

PLAN DE COMUNICACIONES



CDA

Corporación para el Desarrollo
Sostenible del Norte y el Oriente
A m a z ó n i c o



2017

"Un Buen Ambiente para el Posconflicto"

www.cda.gov.co

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
OBJETIVO.....	4
ALCANCE	4
PRESENTACIÓN.....	5
JUSTIFICACIÓN	6
INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN	7
Misión	7
Visión	7
PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	8
Modelos de Interacción	8
Aceptación y Adaptación	8
Responsabilidad Ambiental Institucional	8
Medios de comunicación 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
TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	14
FLUJOS DE COMUNICACIÓN	15
ESTILOS DE COMUNICACIÓN	16
PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	17
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	17
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.....	18
CONCLUSIONES PLAN DE COMUNICACIONES	20
ANEXO.....	¡Error! Marcador no definido.

PLAN DE COMUNICACIONES 2017

Realizado por:

HECTOR EDUARDO NARVAEZ

PROFESIONAL ESPECIALIZADO DE LA OFICINA DE PLANEACIÓN

SANDRA LILIANA MORENO

PROFESIONAL DE APOYO DE COMUNICACIONES

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL NORTE
Y EL ORIENTE AMAZÓNICO – CDA - 2017

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicaciones CDA 2017, 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 y la participación activa de los medios de comunicación estratégicos de la Jurisdicción CDA.

En desarrollo de los avances en el proceso de Gestión de Comunicación, Información y Participación, se consolida de manera más clara los instrumentos de planeación, ejecución y verificación de las acciones proyectadas para el presenta periodo, 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 ayude 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.

Este plan de comunicaciones está fundamentado en el componente de comunicación pública del Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000-2005 y del Sistema de Gestión de Calidad NTCGP 1000:2009, que es el elemento de control que apoya la construcción de la visión compartida de la entidad.

INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicaciones 2017, es un documento que orienta las estrategias de comunicación y fortalece la proyección institucional mediante mecanismos y enfoques que caracterizan la información y participación de los diferentes públicos, con el fin de aportar en su transformación constante a través de pautas en el contenido, diseño y elaboración del mensaje.

En el Plan de Comunicación de la Corporación CDA 2017 esquematiza el enfoque de intervención teniendo en cuenta la proyección institucional contemplada en el Plan de Acción 2016 – 2019 "Un Buen Ambiente para el Posconflicto", generando expectativas positivas en la gestión ambiental, participación ciudadana y desarrollo humano sostenible.

Se trata de una herramienta de trabajo sistematizada para hacer cohesión con los objetivos misionales, organización institucional, y modelos de interacción de manera eficaz, dinámica e innovadora. En él, se contemplan las acciones de comunicación de la dirección general, subdirectivas y seccionales, y ofrece además los parámetros para construir iniciativas que posicionen a la entidad mediante pautas de calidad y estandarización de la información.

OBJETIVO

Consolidar procesos y procedimientos de comunicación que integren estrategias para los programas, proyectos y actividades institucionales, en el marco de la responsabilidad y compromiso ambiental que ejerce la CDA en su jurisdicción, en busca de un desarrollo sostenible.

ALCANCE

Organiza los mecanismos y parámetros de producción de mensajes, medios y estructuras para la generación de productos comunicativos de la entidad. Se articula mediante el conocimiento por parte de los funcionarios y contratista de la entidad, ejecución, seguimiento y evaluación de las estrategias y material didáctico que desarrolla la entidad.

INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN

En razón a los esquemas de planificación de la entidad (Plan de Acción “Un buen ambiente para el Posconflicto”, Política de Calidad, Procesos de Gestión de Comunicación y Participación Ciudadana, planes y proyectos) y la proyección tanto del orden nacional como jurisdiccional, 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 mejor 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.

Misión

Al finalizar el año 2019 los departamentos de la jurisdicción CDA contarán con determinantes ambientales, herramientas de ordenación, control ambiental y reducción de vulnerabilidad a desastres naturales y experiencias piloto de desarrollo humano sostenible; que permitan el crecimiento verde mantenido la oferta ambiental y generando pago por servicios ambientales, que motive el cuidado de los ecosistemas estratégicos, zonas de preservación y las áreas protegidas.

Visión

La Corporación CDA, es la entidad responsable del ejercicio de la autoridad ambiental, de promover el conocimiento de los recursos naturales renovables y del medio ambiente, de dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento sostenible; conforme a las regulaciones normativas y del direccionamiento del crecimiento verde en los departamentos de Guainía, Guaviare y Vaupés.

JUSTIFICACIÓN

Con el propósito de generar dinamismo en el concepto de vida, conservación y autoridad institucional, se enfoca las acciones comunicativas mediante el trabajo interinstitucional para la realización de 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 formación y la generación de productos informativos y de educación, son indispensables 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 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.

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.

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, se establece tres líneas acción las cuales responden a la proyección del Plan de Acción 2016 – 2019 "Un Buen Ambiente para el Posconflicto".

Autoridad Ambiental

El Crecimiento Verde para la jurisdicción CDA, es 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 ciudadanía mediante la información, capacitación y participación.

Centralizar la Información

De acuerdo con los objetivos funcionales de la entidad y en relación a los objetivos del proceso de Gestión de Comunicación, Información y Comunicación, la entidad 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.

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.

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.

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

"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.

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

Por esta razón, es importante e indispensable trabajar en equipo bajo un esquema de valores corporativos, un modelo de comunicación que correlacione las estrategias y dirija el reconocimiento y éxito de la entidad.

Trabajo en Equipo: El Líder de Comunicaciones 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.

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

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

Para tal fin, el líder del proceso del proceso de Gestión de Comunicación, Información y Participación deberá estar en contacto con la dirección estratégica para empalmar las acciones necesarias para avanzar en los objetivos de la comunicación institucional.

El Proceso de Gestión de la Comunicación, Información y Participación, establecido en el marco de unos procedimientos 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. *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

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

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 internos con los cuales 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.

Cartelera: Medio sencillo y práctico de visibilizar las actividades de la entidad, permite integrar y fortalecer la identidad corporativa de la planta laboral.

Televisión Interna: 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: WEB, Facebook, You Tube 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.

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.

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, habladores, pasacalles, revistas, periódicos, boletines, displays, plegables, murales, carteles, afiches, memorandos, oficios, cartas, informes, manuales, actas, cartillas, circulares, comunicados, carteleras, carteles, separadores de hojas, separatas, vallas, tableros, avisos, intranet, carteleras electrónicas, correos

Auditivos: radio, CD, 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.).

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

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, carteleras, intranet, seminarios y/o talleres, retiros o paseos.

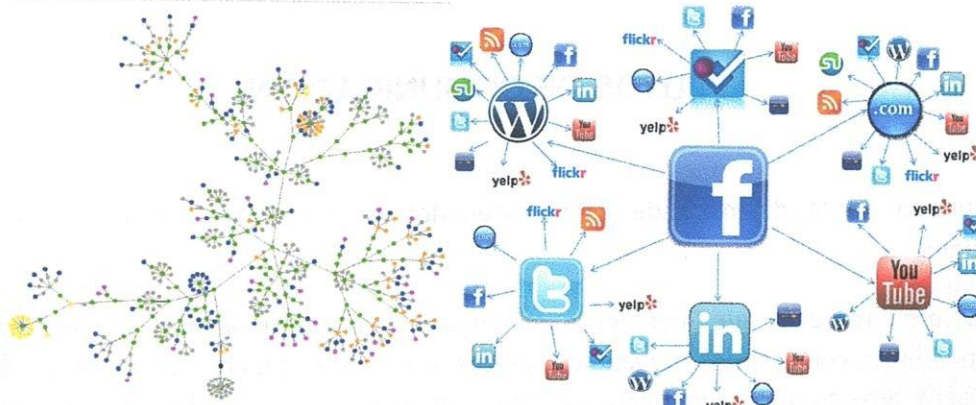
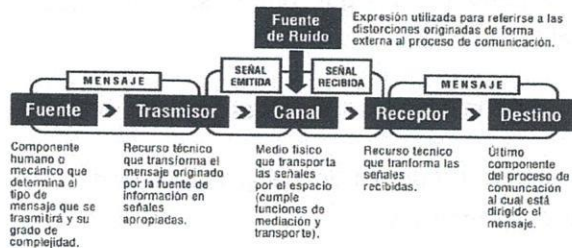
Vertical ascendente: es la que se genera desde los rangos inferiores hacia los rangos superiores (de servidores a directivos), con una finalidad fundamental: la retroalimentación. Entre los canales más utilizados para este tipo de flujo comunicacional están: encuestas, entrevistas, programas de sugerencias 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 comunicación, se cuentan: reuniones de trabajo entre servidores de diferentes áreas, informes, comunicaciones entre dependencias, redes sociales.

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

Modelo básico de comunicación tradicional

Modelo de comunicación por redes



TIPOS DE COMUNICACIÓN

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.

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. Es conveniente aplicarlo de manera especial en el proceso de Planeación de la Comunicación.

Hacer: implementar procesos, procedimientos, actividades. Es conveniente aplicarlo de manera especial en el proceso de Ejecución del Plan de Comunicaciones.

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. Es conveniente aplicarlo de manera especial en el proceso de Mejoramiento Continuo.

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 le 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.



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 que el proceso de comunicación como articulador de la gestión de la entidad en el marco de 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:

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

Estrategia 1. Desarrollar una estrategia de comunicación que tenga como propósito divulgar los resultados ambientales de la CDA, con el fin de mejorar la percepción a nivel de la jurisdicción.

Estrategia 2. Divulgar las fortalezas y resultados administrativos de la CDA.

Estrategia 3. Potencializar las líneas de atención al ciudadano Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias **PQRSD.**

2. **Objetivo:** 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.

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

Estrategia 1. Construir contenidos que definan positivamente el que hacer institucional en sus diferentes temas misionales.

Estrategia 2. Apoyar la ejecución proyectos y la construcción de los contenidos contextualizados para la región.

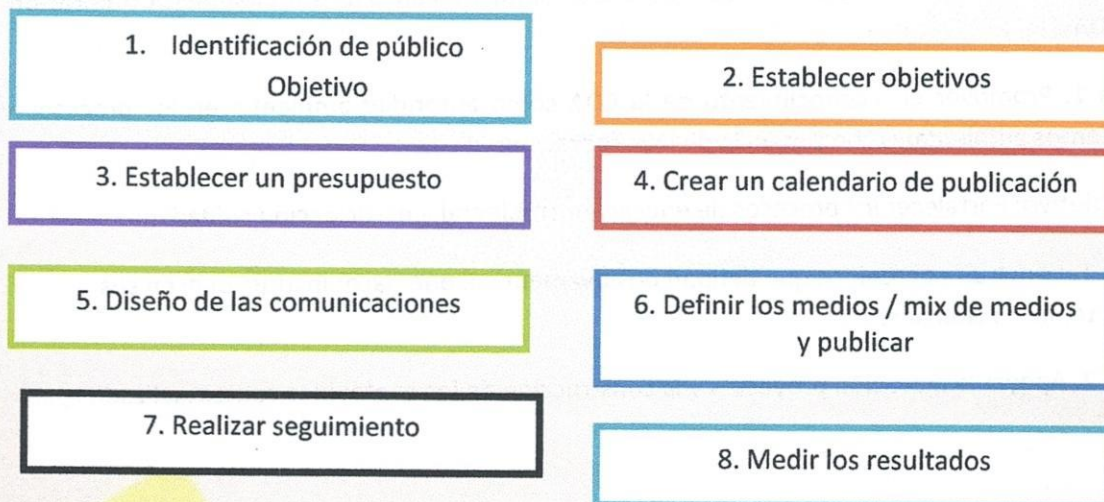
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

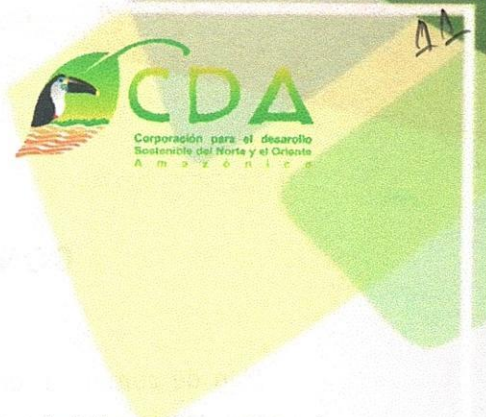
Las estrategias de comunicación son herramientas de carácter transversal y dinamizan el proceso de comunicación de la entidad en relación a la interacción con la población de la jurisdicción. Estas están diseñadas a partir de la planificación de los planes o proyectos que cada área o líder de proceso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

No obstante, siendo el proceso de Gestión de Comunicación y Participación Ciudadana, el instrumento central y canalizador de 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.

Cómo crear una estrategia de comunicación





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".

CONCLUSIONES PLAN DE COMUNICACIONES

El plan de comunicaciones de la entidad busca la coordinación y dirección por parte del líder 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.

El proceso de Gestión de Comunicación y Participación Ciudadana, como instrumento articulador de la comunicación institucional, tiene la misión de idear e implementar la manera de 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 de la jurisdicción de la CDA
- 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/as.
- Que no sólo comunique, sino 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, el accionar de la Corporación CDA.

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

	2017	extensiva						
4	Formulación e implementación de planes de ordenación y manejo de cuencas y humedales priorizados en la jurisdicción de la CDA	Elaborar material divulgativo en el marco del proyecto formulación e implementación de planes de ordenación y manejo de cuencas y humedales priorizados en la jurisdicción de la CDA – i y ii etapa	Reproducción de cartillas según las especificaciones técnicas y calidad de materiales.	Reproducción cartillas	Cartillas	248	\$6,448,000.00	
5	Formulación del plan de ordenación forestal integral y sostenible de la cuenca baja del río Guaviare. Departamento del Guainía. 2017.	Elaborar el plan de ordenación forestal integral y sostenible de la cuenca baja del río Guaviare.	Diseño y edición publicación del documento final del POFP.	Diseño y edición publicación del documento final del POFP.	Cartillas	200	\$11,667,000.00	
				Programa de socialización y divulgación del Plan de Ordenación Forestal -	Talleres	6	\$7,200,000.00	
6	Restauración ambiental en zonas de	Mejorar la capacidad de		Diseñar y difundir material divulgativo.	Talleres	6	\$9,477,347.00	

ANEXO

COMUNICACIÓN: PLANIFICADAS EN LOS DIFERENTES PROYECTOS DE LA JURISDICCIÓN CDA - 2017								
ITEM	PROYECTO	OBJETIVOS	METAS	Actividades	Producto	Cant.	Costos	Población Objetivo
1	Implementación de políticas sectoriales en recursos naturales para la gestión ambiental en los departamentos de Guainía, Guaviare y Vaupés.	Implementar políticas sectoriales para la gestión ambiental en la jurisdicción de la Corporación CDA	Capacitación normativa y de procedimientos en control y monitoreo ambiental	Realizar talleres de actualización normativa a funcionarios y contratistas como estrategia de control y monitoreo en la CDA	Capacitaciones en normatividad	6	\$26,280,000.00	
2	Fortalecer la oferta institucional de apoyo a las iniciativas identificadas como negocios verdes dentro de la jurisdicción de la CDA	Fortalecer la oferta institucional de apoyo a las iniciativas identificadas como negocios verdes dentro de la jurisdicción de la CDA	Identificación y fortalecimiento de iniciativas de negocios verdes dentro de la jurisdicción.	Acompañamiento y participación en eventos	Ferias ambientales y/o de impulso a microempresas a nivel nacional y regional de empresas asociadas a negocios verdes.	6	\$120,000,000.00	
3	Recuperación de suelos degradados por cultivos ilícitos y ganadería extensiva. Departamento del Guaviare.	Ampliar y mejorar la cobertura vegetal en suelos degradados por cultivos ilícitos y ganadería	Estrategia de educación ambiental fortalecida	Diseñar y difundir material divulgativo	Cartillas	300	\$7,500,000.00	
					Videos	1		
					Talleres	3	\$30,000,000.00	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

		municipio de Inirida	ornato y su mantenimiento con podas, control fitosanitario y fertilización	realizaran dos (2) jornadas de aseo, podas y siembra de especies ornamentales en la comunidad indígena del pajuil.				
9	Fortalecimiento del ejercicio de la autoridad ambiental para el uso sostenible del recurso hídrico, flora y fauna silvestre en Guainía, Guaviare y Vaupés	Fortalecer los mecanismos de control y seguimiento a actividades de impacto ambiental en la jurisdicción de la CDA.	Fortalecer la estrategia operativa de control seguimiento y monitoreo en la jurisdicción CDA.	Fortalecimiento para la sostenibilidad de estrategias de control y monitoreo en la CDA.	Campaña de sensibilización educación ambiental, bolsas ecológicas = 1000 unidades	1000	\$7,300,000.00	
					Visibilización autoridad ambiental polos logo Corporativo 40 Unidades	100	\$4,000,000.00	
					Estrategia PIGA (manillas USB cero papel) 100 unidades	100	\$3,000,000.00	
10	Recuperación de las condiciones ecológicas y paisajísticas del humedal sector panuré para la promoción de sensibilización y participación comunitaria en el municipio de san José del	Recuperar de las condiciones ecológicas y paisajísticas del humedal sector panuré en el municipio de san José del Guaviare.	Generar procesos de sensibilización, difusión y concientización ambiental	Jornadas de sensibilización y participación comunitaria	Eventos de socialización y capacitación	8	\$4,000,000.00	
					Vallas protección de humedales	2	\$1,000,000.00	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

	recarga hídrica de cuencas y micro cuencas priorizadas en el departamento del Guaviare. 2017	regulación hídrica en cuencas abastecedoras de acueductos municipales		Capacitar a usuarios del proyecto.	Cartillas	410	\$10,250,000.00	
				Análisis y publicación de resultados	Documento	5	\$375,000.00	
7	Implementación de estrategias de comunicación para la promoción y socialización de actividades en educación ambiental dentro de la jurisdicción de la CDA.	Implementación de estrategias de comunicación para la promoción y socialización de actividades en educación ambiental dentro de la jurisdicción de la CDA.	Implementación de estrategias de comunicación para la promoción de una cultura ambiental ciudadana	Masificación de campañas a través de medios de comunicación	Actividades lúdicas	6	\$25,000,000.00	
Campañas en medios masivos radio 1 - TV 1					1	\$9,000,000.00		
Periódico					3000	\$5,400,000.00		
8	Sistemas de restauración, recuperación forestal y embellecimiento del entorno del resguardo el pajuil, Inirida-Guainía	Reforestación protectora – productora en áreas degradadas por efectos de malas prácticas productivas agrícolas, a través de sistemas agroforestales y silvopastoriles en la comunidad del pajuil	Capacitar a 50 familias indígenas a través de talleres y días de campo en educación ambiental (manejo de residuos sólidos, madera legal, protección de la fauna silvestre), manejo del	Se realizarán tres (3) talleres de capacitación, sobre temas de educación ambiental manejo de residuos sólidos, madera legal, protección de la fauna silvestre en la comunidad, ornato y embellecimiento de las áreas sociales y públicas de la comunidad / se	Talleres 3 / jornadas de aseo 2	5	\$11,000,000.00	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

		malecón – municipio de Mitú						
13	Implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de información para fortalecer el ejercicio transparente y eficiente de la gestión ambiental institucional.	Fortalecer la misión ambiental institucional, mediante la implementación y el sostenimiento de herramientas tecnológicas, sistemas de información, y planta de personal para fortalecer el ejercicio transparente que permita dirigir, evaluar y mejorar el desempeño de la entidad de forma que responda a las necesidades de sus usuarios.						

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2017

	Guaviare							
11	Recuperación de áreas degradadas mediante la implementación de sistemas agroforestales y/o silvopastoriles en resguardos indígenas. 2017	Restablecer la cobertura forestal en zonas degradadas del resguardo indígena el refugio departamental o del Guaviare.	Involucrar a las comunidades locales en las actividades de recuperación de suelos y alternativas económicas	Sensibilización y divulgación	Talleres 3	3	\$4,500,000.00	
					Vallas 1	1	\$800,000.00	
12	Recuperación ambiental de la ronda hídrica del malecón en el río Vaupés – municipio de Mitú	Recuperar áreas de importancia ambiental degradadas, mediante el establecimiento y mantenimiento de plantaciones con especies nativas para la conservación, protección y recuperación de los recursos naturales en la cuenca del río Vaupés sector del						