

PLAN DE COMUNICACIONES

-La RAZÓN DE TODOS-
2016-2019

Presentado por:
Oficina Asesora de Comunicaciones



Neiva
LA RAZÓN DE TODOS

– Gobierno Transparente –

1. FUNCIONES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES

Cubrimiento de eventos (acompañamiento periodístico en fotografía, video, logístico y de protocolo).

- Asesoría y ayuda permanente a todas las actividades a realizar dentro de la Administración.
- Elaboración de comunicados de prensa.
- Participación activa en eventos de interacción de la Administración y la comunidad.
- Diseño de piezas gráficas comunicativas.
- Organización de ruedas de prensa.
- Realización de guiones para videos institucionales.
- Grabación y edición de videos.
- Redacción de artículos para publicar en prensa regional y nacional.
- Redacción y actualización permanente de información en la página web y redes sociales.

OBJETIVOS GENERALES

- Cambiar la imagen que la sociedad tiene de la Administración.
- Generar credibilidad, confianza y transparencia entre la ciudadanía.
- Generar visibilidad de la Administración.
- Reducir distancias entre la Administración y la ciudadanía.
- Mejorar el proceso de comunicación y de atención a la ciudadanía.
- Ofrecer información de interés para la ciudadanía.
- Fomentar la participación ciudadana.

- Informar toda la gestión realizada.
- Motivar a la comunidad a hacer parte de comunidades virtuales, generar espacios, mecanismos y herramientas de interacción para los distintos actores sociales.
- Definir los grupos objetivo y los canales para llegar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Situar a la Administración frente a la ciudadanía, en un plazo perentorio, como una institución cercana a ella y transparente en sus actuaciones.
- Difundir a los medios de comunicación notas informativas con las principales actividades y actuaciones de la Administración, con un mínimo mensual fijado según la actividad.
- Publicitar y publicar información en la web, sobre todo avances en materia de proyectos y de inversión.
- Utilizar la Estrategia de Gobierno en Línea como una herramienta potenciadora de promoción e intercambio de información al interior de la entidad.
- Buscar que la comunidad a través de uso de las TIC, puedan interactuar con la entidad, lograr que todo trámite o servicio automatizado cumpla con el objetivo de impactar de manera positiva a la comunidad en general de forma rápida, fácil, segura y efectiva.

El Componente de Comunicación Pública se fundamenta en tres elementos.

- Comunicación Organizacional
- Comunicación Informativa
- Medios de Comunicación

Comunicación Organizacional (para los servidores)

Estará orientada a la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión del Alcalde y de cada uno de los secretarios de despacho, gerentes de entidades descentralizadas y directores.

Convocar a los servidores públicos en torno a una imagen de identidad corporativa que los convierta en ejecutores de lo público, todos con un mismo norte.

Comunicación Informativa (entidades)

Divulgar la información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia hacia los diferentes grupos de interés (Ministerios, Contraloría General de la Nación, Procuraduría etc).

La comunicación informativa debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción de la entidad con las partes interesadas y la

ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza.

Medios de Comunicación

Las herramientas de la comunicación utilizados por la Administración para garantizar la divulgación, circulación amplia, oportuna, veraz y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

A partir de la definición de políticas en materia de Comunicación Organizacional e Informativa, la Administración establecerá los mecanismos internos y externos para socializar la información generada, como boletines de prensa, ruedas de prensa, página web, redes sociales y a nivel interno correo electrónico, altavoz, carteleras, etc.

Se editará un boletín interno mensual para divulgar las acciones y recomendaciones a los funcionarios y personal de la administración.

Acciones para difundir

Es de vital importancia el diseño y contenido de toda comunicación a difundir, por eso se hace necesario desde el principio establecer puntualmente:

PLAN DE MEDIOS: Seleccionar medios para difundir el mensaje.

IMAGEN: De acuerdo a lo descrito en el manual de imagen corporativo, en coordinación de diseño gráfico de la oficina de prensa y comunicaciones.

Deben ser contenidos ajustados a la estrategia de comunicación acordada.

La imagen y el diseño (comunicación visual, logos), deben concentrarse en la forma que queremos representar o codificar el mensaje para que la ciudadanía se fije más en él y lo diferencie de otras informaciones. La estrategia de medios y la creativa deben integrarse.

CRONOGRAMA

Dentro del calendario para llevar a cabo las actividades establecidas en el plan de comunicaciones, se elabora el cronograma ordenando una programación en el tiempo, unas acciones con fecha establecida, cumpliendo con todas las actividades inherentes al proceso de comunicación, enmarcadas en la agenda de la Alcaldía y el entorno de la ciudadanía. Es importante cumplir con la programación de las actuaciones al menos en un periodo de tiempo razonable para que tenga su efectividad.

- Implementar foros que contemplen temas de interés general para todos los ciudadanos.

- Crear espacios en los que los ciudadanos y grupos de interés participen de manera activa en la construcción de políticas, planes o programas y en la toma de decisiones de la administración.
- Revisar constantemente los correos electrónicos habilitados mediante el canal de servicio de atención al ciudadano para responder las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias enviadas por los ciudadanos.

El Equipo

ACCIONES:

-La mayor parte del equipo periodístico y creativo trabajará en función de la página web.

En este sentido no se realizan boletines de prensa diarios, sino que se enviarán correos y mensajes whatsApp con los link de las notas para que sean leídas en la web de la Alcaldía.

Con esto se genera mayor tráfico en la página y se ayuda a que cada persona que ingrese conozca más sobre nuestro portal y por ende de la Administración.

Otras acciones

-Se elaborarán artículos de prensa para ser publicadas en los periódicos. Aportar a los diarios impresos y los portales web material periodístico, haciendo énfasis en las ediciones de fin de semana.

-Realizar periódicamente piezas gráficas (videos) de menos de un minuto para difundirlas en redes sociales. El trabajo deberá estar apoyado por cada una de las secretarias de despacho.

-Realizar convenios con medios de comunicación, radiales, escritos y de televisión, para adelantar campañas de carácter social y educativo (Responsabilidad Social) que no impliquen mayores recursos y que están debidamente articulados con las secretarias de despacho y el programa de gobierno La razón es la gente.

-Coordinar con cada secretaria y ente descentralizado visitas a medios de comunicación. Eso garantiza la divulgación permanente en medios de todas y cada una de las actividades de la Administración.

-Organizar por lo menos una visita a los barrios al mes. El objetivo es que la comunidad sienta cercano al Alcalde y los funcionarios.

-Articular una estrategia de comunicación con medios nacionales. Invitar a por lo menos cinco de ellos para que conozcan los proyectos bandera de la Administración. Con ellos se debe mantener un diálogo

fluido para se conviertan en voceros de lo que estamos haciendo ante el país. (Las fiestas del mes de junio son propicias para realizar este acercamiento.

- Realizar una medición interna sobre la relación que mantiene cada Secretario con los medios de comunicación, de esta forma podemos hacer los correctivos del caso o fortalecer lo que se está haciendo bien.

Primordial

El lema de la Administración es de uso obligatorio para todos. (Neiva la razón de todos - Gobierno Transparente). Esto debe hacer parte de todas las notas periodísticas, pero además de todos los discursos e intervenciones, tanto del Alcalde como de los secretarios, de los avisos, los videos, las campañas, etc.

Control y seguimiento

Se hace necesario medir el efecto de las actividades de comunicación llevando a cabo un seguimiento permanente del trabajo realizado. Para desarrollar esta labor es necesario definir una serie de indicadores de control sobre los cuales realizar medición periódica, con la finalidad de identificar acciones correctivas en caso de que sea necesario.

Indicadores

Se realizarán mediciones semanales para evaluar el trabajo de cada periodista y la efectividad de su trabajo. Un parámetro de medición es el número de visitas web de cada nota y la lecturabilidad generada al especial publicado por los medios (aporte).

Se medirá con los secretarios (cada mes) el trabajo de los periodistas, por medio de una encuesta privada.

Para lograr estos objetivos es necesario contar con periodistas comprometidos, laborando en forma exclusiva con la Administración.