



PLAN DE COMUNICACIONES EDUBA 2023



INTRODUCCIÓN

Para tener una comunicación exitosa, tanto para el personal interno como para la ciudadanía en general, la entidad tiene contemplado una serie de estrategias las cuales tienen como objetivo proyectar las directrices y los lineamientos que van a regir a partir de la fecha en el nuevo modelo de funcionamiento de la entidad.

Este documento es una guía práctica para la implementación de actividades que conducen a una comunicación pública exitosa, tanto en la parte interna con sus funcionarios y personal de prestación de servicios, como para los distintos medios de comunicación y redes sociales.

La pandemia ocasionada por el Coronavirus hizo que las estrategias de comunicación digitales tomaran mayor fuerza, siendo esta uno de los canales prioritarios para la entidad.

La importancia de la comunicación es tal, que un mensaje no entendible puede llegar a ser perjudicial para la entidad, por cuanto la ciudadanía siempre está expectante a las posibles soluciones de vivienda que se les brinde.

1. DEFINICIONES

- **Campaña de comunicación:** Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema, comprende etapas de estructuración de la estrategia, definición de tácticas, construcción de mensajes, diseño de piezas y puesta en marcha del plan.
- **Clima organizacional:** Es el nombre dado al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados. Se refiere tanto a la parte física como emocional
- **Cliente.** Organización, entidad o persona que recibe un producto y/o servicio.
- **Comunicado de prensa:** Es una comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de interés periodístico
- **Comunicación efectiva:** La información que se le brinde a los colaboradores interno, partes interesadas y grupos de interés debe ser breve, clara, asertiva y empática. Para desarrollar una comunicación efectiva es necesario que el receptor del mensaje comprenda el significado y la intención de lo que se está comunicando.
- **Correo electrónico:** Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir información a través de medios digitales.
- **Documento electrónico de archivo:** Es el registro de información generada, recibida, almacenada y comunicada por medios electrónicos, que permanece en estos medios durante su ciclo vital; es producida por una persona o entidad en razón de sus actividades y debe ser tratada conforme a los principios y procesos archivísticos.
- **Estrategia:** Conjunto de decisiones y acciones relativas a la elección de los medios y articulación de los recursos con miras a lograr un objetivo, la estrategia se completa a través de los planes.
- **Evento:** Es un acto que sirve a la empresa o institución para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/marca, de esta forma se genera vínculo empresa/cliente.
- **Función de una entidad.** Se entiende como el objeto social o la razón de ser de la entidad.
- **Gestión.** Actividades coordinadas para planificar, controlar, asegurar y mejorar una entidad.
- **Grupos de interés:** Se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983).

- **Manual de Imagen Institucional:** El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.
- **Medio de comunicación:** Permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. Ejemplos: reuniones, comités, visitas guiadas, talleres etc.
- **Medio de información:** Informan sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, vídeos etc.
- **Noticias:** Relato informativo usado para divulgar acontecimientos o sucesos importantes para una comunidad. La noticia obedece a una estructura de acuerdo al medio de información que se use.
- **Pieza de comunicación:** Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción filmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje.
- **Plan de comunicación:** Contiene las actividades y los medios de comunicación adecuados para divulgar la información dependiendo del público objetivo.
- **Política:** Directriz emitida por la dirección sobre lo que hay que hacer para efectuar el control. Constituye la base de los procedimientos que se requieren para la implantación del control.
- **Portal institucional:** Es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular.
- **Principio de Transparencia:** Principio conforme al cual toda la información en poder de los sujetos obligados definidos en esta ley se presume pública, en consecuencia de lo cual dichos sujetos están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley, excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley.
- **Principio de la Publicidad:** Derecho de la comunidad a conocer las actuaciones de las autoridades públicas, salvo los casos establecidos en la Ley, por lo tanto estos deberán dar a conocer sus decisiones mediante notificaciones, comunicaciones o publicaciones.
- **Redes sociales:** Es una plataforma en Internet cuyo propósito es facilitar la comunicación y otros temas sociales en el sitio web. EDUBA se encuentra en FACEBOOK.

2. OBJETIVOS Y ALCANDE DEL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES

2.1. OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL

Aportar al cumplimiento de los objetivos de la entidad, mejorando las comunicaciones con sus funcionarios, y la transmisión de la información correcta y acertada a la ciudadanía.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Mantener informados a los funcionarios y prestadores de servicios, grupos de interés y partes interesadas, con oportunidad, claridad y transparencia, sobre la entidad, las mejoras obtenidas y los resultados de la actuación.
- Facilitar información actualizada y acertada a los usuarios, grupos de interés y partes interesadas, respecto a los trámites y servicios que presta la Entidad, con miras a lograr su óptima utilización, en condiciones de oportunidad, claridad y transparencia.
- Apoyar en el proceso de fortalecimiento de competencias de los funcionarios y prestadores de servicios de la Entidad.
- Apoyar y proponer acciones para mejorar del desempeño institucional estableciendo y manteniendo vías de información, ágiles, transparentes y de fácil acceso para todos los colaboradores de la Entidad.
- Generar e implementar estrategias que permitan que la información y la comunicación de la Entidad y de cada proceso, sean adecuadas a las necesidades específicas de la ciudadanía, grupos de interés y partes interesadas.

3. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Los tipos de comunicación a través de los cuales se difunde la información de la Entidad se determinan, como Comunicación Interna y Comunicación Externa, dependiendo si esta es al interior de la Entidad o hacia el exterior de la Entidad.

3.1. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es la comunicación dirigida al personal interno: Funcionario público o prestador de servicio. Orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la Entidad para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas y los proyectos hacia los

cuales se encuentra enfocada la entidad.

La comunicación interna favorece los principios de economía, eficiencia y eficacia al proporcionar no sólo la información necesaria al desarrollo de las actividades y tareas requeridas para el cumplimiento de la función constitucional y legal de la entidad, sino la comprensión adecuada para su ejecución.

La responsabilidad por la comunicación interna es de todos los servidores públicos y prestadores de servicio, especialmente para los niveles directivos, los cuales constantemente se encuentran informando a su equipo de trabajo de las políticas y logros de la entidad.

La entidad se encuentra trabajando para que las comunicaciones internas se den exclusivamente a través de canales electrónicos ya sea por medio del correo electrónico institucional o por medio de los sistemas de información de la entidad.

3.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Está constituida por la información amplia y transparente de la Entidad hacia los diferentes grupos de interés externos y partes interesadas, sobre su funcionamiento, gestión y resultados, los objetivos y los resultados comparativos de la gestión, la socialización de acciones y difusión de lineamientos para la vinculación y participación en las iniciativas institucionales, contribuyendo a la rendición de Cuentas ante los diferentes grupos de interés y entes de control.

Es a través de la comunicación externa, como la entidad está en contacto directo con la ciudadanía, los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otros organismos; o en contacto indirecto pero que afecta su desempeño, como el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico, entre otros.

La comunicación externa permite el cumplimiento de los principios de Transparencia, al mantener y promover una actitud institucional que permita que los propósitos, actuaciones y resultados de la gestión sean visibles para todos los grupos o partes interesadas en la gestión institucional.

En este sentido, la entidad cuenta con un equipo de comunicaciones encargado de establecer las estrategias técnicas y tecnológicas que permitirán a la ciudadanía el correcto entendimiento de los tramites, servicios, proyectos y difusión de resultados que la entidad tenga para mostrar.

Entre las distintas estrategias de comunicación externa se tienen:

- Realización de boletines de prensa.
- Convocatorias a las diferentes actividades programadas para la rendición de cuentas, informes y

avances.

- Implementación y utilización efectiva de las diferentes herramientas (medios de comunicación), para la entrega oportuna de la información.
- Mantener el contacto con los diversos medios de comunicación, tanto por medio de notas de prensa, como por el contacto directo con los responsables.
- Envío regular de todo tipo de información que se realice a los medios de comunicación.
- Diseño, desarrollo y convocatoria de ruedas de prensa cuando se considere necesario.
- Realización de piezas publicitarias y comunicativas, que logren transmitir los mensajes de interés público.