



El presente Plan Estratégico de Comunicaciones, busca garantizar y mejorar la comunicación de la Administración Municipal ante la comunidad, representada en las diversas expresiones de la sociedad, gremios, medios de comunicación, academia y en general, grupos de interés y valor, suministrando proactivamente toda información de la gestión institucional y sus resultados, **de manera clara, accesible, oportuna, transparente y veraz.**

Este instrumento establece una hoja de ruta para garantizar el flujo adecuado de la información; es decir, aquella que permite la interacción con la ciudadanía; contempla el aprovechamiento de los canales de comunicación acordes con las capacidades de la entidad y con lo previsto en las políticas de rendición de cuentas y la de transparencia insitucional.

Teniendo en cuenta que, de acuerdo con lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión “**MIPG”**, la información y comunicación cumplen una función articuladora con las demás dimensiones del sistema; las actividades de comunicación institucional planteadas en este documento, se desarrollan en un contexto general, cubriendo la información de todas las operaciones y acciones de la entidad, enfocadas en su elaboración, procesamiento, organización y comunicación.

Creemos firmemente que un buen proceso de comunicación hace posible difundir y transmitir la información de los avances de la gestión y de interés de la ciudadanía, con calidad, de allí que nos ocupemos de gestionar acorde a la caracterización de la población objeto y el aprovechamiento de recursos tecnológicos, toda la información soportada en medios escritos, electrónicos, audiovisuales y de escucha



La gran apuesta de la Alcaldía municipal de Ciénaga, en el marco de la estrategia de comunicaciones, se concentra en impartir directrices, políticas y mecanismos para el procesamiento de la información y concreción de acciones, que faciliten y garanticen la divulgación resultados con calidad, procurando que la información generada en cada proceso y operación de la entidad sea siempre adecuada a las necesidades de los grupos de valor.

Buscamos consolidar las comunicaciones como un concepto inherente a la cultura organizacional que involucre a todos los procesos institucionales, y no como una práctica limitada a la difusión de información; **de modo que involucre a todos** en el fomento, cualificación, procesamiento de información con calidad y en la interiorización de la conciencia sobre la importancia en la cotidianidad de comunicar y conectar con la ciudadanía, a través de la información

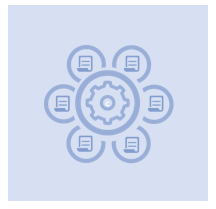
Esta estrategia de comunicaciones está estructurada sobre los siguientes pilares:

1. **Identificación y gestión de la información externa**

La información externa guarda relación con la percepción de los grupos de valor; es decir, lo que de la administración municipal se cree, se dice, o percibe la ciudadanía; cuáles son sus intereses, necesidades, expectativas. Con base a esta información, es posible identificar las acciones para reducir los riesgos que amenazan a las comunicaciones, y con ello, optimizar la eficacia de las operaciones del proceso.

La información externa debe ser observada y analizada con regularidad, con lo cual se requiere conocer la percepción de la ciudadanía, mediante encuestas u otros instrumentos de identificación y evaluación sobre los temas de relevancia en el proceso de comunicaciones.

Otro de los medios de información frente a la información externa son las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y sugerencias, toda vez que allí podrían registrarse situaciones que aquejan o permiten identificar la oportunidad de mejora de actividades relacionadas con las comunicaciones institucionales, por lo que resulta esencial hacer seguimiento a estas, propendiendo siempre por la satisfacción de las necesidades de información y comunicación de la sociedad.

También sirven como fuente de información externa los estudios, informes, guías, orientaciones y políticas generadas por organismos o instituciones académicas, periodísticas, gremiales, expresiones organizadas de la sociedad civil o entidades del Estado, del orden regional o nacional.

1. **Identificación y gestión de la información interna**

La información interna guarda relación con los datos que en desarrollo de sus funciones origina, captura y procesa la Alcaldía de Ciénaga. Estos datos son de carácter interno porque circulan entre los procesos de la entidad, son el resultado de la gestión de las actividades que se generan en la entidad y sirven para la toma de decisiones.

La información interna es el insumo esencial del proceso de comunicaciones; es de decir, es a partir de ésta que se procesa y divulga la información externa, por esta razón es importante que la gestión de la información interna **garantice estándares de confiabilidad, garantizando que la información sea veraz, está soportada, sea oportuna y exacta**.

Debemos empezar por fomentar en los servidores públicos y colaboradores de la Alcaldía de Ciénaga la apropiación de la función de comunicación, interiorizando en la cultura organizacional un alto compromiso sobre la calidad de la información interna y de transparencia, de forma proactiva, eficaz e íntegra, para la producción de la información externa.

1. **Ejecución de políticas de información y comunicación**

Dada la importancia de la información y las comunicaciones en la gestión gubernamental, planteadas desde diversos enfoques y paradigmas, este componente es abordado desde diferentes políticas y estrategias del Estado, entre otras, las relacionadas con la Ley de Transparencia y de Acceso a la Información Pública, las de Rendición de Cuenta, Control Social, Participación Ciudadana, Gobierno Digital y Gestión Documental.

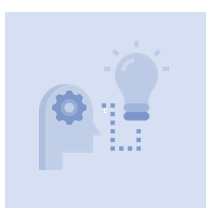
Este pilar del Plan Estratégico de Comunicaciones está dirigido a garantizar el cumplimiento de las políticas de Transparencia y Rendición de Cuentas -en lo relacionado con las comunicaciones-, debido a que las complementan y facilitan su implementación.

1. **Identificación y administración de recursos y canales**

Este pilar responde a la pregunta ***¿cómo lo hacemos?,*** comprende el conjunto de recursos administrativos, tecnológicos y canales empleados para facilitar la masificación de la información, **con un énfasis especial en el aprovechamiento de las tecnologías de información y las comunicaciones**.

Planear la gestión y disposición de las comunicaciones implica identificar, segmentar y administrar aspectos esenciales que al final, se erigen, por una parte, como instrumentos de apoyo (recursos) y los medios a través de los cuales se materializarán el objetivo de informar (canales).

1. **Elementos organizacionales.**



Este pilar hace referencia al fortalecimiento de lineamientos, provisión de recursos de carácter organizacional al interior de la alcaldía y, aquellas relacionados con la idoneidad y competencias de los servidores para asegurar comunicaciones de calidad.

Esencialmente **aborda tres elementos**. El primero, los recursos administrativos de los procesos relacionados con la gestión documental que **implican procedimientos, formatos e instrumentos de recolección y análisis**; el segundo, orientado a proveer una cultura organizacional fortalecida de cara a las comunicaciones, que involucre a todos los actores con la generación, procesamiento y suministro de información de calidad; y, por último, la implementación de un esquema de un lenguaje estándar, en la redacción de textos, elaboración de piezas publicitarias y demás elementos de la comunicación institucional, buscando asegurar un estilo uniforme que privilegie la claridad y la comprensión de la ciudadanía respecto de las comunicaciones oficiales.

****

Los siguientes principios institucionales orientan la comunicación institucional en la Alcaldía municipal de Ciénaga:

**Transparencia y Apertura:** la información, comunicaciones, servicio y relaciones de la Alcaldía de Ciénaga constituyen un bien público y, en consecuencia, **deben estar dispuestos para los grupos de valor,** facilitando la rendición pública y retroalimentación ciudadana sobre la gestión gubernamental.

**Oportunidad, veracidad y calidad:** la Alcaldía de Ciénaga, documenta y divulga la información institucional permanentemente y lo más cerca posible al momento en que se genera, **de manera veraz** y procurando satisfacer los intereses de los grupos de interés y de valor, de acuerdo con sus expectativas.

**Participación y control:** la participación ciudadana y el control social son derechos y deberes en la construcción y cuidado de lo público; constituyen valiosas herramientas para mejorar la eficacia e impacto de las actuaciones de la Alcaldía de Ciénega; y **la mejor forma de empoderar al ciudadano en la agenda pública es proporcionándole información con calidad**, que garanticen sus derechos.

****

**Claridad:** las prácticas comunicacionales de la Alcaldía de Ciénega propenden por su fácil comprensión, procurando **llevar un mensaje claro**, posible de digerir, sin complicaciones por parte de los ciudadanos que las reciben.

**Accesibilidad:** con el uso asertivo de recursos y canales buscamos que la ciudadanía, en general, pueda **acceder a la información sin dilaciones**, requerimientos e intermediarios, fortaleciendo constantemente la comunicación y la forma de interactuar con ella.



El presente capítulo aborda las estrategias a través de las cuales descansa el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Alcaldía de Ciénega, organizada a través de PILARES que fundamentan el ideario sobre comunicaciones de la entidad.

El responsable y ejecutor del Plan Estratégico de Comunicaciones, de acuerdo con el Modelo de Operación por Procesos “**MOP”**, es el proceso de Comunicación y Rendición de Cuentas. Por otra parte, dada su importancia y amplitud **se considera de carácter transversal** en el modelo de gestión de la entidad, especialmente por relacionarse con todos los procesos, a pesar de ser clasificado como un proceso de carácter estratégico.



**ESTRATEGIA 1. RECONOCER Y CARACTERIZAR LOS GRUPOS DE VALOR.**

Consiste en identificar y analizar las expresiones de la sociedad que se interesan en la gestión gubernamental, recaudando información sobre sus preferencias, temas de interés y expectativas, con el propósito de segmentar la información.

La identificación debe permitir la creación de una base de datos de las distintas veedurías, organizaciones, asociaciones, agremiaciones, etc., organizando información de contacto, misión, temas de interés, entre otros, que permita el suministro de información, entrega de convocatorias, retroalimentación y, sobre todo, poder segmentar la información según el interés y expectativas de éstas.

**ESTRATEGIA 2. ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE LA CIUDADANÍA.**

El análisis de percepción de la ciudadanía recae sobre la información, a través de aplicación de instrumentos tipo encuestas donde el ciudadano tenga la posibilidad de valorar la calidad de la información y comunicación que divulga la Alcaldía de Ciénaga a través de los distintos canales y recursos. Los aspectos esenciales que deben valorarse de la información y la comunicación pueden ser, entre otros: **oportunidad, claridad, accesibilidad, calidad, cumplimiento de expectativa, veracidad, diseños, lenguaje claro, interfaz, canales, recursos.**

**ESTRATEGIA 3. ANÁLISIS DE PQRS RELACIONADAS CON LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.**

La alcaldía debe analizar permanentemente las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y observaciones, relacionadas con la información y la comunicación, con el objeto de identificar tendencias, fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.

**ESTRATEGIA 4. CONSULTA DE FUENTES EXTERNAS.**

Desarrollar procesos de consulta y análisis de las entidades rectoras de políticas de gestión y desempeño, organismos de control, unidades administrativas del estado, de instituciones gubernamentales, académicas, organizaciones del medio de la comunicación, etc., donde se expongan observaciones, estudios, análisis, recomendaciones y lineamientos en general, dirigidas a optimizar los procesos de comunicaciones afines al desarrollo de la gestión de la información en la Alcaldía de Ciénaga.



**ESTRATEGIA 4. CULTURA INSTITUCIONAL DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

Programamos interiorizar la cultura de la comunicación en TODOS los actores de la Alcaldía; no obstante, a que la responsabilidad del análisis, procesamiento y divulgación de la comunicación recae sobre el equipo de prensa. La información es el activo más importante y este se genera en todos los procesos institucionales, de tal forma que la calidad de la comunicación depende en gran parte de la calidad de la información; es decir, **que los datos sean veraces, se suministren oportunamente y con soportes.**

En la medida que los demás procesos de la alcaldía que generan contenidos entiendan que cumplen un rol importante en el suministro de información y la generación de contenidos se alcanzará un mejor entendimiento que impacte en la calidad de la noticia y, por ende, en la satisfacción de los ciudadanos.



**ESTRATEGIA 5. ARTICULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES Y LA TRANSPARENCIA.**

La comunicación y la transparencia institucional son ejercicios complementarios y estrechamente relacionados en objetivos, principios y desarrollo, de modo que es esencial hablar de transparencia en las comunicaciones y **resulta inviable hablar de transparencia sin un adecuado ejercicio de comunicaciones**.

Teniendo en cuenta que las comunicaciones van más allá de generar una noticia, es importante que el equipo de comunicaciones, con apoyo de la oficina asesora de planeación y el web master, se involucre en la identificación y monitoreo de la información mínima a qué está obligada la entidad a publicar, teniendo en cuenta aspectos de tiempo, modo y los responsables de generarla, entregarla y custodiarla.

La divulgación proactiva de la información no sólo implica la difusión de la noticia, sino aspectos relacionados con la gestión institucional y resultados, proporcionando información con calidad, útil y disponible para la ciudadanía y grupos de valor.

**ESTRATEGIA 6. ARTICULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES Y LA RENDICIÓN DE CUENTAS.**

**Divulgar información implica rendir cuentas**, de modo que son procesos intrínsecos. Vale recordad que uno de los elementos reglamentarios de la rendición de cuentas es la información, por lo que se debe lograr el mayor entendimiento del equipo de comunicaciones sobre los postulados, orientaciones, lineamientos y demás aspectos de la información y de la rendición de cuentas, para asegurar su armonización con las acciones de comunicación institucional.

La interiorización o refuerzo sobre la rendición de cuentas, puede desarrollarse en mesas de trabajo de sensibilización, procesos de formación y capacitación, reinducción, autorrepaso, consulta de guías, instructivos, videos y demás material disponible en la web y en el repositorio de la Función Pública.

**ESTRATEGIA 7. IDENTIFICACIÓN Y ADMINISTRADOR DE RECURSOS.**

Los recursos administrativos, tecnológicos, económicos y en general, de soporte logísticos, **condicionan la calidad de los resultados**, de ahí que se considere que la calidad en las comunicaciones depende de la provisión y disposición de recursos adecuados e innovadores.

En ese sentido, se proponen tres acciones periódicas a realizar**: la primera**, identificar en el mercado, recursos de punta, empleados en el medio para la generación de noticias. No hay que olvidar que la expansión de las tecnológicas en las relaciones humanas es una dinámica en constante cambio y cada vez hay nuevos elementos que son aprovechados. De esa exploración podemos identificar los nuevos recursos que pueden ser apropiados por la entidad para estar a la vanguardia en la comunicación.

**La segunda acción**, implica una identificación constante de los recursos disponibles; más que un inventario clásico debe servir para que sepamos con qué contamos para identificar qué nos hace falta, qué necesitamos y qué debemos mejorar o actualizar. Este proceso está más orientado a contar con un diagnóstico, y a la posibilidad de identificar en qué aspectos debemos mejorar y que recursos solicitar.

**La tercera acción**, que complementa la anterior, es la solicitud ante la alta dirección de los recursos requeridos para mantener un proceso de comunicaciones a la vanguardia, que garantice la provisión de comunicaciones con calidad, y la satisfacción de la ciudadanía.

**ESTRATEGIA 8. IDENTIFICACIÓN Y ADMINISTRADOR DE CANALES.**

Los canales de comunicación constituyen el medio que empleamos para cumplir el objetivo de comunicarnos. Son diversos, su uso y preferencia dependen de la población objetivo, de sus capacidades de acceso a la información a través de cada medio, por eso son importantes los canales tradicionales, como el voz a voz, como un folleto, una valla publicitaria y, unos elementos tecnológicos **como un podcast, un streaming o una pantalla digital.**

Los canales con tecnologías de la información tienen dinámicas más cambiantes; cada vez su aprovechamiento y puesta de nuevos canales es mayor, al punto que para estar a la vanguardia de la interacción y comunicación se requiere usar nuevas plataformas y aplicaciones.

La acción principal de esta estrategia es **elaborar un inventario de canales presenciales, electrónicos, virtuales, de aplicaciones**, que relacione cada uno, especificando su objetivo, indistintamente que sea utilizado o no por la alcaldía, sin importar que sea conocido por el equipo de comunicaciones. Se trata de listar todos los canales disponibles, desde carteleras, correos electrónicos, mensajería instantánea, redes sociales, hasta las nuevas tendencias utilizadas en el ámbito de la comunicación.

Una vez organizados por grupos, de acuerdo a la modalidad del canal; es decir: físico, audiovisual, electrónico, digital, se deben identificar cuáles han sido implementados por la entidad y cuáles podrían ser priorizados para su implementación**, identificando, las acciones para ampliar la oferta de canales** y estar a la vanguardia de la comunicación.

Además del inventario de canales, se contemplan otros aspectos de usabilidad, prioridad, responsabilidades, podrían contribuir a una mejor planeación y administración de los canales de comunicación.



Una adecuada planeación implica una analítica integral del proceso y de las operaciones, y sobre los lineamientos que garanticen conseguir objetivos; asimismo; implica la provisión de instrumentos: formatos, procedimientos, minutas, regulaciones administrativas, entre otros.

Para agregar nuevos elementos, a consideración del equipo de comunicaciones, este pilar se concentra en unos aspectos mínimos esenciales que se desarrollan a través de las siguientes estrategias:

**ESTRATEGIA 9. FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS.**

Generalmente los integrantes de los equipos de comunicaciones tienen roles y competencias definidas, como periodistas, fotógrafos, camarógrafos, correctores de textos, funcionarios con conocimientos en sistemas, diseñadores gráficos, entre otras. El fortalecimiento de competencias no se refiere a las de las distintas profesiones, sino a las que deben ser conjuntas, como la relacionada como el conocimiento y apropiación de este plan estratégico, o sobre la caracterización de ciudadanos en torno a la producción de información y noticias, guías de lenguaje claro y comprensible, entre otros.

**La estrategia busca identificar cuáles son las necesidades de formación más urgente del equipo de prensa y comunicaciones**, y procurar visibilizarlas, promoviendo, junto con talento humano, los procesos de capacitación que resulten pertinentes.

**ESTRATEGIA 10. RECURSOS ADMINISTRATIVOS Y DOCUMENTALES.**

Cualquier proceso de planeación estratégica y calidad implica la estandarización de forma, modo, idea e instrumentos para establecer una misma hoja de ruta para todos los miembros del equipo.

Esta estrategia implica contar con los siguientes recursos administrativos relacionados con la gestión de las comunicaciones:

* Actualización del procedimiento interno para la generación de noticias.
* Elaboración y estandarización de formatos de recolección de información y de generación de noticias.

**ESTRATEGIA 11. ESTANDARIZACIÓN DE LENGUAJE CLARO Y COMPRENSIBLE.**

Buscamos mejorar las comunicaciones institucionales capitalizando las relaciones con la ciudadanía mediante contenidos claros, agradables, comprensibles. Eso lo logramos estandarizando la forma en cómo nos comunicamos a través de textos y piezas publicitarias y multimedia, a través de técnicas para su elaboración, procurando su redacción o concepción **de manera simple, clara, amable, confiable y organizada**, con una actitud comprensiva intrínseca, para informar y dialogar con los ciudadanos.

Proponemos contar, en el mediano plazo, con un manual de lenguaje claro institucional que exprese reglas claras y de protocolos para la generación de información clara y comprensible, que permita mejorar la relación con los ciudadanos, racionar el tiempo y los recursos.

De esta forma formulamos nuestro plan estratégico de Comunicaciones para que sirva de orientación y consulta a nuestros funcionarios, colaboradores y a la ciudadanía en general.