

PLAN DE COMUNICACIONES VIGENCIA 2023



**Corporación para el Desarrollo Sostenible
del Norte y el Oriente *Amazónico***

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO	4
ALCANCE	4
PRESENTACIÓN	5
JUSTIFICACIÓN	6
INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN	7
PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	8
Modelos de Interacción	8
Aceptación y Adaptación	8
Responsabilidad Ambiental Institucional	8
Medios de comunicación	8
Alternativos.....	8
MARCO CONCEPTUAL	9
Autoridad Ambiental.....	9
Experiencias para el Desarrollo Sostenible.....	9
Educación Ambiental	9
Centralizar la Información	9
VALORES CORPORATIVOS	11
CARACTERIZACIONES.....	12
CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	13
PROCESO DE COMUNICACIÓN POR REDES.....	14
TIPOS DE COMUNICACIÓN	15
FLUJOS DE COMUNICACIÓN.....	15
ESTILOS DE COMUNICACIÓN	16
PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	17
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	17
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.....	18
RECOMENDACIONES	19
DEFINICIONES.....	20
ANEXO 1	21

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicaciones 2023 es el punto de partida para fortalecer las estrategias comunicativas que se elaboren durante el año 2023 en las diferentes áreas y programas de la Corporación CDA.

Esta herramienta esquematiza el enfoque de intervención teniendo en cuenta la proyección institucional contemplada en el Plan de Acción 2020-2023 "Por Una Amazonía Sostenible Para Todos" brindando pautas y lineamientos que permitirán unificar y encaminar la elaboración de mensajes, diseños y contenidos particulares, para hacer cohesión con los objetivos misionales, organizacionales e institucionales, generando además, modelos de interacción de manera eficaz, dinámica e innovadora con el fin de proyectar una comunicación interna y externa asertiva.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

"Por una Amazonía Sostenible para Todos"



CO18/8511

OBJETIVO

Consolidar procesos, procedimientos y acciones enmarcadas en estrategias comunicativas desde programas, proyectos y actividades institucionales con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa de la Corporación CDA en busca del posicionamiento de la Corporación, sus políticas y las acciones que desarrolla para la conservación y el desarrollo sostenible del Norte y Oriente Amazónico.

ALCANCE

Proyecta y brinda pautas y lineamientos para la producción de mensajes y productos comunicativos de la entidad. Se nutre y articula mediante el conocimiento por parte de los funcionarios y contratistas de la entidad, ejecución, seguimiento y evaluación de las estrategias y material didáctico que desarrolla la entidad.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicaciones CDA 2023, se establece con el objetivo de continuar el fortalecimiento al proceso de Gestión de Comunicación, Información y participación, y la articulación con mayor alcance de la dirección estrategia frente a los retos de la comunicación institucional interna y externa donde los medios de comunicación y las redes sociales son un aliado estratégico de la Corporación CDA.

En desarrollo de los avances en el proceso de Gestión de Comunicación, Información y Participación, se consolida de manera clara los instrumentos de planeación, ejecución y verificación de las acciones proyectadas para el presenta período, promoviendo la centralización de la información, productos y actividades para orientar la diversidad de contenidos y espacios de participación.

Las metas programadas tendrán un alcance importante debido a la participación directa de la dirección estratégica en los procesos de la comunicación institucional, ya que permitirán el fortalecimiento de las acciones y el cumplimiento de las políticas y estrategias. De igual manera el presente documento es una propuesta para lograr desarrollar un plan de comunicaciones que lleve a articular el desarrollo y coordinación de las diferentes estrategias de comunicación, información sobre proyectos y programas de la Jurisdicción CDA, en el marco de la comunicación como eje transversal para la interacción y participación ciudadana. Fundamentado en el componente de comunicación pública del Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000-2005 y del Sistema de Gestión de Calidad Norma ISO 9001:2015.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

JUSTIFICACIÓN

Con el propósito de generar dinamismo en el concepto de vida, conservación y autoridad institucional, se enfoca las acciones comunicativas para dar visibilidad al trabajo interinstitucional mediante productos interactivos y estratégicos, que involucre la visión ambiental y sus necesidades frente a los objetivos misionales de las instituciones participantes como las del territorio que las representa.

Generar conocimiento y participación en la población mediante la información, formación y la generación de productos educativos es indispensable para la interpretación de la dinámica ambiental del territorio por parte de los ciudadanos.

En una mirada general se identifica los proyectos con mayor alcance en la jurisdicción CDA, con el fin de posicionar su objetivo y dar a conocer la influencia tanto de la intervención institucional como de la necesidad de participación ciudadana en el proceso de conservación y reconocimiento de los procedimientos legales para el aprovechamiento de los recursos naturales.

Con el fin de proyectar estas acciones la Corporación CDA actúa de manera estratégica con el apoyo de las emisoras regionales y comunitarias, fortaleciendo conceptos de institucionalidad, normatividad, procesos ciudadanos, y de educación ambiental y tiene un componente para este año de comunicación externa haciendo gestión con medios nacionales para dar a conocer las acciones que desarrolla la Corporación a nivel local que trae beneficios a todo el país mediante la conservación de la Amazonía Colombiana,

Una de las principales acciones es El desarrollo de Estrategia de Educación Ambiental dirigidos para el fortalecimiento de la participación ciudadana involucra acciones para dinamizar la opinión pública. De acuerdo con el desarrollo y ejecución de ellas, las líneas bases para la intervención, son centradas en la necesidad de evidenciar las intervenciones educativas y ciudadanas en espacios públicos y con la vinculación de las entidades públicas, empresas privadas, lo cuales se sensibilizan y ejecutan acciones transversales en el contexto ambiental, salud pública e iniciativas de desarrollo sostenible.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN

En razón a los esquemas de planificación de la entidad (Plan de Acción 2020-2023 “Por Una Amazonía Sostenible Para Todos”, el Plan de Comunicaciones direcciona sus acciones en el marco del enfoque “Crecimiento Verde” como motor de desarrollo social y económico para la región, orientando la información con un sentido humano, sencillo y dinámico, para lo cual exalta historias de vida, y ejemplos de responsabilidad social de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo sostenible de los recursos naturales.

Se estima necesario unificar criterios y organizar los parámetros en la unidad corporativa con el ánimo de fortalecer y proyectar de manera asertiva las intervenciones de la entidad en los diferentes medios de comunicación. De igual manera evaluar el crecimiento, y desarrollo del modelo interactivo que adapta la entidad para rescatar los resultados positivos y generar cambios de participación teniendo en cuenta la demanda y la necesidad de cada región. Este Plan tiene alcance a todos los colaboradores de la entidad, bien sea contratistas o funcionarios, y a través del mismo, cuentan con las líneas a seguir en materia de divulgación, promoción y buen uso de la imagen de la entidad.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Modelos de Interacción

La interpretación y los medios de participación de las personas han cambiado con la transnacionalización de la información y los mecanismos de comunicación en el país, lo que conlleva a la implementación de nuevas técnicas de lenguaje y estructuras que respondan a esta dinámica social. Las regiones que hacen parte de la jurisdicción han incorporado la tecnología en este proceso generando espacios de interacción importantes para el diálogo, la transformación y la adaptación.

Aceptación y Adaptación

Mediante este enfoque se esquematiza el reconocimiento del valor, el concepto humano y sensible del componente ambiental siendo este el recurso para la apropiación de conductas que integren la restauración, conservación, la educación ambiental y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Es entonces este recurso el que caracterizará el mensaje el cual involucrará los actores con historias de vida y ejemplos de liderazgo, iniciativas productivas amigables con el medio ambiente y la responsabilidad ambiental como parte del desarrollo y el crecimiento verde del territorio siendo los medios de comunicación uno de los principales aliados para proyectar y masificar los mensajes.

Responsabilidad Ambiental Institucional

En el ejercicio de la autoridad ambiental se generan acciones tanto de control como de desarrollo humano sostenible importante para dar a conocer los avances y la implementación de estrategias, y ejecución de proyectos establecidos en la estructura estratégica del plan de acción de la entidad. En este ejercicio el seguimiento tanto para la información como para la comunicación efectiva se dispone de estructuras ordenadas, mecanismos sistematizados, y procedimientos claros y de conocimiento de los funcionarios, y personal de la entidad.

Medios de comunicación

Alternativos

Es una fuente de información independiente pero que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

Comerciales

Mediante una fuerte gestión comunicativa se pueden convertir en aliados para la masificación de los mensajes que como institución se generan tanto a nivel local, regional y nacional.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

MARCO CONCEPTUAL

En un marco conceptual para una comunicación asertiva y eficaz, que genere aceptación y adaptación de conductas amigables con el sector ambiental y que tengan una estrecha relación con el modelo de interacción actual, teniendo en cuenta los objetivos definidos en el Plan de Acción 2020 – 2023 "Por Una Amazonía Sostenible Para Todos".

Autoridad Ambiental

La CDA en su jurisdicción, desarrolla un ejercicio de construcción colectiva donde se dispone de la actuación de los actores locales y comunitarios quienes asociativamente establecen relaciones propias con el sector. Desde el punto de vista ambiental, son estas conductas positivas o negativas las que intervienen en el proceso de participación de la entidad, la cual ejercerá un control o promocionará el desarrollo sostenible de la zona teniendo en cuenta el enfoque de conservación y ordenamiento ambiental del territorio, como del control de los recursos naturales. En este sentido realizar el seguimiento a proyectos para dar a conocer los avances son importantes en la producción de información.

Experiencias para el Desarrollo Sostenible

Reconoce el valor de los recursos naturales y los servicios ecosistémicos que presta a través de las personas que intervienen en el proceso de conservación y preservación colectiva del sector. Tener en cuenta el sentido humano permite que la población se identifique con el personaje principal, lo cual promueve el sentido de compromiso ambiental y genera recursos de comprensión diferentes para motivar la aceptación y adaptación del desarrollo humano sostenible de la región.

Educación Ambiental

Mediante este enfoque la educación ambiental direcciona la generación de conocimiento sobre las riquezas y potencialidades de los recursos naturales, como también los instrumentos de participación ciudadana, planificación del territorio, y control de los recursos naturales. Estos elementos proporcionan el enfoque de conocimiento para establecer significados propios de la gestión ambiental y la formación de la ciudadana mediante la información, capacitación y participación.

Centralizar la Información

De acuerdo con los objetivos funcionales de la entidad esta debe estar encaminada a centralizar la información, con el fin de dar cumplimiento a las medidas de calidad que garantizan un mejor servicio y atención a los usuarios y población objeto de la jurisdicción. Logrando de esta manera, encausar en las actividades laborales de la planta laboral el proceso transversal de la comunicación institucional, la transparencia y el cumplimiento de las estrategias nacionales. Por tal fin, el proceso de direccionamiento estratégico y basado en los procedimientos de comunicación institucional y eventos de participación ciudadana, debe desarrollar o armonizar los objetivos de la entidad. Teniendo en cuenta los lineamientos, y políticas de la información, el mensaje e información institucional, el cual formará e informará al público de manera coherente y eficiente.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

"Por una Amazonía Sostenible para Todos"

Su función está dada a conocer los públicos, a transmitir información, hacer uso de las nuevas tecnologías, e implementar estrategias para dinamizar las acciones y propósitos de la entidad.

Para el éxito de la comunicación es necesario desarrollar procesos y procedimientos que garanticen la eficacia, eficiencia y efectividad de los canales, los mensajes y todo lo concerniente a la comunicación interna y externa. Igualmente, se debe propender por la construcción de escenarios de confianza entre los diferentes actores, donde la comunicación juegue un papel importante como “potencializador” del mejoramiento institucional.

Así las cosas, y con el objetivo de enmarcar los lineamientos aquí descritos, es importante mencionar otras definiciones de comunicación a nivel organizacional, entre otras particularidades.

“Es el conjunto de técnicas y actividades que llevan a la realización dinámica y efectiva en los flujos de mensajes que se producen al interior de una organización, que conllevan varios propósitos inmersos, por ejemplo: influir en las opiniones, intervenir en las aptitudes y actitudes de los destinatarios, ser capaz de modificar conductas de los públicos, mediar en los procesos internos y externos de la organización, inclinar la balanza a favor de los intereses institucionales cuando fuere necesario y dar cumplimiento efectivo, rápido y sostenido a los objetivos misionales del establecimiento”.¹

“Se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan en una organización, o entre la organización y su medio o, también, para influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos de la organización. Todo ello, con el fin de que ésta (sic) cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir de una investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidades en materia de comunicación”²

“La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta (sic), con los de su personal y con la sociedad (...) Asimismo, es un medio que, en conjunto, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar los retos y necesidades de nuestra sociedad”³

“La comunicación más que un intercambio de información es una compleja red de sistemas y profundas teorías que, relacionadas con otras ciencias como la Sociología, el Derecho y la Electrónica, impulsan el desarrollo de la humanidad”⁴

Como se puede observar, las anteriores definiciones coinciden en que la comunicación organizacional interna juega un papel fundamental en las instituciones y empresas modernas, por cuanto facilita el flujo de mensajes en la organización y de esta con su entorno, lo que se traduce en públicos mejor informados sobre las actividades y servicios de la institución, que se refleja en cumplimiento rápido, sostenido y eficiente de los objetivos institucionales. También concuerdan en que una comunicación acertada estimula el cambio de opiniones, conductas, actitudes y aptitudes en los servidores de la entidad.

¹ Comunicación Organizacional en la UNAD, 2009 Bogotá (Colombia), Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, página 2, www.calidad.unad.edu.co/documentos/sg/mec/comunicacionorganizacional.pdf

² Mi Espacio, 2009, Carlos Fernández Collado, página 1, www.infosol.com.mx/investigacion/comunicacion_organizacional_b.html, México

³ TuRevista Digi.U@T, 2009, Dirección General de Posgrado e Investigación-Comunicación Organizacional, Selesté Martínez Posadas, Universidad Autónoma de Tamaulipas (México), página 1, www.turevista.uat.edu.mx/volumen%203%20numero%204/comunicacion%20organizacional.html

⁴ Comunicación Organizacional, Carlos Ramos M, capítulo 3, www.dspaceups.edu.ec/123456789/538/5/capitulo3.pdf

En estos escenarios, la Alta Dirección juega un papel preponderante para garantizar la dinamización de la comunicación y su efectividad, asumiendo comportamientos comunicacionales proactivos frente a las y los servidores, reflejando así el compromiso con su entidad.

VALORES CORPORATIVOS

Es importante e indispensable trabajar en equipo, bajo un esquema de valores corporativos, un modelo de comunicación que correlacione las estrategias y direccionen el reconocimiento y éxito de la entidad.

- **Trabajo en Equipo:** Se deberá generar acciones de planificación, seguimiento, control y evaluación con las tres seccionales de manera que centralice la intervención y el desarrollo de estrategias de comunicación.
- **Creatividad:** Se busca despertar la creatividad en los autores de producción de información institucional dándoles a conocer los parámetros de intervención para la promoción de la información en los diferentes medios de comunicación.
- **Cohesión:** Tanto el proceso de comunicación, información y participación ciudadana deben responder a los protocolos, y parámetros de comunicación de la entidad como los enfoques de la información con los objetivos misionales de la entidad. La cohesión integra el ejercicio de transformación e involucra a toda la planta laboral.
- **Comunicación interna:** Este canal de información es importante y será el mecanismo para fortalecer el trabajo institucional, lo que permitirá dar a conocer resultados de participación frente a las metas y mecanismos de comunicación de la entidad.
- **Comunicación externa:** Este canal de información es fundamental para dar a conocer a la población particular y general las acciones que se vienen desarrollando como Corporación Ambiental llevándola a escalar en su posicionamiento y el de sus mensajes.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

CARACTERIZACIONES

Esta herramienta permite conocer al detalle las características, frecuencias, gustos, responsables y todos los aspectos relativos a los medios, los flujos, los mensajes y los públicos. Su importancia radica en que en la medida que se tenga una información más minuciosa y cualitativa, mayores son las posibilidades de éxito de los mensajes, campañas y demás acciones comunicacionales.

Un criterio que se puede establecer al momento de estructurar las herramientas con las cuales se realizarán las caracterizaciones consiste en buscar las respuestas a: qué, dónde, cuándo, cómo, quiénes, cuánto, entre otros

interrogantes. Así mismo, se deberán analizar todos aquellos aspectos que se quieren confirmar o negar, y tener en cuenta la clasificación siguiente.

Clasificación de los medios o canales de comunicación

- **Visuales:** Pendones, pancartas, pasacalles, revistas, periódicos, boletines, displays, plegables, murales, carteles, afiches, memorandos, oficios, cartas, informes, manuales, actas, cartillas, circulares, comunicados, carteleros, carteles, separadores de hojas, separatas, vallas, tableros, avisos, intranet, carteleros electrónicos, correos electrónicos.
- **Auditivos:** Radio, conversaciones telefónicas, mensajes en formato MP3-MP4, etc.
- **Audiovisuales:** Pantallas de circuito cerrado de TV, transmisiones satelitales, videos, videoconferencias, chats, presentaciones (Power Point, Flash), multimedia, DVD, entrevistas personales, reuniones, encuentros de trabajo, seminarios, talleres, conferencias, exposiciones, visitas o recorridos a la empresa, desayunos, almuerzos y comidas de trabajo y demás eventos sociales, foros, encuentros, ferias, simposios, juntas, conversatorios.
- **Otros:** Merchandising (vasos, esferos, gorras, morrales, etc.).

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Con el fin de integrar las acciones, actividades y eventos que fortalecen la identidad corporativa se relaciona los medios internos de comunicación con los que cuenta la entidad para entrar a considerar la participación en los respectivos canales internos de comunicación;

- **Comunicación interna:** Es un proceso que se lleva dentro de la entidad y consiste en la transmisión de mensajes por parte de una persona (emisor) a una o varias personas (receptores) con el fin de generar reacciones favorables a la organización y su recurso humano.
- **Mail Institucional:** Sistema de mensajes institucionales usado regularmente para comunicar documentos y elementos propios del desarrollo de la gestión administrativa.
- **Chat Interno:** Responde a la política de cero papel y conciencia ambiental. Es un instrumento para informar, integrar y fortalecer la participación institucional.
- **Carteleras:** Medio sencillo y práctico de visibilizar las actividades de la entidad, permite integrar y fortalecer la identidad corporativa de la planta laboral.
- **Televisión Interna: (Si la entidad cuenta con este medio)** Es un canal poco utilizado, pero es efectivo y está al alcance de la entidad. Sirve para optimizar el mensaje reconociendo el desarrollo de actividades por parte de las seccionales.
- **Sistemas Electrónicos:** Aunque se proyecte a público externo, son instrumentos que involucra y enseña a la planta laboral el desarrollo de las acciones y objetivos institucionales. Entre estos: sitio Web, Facebook, YouTube y Twitter.

Los mensajes emitidos deben ser concisos, claros, sencillos, breves, directos, gramaticalmente correctos, íntegros y con originalidad, con atributos que impulsen el cambio de actitudes y de percepciones de los servidores frente a la organización: confiables, amigables, oportunos, útiles, suficientes.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

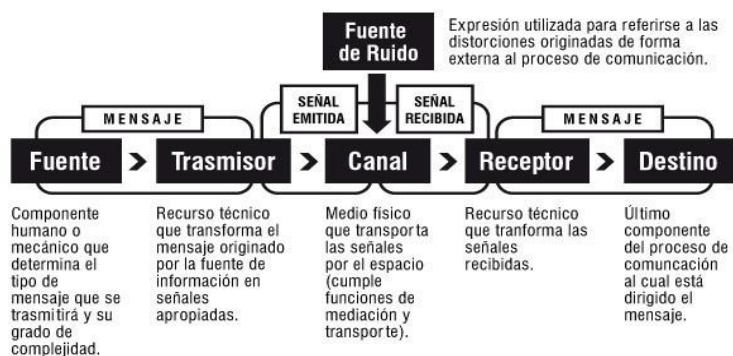


CO18/8511

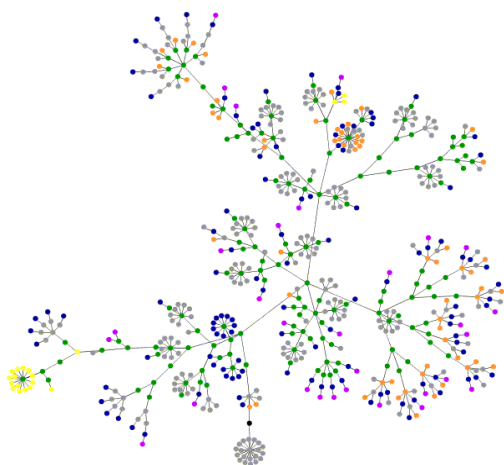
PROCESO DE COMUNICACIÓN POR REDES

La estructura de comunicaciones de la entidad garantizará la cobertura, equidad e igualdad de oportunidades para la participación en el proceso comunicativo. Este diseño permite que la organización cuente con una adecuada cobertura y una promoción de los diálogos entre dependencias y/o entidades, para que el proceso comunicativo esté al alcance de todos los servidores. No sólo asegura la democratización, el acceso y la ampliación de cobertura de la información, sino que además facilita el control, pues involucra con responsabilidades directos a todos y cada uno de los servidores y servidoras de la organización. Adicionalmente, el mensaje debe tener unos objetivos específicos y transmitirse a través de unos canales establecidos. En este caso, se espera generar reacciones favorables al interior de la institución y sus públicos.

Modelo básico de comunicación tradicional



Modelo de comunicación por redes



AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

Si bien es cierto que la comunicación es una sola, dependiendo del público al cual va dirigida se divide, según las definiciones universalmente aceptadas, en **organizacional y corporativa**.

- **Corporativa:** es aquella que la organización procesa y la proyecta al entorno exterior; es decir, hacia el público externo. En el caso de la Corporación CDA, hacia el ciudadano y los medios masivos de comunicación.
- **Interna:** hace referencia, única y exclusivamente, a aquella que proviene del entorno inmediato y que se procesa y gestiona en su interior; es decir, que va dirigida a los servidores y/o áreas de la organización.
- De otra parte, y de acuerdo a los objetivos estratégicos de comunicación, su oportunidad y utilidad, la comunicación puede clasificarse, según las definiciones universalmente aceptadas, dentro de los siguientes criterios:
- **Ordinaria:** la que se genera en las dependencias y que puede ser del conocimiento de todos los servidores y de la sociedad en general.
- **Reservada:** que solo debe ser del conocimiento de los servidores de la dependencia que la genera.
- **Confidencial:** cuya divulgación, aun cuando no ponga en peligro la seguridad distrital, es perjudicial para la jurisdicción o a algunas de sus dependencias.
- **Secreta:** cuya revelación puede poner en peligro la seguridad de la jurisdicción, dependencias, entidades y organismos públicos y/o privados, o la comisión de una misión de gran importancia.

FLUJOS DE COMUNICACIÓN

Como resultado de la dinámica de estos escenarios, se formalizan los siguientes flujos de comunicación:

- **Vertical descendente:** es la que fluye desde los rangos superiores de la empresa (directivos y jefes) hacia los servidores, con el fin de transmitir objetivos, actividades o funciones. Entre los medios más utilizados para este tipo de comunicación están: circulares, memorandos, oficios, resoluciones, manual del funcionario y/o inducción, boletines informativos, folletos, correos electrónicos, periódico interno, reuniones de trabajo y/o informativas, entrevista individual, cartelera, intranet, seminarios y/o talleres, retiros o paseos.
- **Vertical ascendente:** es la que se genera desde los rangos inferiores hacia los rangos superiores (de servidores a directivos), con una finalidad fundamental: la retroalimentación. Entre los canales más utilizados para este tipo de flujo comunicacional están: encuestas, entrevistas, programas de sugerencias y/o lluvia de ideas, sección dentro del periódico interno, correo electrónico, buzón de sugerencias, sección en Intranet, reuniones de grupo y/o trabajo, círculos de calidad, redes sociales.
- **Horizontal o lateral:** es la que fluye entre funcionarios del mismo nivel (entre los servidores o entre los mismos directivos), con el fin de encontrar soluciones a problemas o conflictos, mediante equipos multidisciplinarios, lo que genere confianza y amistad. Entre los medios más usados para este tipo de

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

- comunicación, se cuentan: reuniones de trabajo entre servidores de diferentes áreas, informes, comunicaciones entre dependencias, redes sociales.

La identificación y fortalecimiento de estos flujos permiten la consolidación de una comunicación organizacional asertiva, como herramienta gerencial.

ESTILOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación, de acuerdo con el emisor, se clasifica por su estilo: pasivo o inhibido, agresivo y asertivo. Cada persona tiene un estilo o forma de comunicarse, de acuerdo a su carácter y comportamiento. Consciente o inconscientemente, cuando las personas se comunican lo hacen a partir del manejo de los diferentes elementos que componen la comunicación. De acuerdo al uso que se les dé a dichos componentes, es que se determina el estilo de comunicación. En resumen, todos los seres humanos tienen un estilo de comunicación que marca la manera de relacionarse con los demás.

- **Agresivo:** las personas con este estilo se caracterizan porque se preocupan únicamente por defender sus derechos u opiniones y lo hacen a cualquier precio, aun a costa del respeto hacia los demás, lo que conlleva agresión, desprecio y dominio hacia los demás. Se consideran la única persona importante y con opinión en cualquier contexto personal o profesional, y los tiene sin cuidado la opinión e intereses de los demás. Tienen por costumbre no asumir su responsabilidad por la forma de relacionarse con las otras personas. Las relaciones sociales habitualmente les disgustan. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen alto de voz y tono monótono; diálogo fluido, rápido y con escasa claridad; toma de la palabra durante un tiempo excesivo, sin pausas ni silencios; tiempo muy rápido de respuesta al estímulo.
- **Pasivo o inhibido:** la persona con este estilo de comunicación, se preocupa por satisfacer a los demás y no es capaz de enfrentarse a alguien en cualquier aspecto. Son personas que no defienden sus puntos de vista ni sus propios derechos. Este estilo de comunicación es propio de las personas que se olvidan de sí mismas e incapaces de decir NO. Le tienen miedo a la posibilidad de ofender a los demás y a ser rechazado. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen de voz bajo y tono monótono; poca fluidez verbal y claridad; diálogo entrecortado; tiempo de habla escaso, con largas pausas y silencios abundantes.
- **Asertivo:** Las personas con un estilo de comunicación conocen sus características y las utilizan conscientemente. Son capaces de expresar sus sentimientos, ideas y opiniones, respetando los derechos de los demás y haciendo respetar los propios. En este estilo, las personas son capaces de comunicarse siempre y de la mejor manera. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen adecuado (conversacional), entonación variada y agradable; adecuada fluidez verbal; ritmo normal; claridad; tiempo proporcional al del resto de participantes; pausas y silencios adecuados.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Para el desarrollo de los aspectos relacionados con la comunicación, se seguirá la metodología del Ciclo PHVA contemplado en el SIGI, a efectos del mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos que desarrolle la entidad para atender las necesidades de los diferentes públicos.

La metodología del Ciclo PHVA incluye las siguientes fases:

- **Planear:** Establecer objetivos, estrategias, procesos y procedimientos para conseguir unos resultados, de acuerdo con las políticas y objetivos de la entidad y las necesidades de los públicos.
- **Hacer:** Implementar procesos, procedimientos, actividades.
- **Verificar:** Realizar el seguimiento a los procesos y productos y su verificación frente a las políticas y objetivos. Es conveniente aplicarlo de manera especial en el proceso de Medición del Plan de Comunicaciones.
- **Actuar:** Realización de ajustes y mejoras.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación son herramientas de carácter transversal y dinamizan el proceso de comunicación de la entidad en relación a la interacción con la población de la jurisdicción. Estas están diseñadas a partir de la planificación de los planes o proyectos que cada área o líder de proceso traza en la ejecución de las acciones para la administración de los recursos naturales y el desarrollo sostenible del territorio.

No obstante, los procedimientos de Comunicación Institucional y Evento de Participación Ciudadana, son instrumento que nos ayudan a centralizar y canalizar la información a través de los diferentes medios de interacción de la entidad, cumple la función de salvaguardar la calidad, efectividad e idoneidad de los contenidos tanto informativos como comunicación general. Por lo tanto, debe apoyar el cubrimiento, seguimiento y publicación de los contenidos, generar dinámica en los objetivos de las estrategias, y apoyar en la organización de la información documental que se genere a través de los productos.

Es así que se puede hablar de dos formas para trazar las estrategias de comunicación de la entidad, estas serán las planificadas a través de los proyectos a los cuales se les asigna presupuesto para su desarrollo, y las estrategias de comunicación orientadas estratégicamente por gestión las cuales se crean con el apoyo del personal contratado para el área de comunicación. Dichas estrategias obedecen a la necesidad de divulgar los avances y gestión de la entidad de manera integral mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

Cómo crear una estrategia de comunicación



COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La comunicación estratégica está dada a la gestión de información del orden estratégico teniendo en cuenta los avances en la gestión de la dirección general, el desarrollo de los proyectos, convenios, articulación interinstitucional y la participación comunitaria, elementos que proyectan el ejercicio como autoridad ambiental. Razón por la cual; la comunicación institucional procura generar mayor dinámica en la información para que ésta no sea estática, sino que se proyecte a través de la imagen corporativa, la construcción de modelos de interacción y diseños, los cuales abarcan espacios importantes que dan la oportunidad de construir opinión y participación social.

Es así que se ha generado los siguientes objetivos:

- **Objetivo 1:** Gestionar el mejoramiento de la imagen de la Corporación CDA

Estrategia 1. Mejorar los canales de comunicación para brindar mayor información a los grupos de valor.

Estrategia 2. Divulgar la gestión de la Corporación CDA.

Estrategia 3. Mejorar la atención oportuna al ciudadano a través Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias PQRS.

- **Objetivo 2:** Fortalecer el ejercicio de la autoridad ambiental en la jurisdicción de la Corporación CDA

Estrategia 1. Promover el reconocimiento de la CDA como autoridad ambiental en los procesos y procedimientos ambientales competencia de la corporación.

- **Objetivo 3:** Fortalecer los procesos de educación ambiental y participación ciudadana.

Estrategia 2. Apoyar la ejecución proyectos para la divulgación y comunicación de información que garantice la participación ciudadana.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

RECOMENDACIONES

- El Plan de Comunicaciones de la entidad, busca la coordinación y dirección por parte del responsable de comunicación, articulado y apoyado por las seccionales en la elaboración y producción de información.
- Las estrategias ya planificadas a través de los diferentes proyectos se realizarán seguimiento para el cubrimiento y recepción de la información.
- Las acciones estratégicas lideradas y realizadas por el área de comunicaciones estarán direccionadas a generar mayor participación interactiva de manera sincrónica y anacrónica, estableciendo modelos de interacción más dinámicos y novedosos a través de la implementación de recursos técnicos y las nuevas tecnologías de la información.
- Articular las tres seccionales en la función de divulgar los avances en la gestión ambiental, las articulaciones interinstitucionales, campañas ambientales y de control local, y las actividades y productos establecidos en los diferentes proyectos.
- Para garantizar el éxito en la comunicación institucional debemos tener en cuenta:
 - Que la comunicación se adapte al contexto cultural, económico, político y tecnológico del territorio.
 - Que esté orientada al conocimiento de las necesidades y características de todos los diferentes públicos de la organización.
 - Que estimule la satisfacción en el trabajo, el mejoramiento de las relaciones interpersonales y el respeto.
 - Que facilite el acercamiento entre directivos y servidores.
 - Que permita la retroalimentación de parte de los servidores.
 - Que motive la participación del mayor número posible de servidores.
 - Que transmita y fortalezca la cultura organizacional.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

DEFINICIONES

- **Gestión Ambiental:** Desarrollo de actividades y planes que fortalecen la administración y control ambiental.
- **Comunicación Interna:** Mecanismos de interacción y participación del personal que trabajan en la entidad.
- **Unidad Corporativa:** Unifica criterios que establecen un mismo lenguaje institucional.
- **Interacción:** Característica intrínseca de la comunicación cuando ésta responde al interés propio los públicos.
- **Proyección Institucional:** Busca el reconocimiento de la imagen institucional de la entidad logrando visibilizar las acciones a fin de optimizar los objetivos programados y sus alcances planeados.
- **Participación Ciudadana:** Hace referencia a las acciones que impulsa el desarrollo social y la democracia participativa mediante diferentes mecanismos para que la población tenga acceso a las decisiones del [gobierno](#) de manera independiente sin necesidad de formar parte de la [administración pública](#).
- **Estrategia de Gobierno en Línea:** Estrategia del Gobierno Nacional que busca potenciar los cambios que se han presentado en la forma de operar las naciones, aprovechando los avances de la tecnología para garantizar una mejor comunicación e interacción con la ciudadanía, que permita además la prestación de más y mejores servicios por parte del Estado.
- **Piezas comunicativas:** Es el medio por el cual se emite un mensaje a al público objetivo, diseñadas teniendo en cuenta cada necesidad. Estas piezas de comunicación pueden implementarse en los distintos medios de comunicación buscando a través de su composición lograr una comunicación eficaz.
- **Promoción:** “Uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información”.

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

ANEXO 1

PLAN DE TRABAJO _ PROYECTOS DE LA JURISDICCIÓN CDA – 2023

Estas actividades son extraídas de cada proyecto de acuerdo a vigencia y la evidencia de su ejecución se reflejan en los Informes de Gestión, seguimientos realizado cuatrimestralmente al Subcomponente 3.1. Rendición de Cuentas del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano <https://cda.gov.co/es/resultados-de-participacion-ciudadana>.

PROYECTOS	OBJETIVO GENERAL	ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN	INDICADOR DE GESTIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	META
3206214.- Fortalecimiento de las capacidades técnicas y operativas de la corporación CDA para la prevención y control de incendios forestales durante el primer trimestre del año (época seca), en los departamentos de Guainía, Guaviare y Vaupés, vigencia 2023.	Fortalecer las capacidades técnicas y operativas de la corporación CDA para la prevención y control de incendios forestales durante el primer trimestre del año (época seca), en los departamentos de Guainía, Guaviare y Vaupés.	Desarrollo de talleres de capacitación en incendios forestales, cambio climático, gestión del riesgo y deforestación a personal de los cuerpos de socorro y estudiantes de grado once de instituciones educativas de la jurisdicción CDA.	Diseñar e implementar talleres de cambio climático y gestión del riesgo	Número	18
		Desarrollar campañas de Educación Ambiental mediante el uso de medios de comunicación masiva para brindar al público en general información sobre la importancia de la preservación y conservación de los recursos naturales.	Diseño e impresión de material publicitario (volantes) sobre prevención de incendios forestales y deforestación	Número	1500
			Alquiler de espacios radiales de 15 minutos para abordar temas relacionados con incendios forestales, cambio climático, gestión del riesgo y deforestación.	Número	6
			Creación de dos jingles o comerciales de radio haciendo alusión al cuidado de los recursos naturales.	Número	2
			Alquiler de espacio radial para la emisión de cuatro (4) cuñas o jingles de lunes a domingo, de hasta treinta (30) segundos	Número	168
3208114.- Implementación de estrategias de educación ambiental y participación comunitaria en los departamentos de Guainía, Guaviare, Vaupés.	Promover la institucionalización de la educación ambiental y su incorporación en el desarrollo local y regional a partir de un trabajo coordinado entre entidades y grupos poblacionales.	Servicios de asistencia técnica en planificación y gestión ambiental.	Personas capacitadas	Número	600
		Fortalecer los comités Interinstitucionales de educación ambiental y Subnodos de cambio climático en el territorio.	Mesas De Trabajo Interinstitucionales Realizadas	Número	3
		Generar capacidades en el territorio para la educación ambiental (foro, comunicaciones, encuentro)	Foros Territoriales Realizados	Número	2
		Servicio de acompañamiento a la implementación de estrategias de educación ambiental	Estrategias de educación ambiental implementadas	Número	5

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



Corporación para el Desarrollo Sostenible
del Norte y el Oriente Amazónico

22

		Desarrollar proyectos ambientales con participación ciudadana (PROCEDAS)	Grupos ciudadanos fortalecidos	Número	9
		Fomentar de manera participativa en los niños y jóvenes de la jurisdicción, conocimientos ambientales a través de proyectos de investigación	Talleres O Actividades De Capacitación Realizados	Número	6
3299232.- Fortalecimiento de la Gobernanza Forestal Mediante el Control y vigilancia en los Puntos Críticos de Deforestación en el Departamento del Guaviare - Visión Amazonía.	Mejoramiento de la Institucionalidad, mediante la implementación del Pilar de Gobernanza Forestal enfocado al fortalecimiento para la gestión del recurso forestal y la realización de operativos de control y vigilancia en los puntos críticos sometidos a procesos de deforestación y degradación por actividades ilegales en el área de jurisdicción de CDA.	Estrategias para el control de la deforestación	Talleres dirigidos a fuerzas militares, policía y comunidad sobre control a la deforestación	Número	20
3201113.- Fortalecimiento de los negocios verdes para su competitividad integral, sostenible a nivel regional y nacional en los departamentos Guainía, Guaviare, Vaupés	Fortalecer la oferta institucional de apoyo a las iniciativas identificadas como negocios verdes dentro de la jurisdicción de la CDA	Fortalecer los modelos empresariales de los Negocios Verdes establecidos en los Planes Departamentales.	Desarrollar estrategias administrativas, de mercadeo, Marketing digital al interior de los Negocios Verdes.	Número	3
			Realizar la promoción de los negocios verdes que favorezcan su posicionamiento en el mercado regional y Nacional	Número	4
		Comunicación posicionamiento y sensibilización al consumidor y productor sobre los NV	No. de estrategias de comunicación, posicionamiento y visibilidad de los Negocios Verdes del Guainía	Número	1
		Promover y fomentar la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la investigación en cada uno de los sectores de NV, con el fin de incrementar la competitividad de los productos de NV, generar valor agregado, permitir la diferenciación en el mercado, facilitar la apropiación y adaptación local	No. De foros jurisdiccionales de Negocios Verdes	Número	1
		Posicionar y consolidar los productos y servicios de Negocios Verdes en el mercado local, regional y nacional, por medio del diseño e implementación de estrategias de comercialización y la articulación con los actores que dinamicen	No. de ferias y/o eventos de orden local, regional y/o nacional, en los cuales se evidencie participación de los Negocios Verdes del Departamento de Guainía	Número	1
		Facilitar la generación de modelos de negocio que desde su concepción vinculen el componente de sostenibilidad ambiental, el impacto ambiental positivo y las buenas prácticas económicas, sociales y ambientales	No. de jornadas de formación para implementación de la metodología de Emprendimientos Verdes	Número	1

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511

		Realizar la promoción de los negocios verdes que favorezcan su posicionamiento en el mercado regional y Nacional	Campañas diseñadas	Número	4
3202127 Reforestación activa en áreas de rondas hídricas sector trocha ganadera en el departamento del Guaviare, san José del Guaviare.	Aumentar la cobertura vegetal de los ecosistemas naturales en rondas hídricas en el departamento del Guaviare municipio de san José del Guaviare	Realizar talleres de socialización, concertación y capacitación	Talleres de capacitación realizados	Número	6
		Realizar programas radiales de divulgación de avances y resultados	Elementos de difusión generados para educación ambiental	Número	13
3206115 Implementación de estrategias de adaptación al cambio climático basado en comunidades en los departamentos de Guainía, Guaviare, Vaupés	Fortalecer el conocimiento de las medidas de adaptación y de los efectos generados por el cambio climático en la región del norte y oriente amazónico.	Implementar una estrategia de participación comunitaria en torno al cambio climático en contextos interculturales.	Encuentros participativos	Número	6
		Generar capacidades en el territorio en torno a la acción climática	Talleres o actividades desarrolladas	Número	8
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: Fotografías acompañadas de mensajes cortos y directos que anunciarán la llegada del proyecto generando expectativa; sin brindar mucha información.	Pieza digital	Número	20
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: La ilustración y animación serán la forma pedagógica de narrar los 3 mensajes principales seleccionados para el anuncio del inicio del proyecto. Estos tendrán una duración máxima de 1 minuto.	Video ilustración	Número	12
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: Se generarán píldoras radiales que de forma creativa, anuncien la llegada del proyecto. Estas no tendrán una duración mayor a 45 seg. Estas servirán como propagandas en el marco de los programas radiales y fuera de ellos.	Píldoras radiales	Número	20
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: Ilustraciones con mensajes cortos, llamativos y que inviten a la reflexión, se ubicará en supermercados, lugares turísticos y/o entidades que cuenten con alto flujo de visitantes, soportes publicitarios con marcos, bases rellenables con estructuras en MDF o cartón, ideales para mostrar gráficas en gran formato.	Rompe tráfico	Número	16
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: Vallas con contenido de los 3 mensajes que abordan el anuncio del inicio del proyecto.	Vallas	Número	16
		Etapas 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de expectativa: Impresión de cartilla pedagógica, didáctica y de entretenimiento (con colores) que contenga mensajes claves de conservación para que las familias se familiaricen con conceptos que se	Cartilla pedagógica para familias	Número	5000

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”

	van a trabajar durante el proyecto (sopa de letras, dibujos para colorear, crucigramas, refranes).			
	Etapa 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de convocatoria: Se realizará 1 boletín con los contenidos del proyecto que tendrá como público objetivo: entidades, organizaciones e instituciones.	Boletín	Número	2
	Etapa 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de convocatoria: Se desarrollarán cuñas radiales generales haciendo invitaciones abiertas del proyecto y se realizarán las específicas priorizando 3 temas que lo requieran.	Cuñas	Número	15
	Etapa 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de convocatoria: Programas radiales de 30 minutos, gestionados con radio comunitaria denominados: "Agenda Verde", se abordarán los diferentes talleres, escuelas y espacios que trae el proyecto para la comunidad campesina.	Programa radiales	Número	15
	Etapa 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de convocatoria: Pendones horizontales con la imagen definida del proyecto y mensajes tipo slogan. Incluye porta pendón	Pendones	Número	16
	Etapa 2 - Convocatoria (Acciones transversales) - Estrategia de convocatoria: Contenido con información general del proyecto basado en un lenguaje sencillo y atractivo que convoque a toda la comunidad. En dos diseños	Volantes	Número	5000
	Etapa 3 - Implementación (Acción específica): Se genera un documento con los contenidos, en lógica de textos cortos, claros, cercanos a la comunidad y con diferentes enfoques: educativos, de sensibilización y llamados a la acción, que serán plasmado en las herramientas comunicativas definidas para esta etapa.	Documento	Número	2
	Etapa 3 - Implementación (Acción específica): 4 piezas gráficas por cada uno de los 3 componentes del proyecto, que tendrán como contenidos las temáticas: dinámicas del bosque, su importancia las formas de aprovechamiento y las de conservación, el empoderamiento del proceso, los casos de éxito en la conservación del bosque - Programa de pagos por servicios ambientales, acciones de control y vigilancia desde la educación, priorizando la temática de permisos para el aprovechamiento forestal.	Pieza digital	Número	12
	Etapa 3 - Implementación (Acción específica): Se realizará una producción audiovisual que tendrá como resultado: - 1 video de gran formato de 30/45 seg que recopile los principales avances y esfuerzos de la Corporación frente a la protección de los bosques. Este debe contener además la	audiovisual	Número	1

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

"Por una Amazonía Sostenible para Todos"

		gestión para que sea transmitido en un canal de tv nacional a través de una pauta paga. - 1 video institucional de aprox 3 minutos - 6 video clips para redes sociales tipo reels			
3202129 - implementación de estrategias para la consolidación del núcleo de desarrollo forestal y de la biodiversidad NDFYB-Chuapal-Manavires departamento del Guaviare, san José del Guaviare.	Aumentar la cobertura de bosque en el núcleo de desarrollo forestal y de la biodiversidad Chuapal-Manavires	Conformar y/o fortalecer los comités ambientales de las JAC del NDF	Personas capacitadas con educación informal	Número	12
		Fortalecer las capacidades técnicas de los comités ambientales de las JAC del NDF (ECAS)	Personas capacitadas con educación informal	Número	288

AGD-CP-08-PR-01-FR-01

“Por una Amazonía Sostenible para Todos”



CO18/8511