
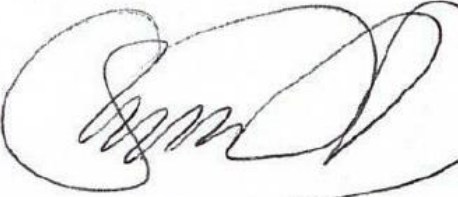
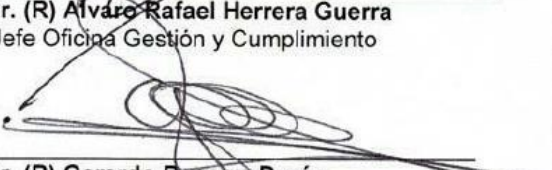
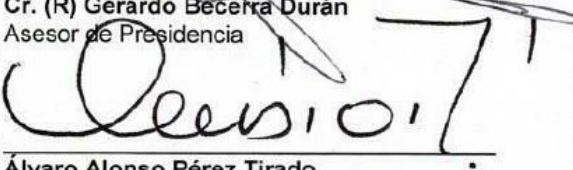
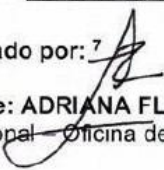




# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

CÓDIGO: OC OGC MN 001  
REVISIÓN: 9  
FECHA DE LIBERACIÓN: 2026-05-06

REVISÓ	APROBÓ
 Cr. (R) Álvaro Rafael Herrera Guerra Jefe Oficina Gestión y Cumplimiento	 Cr. (R) Juan Carlos Mazo Giraldo Presidente Industria Militar
 Cr. (R) Gerardo Becerra Durán Asesor de Presidencia	
 Álvaro Alonso Pérez Tirado Jefe Oficina de Planeación	

Elaborado por: 

Nombre: **ADRIANA FLÓREZ HURTADO**  
Profesional Oficina de Gestión y Cumplimiento

**DERECHOS RESERVADOS.** Prohibida la reproducción total o parcial del presente documento, por cualquier medio, sin autorización de la Presidencia de INDUMIL.

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del Gestor Documental INDUDARUMA. La copia o impresión diferentes a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es responsabilidad del Grupo Administrador de Documentos de la Industria Militar.



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 2 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

---

## Contenido

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>ALCANCE</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>TERMINOS Y DEFINICIONES</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>MARCO ESTRATEGICO</b>	<b>7</b>
6.1	Misión	7
6.2	Visión	7
6.3	Valores Corporativos	8
<b>7</b>	<b>AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD</b>	<b>9</b>
7.1	AUTORIDAD	9
7.2	RESPONSABILIDAD	9
<b>8</b>	<b>LINEAMIENTOS</b>	<b>9</b>
8.1	GENERALES	10
8.2	ESPECIFICOS:	12
<b>9</b>	<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	<b>12</b>
9.1	Principios de Comunicación Interna de INDUMIL	13
9.2	Funciones Estratégicas de la Comunicación Interna	13
9.3	Niveles de Comunicación Interna	14
9.4	Responsables de la Comunicación Interna	14
9.5	Canales Formales	15
<b>10</b>	<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>15</b>
10.1	Principios de la Comunicación Externa de INDUMIL	16
10.2	Funciones Estratégicas de la Comunicación	16
10.3	Vocería Institucional y Relación con Medios	17
<b>11</b>	<b>GESTIÓN DE CRISIS</b>	<b>18</b>
11.1	Etapas del Protocolo de Crisis	19



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 3 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# **MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA**

<b>12</b>	<b>ACCIONES DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA EN RELACIÓN CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN INTEGRAL .....</b>	<b>21</b>
<b>13</b>	<b>PLAN DE COMUNICACIONES .....</b>	<b>21</b>
<b>14</b>	<b>MONITOREO DE IMAGEN Y SEGUIMIENTO DE INFORMACIÓN SECTORIAL .....</b>	<b>22</b>
14.1	Matriz de Actualización y Publicación de Documentos Públicos en Página Web y Medios Internos. IM OC OGC FO 040 .....	22
<b>15</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO.....</b>	<b>22</b>
<b>16</b>	<b>REFERENCIAS DOCUMENTALES .....</b>	<b>24</b>
<b>17</b>	<b>OTROS DOCUMENTOS DE REFERENCIA .....</b>	<b>25</b>
<b>18</b>	<b>CONTROL DE CAMBIOS .....</b>	<b>25</b>
<b>19</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>27</b>



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 4 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 1 INTRODUCCIÓN

El La Industria Militar de Colombia - Indumil, en su compromiso con la transparencia, la innovación y la excelencia, reconoce que la comunicación estratégica constituye un pilar esencial para el desarrollo institucional, la proyección de su reputación y la consolidación de la confianza pública.

Este Manual de Comunicación Interna y Externa establece un marco normativo y operativo que orienta, de manera clara y coherente, todas las interacciones comunicacionales de la Entidad. Su propósito es asegurar que cada mensaje, acción o contenido, ya sea dirigido a públicos internos o externos refleje fielmente los valores, la misión y la visión de Indumil, fortaleciendo así la identidad corporativa y la coherencia institucional.

Conscientes de que las comunicaciones son un motor de la transformación, Indumil impulsa acciones alineadas con sus objetivos estratégicos: servicio al cliente, transformación digital, innovación, costo eficacia y transparencia. Este enfoque fomenta la participación activa de funcionarios, órganos de control, veedurías ciudadanas y de la ciudadanía en general, consolidando canales que permitan la divulgación oportuna y veraz de información relevante para todos los grupos de interés.

En un entorno donde la credibilidad es la base de toda relación institucional, la comunicación constante, bidireccional y estratégica entre Indumil y sus públicos internos y externos se erige como herramienta clave para la toma de decisiones, la gestión del cambio y la proyección de una imagen sólida, moderna y confiable.

Este manual, por tanto, no solo define lineamientos, sino que actúa como un instrumento de gestión estratégica, orientado a garantizar un flujo de información eficaz, coherente y transparente, que fortalezca el vínculo entre la Entidad y la sociedad a la que sirve.

## 2 OBJETIVO GENERAL

Establecer lineamientos claros, precisos y estandarizados para la gestión integral de las comunicaciones internas y externas de INDUMIL, garantizando que todos los mensajes institucionales sean coherentes, oportunos, seguros y alineados con la estrategia organizacional y el Sistema de Gestión Integral (SGI), fortaleciendo la transparencia, la credibilidad y la imagen corporativa.

## 3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir y uniformar las directrices comunicacionales internas y externas, asegurando que su ejecución cumpla con los principios de confidencialidad, integridad, profesionalismo y alineación institucional
- Asegurar la aplicación de las normativas nacionales y los estándares internacionales en materia de comunicación, promoviendo prácticas efectivas, seguras y trazables que faciliten la adecuada ejecución de funciones y responsabilidades dentro de la Entidad.
- Fortalecer la transparencia y la credibilidad institucional, mediante la generación de mensajes claros y oportunos que proyecten una imagen sólida y confiable ante todos los grupos de interés, contribuyendo a la reputación y legitimidad de INDUMIL.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 5 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 4 ALCANCE

Este manual es de aplicación obligatoria para todas las dependencias, áreas, colaboradores, contratistas y aliados estratégicos de la Industria Militar de Colombia – INDUMIL que intervienen en la creación, gestión, difusión y control de la información, asegurando así la cobertura integral de las estrategias de comunicación de la Entidad.

Comprende tanto la comunicación interna como la externa, e incluye el uso de canales formales, los procedimientos para la interacción con los medios de comunicación, la gestión de crisis comunicacional y la protección de la información sensible.

## 5 TERMINOS Y DEFINICIONES

TÉRMINO	DEFINICIÓN	REFERENCIA y URL
Canal de comunicación	Medio oficial empleado para transmitir mensajes institucionales (ej. correo institucional, intranet, redes sociales, comunicados de prensa).	Ministerio TIC, Guía de Comunicación Digital (2020) <a href="https://www.mintic.gov.co">https://www.mintic.gov.co</a>
Clientes, usuarios o grupos de interés	Personas, entidades o colectivos con los que una organización mantiene relación comunicacional y que se ven afectados o beneficiados por su gestión.	ISO 26000:2010 (2010) <a href="https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html">https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html</a>
Comunicación	Proceso mediante el cual emisor y receptor intercambian mensajes que transmiten ideas o información comprensible para ambos.	Universidad Militar de Colombia (2016) <a href="https://www.umng.edu.co">https://www.umng.edu.co</a>
Comunicación externa	Flujo de información que una organización mantiene con públicos externos como clientes, proveedores, medios de comunicación y comunidad, siguiendo criterios de confidencialidad y coherencia institucional.	Kotler, P. & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson <a href="https://www.pearson.com">https://www.pearson.com</a>
Comunicación formal	Señala que es una comunicación estructurada, intencional y documentada (informes, correos, políticas) que representa la voz oficial de una empresa.	Tawny Lott Rodríguez (2025). ¿Qué es la comunicación formal? Definición, importancia y ejemplos. <a href="https://pumble.com/blog/formal-communication/">https://pumble.com/blog/formal-communication/</a>
Comunicación interna	Intercambio de información entre colaboradores, áreas y niveles jerárquicos para garantizar alineación estratégica, eficiencia operativa y cohesión organizacional.	Robbins, S. & Judge, T. (2017). Organizational Behavior. Pearson <a href="https://www.pearson.com">https://www.pearson.com</a>
Comunicado de prensa	Documento oficial dirigido a medios de comunicación para informar sobre	Fundación Gabo, Manual de Estilo (2019)

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 6 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

	hechos o decisiones institucionales de interés público.	<a href="https://fundaciongabo.org">https://fundaciongabo.org</a>
Confidencial	Información protegida por normas y protocolos que restringen su acceso a personal autorizado.	Ley 1581 de 2012  <a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975</a>
Cultura organizacional	Valores, creencias y prácticas compartidas por los miembros de una organización que orientan su comportamiento y comunicación.	Schein, E. (2010). Organizational Culture and Leadership. Wiley  <a href="https://www.wiley.com">https://www.wiley.com</a>
Crisis	La percepción de un evento impredecible que amenaza las expectativas importantes de los stakeholders y puede impactar seriamente el desempeño organizacional.	Coombs, W. T. (2007). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (2nd ed.). SAGE Publications. <a href="https://acortar.link/K4VDUs">https://acortar.link/K4VDUs</a>
Evento	Actividad planificada de carácter institucional para difundir información, fortalecer relaciones o promover la imagen organizacional.	Allen, J. (2020). Event Planning. Wiley  <a href="https://www.wiley.com">https://www.wiley.com</a>
Gestión de crisis	Conjunto de acciones y estrategias para responder ante situaciones que puedan afectar negativamente la imagen o funcionamiento de una organización.	Coombs, W. T. (2014). Ongoing Crisis Communication. Routledge  <a href="https://www.routledge.com">https://www.routledge.com</a>
Grupos de interés	Los stakeholders son individuos o grupos de interés que tienen intereses en las actividades de una organización y que pueden influir en ella o verse afectados por sus decisiones.	Harrison, J. S., Barney, J. B., Freeman, R. E., & Phillips, R. A. (2019). The Cambridge handbook of stakeholder theory. Cambridge University Press.  <a href="https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-handbook-of-stakeholder-theory/cambridge-handbook-of-stakeholder-theory/A028391C33B00412FE13229037777D6D?utm_source=chatgpt.com">https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-handbook-of-stakeholder-theory/cambridge-handbook-of-stakeholder-theory/A028391C33B00412FE13229037777D6D?utm_source=chatgpt.com</a>
Imagen institucional	Conjunto de percepciones, valores y atributos que la sociedad asocia con una organización, resultado de su identidad, comportamiento y comunicación.	Costa, J. (2001). Imagen Corporativa  <a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=225149">https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=225149</a>
Información pública	Información que, por su naturaleza, debe estar disponible para cualquier ciudadano según la Ley 1712 de 2014.	Ley 1712 de 2014  <a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53062">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53062</a>
Información sensible	Datos cuya divulgación no autorizada puede comprometer la seguridad	Ley 1581 de 2012; Decreto 1078 de 2015

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 7 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

	nacional, la operación o la reputación de una organización.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975</a>
Medios de comunicación	Organizaciones y plataformas que difunden información al público, incluyendo prensa escrita, radio, televisión y medios digitales.	McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory. Sage <a href="https://www.sagepub.com">https://www.sagepub.com</a>
Página web	Sitio oficial en internet para publicar información institucional, normativa, noticias y servicios de acceso público.	Ley 1712 de 2014 <a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53062">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53062</a>
Público objetivo	Segmentos internos y externos a los que una organización dirige sus comunicaciones.	Kotler, P. & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson <a href="https://www.pearson.com">https://www.pearson.com</a>
Redes sociales	Plataformas digitales utilizadas por las organizaciones para interactuar con públicos internos y externos, proyectar su imagen y divulgar información relevante.	Ministerio TIC, Política de Redes Sociales (2021) <a href="https://www.mintic.gov.co">https://www.mintic.gov.co</a>
Sistema de Gestión Integral (SGI)	Conjunto de políticas, procedimientos y normas que articulan la gestión de calidad, seguridad, medio ambiente, responsabilidad social y otras áreas estratégicas.	ISO 9001:2015; ISO 14001:2015; ISO 45001:2018 <a href="https://www.iso.org">https://www.iso.org</a>
Voceros oficiales	Personas designadas para representar a la organización ante medios y públicos externos, siguiendo protocolos de comunicación establecidos.	Fernández, M. (2019). Gestión de Portavoces y Comunicación Institucional. UOC <a href="https://www.editorialuoc.cat">https://www.editorialuoc.cat</a>

## 6 MARCO ESTRATEGICO

### 6.1 Misión

Producir y comercializar armas, municiones, explosivos y demás productos y servicios acordes con su objeto con calidad, oportunidad, seguridad e innovación, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestras partes interesadas a nivel nacional e internacional, contribuyendo con responsabilidad social y ambiental al desarrollo económico, industrial y productivo del país.

### 6.2 Visión

En 2030, INDUMIL se consolidará como una empresa competitiva a nivel nacional e internacional en los sectores en los que opera, mediante la innovación, fabricación y suministro de productos de alta calidad, tecnología y seguridad.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 8 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

### 6.3 Valores Corporativos

Con base en la planeación estratégica y la misión institucional la Industria Militar definió los siguientes valores corporativos, los cuales son aplicados en todas las actividades que realiza la entidad:

**a. Compromisos y Sentido de Pertenencia:**

Nos identificamos con los objetivos e intereses de la empresa, demostrando cumplimiento y seriedad en el desarrollo de nuestras actividades.

**b. Buen Trato:**

Respetamos a todos los colaboradores, clientes, personas u organizaciones que tienen contacto directo o indirecto con nosotros como imperativos fundamentales en nuestras relaciones de trabajo.

**c. Tolerancia:**

Promovemos la convivencia pacífica entre las personas, mediante el diálogo, buscando puntos de acuerdo que agreguen valor personal y organizacional. Reconocemos a nuestros semejantes con derecho a ser aceptados en su individualidad y diferencia.

**d. Responsabilidad Social:**

Asumimos con responsabilidad social las decisiones y actividades que desarrollamos con el Estado, colaboradores, sociedad y medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético, fortaleciendo relaciones de mutua confianza que contribuya a la creación de una sociedad cada vez más justa y solidaria.

**e. Disciplina:**

Nos comportamos y respondemos con sentido del deber en todas las situaciones de nuestra vida. Realizamos las labores encomendadas diligentemente, haciéndolas bien desde el comienzo y a tiempo.

**f. Lealtad:**

Asumimos, defendemos y difundimos a los intereses de la Empresa, haciéndolos propios, sintiéndonos orgullosos de ser miembros de la Organización con compromiso, constancia y cumplimiento de nuestro deber.

**g. Transparencia y Honestidad:**

Practicamos en el día a día la transparencia y honestidad en nuestro pensar, sentir y actuar con nosotros mismos, con nuestra familia, compañeros, comunidad y empresa.

**h. Seguridad:**



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 9 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

Construimos una cultura de seguridad, como parte de la razón de ser de nuestra organización, para que, a partir de lo individual, trascienda el entorno familiar, social y laboral, para contribuir a la seguridad de nuestro país.

Consulte el contenido en el documento en Indudaruma, IM OC GTH CP 003 - CÓDIGO DE ÉTICA, INTEGRIDAD Y CONDUCTA.

## 7 AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

### 7.1 AUTORIDAD

**PR - IM** Presidente Industria Militar

### 7.2 RESPONSABILIDAD

**JO - OGC** Jefe Oficina de Gestión y Cumplimiento

**JO - OFP** Jefe Oficina de Planeación

**PF - OGC** Profesional Oficina de Gestión y Cumplimiento

## 8 LINEAMIENTOS

Los siguientes lineamientos establecen las normas, criterios y buenas prácticas que deben orientar la gestión integral de las comunicaciones de la Industria Militar de Colombia (INDUMIL), asegurando que toda la información difundida sea coherente, confiable, segura y articulada con la estrategia institucional, y definiendo con precisión qué, cuándo, a quién, cómo y quién comunica.

En cuanto a qué comunicar, la entidad debe difundir información institucional relevante, veraz y oportuna, relacionada con su gestión, resultados, productos, servicios, participación en eventos y situaciones de interés público con transparencia y la protección de la información sensible.

Respecto a cuándo comunicar, se debe priorizar la oportunidad, realizando comunicaciones de manera periódica o inmediata, según el contexto, especialmente en situaciones críticas o de alto impacto.

En relación con a quién comunicar, se deben identificar y segmentar adecuadamente los grupos de interés internos y externos, tales como funcionarios, Fuerzas Militares, Policía Nacional, entidades gubernamentales, clientes, medios de comunicación y ciudadanía en general.

Sobre cómo comunicar, se deben emplear exclusivamente canales oficiales, como página web, redes sociales, formatos adecuados y mensajes claros, coherentes y alineados con la identidad institucional, garantizando accesibilidad, consistencia y pertinencia.

Finalmente, en cuanto a quién comunica, la responsabilidad recae en las vocerías autorizadas y en las dependencias competentes, bajo la coordinación de la Oficina de Gestión y Cumplimiento, asegurando un flujo informativo controlado, articulado y conforme a los lineamientos institucionales.



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 10 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 8.1 GENERALES

En el marco de la gestión estratégica de las comunicaciones internas y externas, el cumplimiento normativo se constituye como un pilar fundamental para avalar la transparencia, coherencia, veracidad y trazabilidad de la información institucional. Este enfoque asegura que todos los contenidos generados y difundidos por la Industria se ajusten a las disposiciones legales vigentes y a los lineamientos corporativos, fortaleciendo así la confianza de los grupos de interés y mitigando riesgos asociados a la desinformación, el uso inadecuado de la información.

### a. Cumplimiento Normativo Documental:

- Todas las comunicaciones internas y externas deben ceñirse a lo establecido en el Manual de Comunicaciones Interna y Externa de la Industria Militar de Colombia.
- Todo contenido debe generar estandarización entre las Oficinas Centrales, las fábricas (Fábrica de armas y municiones General José María Córdova FAGECOR, Fábrica de Explosivos Antonio Ricaurte FEXAR, Fábrica de Productos Metalmecánicos Santa Bárbara FASAB) y las operaciones descentralizadas.

Las publicaciones y materiales deben cumplir con las directrices del Manual de Imagen Corporativa (IM OC OGC MN 003) y demás normativas internas.

### b. Claridad, Pertenencia y Coherencia:

- La información difundida debe ser precisa, clara y aportar valor a los destinatarios, evitando ambigüedades y malas interpretaciones.
- Los contenidos deben provenir de fuentes confiables y verificadas antes de su difusión.
- Ante errores u omisiones, se deberá corregir de manera oportuna y documentada.

### c. Respeto e inclusión:

- Queda prohibida la publicación de contenidos con mensajes racistas, sexistas, discriminatorios, ofensivos u obscenos.
- Se deben evitar estereotipos por religión, etnia, orientación sexual, condición socioeconómica, discapacidad o apariencia física.
- No se utilizarán regionalismos ni expresiones coloquiales que puedan resultar ofensivas o ambiguas.

### d. Normas de Redacción y Citación:

- Todo contenido deberá cumplir con las reglas ortográficas, gramaticales, sintácticas y de estilo establecidas por la Real Academia Española (RAE).
- El material tomado de terceros deberá citarse siguiendo las normas de la American Psychological Association (APA), indicando fuente, autor, fecha y medio.
- Los textos extraídos literalmente deben ir entre comillas dobles (“”).

### e. Derechos y Autorizaciones:

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 11 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

- Se prohíbe el uso de la imagen institucional con fines personales o comerciales sin autorización expresa.
- El uso personal sin fines comerciales de contenidos institucionales requerirá solicitud escrita y deberá incluir los créditos correspondientes a la Industria Militar.

### f. Flujos y Autorizaciones de Publicación:

- Todo contenido a publicar en página web, intranet, correo institucional, medios de comunicación o redes sociales debe pasar por revisión y aprobación de la Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones.
- Las comunicaciones oficiales internas se difundirán exclusivamente a través del correo institucional comunicaciones@indumil.gov.co, a excepción del canal de bienestar (Induraldo) que envía información de bienestar institucional.
- No se permitirá segmentar o fragmentar la imagen institucional entre unidades de negocio u oficinas.
- La Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones, tiene a su cargo la publicación de la información que contempla la Ley que se encuentra documentada en la Matriz de Contenidos para publicar en la página web, que estima las áreas encargadas de generar la información y los tiempos de entrega. Para garantizar su cumplimiento, la Matriz Actualización y Publicación Documentos Públicos en Página WEB IM OC OGC FO 040, deberá revisarse con una periodicidad mensual y verificar cualquier cambio conforme lo establezca la Ley. Así mismo, deberá darse a conocer a todos los procesos y subprocesos de la entidad a través de un oficio y correo masivo.

### g. Gestión de Solicitudes Externas:

- Cualquier solicitud de publicación proveniente de entidades externas (medios de comunicación, organismos oficiales, empresas, etc.) debe remitirse al correo institucional autorizado.
- La Presidencia de la Industria Militar, a través del Jefe de la Oficina de Gestión y Cumplimiento, será la única instancia autorizada para su aprobación y canalización.

### h. Difusión de Aspectos de Sistemas de Gestión:

- La comunicación sobre los asuntos Sistema de Gestión Integral, se coordinará con la Gerencia de Seguridad Industrial, que definirá el cronograma y mensajes a incluir en el plan anual de comunicaciones.

### i. Publicaciones Institucionales:

- Las solicitudes internas para publicar información deberán gestionarse a través del aplicativo dispuesto por la Gerencia de Tecnologías de la Información (T.I.), dirigido a la Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones.
- El webmaster, en coordinación con las personas asignadas para suministrar información de cada área, será responsable de verificar la publicación precisa, oportuna y coherente de la información.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 12 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

### j. Formatos y Autorizaciones:

- Todo archivo descargable debe indicar la fecha de su última actualización.
- Catálogos, folletos, fichas técnicas y documentos afines deberán cumplir con el Procedimiento de Gestión de Documentos (IM OC OFP PR 001) y el Instructivo para Elaboración de Documentos (IM OC OFP IN 001).
- El Gestor Documental de la Industria Militar será la única plataforma para el registro, control y trazabilidad de documentos institucionales.

### k. Reacción Ante Situaciones de Crisis:

- En casos que afecten la imagen institucional, la Oficina de Gestión y Cumplimiento elaborará un comunicado oficial que será aprobado por la Presidencia de la Industria Militar y revisado por la Oficina Jurídica.

### l. Seguridad de la Información:

- Toda comunicación deberá alinearse con la Política de Seguridad Digital (IM OC GTI CP 003).
- Se protegerán los derechos de autor, la propiedad intelectual y la confidencialidad de datos, cumpliendo la Ley 1581 de 2012 y demás disposiciones vigentes.

## 8.2 ESPECIFICOS:

Las comunicaciones en la Industria Militar se conciben como un eje estratégico para la articulación interna y la proyección externa de la entidad, orientadas a garantizar la circulación oportuna, clara y veraz de la información. A través de una gestión comunicacional planificada, transparente y coherente con los lineamientos institucionales, se fortalece el relacionamiento con los colaboradores, las autoridades, los aliados estratégicos y la ciudadanía, promoviendo la participación, la confianza y el posicionamiento de la Industria Militar como una organización comprometida con la seguridad, el desarrollo, la sostenibilidad y el bienestar del país.

La implementación de este manual, permite que los colaboradores de la organización, desde las diversas líneas de operación (oficinas centrales, fábricas, almacenes comerciales, procesos de producción descentralizada) estén comunicados de manera permanente sobre los temas más relevantes del acontecer de la compañía.

Las denuncias o información de actividades ilícitas que afecten la seguridad de la Industria Militar, recibidas en las redes sociales acreditadas por Indumil (YouTube, Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok) serán inmediatamente comunicadas a la Oficina de Control Disciplinario Interno, para ser debidamente atendidas.

## 9 COMUNICACIÓN INTERNA

La Comunicación Interna en la Industria Militar de Colombia INDUMIL constituye un pilar estratégico para la gestión del Talento Humano, la integración organizacional y el fortalecimiento de la cultura institucional. Su correcta implementación generará que los colaboradores cuenten con información oportuna, clara y

La versión vigente de este documento es la que se encuentra disponible para consulta a través del Gestor Documental Indudaruma. Cualquier copia o impresión adicional a la publicada será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es responsabilidad del Grupo Administrador de Documentos de la Industria Militar.



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 13 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

confiable que les permita desarrollar sus funciones alineados con la misión, visión, valores y objetivos de la Entidad.

La comunicación interna no solo es un mecanismo de transmisión de información, sino una herramienta de gestión estratégica que contribuye al clima organizacional, la eficiencia operativa y la cohesión entre áreas, procesos y niveles jerárquicos. En coherencia con los lineamientos de comunicaciones del Ministerio de Defensa Nacional, esta debe caracterizarse por ser fluida, eficaz, transparente, constante, eficiente, oportuna y de amplia cobertura, promoviendo la participación activa del personal en el logro de los objetivos institucionales.

## 9.1 Principios de Comunicación Interna de INDUMIL

- La comunicación interna debe desarrollarse bajo los siguientes principios:
- **Oportunidad:** Entregar la información en el momento adecuado para la toma de decisiones.
- **Claridad:** Mensajes comprensibles, directos y sin ambigüedades.
- **Transparencia:** Información clara, trazable y basada en hechos.
- **Pertinencia:** Contenidos alineados con los objetivos institucionales.
- **Bidireccionalidad:** Promover mecanismos de retroalimentación para escuchar y atender las necesidades del personal.
- **Accesibilidad:** Usar canales y formatos adecuados para todos los colaboradores.
- **Integración:** Promover el sentido de unidad entre áreas, fábricas y procesos.

## 9.2 Funciones Estratégicas de la Comunicación Interna

La comunicación interna se utiliza estratégicamente para:

- **Informar:** Divulgar, de manera permanente y estructurada, los temas más relevantes del funcionamiento de la Entidad: novedades operativas, cambios normativos, decisiones directivas, campañas institucionales, avances estratégicos y asuntos de interés general.
- **Motivar:** Fortalecer el sentido de pertenencia, reconocimiento del talento humano y compromiso institucional mediante mensajes que promuevan los valores corporativos, el trabajo en equipo y la cultura organizacional.
- **Persuadir y Orientar:** Influir positivamente en la adopción de buenas prácticas, cumplimiento de políticas internas, apropiación del SGI y participación en actividades institucionales que aporten al cumplimiento de la misión.
- **Recordar:** Reforzar normas, procedimientos y responsabilidades que deben mantenerse presentes para asegurar la continuidad operativa y la disciplina institucional.

La versión vigente de este documento es la que se encuentra disponible para consulta a través del Gestor Documental Indudaruma. Cualquier copia o impresión adicional a la publicada será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es responsabilidad del Grupo Administrador de Documentos de la Industria Militar.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 14 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

- **Explicar:** Aclarar procesos, decisiones y cambios organizacionales, asegurando que los colaboradores entiendan su propósito, alcance y efectos.

## 9.3 Niveles de Comunicación Interna

La comunicación interna en INDUMIL fluye a través de tres niveles, que garantizan un intercambio dinámico, funcional y equilibrado entre los diferentes estamentos de la organización:

### a. Comunicación Descendente:

Transmisión de mensajes desde los niveles jerárquicos superiores hacia los colaboradores de niveles subordinados.

Incluye:

- Políticas, normas y procedimientos.
- Directrices estratégicas
- Comunicados oficiales
- Informes de gestión y decisiones de la Presidencia.

### b. Comunicación Ascendente:

Flujo de información desde los colaboradores hacia los niveles superiores de la organización.

Incluye:

- Reportes operativos
- Retroalimentación y sugerencias.
- Alertas, necesidades o solicitudes.
- Evaluaciones de procesos y propuestas de mejora.

### c. Comunicación Horizontal:

Intercambio de información entre colaboradores, equipos o áreas que se encuentran en niveles jerárquicos semejantes.

Incluye:

- Coordinación de procesos.
- Trabajo en equipo y proyectos interáreas
- Intercambio técnico y operativo
- Sincronización de actividades entre unidades y fábricas

## 9.4 Responsables de la Comunicación Interna

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 15 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

La comunicación interna es ejercida por todos los funcionarios de INDUMIL, quienes comparten la responsabilidad de desarrollar el flujo adecuado y respetuoso de información. Sin embargo, su gestión estratégica está coordinada por la Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones, que:

- Define lineamientos, canales y formatos oficiales.
- Supervisa la calidad y coherencia de los mensajes institucionales.
- Administra los canales internos autorizados: correo institucional, pantallas, intranet, campañas internas y boletines informativos.
- Apoya a las áreas en la elaboración de contenidos a difundir.

## 9.5 Canales Formales

Los canales oficiales utilizados para la comunicación interna incluyen:

- Correo institucional
- Intranet
- Pantallas Institucionales
- Documentos institucionales
- Boletines internos, comunicados oficiales y actas.
- Reuniones de equipo o directivas
- Induraldo (bienestar institucional)
- Capacitaciones y jornadas informativas

**Referencia interna:** Elaboración de Documentos IM OC OFP IN 001

---

## 10 COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación externa en la Industria Militar de Colombia – INDUMIL es un componente estratégico que promueva una relación transparente, segura y efectiva entre la Entidad y sus diferentes grupos de interés, entre ellos clientes, proveedores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, aliados estratégicos, comunidad y ciudadanía en general. Este proceso se encuentra alineado con la estrategia de transformación digital de la Industria Militar, orientada a modernizar los canales, fortalecer la presencia institucional en entornos digitales y optimizar la interacción con los públicos externos.

En este marco, se busca robustecer la comunicación externa mediante la certificación y gestión estratégica de las redes sociales institucionales, asegurando la veracidad, coherencia y credibilidad de la información difundida, así como la adecuada protección de la identidad digital de la Entidad. Todo ello tiene como propósito proyectar una imagen institucional sólida, confiable y coherente, en armonía con la estrategia misional y con los lineamientos del Ministerio de Defensa Nacional.

La correcta gestión de la comunicación externa, apoyada en herramientas digitales certificadas y buenas prácticas comunicacionales, contribuye al posicionamiento de INDUMIL como una entidad moderna, técnica, responsable y comprometida con la seguridad y defensa del país, fortaleciendo su legitimidad institucional, su reputación pública y su confianza ante la opinión pública.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 16 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 10.1 Principios de la Comunicación Externa de INDUMIL.

La comunicación externa se rige por los siguientes principios:

- **Veracidad:** Únicamente se difunde información verificada y sustentada en hechos.
- **Oportunidad:** Los mensajes deben emitirse dentro de los tiempos adecuados para evitar especulaciones o vacíos informativos.
- **Coherencia:** Toda comunicación externa debe estar alineada con la visión, misión y lineamientos institucionales.
- **Seguridad de la Información:** Se protegerán datos reservados, estratégicos y de seguridad nacional, evitando su divulgación.
- **Transparencia:** Se facilitará el acceso a información pública conforme a la Ley 1712 de 2014 y demás normativas aplicables.
- **Profesionalismo:** El trato con actores externos debe ser respetuoso, técnico y representativo de la función estatal de la Entidad.
- **Unificación del Mensaje:** Su información debe ser homogénea y consistente en todos los canales y vocerías.

## 10.2 Funciones Estratégicas de la Comunicación

La Comunicación Externa en INDUMIL se utiliza estratégicamente para:

### a. Informar a la ciudadanía y grupos de interés:

Difundir información institucional relevante, incluyendo:

- Avances, proyectos y logros estratégicos.
- Programas y servicios ofrecidos por la Entidad.
- Información pública obligatoria (Ley 1712 de 2014).
- Transparencia en la gestión y rendición de cuentas.

### b. Gestionar la relación con medios de comunicación:

Generar un trato profesional, respetuoso y técnico con periodistas, respetando rutas de aprobación y procedimientos oficiales.

### c. Proyectar la reputación institucional:



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 17 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

Consolidar la imagen de INDUMIL como una entidad sólida, técnica, confiable y orientada al servicio del país.

## d. Apoyar la estrategia misional y comercial:

A través de contenidos que respalden procesos de ventas, ferias, eventos, alianzas, cooperación y relacionamiento interinstitucional.

## 10.3 Vocería Institucional y Relación con Medios

Los voceros oficialmente designados por la Presidencia de INDUMIL podrán emitir declaraciones públicas o responder a medios de comunicación. La Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones será la encargada de coordinar entrevistas, elaborar líneas de mensaje y hacer seguimiento a publicaciones.

### a. Responsabilidades de los voceros:

- Responder siempre con base en información verificada.
- Evitar opiniones personales o interpretaciones subjetivas.
- Mantener la confidencialidad sobre asuntos internos o en investigación.
- Solicitar acompañamiento de Comunicaciones para toda interacción mediática.

### b. La vocería ante medios y actores externos estará a cargo de:

- Presidente de INDUMIL (Vocero Principal)
- Asesoría de la Jefe de la Oficina de Gestión y Cumplimiento / Comunicaciones (vocero delegado).
- Otros directivos podrán actuar como voceros temáticos únicamente cuando sean autorizados de manera expresa por la Presidencia.

### c. Canales formales de Comunicación Externa:

Toda información, institucional hacia el exterior deberá difundirse exclusivamente a través de los siguientes canales:

- **Página web oficial:** [www.indumil.gov.co](http://www.indumil.gov.co)
- **Redes sociales institucionales:**

Las redes sociales de la entidad son administradas y manejadas exclusivamente por la Oficina de Gestión y Cumplimiento, por lo tanto, cualquier requerimiento debe ser gestionado a través de dicha oficina, así mismo serán los encargados de definir su uso, tono y tipos de interacciones que se manejan en los contenidos, diálogos y acercamientos a la ciudadanía.

- **Redes sociales autorizadas:**

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 18 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

---

Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok y Canal de Youtube. (administradas únicamente por personal autorizado).

- **Boletines y comunicados de prensa:**

Son documentos informativos oficiales mediante los cuales INDUMIL comunica hechos relevantes, avances institucionales o posiciones oficiales frente a temas de interés público, con claridad, precisión y transparencia.

- **Ruedas de prensa y entrevistas aprobadas:**

Corresponden a espacios formales de interacción con medios de comunicación, autorizados por Presidencia y gestionados por la Oficina de Gestión y Cumplimiento, en los que se entrega información verificada y coherente con la línea institucional.

- **Eventos institucionales, ferias y espacios de relacionamiento:**

Son escenarios estratégicos para fortalecer la imagen de INDUMIL, presentar capacidades, generar confianza y consolidar vínculos con aliados, clientes, entidades del Estado y ciudadanía.

- **Correo institucional para comunicación interna:**

[comunicaciones@indumil.gov.co](mailto:comunicaciones@indumil.gov.co) canal oficial destinado para la recepción, gestión y respuesta de solicitudes internas, relacionadas con comunicaciones, con orden, trazabilidad y atención oportuna.

- **Correo institucional para comunicación externa:**

[indumilcolombia@indumil.gov.co](mailto:indumilcolombia@indumil.gov.co) canal oficial destinado para los mensajes de redes sociales institucionales.

- **Publicaciones oficiales en medios escritos, digitales y audiovisuales:**

Incluyen contenidos divulgados por la entidad en distintos formatos y plataformas, que representan la voz institucional y deben cumplir criterios de rigor, pertinencia y alineación con los lineamientos de comunicación.

---

## 11 GESTIÓN DE CRISIS

La gestión de la imagen institucional es un componente estratégico para la protección y fortalecimiento de la reputación de la Industria Militar de Colombia INDUMIL. En situaciones de crisis, esta labor adquiere un carácter prioritario, dada su capacidad para impactar la confianza pública, el posicionamiento del sector defensa y la credibilidad de la Entidad.

El presente documento IM OC OGC FO 001 Formato para Informe de Crisis, establece el protocolo oficial para la gestión de comunicaciones en escenarios de crisis, orientando la actuación institucional bajo

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 19 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

criterios de oportunidad, coherencia, precisión y centralización. La Oficina de Gestión y Cumplimiento, de acuerdo con las competencias asignadas por el Decreto 156 de 2022, actúa como centro de control y articulación, responsable de coordinar el flujo de información, minimizar afectaciones reputacionales y asegurar la alineación interinstitucional con el Ministerio de Defensa y otras entidades del sector.

Su aplicación es obligatoria para todas las dependencias y funcionarios de INDUMIL, y constituye el marco de actuación institucional ante hechos con potencial de impacto mediático, operativo, legal o reputacional.

### 11.1 Etapas del Protocolo de Crisis

#### a. Identificación del tipo de crisis y nivel de riesgo reputacional:

Esta etapa se orienta a identificar con precisión la naturaleza del incidente y su impacto potencial en la reputación institucional. La Oficina de Gestión y Cumplimiento realiza un análisis preliminar que considera el origen de la crisis operativo, técnico, disciplinario, legal, administrativo o mediático, su alcance inmediato sobre procesos, instalaciones, productos o personal, y el nivel de sensibilidad que pueda generar en la opinión pública, los medios de comunicación y entidades gubernamentales.

Adicionalmente, se evalúa la probabilidad de escalamiento y el impacto reputacional esperado, clasificándolo como bajo, medio, alto o crítico. Este diagnóstico temprano permite activar el protocolo adecuado, anticipar riesgos y orientar la elaboración inicial del mensaje institucional, asegurando una respuesta oportuna y coherente por parte de INDUMIL.

#### b. Conformación del equipo de Crisis Comunicacional y elaboración del comunicado:

Una vez identificada la gravedad de la situación, la Oficina de Gestión y Cumplimiento activa el Comité de Crisis Comunicacional, responsable de coordinar la estrategia integral de respuesta.

Este comité está conformado por:

- Presidencia de INDUMIL (Vocería principal)
- Vicepresidencias y dependencias involucradas según coordinación técnica.
- Líder de la Oficina de Gestión y Cumplimiento (coordinación estratégica).
- Oficina Legal.
- Oficina de Planeación
- Oficina de Control Interno

El Comité de Crisis se reúne de manera inmediata para coordinar la respuesta institucional, definiendo responsabilidades claras, estableciendo rutas de aprobación y validando la información operativa disponible. En esta instancia se consolida la posición oficial de INDUMIL, con la finalidad de que todas las áreas involucradas actúen de forma alineada y coherente. Su principal función es asegurar el control

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 20 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

total de la narrativa, evitando interpretaciones contradictorias y permitiendo que la entidad mantenga una postura transparente, precisa y responsable frente a la opinión pública.

Con la información verificada y las directrices del grupo de Crisis Comunicacional, la Oficina de Gestión y Cumplimiento elabora de manera prioritaria el comunicado oficial, el mensaje estratégico y el documento de preguntas frecuentes. El comunicado oficial reconoce los hechos, explica las acciones en curso, refuerza la transparencia y protege la imagen institucional sin comprometer procesos legales. El mensaje estratégico aprobado por la Presidencia de la Industria Militar, orienta las publicaciones en redes sociales y medios institucionales, consolidándose como la voz única de INDUMIL. En conjunto, estos insumos aseguran uniformidad en la comunicación y evitan versiones parciales o contradictorias durante la gestión de la crisis.

### a. Monitoreo Constante en Medios y Redes Sociales:

Durante toda la crisis, la Oficina de Gestión y Cumplimiento realiza un monitoreo permanente y en tiempo real de los medios de comunicación nacionales, regionales e internacionales, así como de las redes sociales institucionales y las conversaciones digitales que mencionen o involucren a INDUMIL. Este seguimiento incluye la observación de influenciadores, periodistas y líderes de opinión clave para identificar reacciones, tendencias y variaciones en el tono de la conversación pública. Con esta información, la entidad puede ajustar oportunamente la estrategia comunicacional, anticipar riesgos, detectar la necesidad de activar al vocero o emitir nuevos comunicados, y mantener un control efectivo sobre la narrativa durante toda la evolución de la crisis.

Asimismo, se deberá establecer tiempos de reacción definidos de acuerdo con el nivel de impacto, que aseguren respuestas ágiles, coordinadas y proporcionales, evitando vacíos de información y mitigando posibles afectaciones reputacionales.

Igualmente, se aplicará una clasificación de las crisis según su impacto, alcance y nivel de riesgo, lo cual permitirá priorizar la gestión, definir rutas de escalamiento, asignar responsables y activar los protocolos correspondientes de manera diferenciada.

Clasificación según impacto:

- Crisis leve: Afecta de manera limitada la percepción de la entidad. Tiene baja visibilidad mediática y puede ser gestionada con acciones correctivas internas o comunicados puntuales.
- Crisis moderada: Genera atención en medios o redes sociales y puede impactar la reputación si no se gestiona adecuadamente. Requiere una respuesta estructurada y seguimiento constante.
- Crisis alta o crítica: Tiene amplia cobertura mediática, alto riesgo reputacional y posibles implicaciones legales o institucionales. Exige activación inmediata del comité de crisis, vocería oficial y comunicación estratégica continua.

### b. Elaboración del Informe de Crisis:

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 21 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

Al finalizar la crisis, la Oficina de Gestión y Cumplimiento elabora un informe detallado que recopila la cronología de los hechos, las acciones comunicacionales implementadas y los resultados obtenidos en medios y redes sociales. Este documento incluye un análisis de las fortalezas y debilidades evidenciadas durante la gestión, así como las lecciones aprendidas que permitirán optimizar los procesos internos y las capacidades de respuesta institucional. Además, establece medidas preventivas orientadas a evitar la recurrencia de situaciones similares y a fortalecer la preparación estratégica de INDUMIL, consolidando una cultura de mejora continua en la gestión de crisis. (6. IM OC-OGC FO 001 Formato Protocolo de Crisis).

### 12 ACCIONES DE COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y CONSULTA EN RELACIÓN CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN INTEGRAL

La Industria Militar comunicará, de forma precisa y transparente, los aspectos e impactos ambientales significativos, así como los peligros y riesgos relevantes en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, a las partes interesadas externas, contratistas y visitantes, siempre que estos puedan verse afectados directamente.

Para este fin desarrollaran:

- Producción audiovisual y boletines informativos que sigan el flujograma establecido.
- Acciones de posicionamiento de marca relacionadas con la gestión ambiental, la seguridad, la salud en el trabajo y la sostenibilidad social.
- Campañas de acompañamiento y sensibilización en torno a los programas institucionales vinculados con estos temas

### 13 PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de Comunicaciones de Indumil constituye el marco estratégico que orienta, coordina y articula todas las acciones de comunicación interna y externa de la Industria Militar de Colombia – INDUMIL. Este plan actúa como una hoja de ruta que define cómo, cuándo y con quién se establecerán las estrategias comunicacionales, asegurando que los mensajes transmitidos sean coherentes, oportunos y alineados con la estrategia institucional y las disposiciones legales vigentes.

El Plan de Comunicaciones permite:

- Coordinar los mensajes y acciones comunicacionales entre todas las áreas, fábricas y operaciones descentralizadas.
- Mantener una imagen institucional unificada y sólida ante públicos internos y externos.
- Optimizar el uso de los medios y canales de comunicación disponibles.
- Evaluar la eficacia de las acciones comunicacionales implementadas.



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 22 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 14 MONITOREO DE IMAGEN Y SEGUIMIENTO DE INFORMACIÓN SECTORIAL

Implementar un monitoreo permanente que permita contar con una visión integral y actualizada de la imagen institucional de la Industria Militar, facilitando el seguimiento continuo de su posicionamiento público y permitiendo, de esta manera, la detección oportuna, la anticipación y la gestión estratégica de situaciones o coyunturas que puedan incidir en la reputación y credibilidad de la entidad.

### 14.1 Matriz de Actualización y Publicación de Documentos Públicos en Página Web y Medios Internos. IM OC OGC FO 040

Se da cumplimiento a los lineamientos del Gobierno Nacional establecidos en el Artículo 12 de la Ley 1712 de 2014 y en los Artículos 41 y 42 del Decreto 103 de 2015, implementando los componentes del esquema de publicación de la información.

Referencia interna: Consulte el Anexo: Matriz de actualización y publicación de documentos públicos en página web IM OC OGC FO 040 y anexo Matriz actualización y publicación documentos publicados en medios internos y externos. IM OC OGC FO 001.

## 15 PÚBLICO OBJETIVO

La Industria Militar de Colombia – INDUMIL identifica como público objetivo a los diferentes grupos de interés con los que interactúa en el marco de su misión institucional. Estos se clasifican según su naturaleza y relación con la entidad:

### a. Clientes:

- Clientes internos (Trabajadores INDUMIL)
- Clientes VIP
- Clientes del sector armas y municiones.
- Clientes del sector explosivos.
- Clientes de productos militares.
- Clientes de productos metalmecánicos.
- Clientes de productos químicos.
- Clientes de servicios de laboratorio.
- Clientes de exportación.
- Empresas de seguridad privada y organismos de seguridad del Estado.
- Ministerio de Defensa Nacional.
- Fuerzas Militares y Policía Nacional de Colombia.
- Las empresas del El Grupo Social y Empresarial de la Defensa (GSED)

### b. Proveedores:

Corresponden a las personas naturales o jurídicas encargadas del suministro de materia prima, insumos y servicios para el desarrollo de la actividad económica de la empresa, con calidad de lo ofrecido y el cumplimiento de los tiempos de entrega.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 23 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

---

## c. Estado:

- Entidades públicas
- Entidades vinculadas
- Rama Judicial.
- Rama Legislativa.
- Fuerzas Militares de Colombia.

## d. Organismos de Control:

- Contraloría General
- Procuraduría General de la Nación.
- Defensoría del Pueblo.
- Personería municipal.
- Contaduría General de la Nación.
- Personerías.

## e. Comunidades:

- Asociaciones religiosas
- Barrios.
- Cárceles.
- Campesinos.
- Fundaciones.
- Organismos multilaterales.
- Juntas de Acción Comunal.
- Líderes comunitarios.
- Localidades.
- Organizaciones No Gubernamentales (ONG).
- Vecindarios

## f. Grupos de Valor:

- Ciudadanía en general
- Fondos de pensiones y cesantías.
- Organismos multilaterales.
- Pequeños empresarios.
- Fuerza Pública Uso de buen retiro

## g. Organismos Multilaterales

- Alianza del pacifico
- Comunidad Andina (CAN).
- Cooperación internacional.

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 24 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

- La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI)
- Embajadas con las que INDUMIL mantiene acuerdos comerciales en Colombia.
- Organización de Estados Americanos (OEA).
- Triángulo Norte. (Región conformada por Guatemala, Honduras y El Salvador)
- Unión Europea.

### h. Control Social:

- Veeduría ciudadana

### i. Academia y Sociedad Científica:

- Instituciones de educación superior
- Instituciones de investigación

### j. Entidades Certificadoras:

- ICONTEC
- ONAC

### k. Poblaciones con Atención Prioritaria:

- Adultos mayores
- Campesinos.
- Clientes.
- Niños y adolescentes.
- Personas con discapacidad (Auditiva, física, intelectual, Visual, sordoceguera, psicosocial múltiple)
- Personas de baja estatura.

## 16 REFERENCIAS DOCUMENTALES

CODIGO	NOMBRE
IM OC GTI CP 003	Política de Seguridad Digital
IM OC OGC MN 003	Manual de Imagen Corporativa
IM OC GTH CP 003	Código de Ética, Integridad y Conducta
IM OC OFP PR 001	Procedimiento de Gestión de Documentos
IM OC OGC FO	Formato Protocolo de Crisis
IM OC OGC FO 001	Registro de Publicaciones en Medios Internos
IM OC OGC FO	Registro de Publicaciones Redes Sociales
IM OC OGC FO 031	Registro de Publicaciones Página Web
IM OC OGC FO 040	Matriz de actualización y publicación de documentos públicos en página web

Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 25 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

# MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

## 17 OTROS DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Decreto 156 de 2022, por el cual se establecen disposiciones en materia de transparencia, acceso a la información y control institucional. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=176726>
- Decreto 1078 de 2015. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975>
- Fernández, M. (2019). Gestión de portavoces y comunicación institucional. Editorial UOC.- <https://www.editorialuoc.cat>
- Fundación Gabo (2019). Manual de estilo. - <https://fundaciongabo.org>
- ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos;
- ISO 14001:2015. Sistemas de gestión ambiental – Requisitos;
- ISO 45001:2018. Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo – Requisitos. - <https://www.iso.org>
- Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.- <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49975>
- Ley 1712 de 2014. Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. - <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53062>
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory. Sage. - <https://www.sagepub.com>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2020). Guía de comunicación digital. - <https://www.mintic.gov.co>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2021). Política de redes sociales.- <https://www.mintic.gov.co>
- Universidad Militar Nueva Granada (2016). Lineamientos y documentos institucionales. - <https://www.umng.edu.co>

## 18 CONTROL DE CAMBIOS

Página	Motivo	Sección	Numeral	Descripción de la modificación
1-27	Revisión general del documento	Todo	Todo	Actualización del documento atendiendo a los cambios

La versión vigente de este documento es la que se encuentra disponible para consulta a través del Gestor Documental Indudaruma. Cualquier copia o impresión adicional a la publicada será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es responsabilidad del Grupo Administrador de Documentos de la Industria Militar.

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

				solicitados por las diferentes áreas, para complementar el manual.
25	Actualización	Referencias Normativas	25	Se actualiza el nombre del numeral y se relacionan las normas vigentes.
6-8	Actualización	Términos y Definiciones	6	Se actualizan las siguientes definiciones: Canal de comunicación, Clientes, usuarios o grupos de interés, Comunicación, Comunicación externa, Comunicación interna, Cultura organizacional, Información sensible, Medios de comunicación, Página web, Público objetivo, Redes sociales, Sistema de Gestión Integral (SGI).  Se incluyen las siguientes definiciones:  Comunicación formal, Comunicado de prensa, Confidencial, Evento, Gestión de crisis, Imagen institucional, Información pública, Voceros oficiales.
19	Inclusión	Contenidos	11	Se incluye numeral
	Actualización	Documentación	Anexo 1	Se actualiza el Cronograma Actividades plan de comunicaciones 2026
	Inclusión	Documentación	Anexo 2	Inclusión nuevo Formato para Cuadro de registro de Publicaciones Redes Sociales y Correo de comunicaciones
	Actualización	Documentación	Anexo 3	Se actualiza la Matriz actualización y publicación documentos públicos en página web
	Actualización	Documentación	Anexo 4	Se actualiza el Informativo plan de comunicaciones
	Actualización	Documentación	Anexo 5	Se actualiza el Informativo de Medios Internos



Instructivo: IM OC OGC MN 001	Página 27 de 27
Liberado: 2026-05-06	Número de Rev. 9
Aprobado por: PRESIDENTE DE LA INDUSTRIA MILITAR	

## MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA DE LA INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

	Inclusión	Documentación	Anexo 6	Formato Protocolo de Crisis
--	-----------	---------------	---------	-----------------------------

---

### 19 ANEXOS

Anexo 1	IM OC OGC FO 013	Plan de Comunicaciones
Anexo 2	IM OC OGC IF 001	Registro de publicaciones en medios internos
Anexo 3	IM OC OGC FO 063	Registro de publicaciones redes sociales
Anexo 4	IM OC OGC FO 031	Registro de publicaciones página web
Anexo 5	IM OC OGC FO 040	Matriz de actualización y publicación de documentos públicos en página web
Anexo 6	IM OC OGC FO 062	Formato Protocolo de Crisis