PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIONES ASOCIACIÓN COLOMBIA LÍDER

Versión 2.0

Agosto de 2026

Colombia Líder
Carrera 11A N.° 93-94 | Of. 304
Bogotá, D.C. - Colombia
www.colombialider.org
administracion@colombialider.org

1. Introducción

La Asociación Colombia Líder es una organización sin ánimo de lucro comprometida con el fortalecimiento de la gobernanza local, la promoción de buenas prácticas de gestión pública y el desarrollo territorial sostenible en Colombia. Desde su fundación ha sido un referente en la articulación entre el sector público, la academia, el sector privado y la sociedad civil en favor del mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos.

Para el cumplimiento de la misión y la visión de la asociación, la comunicación institucional resulta un pilar estratégico que consolida la confianza de sus públicos de interés, proyecta una imagen sólida y facilita el diálogo con los territorios y las comunidades con quienes trabaja.

Este Procedimiento de Comunicaciones establece el marco que regula la gestión de la comunicación interna y externa de la Asociación Colombia Líder. Define los principios, roles, lineamientos y protocolos que deben guiar toda acción comunicativa de la organización y de quienes actúan en su nombre.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Establecer los lineamientos que orienten la gestión de la comunicación institucional en la Asociación Colombia Líder, garantizando coherencia, transparencia, oportunidad y calidad en los mensajes y las acciones comunicativas dirigidas a sus públicos de interés.

2.2. Objetivos específicos

- Fortalecer la identidad y el posicionamiento institucional de la Asociación Colombia Líder mediante una comunicación unificada y estratégica.
- Promover una cultura de comunicación interna efectiva que contribuya a la cohesión organizacional y al flujo adecuado de información entre las áreas.
- Definir los canales, formatos y responsables de la comunicación institucional interna y externa.
- Establecer protocolos para la gestión de la comunicación en situaciones de crisis o riesgo reputacional.
- Garantizar el uso adecuado de la marca, la imagen y los mensajes institucionales.
- Regular las vocerías autorizadas para hablar en nombre de la asociación ante medios de comunicación, redes sociales y otros espacios públicos.
- Usar la comunicación institucional como herramienta de relacionamiento para visibilizar resultados y atraer nuevas alianzas y fuentes de financiación.

3. Alcance

Este procedimiento aplica a:

- Todo el personal vinculado a la Asociación Colombia Líder en cualquier modalidad contractual: empleados, contratistas, consultores, pasantes y voluntarios.

- Los miembros de la junta directiva y los órganos de gobierno de la asociación.
- Las organizaciones aliadas, los socios estratégicos y terceros que actúen en representación de la Asociación Colombia Líder o bajo su mandato.
- Todas las plataformas, canales y herramientas de comunicación institucionales, internas y externas.

Rige para las comunicaciones realizadas en el ejercicio de funciones institucionales, sin importar el canal o medio utilizado. Incluye comunicaciones presenciales, digitales, escritas, audiovisuales y multimediales.

4. Marco normativo de referencia

- Constitución Política de Colombia (1991): artículos 15, 20 y 74, sobre el derecho a la intimidad y la protección de datos personales, la libertad de expresión, el acceso a la información y a los documentos públicos.
- Ley 1581 de 2012: Régimen General de Protección de Datos Personales.
- Decreto 1074 de 2015: disposiciones sobre tratamiento y protección de datos personales.
- Ley 1712 de 2014: transparencia y derecho de acceso a la información pública.

- Ley 23 de 1982: derechos de autor y propiedad intelectual aplicables a los contenidos, piezas gráficas, audiovisuales y demás materiales comunicacionales.
- Ley 527 de 1999: validez jurídica de los mensajes de datos, el comercio electrónico y las firmas digitales.
- Ley 1266 de 2008: hábeas data y manejo responsable de la información personal.
- Estatutos de la Asociación Colombia Líder y reglamentos internos vigentes.

5. Principios de la comunicación institucional

Las acciones comunicativas de la Asociación Colombia Líder están guiadas por los siguientes principios:

A) Veracidad

Toda comunicación institucional se basa en información verificable, precisa y actualizada. La Asociación Colombia Líder no difunde mensajes que induzcan a error o que no estén respaldados por evidencia.

B) Transparencia

La asociación se comunica de manera abierta y honesta con sus públicos internos y externos, y fomenta la rendición de cuentas y el acceso a la información de interés público.

C) Oportunidad

La información se comunica en el momento adecuado, con pertinencia e impacto frente a los contextos institucionales, sociales o coyunturales.

D) Coherencia

Todos los mensajes institucionales son consistentes entre sí y están alineados con la misión, visión, valores y estrategia de la asociación, sin importar el canal o vocero.

E) Respeto e inclusión

La comunicación es respetuosa, libre de discriminación y promotora de igualdad, diversidad e inclusión en todos los grupos poblacionales con los que trabaja la Asociación Colombia Líder.

F) Pertinencia territorial

Los mensajes reconocen y valoran la diversidad cultural, étnica y regional de Colombia. Los contenidos y canales se adaptan a las realidades de los territorios.

G) Impacto y orientación a resultados

La comunicación genera valor, visibilidad, posicionamiento y contribuye al logro de los objetivos misionales y estratégicos de la asociación.

6. Roles y responsabilidades

Esta sección concentra en un solo lugar quién decide y quién ejecuta cada tipo de comunicación para evitar la dispersión de responsabilidades a lo largo del documento.

ROL	RESPONSABILIDADES PRINCIPALES
Junta directiva	• Aprueba el procedimiento y sus actualizaciones. • Recibe el balance anual de gestión de comunicaciones.
Dirección ejecutiva	• Es el vocero principal de la asociación, encargado de autorizar comunicaciones sensibles, estratégicas o de contenido político. • Preside el comité de crisis.
Líder de Comunicaciones	• Coordina la comunicación interna y externa. • Custodia el Manual de Marca. • Aprueba los contenidos digitales. • Gestiona la relación con medios. • Integra el comité de crisis.
Coordinadores de área y líderes de proyecto	• Solicitan todo el material de comunicaciones internas y externas al área respectiva. • Actúan como voceros secundarios en su ámbito de competencia. • Alimentan los indicadores de gestión.
Todo el personal	• Cumple los lineamientos de uso de marca y de redes sociales personales. • Reporta al área de comunicaciones cualquier riesgo reputacional que identifique.

7. Comunicación interna

- El correo electrónico institucional es el canal oficial para la comunicación interna. Toda información, instrucción, solicitud o aprobación de carácter institucional se transmite por este medio para garantizar su trazabilidad, conservación y consulta posterior.
- La información sobre decisiones estratégicas, cambios organizacionales, proyectos, actividades y convocatorias se

comunica de forma clara, oportuna, completa y accesible a los equipos involucrados.

- La comunicación interna promueve la colaboración, el trabajo en equipo, la construcción de conocimiento y el fortalecimiento de una cultura organizacional cohesionada y alineada con los valores institucionales.
- Como canales complementarios al correo institucional, el área de comunicaciones puede habilitar una intranet, un boletín interno periódico o reuniones generales de equipo, según la naturaleza y urgencia del mensaje.

8. Comunicación externa

- Toda comunicación dirigida a públicos externos contribuye al cumplimiento de la misión institucional, al fortalecimiento de la reputación organizacional y al posicionamiento de la Asociación Colombia Líder como una entidad técnica, independiente y comprometida con la democracia y el desarrollo territorial.
- Las comunicaciones oficiales emitidas en nombre de la organización son autorizadas por las instancias competentes definidas en el numeral 6 de este documento y reflejan de manera fiel las posiciones, decisiones y lineamientos institucionales.
- Los contenidos y materiales de comunicación externa (comunicados, informes, publicaciones, piezas gráficas, presentaciones, productos audiovisuales y contenidos digitales) se

ajustan al Manual de Marca y se inscriben en la matriz de control de registros y documentos externos.

- La Asociación Colombia Líder mantiene una postura independiente, no partidista y respetuosa de la pluralidad de opiniones. Evita cualquier mensaje que pueda interpretarse como apoyo o promoción de intereses políticos, electorales o particulares.
- La organización promueve el uso estratégico de medios, plataformas digitales y redes sociales para difundir información de interés público, visibilizar resultados institucionales y ampliar el alcance de sus iniciativas.
- Toda información estadística, técnica o de carácter público divulgada por la organización se sustenta en fuentes confiables y verificables.

9. Comunicación digital y redes sociales

- La Asociación Colombia Líder mantiene perfiles institucionales oficiales en Instagram, Facebook, TikTok, X, YouTube, LinkedIn y WhatsApp. La página web es la fuente oficial de información sobre la asociación.
- Los contenidos para canales digitales se solicitan al área de comunicaciones, quienes revisan y aprueban antes de su publicación.
- Todo material físico o digital que incluya códigos QR, enlaces, formularios, correos o números de contacto se verifica previamente

por el área de comunicaciones para garantizar su validez durante todo el período de uso.

- El personal de la asociación no hace declaraciones en redes sociales personales que comprometan la imagen institucional o divulguen información confidencial.
- El área de comunicaciones gestiona un calendario editorial para planificar y publicar contenidos de forma sistemática, evitando la saturación de publicaciones.
- Todo mensaje sensible o que involucre alianzas, posturas políticas o temas de alto impacto requiere la aprobación previa de la dirección ejecutiva.

9.1. Gestión del WhatsApp institucional

- El número de WhatsApp institucional es único y lo administra el área de comunicaciones.
- Las respuestas a mensajes recibidos por este canal deberán corresponder a los tiempos definidos en el numeral 12 de este documento.
- El área de comunicaciones conserva un respaldo de las conversaciones institucionales relevantes para efectos de trazabilidad.

9.2. Uso de inteligencia artificial generativa

- Todo contenido de texto, imagen, audio o video producido con herramientas de inteligencia artificial generativa se declara como

tal cuando la normativa o el contexto lo exija, y se revisa por el área de comunicaciones antes de su publicación.

- El área de comunicaciones verifica que los insumos usados para generar contenidos con inteligencia artificial no infrinjan derechos de autor de terceros.

10. Uso de la marca e identidad visual

- El uso del nombre, el logo, los colores institucionales y demás elementos de la identidad visual de la Asociación Colombia Líder está regulado por el Manual de Marca.
- Ningún funcionario, aliado o proveedor modifica o adapta los elementos de la marca sin autorización expresa del área de comunicaciones.
- Los materiales producidos por terceros en el marco de proyectos de la asociación incluyen el logo institucional, cumplen los estándares del Manual de Marca y se someten a aprobación previa del área de comunicaciones antes de su publicación o impresión.

11. Vocerías institucionales

11.1. Voceros autorizados

La representación pública de la Asociación Colombia Líder ante medios de comunicación, foros, eventos y espacios de deliberación es responsabilidad exclusiva de las personas expresamente autorizadas para ello.

11.2 Protocolo de vocería

Ante solicitudes de entrevistas o declaraciones en medios, el área de comunicaciones debe ser notificada con anticipación para coordinar la logística y facilitar su realización.

Los funcionarios que no sean voceros autorizados no realizan declaraciones institucionales en medios de comunicación o espacios públicos en nombre de la Asociación Colombia Líder. Sus opiniones personales no representan posiciones institucionales.

12. Tiempos de respuesta de las comunicaciones institucionales

Estos plazos son la referencia única para evaluar la oportunidad de la gestión comunicacional. El indicador correspondiente, en el numeral 17, mide el cumplimiento frente a esta tabla.

TIPO DE COMUNICACIÓN	PLAZO MÁXIMO	CONTEO
Comunicaciones operativas internas.	48 horas	Desde que se identifica la necesidad o se toma la decisión.
Comunicaciones estratégicas e institucionales.	48 horas	Desde la aprobación de la instancia competente.
Solicitudes de medios de comunicación.	24 horas hábiles	Desde la recepción de la solicitud.
Situaciones de crisis (primer pronunciamiento).	24 horas	Desde la identificación de la situación, salvo circunstancias excepcionales.

Si un responsable no puede cumplir con alguno de estos plazos, deberá informar y justificarse ante la dirección ejecutiva y el área de comunicaciones.

13. Gestión de la información y manejo de contenidos

13.1. Manejo de la información

- La información confidencial, sensible o de carácter estratégico no se divulga sin autorización expresa de la dirección ejecutiva.
- Los colaboradores con acceso a información reservada suscriben compromisos de confidencialidad.
- Se cumplen en todo momento las disposiciones de la Política de Privacidad y Protección de Datos de la Asociación Colombia Líder, en especial en contenidos que involucren personas, comunidades o territorios.
- El uso de fotografías, testimonios y material audiovisual de terceros está condicionado a las autorizaciones correspondientes de los mismos.
- Todos los contenidos audiovisuales, documentos y publicaciones relacionadas con el área de comunicaciones se guardan de manera organizada en un repositorio que permita su consulta y reúso.

13.2. Manejo de errores e imprecisiones propias

Cuando la asociación identifica un error o imprecisión en un contenido ya publicado, procede así:

1. Identifica y valora el alcance del error junto con el área de comunicaciones.
2. Corrige el contenido en el canal original dentro de las 24 horas siguientes a su identificación.
3. Publica una aclaración o fe de erratas cuando el alcance de la difusión original lo amerite.
4. Informa a la dirección ejecutiva cuando el error involucre información sensible o de alto impacto reputacional.

13.3. Accesibilidad e inclusión

En coherencia con el principio de respeto e inclusión, el área de comunicaciones promueve, en la medida de lo posible, el uso de lenguaje claro, subtítulos en contenidos audiovisuales y formatos alternativos para públicos con discapacidad.

14. Relación con medios de comunicación

- La Asociación Colombia Líder mantiene una base de datos actualizada de periodistas, funcionarios de comunicaciones en instituciones de interés y otros contactos estratégicos para la divulgación de su gestión.
- Toda relación con prensa es coordinada de manera exclusiva por el área de comunicaciones.
- La relación con los medios es ética, transparente y respetuosa, sin condicionamientos editoriales.

- Ante publicaciones con información incorrecta sobre la Asociación Colombia Líder, el área de comunicaciones gestiona la aclaración o el derecho de réplica correspondiente.

15. Comunicación con aliados, cooperantes y donantes

Esta sección responde a la necesidad de alinear la comunicación institucional con la sostenibilidad financiera de la asociación.

- El área de comunicaciones identifica y cumple los requisitos de visibilidad de marca que exigen los cooperantes y donantes en las piezas, eventos y publicaciones financiados con sus recursos.
- Los comunicados y piezas conjuntas con aliados (co-branding) se coordinan y aprueban entre las partes antes de su publicación.
- Cuando un convenio o contrato de cooperación lo exija, el área de comunicaciones entrega al financiador los reportes de alcance, cobertura y materiales producidos.

16. Comunicación en situaciones de riesgo o crisis

16.1. Definición de crisis comunicacional

Se entiende por crisis comunicacional cualquier situación que ponga en riesgo la reputación, credibilidad o imagen de la Asociación Colombia Líder: denuncias públicas, difusión de información falsa, controversias sobre proyectos o alianzas, incidentes internos de alto impacto y situaciones de emergencia, entre otras.

16.2. Comité de crisis

Ante la activación de un protocolo de crisis se conforma un comité integrado por:

- Director/a ejecutivo/a, quien lo preside.
- Líder de comunicaciones.
- Director/a del área involucrada.
- Asesor/a jurídico/a, cuando sea necesario.
- Otros directivos, según la naturaleza de la situación.

16.3. Protocolo de gestión de crisis

- Identificar y evaluar la situación: dimensionar el impacto potencial, las audiencias afectadas y los hechos verificados.
- Activar el comité de crisis y designar al vocero principal.
- Definir la estrategia de respuesta y los canales de comunicación a utilizar.
- Emitir comunicaciones oficiales únicamente cuando exista información verificada y autorización institucional para su divulgación.
- Hacer seguimiento a la evolución de la situación y ajustar la estrategia según sea necesario.
- Elaborar un informe post-crisis con lecciones aprendidas y recomendaciones.

16.4. Principios adicionales para la gestión de crisis

Además de los principios generales de comunicación descritos en el numeral 5, en momentos de crisis el comité:

- No especula ni improvisa declaraciones sin previa validación.
- Mantiene un tono sereno, responsable y propositivo en las comunicaciones.
- Prioriza la comunicación directa con los públicos más afectados.

17. Seguimiento y evaluación

17.1. Indicadores de gestión

El área de comunicaciones hace seguimiento periódico al desempeño de la gestión comunicacional mediante los siguientes indicadores:

INDICADOR	¿QUÉ MIDE?	META	FRECUENCIA	RESPONSABLE
Alcance y engagement en redes sociales.	Alcance e interacción de los contenidos en canales digitales.	Incremento anual de al menos 10 % respecto al período anterior.	Mensual	Líder de Comunicaciones
Cumplimiento del calendario editorial.	Ejecución de la programación de contenidos aprobada.	Mínimo 90 % de la parrilla mensual.	Mensual	Líder de Comunicaciones
Menciones en medios de comunicación.	Presencia institucional en medios locales,	Al menos 1 mención mensual.	Mensual	Líder de Comunicaciones

	regionales o nacionales.			
Tiempo de respuesta ante medios o crisis.	Cumplimiento de los plazos del numeral 12.	100 % de las solicitudes dentro del plazo definido.	Trimestral	Líder de Comunicaciones
Materiales producidos por proyecto o programa.	Producción de piezas requeridas para cada proyecto.	Mínimo 90 % de los materiales planificados.	Trimestral	Líder de Comunicaciones
Cumplimiento de la estrategia de comunicaciones.	Ejecución de la estrategia anual de comunicaciones.	Al menos 90 % de las acciones ejecutadas.	Anual	Líder de Comunicaciones

17.2. Informes de gestión

- El área de comunicaciones elabora un informe de gestión semestral para la dirección ejecutiva.
- Anualmente se presenta a la junta directiva un balance de la gestión de comunicaciones.
- Los resultados de la evaluación son insumo para actualizar el plan de comunicaciones y este procedimiento.

18. Vigencia y actualización

Este Procedimiento de Comunicaciones entra en vigor a partir de la fecha de su aprobación por parte de la dirección ejecutiva y la junta directiva

de la Asociación Colombia Líder, y tendrá una vigencia de dos (2) años. Está sujeto a revisión y actualización en los siguientes casos:

- Cambios significativos en el entorno institucional, legal o comunicacional.
- Modificaciones en la estructura orgánica o el plan estratégico de la asociación.
- Lecciones aprendidas derivadas de situaciones de crisis o evaluaciones de gestión.
- Evolución de plataformas digitales y ecosistemas de comunicación relevantes para la organización.

Cualquier ajuste a este procedimiento deberá ser propuesto, revisado y aprobado por el área de comunicaciones y la dirección ejecutiva, dejando registro de los cambios y la fecha de actualización.

Anexo 1. Glosario de términos

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Canal de comunicación	Medio o plataforma a través del cual se transmite información entre emisores y receptores.
Comunicación institucional	Conjunto de mensajes, acciones y procesos comunicativos que realiza una organización para relacionarse con sus públicos.
Crisis comunicacional	Situación que amenaza la imagen, reputación o credibilidad de una organización, y requiere una respuesta comunicativa urgente y estratégica.
Identidad visual	Conjunto de elementos gráficos y visuales que representan a una organización: logo, colores, tipografía, entre otros.
Matriz de control de documentos externos	Registro interno que consolida los comunicados, informes y piezas dirigidas a públicos externos.
Co-branding	Comunicación o pieza elaborada conjuntamente con un aliado o cooperante en la que ambas marcas aparecen de forma visible.
Fe de erratas	Aclaración pública que corrige un error o imprecisión difundido previamente por la organización.
Parte interesada (stakeholder)	Persona, grupo u organización con un interés legítimo en las actividades y resultados de la Asociación Colombia Líder.
Plan de comunicaciones	Documento estratégico que define objetivos, acciones, canales, responsables y cronograma de la gestión comunicacional.

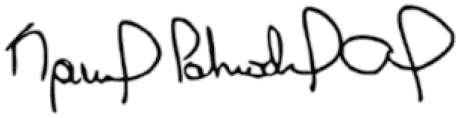
Protocolo de crisis	Procedimiento estandarizado para gestionar comunicaciones ante situaciones de riesgo o emergencia institucional.
Vocero	Persona autorizada para hablar en nombre de la organización ante medios de comunicación y otros públicos externos.

Anexo 2. Control de versiones

Ver. 1	Descripción del cambio	Fecha	Elaboró	Revisó y aprobó
1.0.	Elaboración del Procedimiento de Comunicaciones.	2021.01.29	Líder de comunicaciones	Directora ejecutiva
2.0.	Reorganización en secciones, unificación de temas repetidos e incorporación de roles y responsabilidades, tiempos de respuesta consolidados, manejo de errores propios, comunicación con aliados y cooperantes, y gestión de WhatsApp e IA generativa.	2026.08.12	Laura Pareja	Directora ejecutiva

Aprobación y firmas

Este Procedimiento de Comunicaciones ha sido revisado y aprobado por:



Karem Labrador
Directora ejecutiva
Asociación Colombia Líder



Tania Colorado
Líder de contenidos
Asociación Colombia Líder