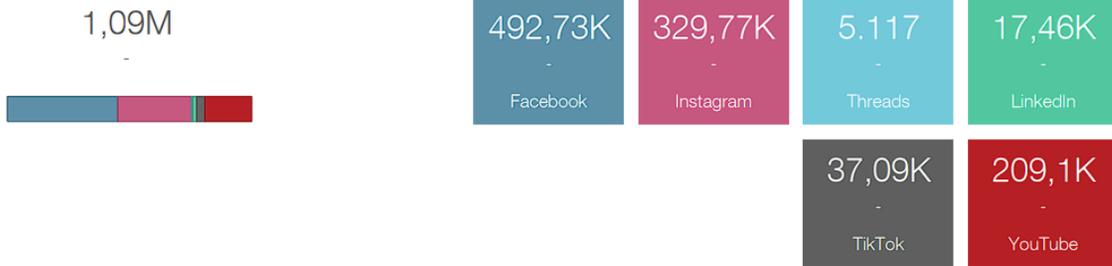
40 Muy frecuente

El influencer publica anuncios con demasiada frecuencia, muy por encima de la media de los influencers de tamaño similar, lo que puede provocar que su anuncio se pierda en el ruido y disminuya su eficacia



Impresiones

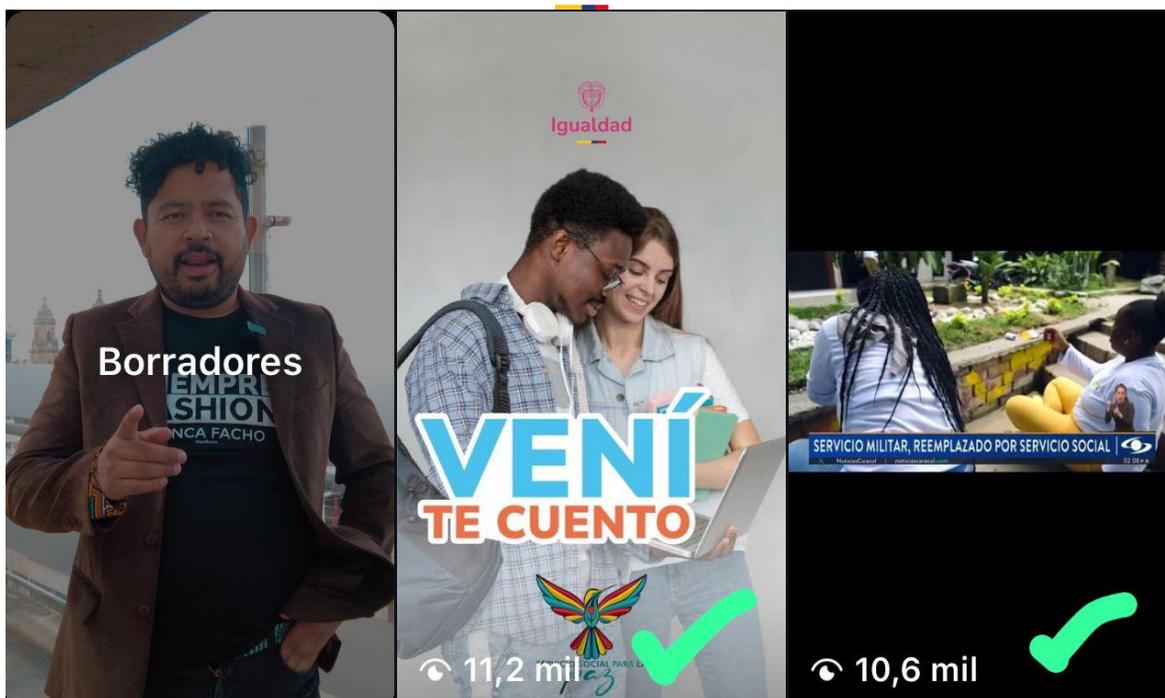
Función Pública



Cuenta	Seguidores (total) ↑↓	Cambio en... ↓	Contenido publicado
 minhacienda Ministerio de Hacienda	50 mil	↑ 303	42
 funcionpublicacolombia Función Pública	30,1 mil	↑ 294	122
 ministerio_tic Ministerio TIC	167,5 mil	↑ 283	95
 minambientecol Minambiente Colombia co	139,9 mil	↑ 68	95



Función Pública



1.1. Instagram 2024

En 2024, Función Pública ha demostrado un notable crecimiento en sus redes sociales, consolidando su presencia en siete plataformas clave: Facebook, **Instagram**, **X**, LinkedIn, **YouTube**, TikTok y Threads.

Las redes que destacaron por su mejor rendimiento fueron X, Instagram y YouTube. En enero, la cuenta de **X** comenzó con 91,700 seguidores, llegando a los 100,018 en diciembre; **Instagram** creció de 28,924 seguidores a 30,000 en el mismo periodo; mientras que **YouTube** pasó de 52,501 a 60,049 suscriptores. Este crecimiento orgánico se ha logrado gracias a la publicación constante de contenido de calidad que ha generado conversaciones significativas y ha fomentado la interacción con nuestra audiencia. Sin duda, estos resultados reflejan nuestro compromiso con la comunicación efectiva y el fortalecimiento del vínculo con la ciudadanía.

1.2. Redes sociales de Función Pública:

X: @DAFP_COLOMBIA

YT: @funcionpublicacol

IG: @funcionpublicacolombia

FB: Departamento Administrativo de la Función Pública

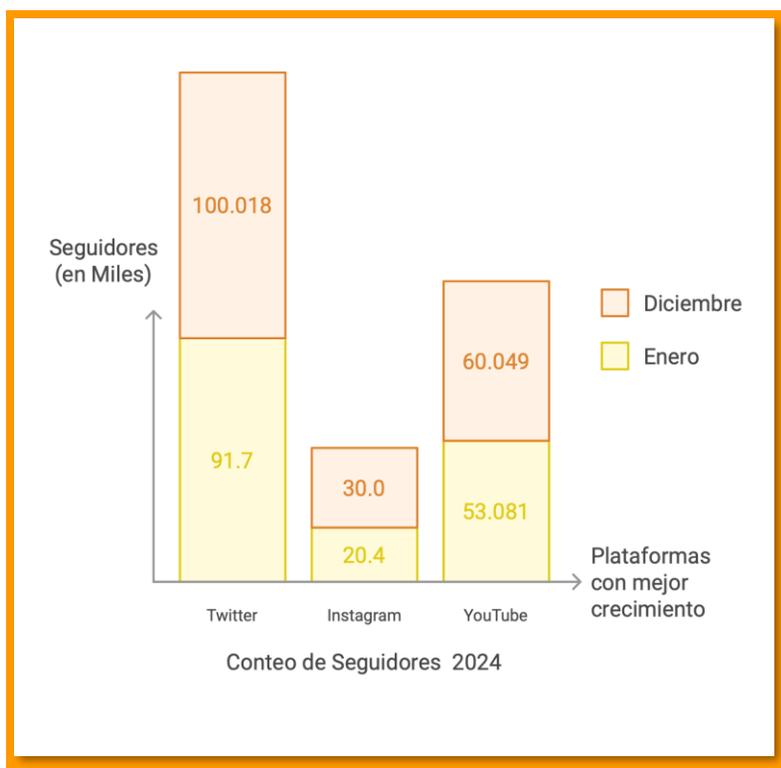
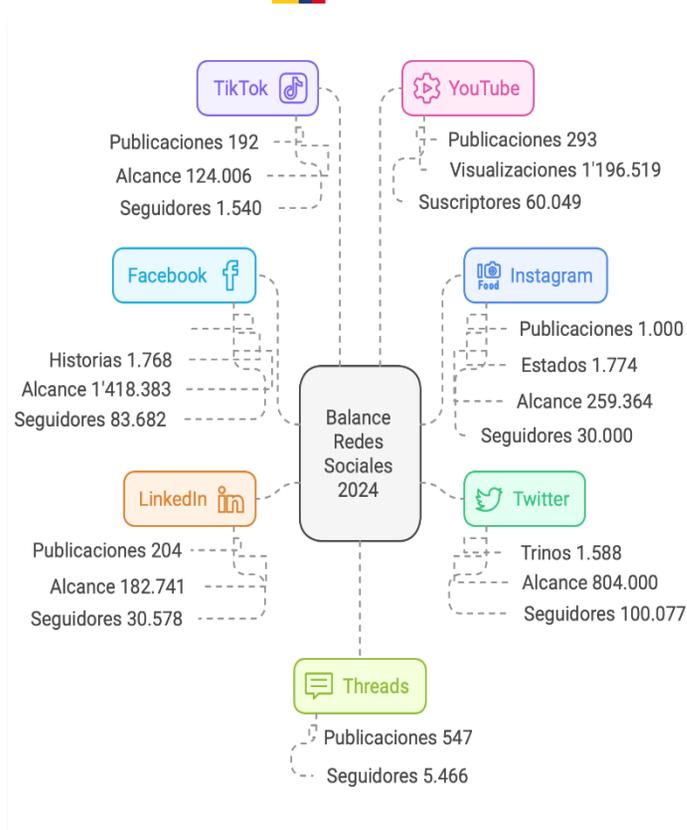
TikTok: @funcionpublica

Threads: funcionpublicacolombia

LinkedIn: Departamento Administrativo De La Función Pública



Función Pública





Función Pública

Nombre	Seguidores	Posts	Reels	Likes	Comentarios	Engagement
 Departamento Administrativo Nacional de Estadística danecolombia Más estadísticas	46.64k	14	18	88.75	3.59	0.2
 Función Pública funcionpublicacolombia Más estadísticas	30.09k	24	9	39.45	0.52	0.13
 DNP dnp_colombia Más estadísticas	75.47k	14	32	73.52	1.59	0.1
 Prosperidad Social prosperidadcol Más estadísticas	170.41k	30	53	149.01	19.55	0.1

Competidores

1.3. Página Web

El sitio web del Departamento Administrativo de la Función Pública de Colombia (www.funcionpublica.gov.co) es una plataforma esencial para la administración pública y las ciudadanías en general.

A continuación, se presenta un análisis de su estado actual:

1.3.1. Diseño y Usabilidad

- **Estructura:** El portal está organizado en secciones, facilitando la navegación hacia áreas como “La entidad”, “Estado colombiano”, “Gestor Normativo”, “Sala de prensa”, “Servicio al ciudadano”, “Transparencia” y “Participa”.
- **Accesibilidad:** El diseño es funcional y es adaptable para dispositivos móviles con estándares de accesibilidad web para personas con discapacidad.

1.3.2. Contenido y Actualización

- **Información Disponible:** El sitio ofrece acceso a normativa, servicios y herramientas relacionadas con la gestión pública en Colombia. Incluye secciones de rendición de cuentas, acceso a información pública y publicaciones recientes, como la revista “BioAdministración Pública No. 3”, dedicada a la reorganización de las administraciones públicas para la paz y la vida.
- **Actualizaciones:** Las publicaciones son constantes con el fin de mantener el portal actualizado con información relevante a las audiencias clave.

1.3.3. Funcionalidades y Herramientas

- **Servicios en Línea:** El portal proporciona herramientas como el “Gestor Normativo”, el “Manual de Identidad Visual” y resultados de la “Medición de Desempeño Institucional”, entre otros.



Función Pública

- **Interactividad:** Se ofrecen enlaces a transmisiones en vivo y documentos descargables.

1.3.4. Transparencia y Participación Ciudadana

- **Acceso a Información:** El sitio promueve la transparencia al brindar acceso a informes de gestión, estados financieros y mecanismos de participación ciudadana.
- **Participación:** Existen secciones dedicadas a la participación ciudadana, aunque podrían fortalecerse para fomentar una mayor interacción y colaboración con la ciudadanía.

1.3.5. Micrositios

Actualmente, contamos con 23 micrositios activos en el portal web.

1.3.6. Migración Portal web

El portal web entró en una fase de migración de sistema, por necesidad de versionamiento y de seguridad, ya que estamos en una versión de liferay 7.0 donde varios de sus componentes darán soporte hasta este año.

Con ese antecedente desde la Oficina Asesora de Comunicaciones y la Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones ha venido trabajando en el proceso de instalación, revisión y adecuación del nuevo portal en versión 7.4 de liferay, para este proceso se desarrollan reuniones semanales para revisar los contenidos, funcionalidades, portlet (componente web que se conecta a un portal para generar contenido y procesar solicitudes) accesibilidad, entre otros.

Con la migración se está diseñando una línea gráfica definida, se están estandarizando los espacios web y se van a reducir los micrositios, esto con el fin de mejorar la navegabilidad en los usuarios y poder tener un mejor control en las publicaciones.

1.3.7. Tipo de Contenidos

En el portal web se publica la información de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en la que se incluyen informes, políticas, decretos, planes, etc.

Dentro del portal se publican banners, noticias, vídeos, galerías de fotos, leyes, documentos técnicos, revistas, cursos virtuales, procedimientos, políticas, lineamientos, nuestros feed de redes sociales, ventanas emergentes con información relevante, eventos en vivo, entre otros.

1.3.8. Conclusión

El portal www.funcionpublica.gov.co es una herramienta valiosa que centraliza información y servicios relacionados con la función pública en Colombia.



Función Pública

1.4. Mailing

Nuestro boletín informativo es una herramienta de comunicación utilizada para mantener a una audiencia informada sobre temas de interés. Puede enviarse por correo electrónico o distribuirse en formato físico. A continuación, se detallan sus principales características:

1.4.1. Características Generales

- **Periodicidad:**
 - Se publica regularmente (diario, semanal, quincenal o mensual).
 - La consistencia en la frecuencia fortalece el compromiso con la audiencia.
- **Contenido Relevante:**
 - Ofrece información interesante y útil para las audiencias clave, como noticias, eventos, cifras, tendencias o actualizaciones específicas.
- **Estructura Definida:**
 - Presenta un diseño uniforme con secciones organizadas que facilitan la lectura.
 - Incluye encabezados claros, párrafos cortos, listas y elementos visuales.
- **Diseño Visual Atractivo:**
 - Uso de plantillas con colores institucionales, imágenes, gráficos y logotipos.
 - Es legible y se adapta a diferentes dispositivos (diseño responsivo).
- **Objetivo Claro:**
 - Busca informar, educar, promocionar productos/servicios o fortalecer la relación con la audiencia.
 - Incluye llamados a la acción (CTA), como “Leer más”, “Registrarse” o “Descargar”.
- **Segmentación de Audiencia:**
 - Los boletines se personalizan según los intereses o características de las audiencias clave, aumentando su efectividad.
- **Formato Breve y Conciso:**
 - Se enfoca en destacar lo más importante para captar la atención rápidamente.
 - Incluye enlaces para ampliar información si el lector desea profundizar.
- **Incluye Datos de Contacto:**
 - Proporciona información sobre cómo contactar al remitente o acceder a más recursos.
- **Cumplimiento Normativo:**
 - Respeta las leyes de privacidad y protección de datos, como GDPR y la Ley de Protección de Datos.
 - Incluye la opción de darse de baja.

Para el 2024 tuvimos más de **4.951.392 impactos**.



Función Pública

2. Objetivo

Implementar una Estrategia de Comunicaciones que refleje el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Departamento Administrativo de la Función Pública fortaleciendo la conexión con las y los servidores públicos de todo el país, las entidades públicas y las ciudadanías organizadas.

Para Función Pública es fundamental no solamente ejecutar las acciones misionales de la entidad, sino divulgar el cambio que la entidad y el Gobierno nacional están haciendo en el país.

3. Audiencias clave

Uno de los objetivos que se ha trazado la administración es definir las audiencias claves, no solamente en los públicos tradicionalmente atendidos por la entidad, acorde a su misionalidad, sino las audiencias que históricamente no han sido atendidas.

3.1. Entidades públicas

Este grupo hace referencia a las más de 5.100 entidades públicas del país, incluyendo ministerios, agencias, alcaldías y gobernaciones, representan una audiencia clave para el Departamento Administrativo de la Función Pública, ya que son responsables de implementar las políticas, programas y lineamientos emanados del nivel nacional, y de materializarlos en resultados que impacten positivamente a las ciudadanías.

Nuestra labor será orientarlas, brindarles herramientas y acompañarlas para garantizar una gestión eficiente, transparente y alineada con los objetivos estratégicos de transformación pública.

3.2. Servidoras y servidores

Las y los servidores públicos son el eje fundamental de la administración pública, responsables de ejecutar estas políticas, programas y proyectos que materializan el propósito del Gobierno del Cambio.

Esta audiencia, que incluye funcionarios de todos los niveles y sectores, requiere ser empoderada con capacitaciones, información y reconocimiento que refuercen su compromiso y liderazgo en la construcción de un servicio público eficaz, innovador y cercano a las necesidades de las ciudadanías.

3.3. Ciudadanías Organizadas

Las ciudadanías organizadas, compuestas por colectivos, asociaciones, y comités, juegan un rol esencial como agentes de cambio y supervisión en la gestión pública. Este grupo clave es el puente entre el Gobierno y las comunidades, promoviendo la participación activa, el control social y el cuidado de lo público.



Función Pública

4. Presupuesto

El presupuesto adicional de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) para la ejecución de esta estrategia está compuesto por la contratación de tres profesionales especializados. Además, se contempla el pago anual de la plataforma StreamYard, utilizada para la transmisión de eventos en línea, webinars y otras actividades de streaming, asegurando una comunicación interactiva y de calidad con las audiencias clave.

5. Canales de comunicación

Los canales de comunicación del Departamento Administrativo de la Función Pública se pueden estructurar en dos:

5.1. Internos

La comunicación interna es el mecanismo que tiene Función Pública para difundir sus mensajes al interior de la entidad, teniendo en cuenta que los servidores y contratistas que laboran en la entidad deben ser los primeros en estar informados.

Intranet

Es la red interna de Función Pública en la que se publica información sobre las actividades desarrolladas y las acciones programadas por las dependencias.

Pantallas del Edificio

A través de este medio, ubicado en los ascensores y en la mayoría de los pisos de la sede administrativa, la Oficina Asesora de Comunicaciones publica información relevante sobre la gestión institucional y contenidos de interés para servidoras y servidores públicos y contratistas.

Como novedad, en 2025 se sintonizarán durante las mañanas en las Noticias de los canales televisivos de RTVC Sistema de Medios Públicos para compartir los avances del Gobierno del Cambio.

Fondo de Escritorio

Se implementan imágenes personalizadas en los escritorios de las y los servidores públicos, las cuales muestran mensajes clave sobre iniciativas y proyectos institucionales, facilitando que la comunicación esté siempre presente y visible en el entorno laboral diario.

Correo electrónico

A través del correo electrónico “Función Pública Comunicaciones” se realiza la difusión de piezas diseñadas o mensajes escritos, con información de interés proyectada por las áreas para las y los servidores.



Función Pública

WhatsApp

El grupo de WhatsApp administrado por Función Pública es utilizado para enviar información interna puntual, es un medio alternativo al correo electrónico para llegar a nuestros servidores y contratistas.

5.2. Externos

La comunicación externa es el mecanismo estratégico de Función Pública para contactar, difundir y transmitir información de calidad a las audiencias clave, externos a la entidad.

Mailing

El mailing se utiliza para enviar boletines informativos, comunicados de prensa y otros mensajes institucionales a bases de datos definidas. Este canal es crucial para mantener a las entidades públicas y servidores informados sobre las iniciativas y avances de Función Pública.

Redes Sociales

Las redes sociales son la herramienta clave para interactuar con las audiencias clave y aumentar la visibilidad de las acciones de Función Pública. A través de Twitter (X), Facebook, Instagram, TikTok, Threads, LinkedIn y YouTube, se comparte contenido institucional, se responden inquietudes y se promueve la participación activa de las ciudadanías.

Además, en las redes sociales se realizan campañas específicas, se dialoga a través de hashtags, generando un espacio de diálogo directo con los usuarios.

Periodistas

La relación con los periodistas y los medios de comunicación es fundamental para asegurar que las acciones de Función Pública lleguen a audiencias más amplias.

La Oficina Asesora de Comunicaciones establece líneas de comunicación con periodistas a través de Free Press, ya que no se cuenta con presupuesto asignado para esta acción.

Canal de Difusión (Nuevo)

Crearemos un canal de difusión de WhatsApp para compartir contenido de interés institucional y notas de prensa, con públicos externos, entre ellos periodistas que hemos localizado y pueden difundir nuestra información.

Página Web

La página web institucional es el canal central de difusión para toda la información oficial de Función Pública. Allí los ciudadanos, servidoras y servidores públicos y otras entidades tienen acceso a información detallada sobre programas, políticas, servicios, recursos y noticias institucionales.

Además, en cumplimiento de nuestra misionalidad alojamos todas las leyes, decretos, circulares, recursos jurídicos, entre otros, en nuestro Gestor Normativo.



Función Pública

6. Procesos de comunicación

Solicitudes del Despacho

Las solicitudes del despacho son aquellas demandas que provienen directamente de la Dirección General y que requieren ser comunicadas a los distintos actores dentro y fuera de la entidad.

Estas solicitudes tienen como objetivo dar cuenta de la gestión del director y su agenda, asegurando que todas las acciones y decisiones tomadas por la alta dirección sean debidamente comunicadas a las y los servidores públicos, medios de comunicación y otras audiencias clave.

Comités Directivos

En el Comité Directivo, compuesto por los directores de las diferentes dependencias, se realizan solicitudes de comunicación que reflejan las necesidades y prioridades de cada área. Este espacio se convierte en un punto clave para coordinar la difusión de proyectos y actividades que involucran a varias dependencias, promoviendo la alineación de todos los esfuerzos de comunicación y garantizando que los mensajes sean coherentes y estén bien estructurados antes de ser difundidos.

Reunión Periódica con los Enlaces de las Direcciones (Nuevo)

Ahora realizaremos reuniones periódicas con los enlaces de comunicación de las direcciones, ya que son fundamentales para coordinar y planificar las actividades comunicativas de la entidad.

En estas sesiones, los enlaces de comunicación, quienes son responsables de gestionar los canales dentro de sus respectivas direcciones, comparten avances, solicitan apoyo para campañas específicas y gestionan los contenidos que serán difundidos.

Campañas por solicitud

Las campañas por solicitud de las áreas son acciones comunicativas diseñadas específicamente para responder a las necesidades de comunicación de los distintos programas y proyectos dentro de Función Pública.

Cada área puede solicitar campañas para difundir información clave, promover iniciativas específicas o involucrar a las ciudadanías y a los servidores públicos en procesos estratégicos.

Cabe aclarar que estas solicitudes son evaluadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones en función de los objetivos del programa y la audiencia a la que se dirige, asegurando que los mensajes sean relevantes y efectivos.

Sinergias de Gobierno

Como entidad del orden nacional estamos en la obligación de acatar y cumplir con las sinergias del Gobierno Nacional, un proceso clave para la comunicación institucional.



Función Pública

En cabeza de la Presidencia de la República, se promueve una estrecha colaboración entre las entidades del gobierno para coordinar acciones, compartir información y generar campañas conjuntas.

7. Equipo de trabajo

- **Valentina Ocho Mayorga** - Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones
- **Carlos Arturo Losada Esquivel** - Profesional Especializado - Periodista, Enlace con la Oficina de: Dirección de Participación, Transparencia, y Servicio al Ciudadano, Dirección de Desarrollo Organizacional, Dirección de Gestión del Conocimiento y Grupo de la Paz
- **Elisa María Díazgranados Sanjuán** - Profesional Especializada - Periodista - Encargada de la comunicación interna, Enlace con la oficina de Secretaría general y sus grupos de gestión, Oficina de Control Interno, Oficina de Control Disciplinario Interno, Grupo de Apoyo a la Gestión Meritocrática, Mesa Consultiva de Mujer y Género.
- **Gabriela Osorio Valderrama** - Profesional Especializada Apoyo a la gestión administrativa de la oficina y miembro del Equipo Catalizador
- **Juan Francisco Nicolás Martínez Franco** - Profesional Especializado Realizador audiovisual - Fotógrafo
- **Johan Orlando Canaria González** - Profesional Especializado - Diseñador de apoyo a las direcciones
- **Julian Eduardo Duarte Melo** - Profesional - Periodista Enlace con la Dirección de Empleo Público, Gestión y Desempeño Institucional y el Servicio Social para la Paz
- **César Augusto Arciniegas Beltrán** - Profesional Especializado - Diseñador Editorial, apoyo al diseño de los documentos técnicos
- **Laura Andrea Griffin Gracia** - Profesional Especializada - Community Manager
- **Juan Carlos José Camacho Rosso** - Profesional Especializado - Web Máster, enlace de la Oficina Asesora de Planeación y de la Oficina Relaciónamiento Estado Ciudadanías, apoyo a los procesos administrativos y miembro del Equipo Catalizador.
- **Viviana Vásquez Duque** - Profesional Especializada - Apoyo al informe de Chao Marcas



Función Pública

8. Productos

Boletín Tejiendo lo Público - Comunicación Interna y Externa

- **Frecuencia:** Quincenal
- **Canal de comunicación:** Mailing - Página Web - Intranet
- **Descripción:** Boletín destacando las actividades y logros de la quincena, junto con mensajes clave de la Dirección General
- **Responsables:** Enlaces de cada dependencia, César diagramador, Elisa y Juan Carlos difusión.

Magazine Vida Pública - Comunicación Interna y Externa

- **Frecuencia:** Semanal
- **Canal de comunicación:** Redes Sociales - Canal de Difusión - Página Web - WhatsApp - Boletín
- **Descripción:** Magazine digital que recopila las principales noticias de la semana a través de los testimonios de los voceros de Función Pública
- **Responsables:** Julian guión , Nicolás edición, Difusión Redes (Laura) y Elisa pantallas y grupo de WhatsApp, Juan Carlos Página y mailing

¿Qué se teje?

- **Frecuencia:** Quincenal

Comunicación interna

- **Canal de comunicación:** Canal de Difusión - Página Web - WhatsApp - Intranet
- **Descripción:** Publicación digital que recopila las principales actividades de la entidad, como nos ven los medios e información a nivel interno.
- **Responsables:** Elisa guión, Nicolás edición, Elisa difusión y Julian YouTube

Campaña Función Pública Transparente

- **Frecuencia:** Quincenal
- **Canal de comunicación:** Redes sociales
- **Descripción:** La campaña tiene como objetivo promover la transparencia institucional con contenido educativo sobre los logros y objetivos de la Función Pública. Además, incluiremos encuestas interactivas que fomenten la participación directa de las audiencias, porque estas herramientas no solo permiten medir el interés y las



Función Pública

opiniones del público, sino que también generan un espacio de diálogo constructivo, fortaleciendo la confianza y promoviendo la corresponsabilidad en la gestión pública.

- **Responsables:** Arturo y Johan

Campaña Transformando la Función Pública

- **Frecuencia:** Quincenal
- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Pantallas del Edificio - Página Web
- **Descripción:** Esta campaña busca posicionar a Función Pública como un líder en la transformación de las administraciones públicas, será un contenido dinámico y accesible en el que se destaquen las iniciativas clave que están cambiando el servicio público en Colombia.

Además, se incorporarán encuestas interactivas para involucrar de manera directa a las audiencias. Estas herramientas no solo ayudan a captar el interés y recoger las opiniones del público, sino que también abren un espacio para el diálogo.

Esto contribuye a construir confianza, fomenta la corresponsabilidad y refuerza el compromiso hacia una gestión pública más transparente y participativa, alineada con los principios de Función Pública.

- ❖ Grupo de paz
- ❖ Red de Innovadores Públicos
- ❖ Bioadministración
- ❖ Mesa de Mujeres
- ❖ Cambios en FURAG
- ❖ Reflexión Pública

- **Responsables:** Julian consolida información y César diseña
- **Frecuencia:** Mensual
- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Pantallas del Edificio - Página Web - Boletín
- **Descripción:** Serie de contenidos que busca dar voz a servidoras y servidores que se han beneficiado por las políticas y programas que promueve Función Pública, relatando cómo estas acciones han transformado sus vidas y entornos laborales.
- **Responsables:** Viviana y César

Pódcast Liderazgo Público en Acción (Nombre a definir)

- **Frecuencia:** serie de 7 episodios



Función Pública

Observación: los contenidos deben durar Max. 10 min para usarla gratuitamente

- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Página Web - Boletín - Pantallas del Edificio
- **Descripción:** Un espacio sonoro en el que expertos en administración pública podrán discutir temas esenciales para la transformación de la función pública. Se dialogará sobre innovación, bioadministración, sostenibilidad, entre otros.
- **Responsables:** Atahualpa y Juan Carlos

Campaña La Función Pública en los Territorios

- **Frecuencia:** Mensual
- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Pantallas del Edificio - Página Web
- **Descripción:** Esta campaña busca resaltar el trabajo de Función Pública en las regiones y las acciones para capacitar y apoyar a las administraciones locales. Además, se integrarán recursos interactivos y visuales para destacar el impacto de Función Pública en las regiones. Esto podría incluir mapas dinámicos y testimonios en video, diseñados para ilustrar las acciones de capacitación y apoyo a las administraciones locales.

Articulación Gestores Territoriales para la producción de contenidos, previa capacitación. De esta forma, permitiremos a las audiencias comprender cómo se implementan las políticas en el territorio y fomentarán un diálogo más cercano con las comunidades, fortaleciendo el reconocimiento del compromiso institucional hacia una gestión pública más inclusiva y eficaz.

- **Responsables:** Arturo y Viviana

Campaña Tutoriales SIGEP II (Nombre a definir)

- **Frecuencia:** 7 videotutoriales en febrero
- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Página Web - Boletín
- **Descripción:** La campaña busca facilitar el uso del Sistema de Información y Gestión del Empleo Público (SIGEP II) mediante tutoriales prácticos y accesibles.

Se publicará 7 videos cortos con las consultas más recurrentes de esta plataforma, se explicará paso a paso las funcionalidades clave del sistema.

- **Responsables:** Julian, Laura y Nicolás

Webinars, Capacitaciones y Transmisiones



Función Pública

- **Frecuencia:** Según la necesidad de las Direcciones Técnicas. Pendiente por definir en las reuniones de Planeación.
- **Canal de comunicación:** Redes sociales - Página Web
- **Descripción:** Las transmisiones se dispondrán a través de un calendario anual que nos ayudará a planear estratégicamente cada uno de los webinars que emitiremos por nuestros canales de YouTube y Facebook.
- **Responsables:** Todos

Documentos Técnicos

- **Frecuencia:** A necesidad de la Subdirección General
- **Canal de comunicación:** Página Web - Mailing
- **Descripción:** Los documentos técnicos son publicaciones especializadas que proporcionan análisis detallados, recomendaciones y guías sobre temas clave relacionados con la gestión pública, alineados con las políticas y programas de Función Pública.
- **Responsables:** Enlaces de las direcciones y César

Revista Bioadministración Pública

- **Frecuencia:** Cuatrimestral
- **Canal de comunicación:** Página Web - Redes Sociales - Mailing
- **Descripción:** La revista Bioadministración Pública es una publicación trimestral que se enfoca en la promoción de la sostenibilidad, la innovación y las buenas prácticas en la gestión pública, con artículos escritos por expertos nacionales e internacionales.
- **Responsables:** Comité Editorial

9. Métricas

9.1. Crecimiento anual de la cuenta

La tasa de crecimiento anual de nuestra cuenta supera significativamente el promedio del 15.59% que suelen tener cuentas similares. Este resultado es un indicativo positivo de que nuestra estrategia está funcionando bien en términos de atracción y retención de seguidores.

9.2. Métricas clave a evaluar

—Para garantizar que este crecimiento se mantenga y sea sostenible, hemos definido un



Función Pública

conjunto de métricas que se monitorearán mensualmente a través de Metricool. Estas métricas incluyen:

- **Engagement:** Indicador clave para evaluar la conexión y el interés del público con nuestros contenidos.
- **Interacciones:** Número total de likes, comentarios, compartidos y otras acciones en las publicaciones.
- **Alcance:** Cantidad de personas únicas que han visto nuestras publicaciones.
- **Impresiones:** Número total de veces que nuestras publicaciones han sido vistas, incluyendo repeticiones.
- **Visitas a la página:** Reflejan el interés generado hacia nuestra cuenta principal.
- **Clics en los enlaces compartidos:** Miden el tráfico dirigido a sitios web desde nuestras publicaciones.
- **Crecimiento de la comunidad:** Número de nuevos seguidores, determinando si logramos atraer una audiencia relevante.

9.3. Evaluación y ajustes

El seguimiento constante de estas métricas permitirá evaluar la efectividad de nuestras estrategias actuales. Si bien el crecimiento anual es un buen indicador, los datos detallados nos mostrarán qué áreas específicas requieren ajustes para optimizar nuestro alcance y maximizar el impacto.

9.4. Siguiendo el paso

Continuaremos monitoreando estas métricas mes a mes y aplicando mejoras basadas en los resultados obtenidos. Esto garantizará no solo mantener el crecimiento, sino también consolidar una comunidad comprometida y activa que refleje los valores y objetivos de la Función Pública.

10. Conclusiones

La tasa de crecimiento actual es prometedora y posiciona nuestra cuenta como un referente en comparación con otras cuentas similares. Sin embargo, el análisis continuo de nuestras métricas será esencial para mantener esta ventaja competitiva y garantizar una estrategia efectiva a largo plazo.

Las oportunidades para atraer nuevas audiencias en sinergia con la producción de contenidos oportunos, serán determinantes para que Función Pública continúe la senda de crecimiento en los canales de información que tiene disponibles para interactuar con los públicos.

Estrategia de Comunicaciones

Versión 06
Proceso de Comunicación
Enero de 2025