

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES



MUNICIPIO DE GUACHENÉ VIGENCIA 2024

1. Introducción

Selecciona los medios y las acciones comunicativas utilizadas para abordar los ejes temáticos que hacen parte del modelo de comunicación pública, organizacional e informativa. Como herramienta de gestión, el plan contiene todos los instrumentos de planeación necesarios para el manejo administrativo, operativo y logístico de la comunicación en la entidad, por consiguiente, es un proceso de apoyo que hace parte de la planeación estratégica institucional, conocido y posicionado por todos sus miembros.

El Plan de comunicación suministra información de calidad, veraz, suficiente, necesaria y oportuna sobre los servicios o productos que ofrece la entidad y los logros o resultados de su actuación, tanto a la comunidad en general como a los servidores públicos vinculados a ella. Consolida los canales de comunicación de la entidad y visualiza la oportuna comunicación que debe reflejarse en la calidad del servicio, en la unidad institucional y en la eficiencia del trabajo que se refleja en la optimización de los medios de comunicación para fortalecer la misión institucional.

El PEC determina estrategias para el desarrollo de una comunicación efectiva, que se focaliza en los ejes temáticos de Información y Comunicación Externa y Sistemas de Información y Comunicación para entidades del Estado y materializa su ejecución a partir de acciones comunicativas desarrolladas por el Municipio de Guachené.

2. Objetivo General

Posicionar y destacar al Municipio de Guachené como una de los mejores a nivel departamental a través del plan estratégico de comunicaciones, entre actores políticos

3. Objetivos Específicos

- Asegurar que los temas de interés lleguen con efectividad al público interno del Municipio de Guachené para mejorar el clima organizacional.

- Comunicar los servicios de asistencia técnica de la administración municipal para el fortalecimiento de las capacidades de gestión de las entidades y organizaciones prestadoras de servicio público.
- Establecer las estrategias generales para la producción y difusión de la información interna y externa que se genera en el Municipio de Guachené de manera articulada.

4. Definiciones

- Campaña de comunicación: Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema específico, comprende etapas de estructuración de la estrategia de comunicación, definición de tácticas, construcción de mensajes, diseño de piezas y puesta en marcha del plan.
- Carteleras digitales: Conjunto de monitores o pantallas que se encuentran sincronizadas para mostrar contenidos, simulando una pantalla de tamaño gigante.
- Community manager: El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual (online community manager en inglés) es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales. Su función es ejecutar lo que los administradores o gestores de redes sociales planifican.
- Comunicado de prensa: Es una comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar información de interés periodístico.
- Comunicación efectiva: La información que se le brinde a los colaboradores internos, partes interesadas y grupos de valor, debe ser breve, clara, asertiva y empática. Para desarrollar una comunicación efectiva es necesario que el receptor del mensaje comprenda el significado y la intención de lo que se está comunicando
- Correo electrónico: Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir información. •
- Diagnóstico comunicacional: Fase del plan de comunicaciones que permite conocer las necesidades de información y comunicación de la ciudadanía, partes interesadas, grupos de interés y de valor, identificar sus fuentes y definir una estructura para su procesamiento y socialización.
- Documento electrónico de archivo: Es el registro de información generada, recibida, almacenada y comunicada por medios electrónicos, que permanece en estos medios durante su ciclo vital; es producida por una persona o entidad en razón de sus actividades y debe ser tratada conforme a los principios y procesos archivísticos.
- Estrategia de comunicación: Conjunto de decisiones y acciones relativas a la elección de los medios y articulación de los recursos con miras a lograr un objetivo, la estrategia se completa a través de los planes.
- Grupos de interés: Individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas. Comprende, entre otros, instancias o espacios de participación ciudadana formales o informales.

- Grupos de valor: Personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad.
- Mailing: Envío de información por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada.
- Manual de Identidad Visual: El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la entidad. En él, se definen las características que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.
- Medio de comunicación: Herramienta que permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. Ejemplos: reuniones, comités, visitas guiadas, talleres etc.
- Medio de información: Herramienta que permite comunicar sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, vídeos etc.
- Noticias: Relato informativo usado para divulgar acontecimientos o sucesos importantes para una comunidad. La noticia obedece a una estructura de acuerdo al medio de información que se use.
- Parte Interesada: Organización, persona o grupo que tiene un interés en el desempeño o éxito de una entidad.
- Parrilla de contenidos: Espacio dispuesto para planear y programar los contenidos que se publican en las redes sociales y radio.
- Pieza de comunicación: Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción fílmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje.
- Plan institucional de comunicaciones: Documento que contiene la descripción de las actividades y los medios de comunicación adecuados para divulgar la información, dependiendo del público objetivo.
- Portal institucional: Es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular.
- Pre-producción audiovisual: Es la idea del programa que se va a hacer de acuerdo al contenido que se quiere publicar.

5. Marco Legal

NORMATIVIDAD	PROMULGACIÓN
Artículo 209 de la Constitución Política	La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.
Ley 190 de 1995	Artículo 58. “Todo ciudadano tiene derecho a estar informado periódicamente acerca de las actividades que desarrollen las entidades públicas y privadas que cumplan funciones públicas o que administren recursos del Estado”.
Decreto 1537 de julio 26 de 2001 D.A.F.P	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 87 de 1993, establece que reviste de gran importancia continuar con la implementación de estrategias para el desarrollo transparente, eficiente, eficaz de las entidades y organismos, que consoliden la modernización del Estado.
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 y se dictan otras disposiciones. En los artículos 4° y del 24° al 26° contempla disposiciones frente al derecho fundamental el acceso a la información de carácter público, por parte de cualquier ciudadano, eliminando la posible negación de respuesta a la solicitud, especificando de igual forma tiempos de respuesta más cortos para la recepción de la respuesta a cualquier solicitud o petición, así como también, las características mínimas que debe contener la respuesta que se ofrecerá al ciudadano, con miras a satisfacer la necesidad y el cumplimiento del derecho. A su vez el Artículo 7° refiere la necesidad de que la información que se vaya generando dentro de los procesos administrativos de la institución, se encuentren disponibles y accesibles al público, a través de diversos medios, apoyándose de manera especial en aquellos proporcionados por la estrategia Gobierno en Línea (artículo 17°), diseñada por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para ofrecer a los ciudadanos espacios de participación, comunicación, consulta de información y realización de trámites haciendo uso de Internet.

6. Canales de comunicación disponibles

No	Canal	Comunicación interna	Comunicación externa
1	Portal web institucional	X	X
2	Redes sociales X: Facebook: Youtube: Instagram: Tik Tok	X	X
	Whatsapp		
3	Mailing	X	X
5	Emisora – podcast		x
6	Ruedas de prensa		X
7	Boletines informativos	X	X
8	Comunicados de prensa	X	X
9	Eventos institucionales	X	X
10	Piezas audiovisuales comunicativas	X	X
11	Cartelera digitales	X	
12	Intranet	X	
13	Wallpaper	X	
14	Material POP	X	X
15	Chat bot	x	x

7. ESTRATEGIAS

COMUNICACIÓN INTERNA

<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo 1: Establecer las estrategias generales para la producción y difusión de la información interna y externa que se genera en el Municipio de Guachené de manera articulada. 		
ESTRATEGIA	ACCIONES	ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incentivar el uso de los medios de comunicación internos por parte de los empleados de la administración municipal. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Utilizar medios de comunicación con periodicidad en los que se informe constantemente a los colaboradores de la administración municipal sobre las noticias que se presentan en cada dependencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Correos electrónicos institucionales. ❖ Realizar boletín semanal con las principales noticias de las dependencias. ❖ Realizar la planificación de actividades semanales por cada dependencia para la divulgación y promoción en las diferentes redes sociales y pagina web. ❖ Rediseñar la intranet del Municipio para generar contenidos adecuados que permitan al público en general tener la información de primera mano. ❖ Diseño de piezas publicitarias llamativas en cada una de las sedes de la administración (móviles, pendones, habladores, entre otros
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar encuentros informativos, motivacionales, de capacitación, entre otros, que permitan al empleado sentirse pieza fundamental dentro del proceso de la administración 		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Programación de charlas periódicas sobre temas de interés para los empleados. ❖ Campañas de activación BTL (estrategias para presentar actividades al público interno). ❖ Celebración de fechas especiales. ❖ Capacitación de comunicaciones para secretarios y jefes de Oficina, informar cómo y cuándo debe llegar la información. ❖ Diseño del 100% de los carnets institucionales para los contratistas de la Alcaldía. ❖ Diseñar dos Concursos de integración (Julio –Diciembre)

• **COMUNICACIÓN EXTERNA**

REDES SOCIALES

- **Objetivo:** Establecer las estrategias generales para la producción y difusión de la información interna y externa que se genera en el Municipio de Guachené de manera articulada.

ESTRATEGIA	ACCIONES	ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Presentar a la comunidad los avances que ha tenido el Municipio (obligaciones de Ley) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mencionar cómo vamos, qué hemos hecho y seguimiento a las diferentes actividades que se realizan (la Ley lo exige) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Plan de Desarrollo Municipal 2024 – 2027 ❖ Producciones audiovisuales cortas donde se presente cada uno de los ejes transversales (Se presentan en diferentes eventos junto con video institucional) ❖ Cuadernillo con infografía de lo que se ha realizado en los primeros 100 días. ❖ Rendición de cuentas

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recordación por parte de la Alcaldía Municipal a los ciudadanos y a los visitantes de los programas, proyectos y obras que se realizan 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar actividades de impacto que puedan ser transmitidas a la opinión pública para que tengan conocimiento de lo que se está haciendo en el Municipio Guachené. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Vallas de información ❖ Campañas BTL para informar sobre determinadas campañas (habladores, pendones, personal de apoyo, entre otras) ❖ Boletín impreso Trimestral
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Fortalecimiento de la imagen institucional. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Eventos y presentaciones en nombre de la Alcaldía donde se evidencie la participación de la Administración en diferentes actividades 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Cubrir el 100% de las actividades que requieran divulgación masiva que generen impacto en la ciudadanía (promoción de la marca de ciudad). ❖ Carnaval del agua y el sentir guacheneseo ❖ Galardón Mes de la mujer Guachenesa ❖ Día de las madres ❖ Afrocolombianidad ❖ Mes de la niñez ❖ Gala de la juventud ❖ Gala deportiva

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Campañas sectoriales 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Festival de verano ❖ Día de las madres ❖ Banquete de cumpleaños del municipio y rendición de cuentas ❖ Galardón Guacheneseño del año ❖ Entre otros
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Relaciones públicas 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Generar cercanía con los medios de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realización de desayunos de trabajo. ❖ Ruedas de prensa con temas de interés general, se debe entregar detalle en cada una de las mismas. ❖ Seguimiento a la información que publican los medios de comunicación.
<p>GOBIERNO ABIERTO</p> <p>Objetivo: Convertir al Municipio de Guachené en un ejemplo de transparencia a nivel departamental a través de planes innovadores de comunicación</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseñar instrumentos transformadores de comunicación permanente que divulguen los avances, logros y retos de la administración local. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Crear el informativo soluciones para la Gente 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Informativo (Micro noticiero) ❖ Boletín informativo ❖ Programa radial
	<p>Crear productos con contenidos pedagógicos que informe y forme a la comunidad sobre temas de cultura ciudadana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Producir reels de Cultura Ciudadana (Una vez al mes) ❖ Crear la estrategia #SabíasQue con priorización de temas a opinar

COMUNICACIÓN DIGITAL

Objetivo: Innovar en la comunicación digital del Municipio de Guachené con contenidos de impacto que evidencien la gestión de la entidad, posicionándola como referente para instituciones y actores políticos.

❖ Gestión de la administración municipal	❖ Crear estrategias de divulgación que den a conocer la gestión de la Alcaldía de Guachené (Una gestión Quincenal)	❖ Guachené Te Cuenta
--	--	----------------------

8. Medios de Comunicación

Análisis Estratégico

Cobertura Específica

Almeira Producciones – Jesús Sarria

Proclama del Cauca – Alfonso Luna

Cuarto Poder - Jonathan Angel

Abecé Noticias – Jorge Giraldo

Raíces estéreo 107.8

Raíces tv

Bitácora informativa – Harlan

Noti norte – RK producciones

Departamental y regional

Cauca

Meridiano Comunicaciones

El Nuevo Liberal

Qhubo

Radio 1040

Radio Super

Caracol Radio

Emisoras Comunitarias

Valle del Cauca

El País

Diario de Occidente

Tele pacifico Noticias

90 Minutos

Grupo Olímpica

9. Estrategia de seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones

El seguimiento al presente Plan requiere información que permita establecer el cumplimiento de sus objetivos, iniciativas y metas. Esa información puede obtenerse a través de los

indicadores de seguimiento y evaluación, como herramienta que evalúa la planeación y la gestión de comunicaciones.

El seguimiento se realizará de la siguiente manera:

- La revisión, seguimiento y definición de estrategias de cumplimiento del plan de comunicaciones estará a cargo del Equipo de Comunicaciones. La ejecución del plan se hará en coordinación con las diferentes dependencias y grupos de trabajo según las iniciativas definidas.
- El seguimiento y resultados del Plan Institucional de Comunicaciones quedará reportado en un informe trimestral entregado por el equipo de Comunicaciones a la Secretaría Administrativa y Financiera, quien evaluará trimestralmente el cumplimiento del plan, por medio de encuestas de satisfacción realizadas a sus grupos de interés y valor internos y externos.

10. Indicador

- Métricas de redes sociales (interacciones, alcance).
- Encuestas de percepción ciudadana.
- Evaluación trimestral de la cobertura mediática.
- Análisis de la participación ciudadana en eventos y encuestas en línea.
- Número de solicitudes de comunicación implementadas / Número de solicitudes de comunicación remitidas por las áreas
- Cantidad de aspectos implementados / Cantidad de aspectos programados en el Plan Institucional de Comunicaciones

* Las solicitudes de las áreas serán gestionadas vía correo electrónico

11. Meta

- Cumplir con el 100% de las solicitudes de comunicación de las áreas.
- El indicador se mide de forma anual dado que la estrategia apunta a un objetivo que es alcanzado a través de los aspectos a comunicar definidos en el presente PEC.