

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

ELABORÓ:	
REVISÓ:	LIDER DEL PROCESO DE COMUNICACION Y PRENSA
APROBÓ:	JEFE DEL PROCESO DE COMUNICACION Y PRENSA


DIRECTOR GENERAL

Fecha de Aprobación: DD: 28 MM: 02 AAAA: 2018



CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN.
2. OBJETIVO GENERAL.
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.
4. DIAGNOSTICO.
5. ¿CÓMO NOS VEN?
6. ¿QUÉ INFORMAMOS?
7. POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN.
8. CAMPO DE ACCIÓN.
 - a) COMUNICACIÓN INTERNA.
 - b) COMUNICACIÓN EXTERNA.
 - c) RENDICIÓN DE CUENTA.
9. IDENTIDAD CORPORATIVA.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 3 de 9

1. PRESENTACIÓN

El Plan Estratégico de Comunicaciones hace referencia a las normas, lineamientos y directrices que se direccionan dentro de una organización y sirven de referencia a las decisiones y actuaciones de los funcionarios para regular el flujo de información que se desea transmitir, logrando la sincronización con todos los canales de comunicación, de los directivos hacia los trabajadores, de los trabajadores hacia el nivel directivo y de la organización en su conjunto hacia la comunidad en general.

Por esta razón con el fin de alcanzar el objetivo corporativo teniendo en cuenta la misión de **CARDIQUE**, es fundamental asesorar y apoyar a todas las subdirecciones (áreas) mediante el desarrollo de estrategias y planes de comunicación interna y externa, cuyo fin es divulgar las acciones planificadas realizadas en programas, proyectos y actividades con los que debe cumplir la Corporación.

2. OBJETIVO GENERAL

Establecer la comunicación de **CARDIQUE** como parte esencial del fortalecimiento institucional involucrando a los diferentes niveles y procesos para garantizar información veraz y oportuna de la gestión en el buen manejo de los recursos naturales de la jurisdicción.


3. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Proyectar una imagen institucional positiva de **CARDIQUE** teniendo en cuenta sus actuaciones con el fin de causar recordación a los usuarios, funcionarios y todas las partes interesadas.
- Facilitar con acciones comunicativas el acceso a la información de la entidad para motivar la participación ciudadanía.
- Generar participación de los funcionarios en cuanto a difusión de mensajes y actualización de información de la corporación.
- Promover espacios de sugerencias de manejo de información.
- Mejor atención a los usuarios.

4. DIAGNOSTICO

CARDIQUE es una entidad que ha estado presente durante 23 años en el ejercicio de la administración del medio ambiente y los recursos naturales en el área de su jurisdicción, por tanto, debe ser un organismo reconocida en la Región Caribe Colombiana por su efectiva gestión ambiental.

El protagonismo de la comunicación pública está definido en las nuevas teorías de la administración, como un proceso estratégico y transversal de las organizaciones estatales, por lo que es esencial incidir en la Corporación, comunicar a la sociedad y generar sentido de apropiación y participación.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 4 de 9

La Corporación como máxima autoridad ambiental en los municipios de su jurisdicción debe mantener de manera fluida una comunicación de acuerdo a cada una de las necesidades de los usuarios, estableciendo que la responsabilidad del flujo de información que se emita a través de los diferentes canales sea oportuno y eficaz.

5. ¿CÓMO NOS VEN?

Como autoridad ambiental capaz de velar por el medio ambiente y los recursos naturales, apoyando proyectos de iniciativas que permitan el cuidado, protección y conservación de la misma, de igual forma encargada de dar los permisos para su correcto aprovechamiento.

Para lograr ser reconocida en la región caribe de Colombia por la gestión que realiza la Corporación, es necesario que mediante un plan estratégico de comunicaciones se socialicen con la comunidad en general todas las actividades que se realizan basado en los proyectos y programas reflejados en el Plan de Acción Institucional.


6. ¿QUÉ INFORMAMOS?

- Informe de gestión.
- Desarrollo de los programas, proyectos y actividades.
- Calendario ambiental.
- Jornadas y/o campañas de sensibilización.
- Eventualidades ambientales.
- Cumplimiento de objetivos.

7. POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN.

Lineamientos

- La Comunicación, como proceso estratégico dentro de **CARDIQUE** estará dirigida a generar una visión compartida sobre la ejecución y cumplimiento de los programas, proyectos y actividades que realizan las diferentes subdirecciones.
- La comunicación de la corporación debe ser fluida desde los procesos internos hacia todos los públicos garantizando que la información sea fidedigna ante la ciudadanía y especialmente en las rendiciones de cuenta ante la comunidad y los organismos de control.
- Es un eje estratégico y transversal, orientado a posicionar la imagen institucional.
- Es necesario que la comunicación interna en **CARDIQUE** sea una herramienta de información y socialización el cual su filtro será el Proceso de Comunicación y Prensa.
- La divulgación de la gestión deberá responder a criterios de publicidad, transparencia, buena fe, no discriminación y uso de un buen lenguaje.
- El vocero único de la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique será el Director General de la Corporación o quien quede encargado de las funciones de Dirección General.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 5 de 9

- La identidad Corporativa es la guía para consolidar el posicionamiento de la institución, por lo tanto, ninguna pieza gráfica, publicidad o publicación podrá ser divulgada sin el visto bueno desde la Asesoría de Comunicaciones.
- La periodicidad de la información que se desee emitir debe ser aprobada por el Director General.

8. CAMPO DE ACCIÓN

a) COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es orientada a la difusión de información que se genera al interior de la entidad y nos ayuda a tener coherencia, generar recordación e identificar desde el punto de vista de la adecuada articulación de principios y acciones para lograr el propósito misional.

De ésta forma la comunicación interna buscan promover la identidad Corporativa basado en el eslogan “Conservamos la vida Por Naturaleza”, buscando genera una cultura institucional colaborativa.

Públicos – Grupos de Interés. Público Interno:


- Director General
- Comité Directivo
- Subdirectores
- Profesionales
- Técnicos
- Auxiliares de servicio
- Conductores

Canales de Comunicación y Estrategias

Carteleras

Es una herramienta cuya finalidad es informar de manera atrayente y debe ser ubicada en lugares estratégicos donde transitan más seguidos los funcionarios, además, es un complemento a otros medios de información y de comunicación como los boletines, las circulares, la publicidad, los medios audiovisuales, la fotografía y la comunicación interpersonal.

Para potencializar el uso de las carteleras como herramienta comunicativa y participativa, el área de comunicación y prensa deberá administrar el manejo de cada una.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 6 de 9

Localizaciones

- Frente a la oficina de Recursos Humanos: Ofrece información general sobre actividades de **CARDIQUE**.
- Frente a las escaleras de acceso que se encuentra alado de recepción: Ofrece información general sobre actividades de **CARDIQUE**.
- Sala de espera de la recepción: Información sobre edictos y notificaciones. A cargo de la Secretaría General, actualización de acuerdo con los requerimientos legales de los mismos.

Correo electrónico

El correo electrónico es un servicio tecnológico que permite el intercambio de mensajes.

Cada funcionario de la Corporación posee una cuenta de correo electrónico institucional y través de este medio la entidad da a conocer noticias sobre los aspectos administrativos y es la forma de intercambio de documentos en el quehacer diario, además, ésta herramienta completa la implementación de la política de cero papeles.


¿Qué comunicar?

- **CAMPAÑAS INSTITUCIONALES:** De acuerdo con las diferentes estrategias de socialización y sensibilización determinadas desde las dependencias, se divulgarán por medio del correo electrónico.
- **INFORMACIÓN DE INTERÉS:** Se socializará entre los funcionarios todas aquellas informaciones referentes a actividades internas, eventos conmemorativos, deportivos, culturales, cumpleaños, eventualidades entre otros.

Reuniones y Comité Directivo

¿Qué comunicar?

- **Reuniones:** Es necesario socializar todas las reuniones que se deseen realizar dentro la corporación y en conjunto con el equipo de comunicación se deberá coordinar la actividad
- **Participación en los comités directivos:** Será el equipo de comunicaciones quien convoque de acuerdo a previa directriz del director y realice las actas de compromiso y socialice la información siempre y cuando sea requerido.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 7 de 9

Sonido Interno (altoparlante)

La Corporación cuenta con un sistema de sonido interno, el cual permite emitir información puntual sobre las actividades de la Entidad. La información la emite la profesional de comunicaciones encargada desde su puesto de trabajo hacia los demás pisos.

El contenido que se desee divulgar debe ser breve, con un lenguaje sencillo y buena modulación.

Página web

La página web de **CARDIQUE** es otra alternativa de comunicación para que todos los funcionarios alimenten con información que consideren pertinente, dicha información que se desee publicar de carácter noticioso, será revisada por el equipo de comunicación y prensa y publicada por la misma área.

En caso de ser de carácter normativo, legal o general, se debe enviar directamente al área de sistema para su publicación o actualización.

Apoyo y asesoramiento

El equipo de comunicación y prensa acompañará a las áreas que lo requiera, realizará registros y divulgación de los diferentes eventos y/o actividades realizados por la entidad dentro y fuera de ella.

Capacitación

Los avances tecnológicos y la comunicación han permitido que la sociedad modifique sus costumbres a la hora de transmitir un mensaje es por esto que se hace necesario que los funcionarios del proceso de Comunicación y Prensa se capaciten con el fin de mejorar conocimientos, habilidades, actitudes y conductas.

b) COMUNICACIÓN EXTERNA.

La comunicación externa de **CARDIQUE** busca fomentar la armonía con la participación de las partes interesadas y la Corporación generando una relación de comunicación, siendo de vital importancia ya que es el puente entre el accionar de la institución con la comunidad, así mismo, dando a conocer la ejecución de los diferentes programas, proyectos y actividades asumidos por la institución.

El fin primordial de ésta comunicación es proporcionarle visibilidad y transparencia a la entidad de tal forma que la comunidad perciba a **CARDIQUE** como autoridad ambiental efectiva, eficaz y oportuna a beneficio del medio ambiente y los recursos naturales.



Público Objetivo

- Órganos de Control
- Comunidad.
- Medios de comunicación.

Canales de Comunicación y Estrategia

Boletines de prensa

Información escrita resumida, clara y precisa, sobre la gestión de Corporación, el cual es distribuido a los periodistas de los medios de comunicación nacional, regional y local, para su divulgación a los medios a través del correo institucional.

La emisión de cada de Boletín de Prensa responde a los criterios de importancia y pertinencia del Director General de la Corporación.

Página web

Es conocido como el espacio virtual en internet, en donde se presentan un conjunto de páginas, también virtuales, que son accesibles a través de los computadores desde un mismo dominio o subdominio.


CARDIQUE busca fortalecer la entidad basada en la transparencia siendo más participativo gracias a las TIC, por tanto, se cuenta con una plataforma de comunicación basada en el denominado Gobierno en Línea (GEL).

En la página web de la Corporación debe reposar toda la información para que la comunidad tenga acceso cada vez que lo consideren, basado en la Ley 1712 de 2014 “Por medio la cual se crea la Ley de Transparencia y acceso a la información pública Nacional”.

Redes sociales

Una de las herramientas fundamentales con las que cuenta la Corporación para dar a conocer su accionar son las redes sociales, definidas como el “conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí y en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se presenta como “plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes”.

La Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique mantiene presencia en redes como Instagram, Twitter y Facebook permitiendo interactuar y mantener informados a nuestros usuarios generando participación y recordación a nuestra identidad institucional, en estas redes sociales la Corporación, de acuerdo con las características de cada una, por medio de la Asesoría de Prensa, informa y socializa interactivamente los contenidos comunicativos.

	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 01
	PROCESO COMUNICACION Y PRENSA	FECHA: 05/03/18
		Página 9 de 9

Apoyo a la realización de eventos institucionales y socialización de los mismos

Con el fin de unificar criterios de imagen institucional y presentar en forma coherente la simbología propia, la oficina de comunicación y prensa realizará el apoyo a los eventos organizados por la Corporación tales como: Apoyo en la elaboración de diseños e impresión de piezas comunicativas, registro fotográfico y video gráfico, manejo de protocolo y presentación del evento.

c) Rendición de cuenta

Es el acto administrativo mediante el cual el Director General de **CARDIQUE** da a conocer al público interesado la gestión que realizó la entidad en un periodo determinado.

La rendición de cuentas realizado por el Director General deberá contar con todo el apoyo logístico y divulgativo por parte de la oficina de Comunicación y prensa

9. IDENTIDAD CORPORATIVA

- Ningún funcionario de la corporación podrá crear página web, aplicaciones, blogs, cuentas en redes sociales institucional, solo se manejará los ya existentes y será administrado por el equipo de comunicación y prensa, por tanto, cualquier información que se desee publicar deberá dirigirse con los funcionarios a cargo.
- El equipo de comunicación y prensa deberá participar en el asesoramiento de nuevos diseños de logos para actividades específicas que lo necesiten.
- Toda imagen, marca, logo o símbolo que se planea usar, debe ser aprobada previamente a su elaboración, por el Proceso de Comunicación y prensa de **CARDIQUE**.
- La pieza de comunicación no podrá ser elaborada e implementada si no se cuenta con la aprobación del grupo de Comunicación y Prensa.
- El uso de la imagen institucional de la Corporación en piezas de mercadeo como chalecos, lapiceros, botones, mugs, papelería, entre otros, debe ser revisado y aprobado por el Proceso de Comunicación y prensa y/o comité directivo de la corporación.
- Las declaraciones o acercamiento a los medios de comunicación (TV, radio, prensa, internet) serán asesoradas por el proceso de comunicación y prensa, previa autorización del Director General de **CARDIQUE** o quien quede encargado de las funciones de Dirección General. Si la iniciativa es de los medios de comunicación, deberá informarse al equipo de prensa de **CARDIQUE** para que coordine el contacto y la atención que se le dará al respectivo requerimiento.
- El proceso de comunicación y prensa prestará apoyo para la correcta utilización de la imagen institucional.

NOTA: Es importante socializar a cada funcionario de la corporación esta política de comunicación para garantizar la participación de todos.



PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES

VERSIÓN: 01

PROCESO COMUNICACION Y PRENSA

FECHA: 05/03/18

Página 10 de 9

10. ACTUALIZACIONES

FECHA DE MODIFICACIÓN	PARTE MODIFICADA	NUMERO DE VERSIÓN	MODIFICACIONES
05/03/2018	CREACION	01	SE CREA PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES