



RESOLUCIÓN NÚMERO 01675 DE 2016  
( 10 AGO 2016 )

**POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE COMUNICACIONES 2016 DE LA CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE LA GUAJIRA**

El Director General de la Corporación Autónoma Regional de La Guajira, CORPOGUAJIRA, en uso de las atribuciones legales conferidas mediante Ley 99 de 1993.

**CONSIDERANDO:**

Que la constitución Política dentro del capítulo de "los Derechos Fundamentales", contempla el artículo 20 que expresamente establece: "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación".

Que la Corporación Autónoma Regional de la Guajira mediante Resolución 0003123 de 2008, adopta el Modelo Estándar de Control Interno- MECI 1000:2005, para dar cumplimiento al mandato constitucional y de otra parte, para mejorar los procesos de comunicación pública y los sistemas de información de modo que se promueva la transparencia de la gestión.

Que ésta Resolución establece los objetivos del Control de Información para garantizar la publicidad de la información que se genere al interior de la entidad y el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de Rendición de Cuentas Públicas.

Que el MECI precisa tres (3) elementos de comunicaciones: el organizacional, el informativo y los medios de comunicación, los cuales están encaminados a la producción, visualización y circulación de la información que promueva, dentro y fuera de la organización, el desarrollo de la gestión institucional de manera eficiente, eficaz y efectiva.

Que dentro de la implementación del Modelo, se incluye la formulación de un Plan de Comunicaciones, para lo cual se hace necesario redefinir el Plan adoptado por esta Corporación.

Que es deber de la Corporación garantizar el derecho ciudadano de acceso a la información, así como contar con herramientas de comunicación adecuadas que generen confianza en la administración por parte de la ciudadanía.

Que la Comunicación en la Corporación Autónoma Regional de la Guajira es un eje estratégico para la construcción de identidad institucional y para el logro de sus objetivos, por ello el plan de comunicaciones, establece las políticas de operación no solo para promover buenas relaciones con los medios de comunicación, que garanticen la difusión de sus actuaciones, sino para contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

Que el Plan de Comunicaciones propone la realización de acciones directas de impacto, que permitan posicionar la imagen de la Secretaría como una autoridad ambiental transparente y eficiente en su gestión.

Que el Director, Director Territorial, subdirectores, asesores y jefes de oficina son agentes dinamizadores en la ejecución del Plan de Comunicaciones, por cuanto deben apoyar su ejecución y conocer y aplicar las políticas de comunicación, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores públicos para que se vinculen a las actividades que éste emprenda.

En virtud de lo anterior,

**ARTÍCULO PRIMERO:** Adoptar el Plan de Comunicaciones vigencia 2016 de la Corporación Autónoma Regional de la Guajira, como la directriz que define las políticas de Comunicación Organizacional o Interna y las políticas de Comunicación Informativa o Externa, el cual contiene el Plan de Medios y Acciones Comunicativas de la entidad. Para todos los efectos legales estos documentos forman parte integral de la presente Resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** La Oficina Asesora de Comunicaciones será la dependencia encargada de ejecutar el plan de comunicaciones.

**ARTÍCULO TERCERO:** el Director, el Director Territorial, subdirectores, asesores y jefes de oficina serán responsables de apoyar la ejecución, conocimiento y aplicación de las políticas de comunicación contenidas en el Plan de Comunicaciones, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores públicos para que se vinculen a las actividades que garanticen la ejecución idónea del Plan de Comunicaciones de la Corporación Autónoma Regional de la Guajira.

### PLAN DE COMUNICACIONES CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE LA GUAJIRA 2016

La comunicación en la Corporación en la Corporación Autónoma Regional de La Guajira, es un eje estratégico para la construcción de identidad institucional y para el logro de los objetivos, por ello este plan de comunicaciones, establece las políticas de operación para promover no sólo unas buenas relaciones con los medios de comunicación y garantizar la difusión de sus actuaciones sino contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

El plan de comunicación de la Corporación, recoge y formaliza de acuerdo con los diferentes grupos de interés, los principales medios de comunicación y piezas divulgativas para fortalecer y garantizar la circulación, producción, visualización y socialización de la gestión de la Corporación.

La ejecución del plan está orientada por el Director y se lidera desde la Oficina de Comunicaciones, igualmente todos los jefes y directivos de la Corporación son realizadores del plan, por cuanto deben conocer y aplicar las políticas de comunicación y apoyar la ejecución del Plan, en lo que se vinculen a las actividades que éste emprenda (capacitaciones, campañas, movilizaciones, etc.).

En este plan de comunicaciones se propone la realización de acciones que permitan posicionar la imagen de la Corporación como una autoridad ambiental de trascendencia y jerarquía nacional, transparente y eficiente en su gestión, cuyo componente social es prioritario y transversal a todo tipo de gestión que realiza, con acciones directas de impacto y resultado.

#### OBJETIVO GENERAL

Institucionalizar la comunicación en CORPOGUAJIRA como un proceso estratégico y transversal, que permita consolidar una cultura de la comunicación pública dentro y fuera de la entidad en desarrollo de su ejercicio de autoridad ambiental, fortaleciendo la imagen positiva de Corporación.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Institucionalizar la comunicación pública ambiental como una acción estratégica y misional de Corpoguajira para hacer visible, de forma permanente y transparente, el ejercicio de autoridad ambiental.
2. Adoptar la gestión de información pública para la divulgación oportuna, efectiva y transparente de las políticas, planes y proyectos de la entidad en los diferentes niveles de intervención y actuación, a través de las herramientas comunicativas con que cuenta la Corporación.

3. Garantizar que tanto la información que se recibe y se procesa, como aquella que se produce al interior de la entidad, fluya ágilmente entre los servidores y el público en general para garantizar la adecuada comunicación.
4. Cualificar y optimizar las herramientas formales de comunicación con que cuenta la Corporación.

#### ¿Qué es comunicar?

Los actos solo se difunden al ser comunicados. La comunicación se materializa en el flujo de señales, signos, estímulos y mensajes que circulan constantemente por el interior de la entidad y hacia afuera con su entorno.

Comunicar es estimular a que se actúe a través de la producción de señales y signos que imparten información vital acerca de la entidad. Estos estímulos deben actuar como persuasores e incluirán todos los mensajes producidos por la Corporación.

La comunicación en Corpoguajira deberá ser entendida y sobre todo gestionada a través de estrategias y objetivos. Comunicar por objetivos implica responder siempre las siguientes preguntas:

#### ¿Quién comunica?

Sobra decir que es Corpoguajira la emisora de todos los mensajes que se emitan, pero vale la pena dejar establecido que es la Alta Dirección quien decide qué se comunica a los servidores y a la ciudadanía en general. El vocero oficial de la institución es el Director General y para casos en el que este no pueda ejercer dicho rol será quien él o la Oficina Asesora de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano designen.

#### ¿Qué se comunica?

La información emitida por la Corporación deberá determinarse por los distintos públicos objetivos a los que llega. Esta pregunta además permitirá establecer qué tipo de información es directa, cual indirecta o masiva y además qué dependencias trabajarán en el proceso.

- Comunicación directa: involucra el diálogo, es decir que la Corporación es emisora pero al mismo tiempo receptor de información. Para comunicar de manera directa al usuario contamos con el trabajo que hace la recepción, el PBX, puntos de información, ferias de servicio al ciudadano, el sitio web, redes sociales igualmente se distribuyen piezas de comunicación impresas como plegables, volantes, afiches, etc.
- Comunicación indirecta y masiva: designa a la Corporación como emisora, ya que es la que toma la iniciativa y decide qué mensajes se emiten. Para ello, es el área de comunicaciones la abanderada de este proceso. En primera instancia será la única autorizada para impartir información, lo que significa que una de sus tareas es la de servir como filtro para decir lo que se debe informar y de qué manera. Igualmente para la ejecución de campañas masivas de comunicación, definirá el contenido de los mensajes institucionales y las piezas de comunicación que divulguen la temática ambiental de las mismas.

#### ¿A quién se comunica?

El público objetivo está determinado por el modo de comunicación (directa e indirecta) y esto establece también un código lingüístico de acuerdo con el tipo de información que se quiera exponer. Para el caso específico de Corpoguajira tenemos diversos receptores:

- Comunidad en general de todos los estratos socioeconómicos.
- Comunicadores, periodistas y medios de comunicación.
- Comunidad educativa: niños, niñas, jóvenes, docentes, padres de familia, administrativos.
- Empresas privadas, comerciantes, sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias de la Corporación.

**01675**

- Entidades e institutos de investigación del Sistema Nacional Ambiental SINA.
- Organismos de control político, fiscal y disciplinario.
- Entidades públicas y policivas.
- Organizaciones No Gubernamentales de carácter ambiental.
- Funcionarios, contratistas y pasantes de la Corporación, cuando el mensaje deba generar cultura organizacional.

### **¿Con qué objetivo se comunica?**

Los mensajes emitidos por la entidad se definen por los objetivos institucionales, pensando en el público al que van dirigidos y deben ser descritos por la dependencia que produce la información o determinados por el grupo de profesionales del área de comunicaciones según sea el caso.

Sus principales objetivos son:

- Difundir información acerca de los planes, proyectos, acciones, campañas y apuestas de Corpoguajira.
- Construir conceptos y valores comunes que faciliten la interlocución y cooperación entre distintos actores públicos y particulares de la gestión ambiental en el Departamento.
- Generar cambios voluntarios de actitud y conducta de los distintos actores que mejoren la interacción con el ambiente.
- Mantener adecuadas relaciones con los públicos, garantizando que la información llegue de manera oportuna, suficiente y transparente.
- Proporcionar la información y la comprensión necesaria para que los servidores puedan desempeñar sus funciones.
- Promover la motivación, la cooperación y la satisfacción del trabajo en cada uno de los servidores que integran la entidad.

### **¿Por qué medios?**

La divulgación se realizará a través de medios escritos, televisivos, radiales, multimedia, audiovisuales, internet y otros medios como los seminarios, foros, conferencias, de conformidad con el Plan de Medios y Acciones comunicativas contenido en este Plan de Comunicación.

### **¿Cómo se va a comunicar?**

Mediante la implementación del Plan de Medios y Acciones Comunicativas que contiene este Plan de Comunicación.

### **Los signos de identidad**

La comunicación es un elemento integrador y valorizador de significados y representaciones sociales. Por esta razón la comunicación en la Corporación Autónoma Regional de La Guajira es la suma de lo que es, lo que hace (cultura, conducta e identidad) y lo que transmite hacia adentro y hacia su entorno (imagen).

Esos signos identificadores y diferenciadores además de los atributos de valor son los signos verbales (nombre y marca) y los signos visuales (logotipo, símbolo y colores corporativos).

La imagen corporativa se conforma de estos signos distintivos presentes en toda clase de eventos, documentos y material editorial y promocional. La identidad es obra de la entidad. La imagen es la obra mental del público (inducida por la Corporación).

El uso adecuado de nuestra identidad visual está contenido en el manual de identidad corporativa adjunto a este documento.

*Sofía  
Zoila*

*A*

### Identidad visual Corporativa

Lo que define el programa de identidad corporativa es la elaboración e implementación del Manual de Identidad Corporativa, el cual nos permitirá la correcta aplicación de los signos de identidad y de todas las piezas que son requeridas para dar cumplimiento al plan de comunicación institucional, procurando su socialización al interior de la institución y que refleje los nuevos valores que permitan posicionar a la Corporación, como una entidad transparente y líder en el tema ambiental en el país.

## POLITICAS DE COMUNICACIÓN DE LA CORPORACION AUTONOMA REGIONAL DE LA GUAJIRA

Las comunicaciones en la Corporación Autónoma Regional de La Guajira conforman un eje estratégico para la construcción de identidad institucional, el logro de los objetivos misionales, el fortalecimiento de su gestión, su efectiva interlocución y visibilidad, para lo cual las acciones comunicativas se efectuarán de acuerdo con los parámetros que establezca el plan de comunicaciones de la entidad con los públicos.

En la medida en que las políticas de comunicación regulen la actividad comunicacional en todas las áreas de la Corporación, se dará el buen desarrollo del plan de comunicación, pues ellas determinan el conjunto de responsabilidades que le corresponde asumir a la oficina asesora de comunicaciones y las que son de competencia de las demás áreas, al tiempo que establecen normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias de la entidad.

El presente plan de comunicaciones define las políticas de comunicación organizacional o interna y las políticas de comunicación informativa o externa, así como el plan de medios y acciones comunicativas.

### COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional está orientada a promover una visión compartida, un trabajo colaborativo e incrementar el sentido de pertenencia de los funcionarios, contratistas, pasantes y personal de apoyo de la entidad, a través de la apropiación de los objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la Corporación, entorno a la construcción de su imagen corporativa, identificando y realizando seguimiento a la información interna y externa.

#### Principios Fundamentales y Lineamientos

- **Equidad**, las acciones de comunicación permitirán que todos los y las servidoras tengan acceso a la información, productos y servicios con igualdad, garantizando los derechos de quienes producen la información y de quienes participan en la cadena comunicacional.
- **Participación**, construir nuevas formas de comunicación para los servidores públicos, fundamentales en procesos participativos, no formales y declarativos, permitiendo la apropiación de la Política de Comunicación Interna.
- **Concertación**, fortalecer los procesos democráticos con base en la discusión de las realidades internas de la Corporación.
- **Socialización**, poner en marcha y divulgar las metas, programas, experiencias exitosas, campañas y regulaciones de la gestión de la Corporación.

#### Alcances

La comunicación organizativa es imprescindible para diseñar los procesos que permitan generar cambios organizacionales y mecanismos de información que mejoren la gestión pública de la entidad, se precisan los siguientes alcances:

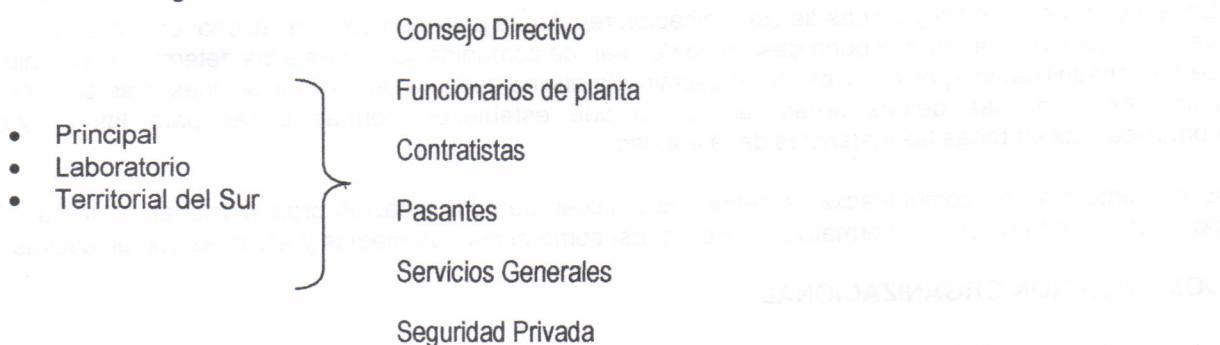
- **Informar**, una buena información es necesaria para que los servidores conozcan los alcances y el desarrollo de la gestión que se realiza, igualmente para fortalecer el sentido de pertenencia con la entidad, para construir una cultura organizacional y un servicio que esté a la medida de las necesidades de la ciudadanía.

- **Formar hábitos y costumbres**, los procesos de comunicación deben estar enfocados a consolidar una cultura enmarcada en la interiorización de valores comunes, la ética y calidad del servicio, con la capacidad de evolucionar y adaptarse a los cambios de su entorno.
- **Retroalimentación**, la comunicación entre las distintas dependencias que componen el total de la Corporación genera nuevas formas de interlocución recíproca que fomenta la retroalimentación y el diálogo, de tal forma que se garantice la participación de todos los servidores en los procesos de comunicación.

### Tipos de Públicos

#### Interno

El público interno lo conforma todo aquel recurso humano que sostiene los procesos de los cuales depende la propuesta de la organización. Corpoguajira cuenta con un personal interno dividido entre sus tres sedes ubicadas en el Departamento de La Guajira, el área de su jurisdicción. Dichos públicos están repartidos de la siguiente manera:



#### Entorno

Corpoguajira siendo una entidad de carácter público tiene una cantidad amplia de sectores de la sociedad con relación directa o indirecta, sin embargo las más relevantes debido al contacto continuo con la corporación son:

- Sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias de la Corporación
- Comunidad Educativa
- Las comunidades indígenas
- Comunidades afro-descendientes
- ONGs Ambientales
- Sector Privado
- Entidades Públicas y Policiales
- Entidades adscritas al SINA

#### Referentes

Corpoguajira tiene distintos formadores de opinión según las categorías de la organización, entre ellos se encuentran las distintas entidades públicas y privadas que reciben algún tipo de servicio del portafolio que ofrece la entidad, entre estos se encuentran:

- Gobernación de La Guajira
- Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Entidades e institutos de investigación del Sistema Nacional Ambiental SINA
- Empresas privadas
- Sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias de la Corporación
- Entes de Control

## Inversores

Corpoguajira es una entidad pública perteneciente a la Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales y Desarrollo Sostenible, ASOCARS; y al Sistema Regional de Áreas Protegidas, SIRAP. Por lo cual, debido a su naturaleza, recibe su presupuesto del Estado, con recursos provenientes del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Fondo de Compensación Ambiental Fonam, entre otros.

## Clientes

Se consideran clientes de Corpoguajira todas las personas naturales y jurídicas que resultan siendo destinatarios directos de la propuesta o portafolio de servicios de la corporación, por lo cual se incluyen:

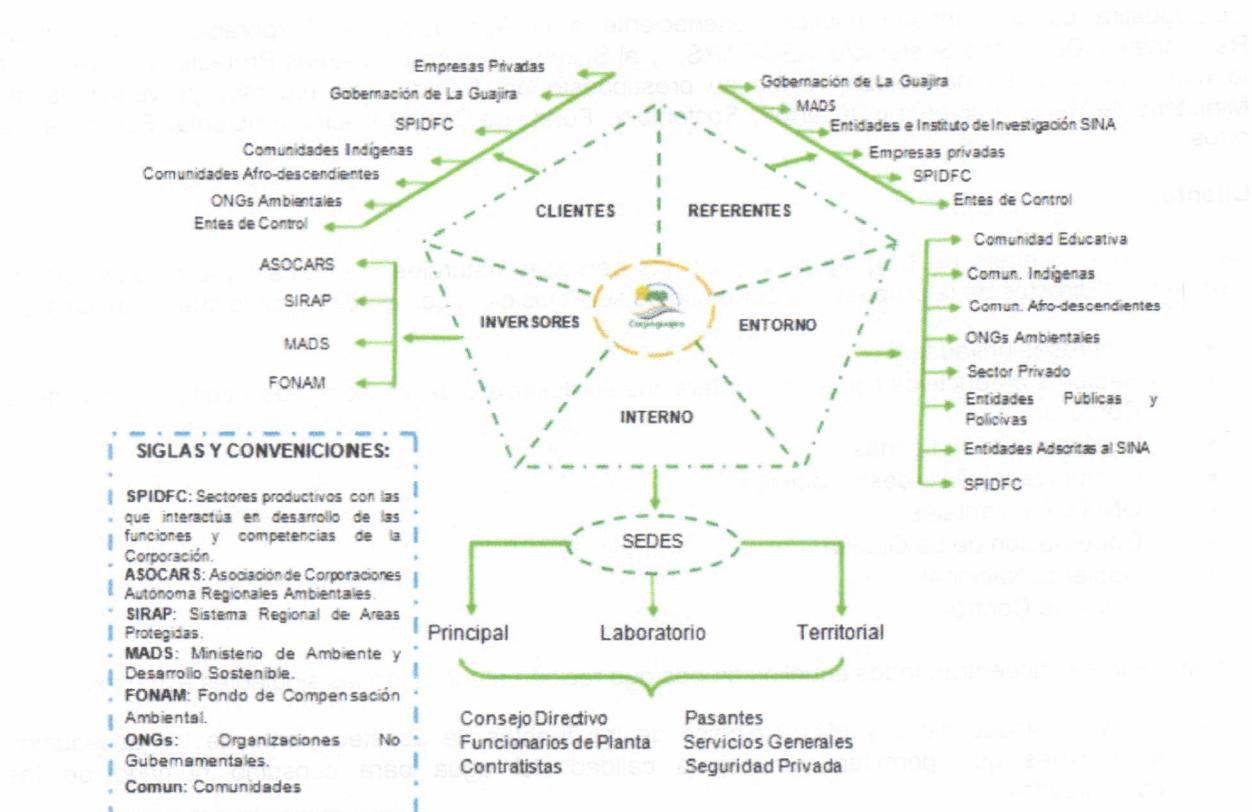
- Empresas privadas
- Sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias de la Corporación
- Comunidades Indígenas
- Comunidades Afro-descendientes
- ONG's Ambientales
- Gobernación de La Guajira
- Gobierno Nacional
- Entes de Control

Por otro lado se encuentran todos aquellos grupos que reciben atención en los siguientes aspectos:

- Análisis fisicoquímicos y Microbiológico de las fuentes de abastecimiento de los acueductos municipales que permiten conocer la calidad del agua para consumo humano de las comunidades.
- Apoyo en la evaluación de la calidad del agua de las diferentes corrientes hídricas, superficiales y subterráneas de la región, mediante el análisis de laboratorio.
- Análisis fisicoquímico y Microbiológico de aguas Residuales Industriales y Residuales Doméstica.
- Apoyo a los procesos de confirmación de cobro de tasas retributivas y seguimientos a permiso de vertimientos mediante el análisis de laboratorio de aguas residuales.
- Evaluación de la calidad de agua para otros usos (riego, recreación, agricultura, industria).
- Servicios sistema de información geográfica, información cartográfica (copia de archivos magnéticos, material cartográfico digitalizado)
- Construcción de pozos (Interventorías, perforaciones, concepto técnico para construcción de aljibe, concepto técnico para perforación de pozos, limpieza de pozos profundos y aljibe con compresor, pruebas de bombeo)
- Valor toma de registro técnico de pozos
- Sondeos eléctricos verticales
- Inspección con video sonda
- Toma de niveles, caracterización de campo PH, OD; conductividad eléctrica y temperatura.



## MAPA DE PÚBLICOS DE CORPOGUAJIRA



## POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL O INTERNA

## Información estratégica

- La comunicación contiene un ingrediente básico y esencial sin el cual no podría darse: el mensaje informativo. Este se convierte en un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo que debe por tanto fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal, para propiciar la toma acertada de decisiones en todos los niveles.
- La comunicación debe encaminarse a la apropiación por parte de todos los servidores públicos, de los objetivos, estrategias, proyectos, planes, programas y campañas hacia los cuales se enfoca su accionar de cara a la comunidad destinataria de sus servicios.
- El equipo asesor, brindará apoyo y asesoría para la divulgación de la información requerida para el logro de la misión, planes, programas y proyectos, con el fin de lograr la aprobación por parte de todos los servidores públicos y facilitar su accionar frente a la comunidad que demanda los servidores de la Corporación.
- Cada servidor público de la Corporación, debe convertirse en agente multiplicador de la información oficial recibida internamente a través de los distintos canales con que cuenta la Corporación (web, intranet, correo interno, redes sociales y carteleras), para que dichos servicios lleguen a todos los funcionarios y contratistas y se propicien relaciones de diálogo y colaboración entre los servicios públicos.
- El compartir información facilita que todos y cada uno de los servidores públicos conozcan el quehacer de la Corporación y sepa hacia dónde colectivamente camina. Para ello es indispensable la disposición del personal directivo, colaboradores y usuarios para utilizar de la mejor manera los recursos comunitarios ya existentes, fortalecerlos o propiciar unos nuevos, con el fin de promover la retroalimentación y mejorar continuamente la gestión. Los espacios dispuestos en la Corporación son:



-- 01675

## Corpoguajira

- **ESPACIOS FORMALES**, establecidos reglamentariamente a nivel institucional tales como: Comité Directivo, Comité de Gestión de Calidad y Control Interno, entre otros.
- **ESPACIOS INFORMALES**, reuniones de las áreas de trabajo que no están reglamentadas pero se requieren para coordinar acciones y mejorar continuamente la gestión, tales como reuniones semanales en las dependencias, círculos de mejoramiento mensuales para cada uno de los procesos, retroalimentación trimestral del avance de los planes de acción, socialización semestral de los informes de gestión institucionales tendientes al logro de los objetivos misionales.

### Talento Humano

- La divulgación de los planes de capacitación, bienestar e incentivos, programas de salud ocupacional, eventos institucionales dirigidos a público interno, será responsabilidad de la Secretaría General con el apoyo del área de comunicaciones.
- La comunicación interna se tendrá como un elemento que permite generar cultura y clima organizacional óptimo, facilitando el crecimiento personal y la productividad institucional.
- Se han diseñado herramientas comunicativas internas que están contempladas en el plan de medios de este documento.
- El presente Plan de Comunicaciones será socializado en las jornadas de inducción y reinducción.

### COMUNICACIÓN INFORMATIVA

La comunicación informativa tiene como propósito brindar información clara y oportuna al ciudadano, garantizar la difusión de información sobre la gestión y los resultados de la Corporación en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés, facilitar la rendición de cuentas a la comunidad y organismos de control y posicionar la entidad, entre otros aspectos.

Para lograr este propósito se deben formular políticas y utilizar diversos medios como los impresos, radiales, televisivos y electrónicos que permiten enviar o recibir información para los públicos de la Corporación.

### POLITICAS DE COMUNICACIÓN INFORMATIVA O EXTERNA

#### La Información es un Bien Colectivo

Siendo la información un bien colectivo indispensable para el conocimiento de los procesos de la entidad, se fomentará su producción y circulación fluida a todos los niveles.

Dado los diversos clientes, usuarios o beneficiarios de la Corporación se establecieron las siguientes políticas para cada grupo de interés así:

#### Relaciones con los medios de comunicación

La relación de Corpoguajira con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad, claridad, confianza y oportunidad.

#### Vocerías Institucionales – Manejo de Prensa

- La Oficina Asesora de comunicaciones de la Corporación en concordancia con el tratamiento de la imagen institucional brindará el soporte necesario para el manejo correcto de los medios.
- El vocero oficial de la Corporación ante los medios de comunicación es el Director General o el funcionario que éste delegue de común acuerdo con el área de comunicaciones.
- La única dependencia encargada de preparar, suministrar y enviar información (escrita, oral o audiovisual) a los medios y a periodistas, es la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Únicamente el Director General, en consenso con el área de comunicaciones, designará los funcionarios que pueden responder a las inquietudes o preguntas presentadas por los medios de Comunicación y reportar información con previa autorización.

- La elaboración y envío de boletines de prensa es resorte exclusivo del la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Corporación; ningún funcionario o contratista puede asumir labores inherentes al trabajo de prensa de la entidad.
- La información que las demás dependencias de la Corporación considere importante divulgar, se debe suministrar de manera detallada a la Oficina de Comunicaciones, en donde se canalizará y filtrará para darla a conocer a nivel interno y externo, según el caso. Para ello se debe hacer uso del formato de envío de información para publicación en medios.
- Es función exclusiva de los servidores de la Oficina Asesora de Comunicaciones, adelantar contactos con periodistas y medios de comunicación para divulgar información o convocarlos a eventos organizados o apoyados por la Corporación.
- La actualización del contenido de las Redes Sociales Corporativas es responsabilidad de la Oficina de Comunicaciones.
- La Oficina de Comunicaciones es la responsable de actualizar la información noticiosa en la página web así como la galería de imágenes y videos contempladas en la misma.
- La Oficina de Comunicaciones se encargará de hacer una revisión periódica del contenido de la pagina web, y emitirá informe pormenorizado para la toma de decisiones para la mejora continua.
- En caso que una área gestione espacio o producto en medio de comunicación, este deberá ser presentado a la Oficina de Comunicaciones para su respectiva aprobación y viabilización de acuerdo con el plan de medios establecido, y en adelante proceder de acuerdo con la política de comunicación contenidas en éste documento. La información y programación de dichos espacios debe ser coordinada con el área de comunicaciones a través del Formato de presentación y/o propuesta para realización de programa en medios de comunicación.
- Todos los proyectos formulados por la Corporación deben contemplar en su presupuesto un rubro para la divulgación de la gestión adelantada a través de medios de comunicación. Dicho presupuesto deberá ser ejecutado de acuerdo con el Plan de Medios contenido en este documento y desde la Oficina Asesora Jurídica deben establecerse los lineamientos legales para garantizar esta disposición.
- Toda pieza publicitaria que deba ser producida por un contratista o proveedor y que contenga la imagen de la Corporación, debe ser revisada y aprobada por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

#### Manejo de Imagen Corporativa

- El Manual de Imagen Corporativa será elaborado por la Oficina de Comunicaciones y socializado con los públicos de la Corporación.
- Para la realización de las piezas que la Corporación emita para uso interno o externo, se debe contar con un diseñador gráfico que elabore y supervise la producción del material divulgativo, de acuerdo con las solicitudes de cada una de las áreas de la entidad, el diseño deberá sustentarse siempre en la información y en los objetivos definidos por el área solicitante y conservar una línea editorial que identifique a la entidad, en concordancia con el Manual de Imagen.
- La Oficina de Comunicaciones producirá todas las plantillas de presentación, diseños gráficos y audiovisuales y materiales de apoyo que determine el Manual de Imagen Corporativa y deberá proporcionarlos a las diversas áreas para su utilización. Igualmente será responsabilidad de todas las dependencias solicitar estos materiales, al igual que las orientaciones necesarias para su correcta aplicación.
- Toda comunicación que se produzca oficialmente y que lleve la imagen de la Corporación deberá seguir las pautas de presentación e identificación corporativa contenidas en el Manual de Imagen Corporativa.
- El material gráfico relacionado con la promoción y divulgación de campañas, eventos, planes y programas de la Corporación como afiches, volantes, plegables, pancartas, pendones,



**Corpoguajira**

01675

pasacalles, invitaciones, escarapelas, libros, memorias, carpetas, boletines, calendarios, avisos de prensa, botones, esferos, libretas, mobiliario urbano, dummies, tarimas, backing, globos, entre otros, debe responder y cumplir los lineamientos establecidos en este Plan de Comunicaciones y ser revisados y aprobados por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- Desde la formulación de los proyectos y en su fase de aprobación se debe tener en cuenta que los presupuestos deben contemplar la disposición de vallas informativas con las especificaciones contenidas en el Manual de Imagen Corporativa. Ver Anexo 1: Manual de Imagen Corporativa.
- Antes de producir las piezas de comunicación, se debe presentar una muestra física del material para ser revisado y aprobado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Se debe contemplar siempre para la producción de piezas informativas que el material sea reciclado.

#### **Apertura y Visibilidad en la Comunicación con la Comunidad.**

La comunicación con los usuarios, beneficiarios y comunidad en general se hará en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio y en el ejercicio de los principios de publicidad, cordialidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos, mediante la rendición de cuentas y respuestas periódicas y oportunas a los usuarios.

Se ha diseñado una estrategia de participación ciudadana suscrita a este documento, además desde la Oficina de Comunicaciones se lidera el proceso de Atención a las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias - PQRSD y Atención a las Quejas Ambientales, lo que permite mantener un contacto directo con los diferentes grupos de interés (Ver procedimientos de Atención a las PQRSD y Atención a las Quejas Ambientales).

#### **Comunicación con los contratistas y/o proveedores**

La comunicación con los contratistas y proveedores estará enmarcada en la aplicación de los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia, mediante la implementación de mecanismos de comunicación eficaces y la difusión suficiente y oportuna de las necesidades de la entidad, adoptando parámetros de legalidad, conveniencia y economía.

Toda pieza que deba ser producida por un contratista o proveedor y que contenga la imagen de la corporación, debe ser revisada y aprobada por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Todo contrato debe proveer una estrategia de comunicación, socialización y participación e incluir un Plan de Medios, los cuales deben estar acorde a lo contemplado en el presente Plan de Comunicaciones. Las acciones deben ser concertadas y aprobadas por la oficina de Comunicaciones de lo cual debe ser garante la oficina Asesora de Planeación en la etapa de formulación, revisión y aprobación de los proyectos y la oficina Asesora Jurídica en la etapa de contratación.

#### **Interacción Informativa con los Organismos de Control**

La interacción informativa de Corpoguajira con la Procuraduría, la Veeduría Departamental, la Contraloría, la Personería y demás entes de control, estará enmarcada por el respeto e independencia, atendiendo los diferentes requerimientos y presentando en forma oportuna los informes tanto de carácter obligatorio como los demás que resulten de la gestión adelantada.

#### **Interacción con Entidades Públicas en General**

La interacción con las entidades públicas se hará en desarrollo de los principios de coordinación, cooperación y apoyo, con el fin de brindar mejores servicios a la comunidad y hacer uso eficiente, eficaz y efectivo de los resultados del Estado.

#### **ESTRATEGIA DE PARTICIPACION CIUDADANA**

Estas acciones tienen como objetivo dar a conocer las iniciativas que permitan el control social y la participación activa de la ciudadanía de manera visible y transparente.

## RENDICIÓN DE CUENTAS Y PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

Cuando hablamos de Rendición de Cuentas y Presupuesto Participativo, estamos materializando un principio democrático y participativo en la toma de decisiones. Es pues así, como el presupuesto participativo se constituye como una herramienta gerencial en el cual la comunidad discute y decide sobre cómo son ejecutados los recursos, y ejerza el control social sobre los resultados de las mismas.

Como una primera acción encaminada a desarrollar una política de presupuesto participativo, Corpoguajira pretende concentrar sus esfuerzos en acciones de sensibilización, formación y difusión, que permita tanto a la Dirección General, como a las organizaciones sociales y ciudadanas, prepararse debidamente para participar en su construcción.

**OBJETIVO:** Generar un espacio de interlocución entre los servidores públicos de Corpoguajira y la ciudadanía, para promover así la participación en el control social en los diferentes programas y proyectos institucionales durante la vigencia 2016 y generar transparencia, condiciones de confianza y garantías en el ejercicio del control.

- Convocatoria

Prensa: Diario del Norte

Redes sociales: facebook, twitter, instagram

Página web: [www.corpoguajira.gov.co](http://www.corpoguajira.gov.co)

Perifoneo

Correo electrónico a base de datos

Radio

- Información a socializar

Proyecto de Plan de Acción

Informe de gestión del la vigencia

- Documentos Soporte

Listado de asistencia

Acta

Encuestas Audiencia Pública y Participación Ciudadana

Registro Audiovisual

- Evaluación y Seguimiento

Evaluación Rendición de Cuentas y Plan de Mejoramiento

## RENDICIÓN DE CUENTAS PROYECTOS

En el marco de la gestión articulada, compartida y participativa que adelanta la Corporación, se han diseñado mecanismos que permitan la activa participación de los ciudadanos en los procesos adelantados. Este ha sido un ejercicio que ha fortalecido la confianza de los ciudadanos en la entidad y ha fomentado el control social en la administración pública.

CORPOGUAJIRA busca garantizar los mecanismos adecuados de interlocución y diálogo con la ciudadanía que permita generar participación y retroalimentación de la comunidad y así diseñar las acciones de mejora a las que haya lugar.

Para la efectividad de la convocatoria, en los grupos minoritarios (indígenas), se sugiere la traducción en wayuuaiqui, teniendo en cuenta que la población indígena wayuu ocupa un alto porcentaje en la caracterización de etnias.



01675

## Corpoguajira

La traducción en la segunda lengua oficial del departamento, permite

- 1- El reconocimiento de la etnia wayuu, como grupo indígena importante del departamento
- 2- Incluir a la comunidad como gestora de su propio desarrollo
- 3- validar el segundo idioma oficial del departamento

Además con este ejercicio la corporación practica y potencializa en el tema de inclusión social, étnica y cultural que contempla constitución colombiana, que soporta las luchas igualitarias de la minoría, promoviendo la erradicación de la discriminación y contribuyendo así a el fortalecimiento de los principios de desarrollo sostenible contemplados en el Plan de Desarrollo Nacional.

**OBJETIVO:** Fomentar el diálogo y retroalimentación entre los actores involucrados en la formulación y ejecución de proyectos y los grupos de interés influenciados por los mismos.

### ACCIONES

- **Convocatoria**

Prensa: Diario del Norte

Redes sociales: facebook, twitter, Instagram

Página web: [www.corpoguajira.gov.co](http://www.corpoguajira.gov.co)

Radio

- **Información a Socializar**

Información general de los proyectos

Actores involucrados

Avance en su formulación y ejecución

Informe físico y financiero que deben incluir todos los aspectos, ambiental, social y económico en cuanto a beneficios generados por el proyecto en su zona de influencia.

- **Documentos Soporte**

Listado de asistencia

Acta

Registro Audiovisual

### SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS

La Corporación se valdrá del Esquema de Socialización de los Proyectos que incluye los componentes exigidos por la normatividad y que contempla tres etapas, inicial, de avance y cierre y con el sistema de trámite a PQRSD implementado, con lo que se garantiza la plena transparencia en el proceso y toma de acciones correctivas para la efectividad en los beneficios del proyecto. (Ver esquema de socialización de proyectos).

### ACCIONES

- **Convocatoria**

Redes sociales: facebook, twitter, Instagram

Radio

Invitación y mensajes a líderes comunitarios del área de influencia y comunidad beneficiada

- Información a Socializar

Información general de los proyectos

Actores involucrados

Avance en su formulación y ejecución

Informe físico y financiero que deben incluir todos los aspectos, ambiental, social y económico en cuanto a beneficios generados por el proyecto en su zona de influencia.

- DOCUMENTOS SOPORTE

Listado de asistencia

Acta

Registro Audiovisual

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para facilitar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información, hacia los diferentes grupos de interés, la Corporación, cuenta con medios y herramientas comunicativas clasificadas de acuerdo con su propósito y público objetivo. (Ver plan de medios).

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE CORPOGUAJIRA

Son aquellos mecanismos dispuestos por la Corporación para divulgar y dar a conocer elementos y aspectos de interés e importancia para la comunidad que integra la entidad y demás personas que de una u otra manera mantienen relación con nuestra entidad.

Es indispensable que el cliente interno (funcionarios y contratistas) sea el primero en enterarse de las actividades institucionales, en el proceso de convertirlo en primer difusor y multiplicador de la información. El alcance con el área de Talento Humano es de gran importancia, ya que permite desarrollar una estrategia continuada que fortalece lazos de comunicación entre las dependencias.

Para tal propósito están dispuestas, al interior de la Corporación, las siguientes herramientas:

#### Carteleras institucionales

Las carteleras con piezas de divulgación masiva, su propósito es el de servir de conducto para dar a conocer información, comunicados, eventos o decisiones de la entidad y están dirigidas tanto a funcionarios como al público externo que visita las diferentes áreas de la Corporación.

El diseño propuesto, junto con su número y ubicación, busca generar un proceso de construcción de significado comunicativo interno y proyectar una imagen de una entidad sólida, con una cultura propia y en un ambiente comunicativo que propicia un clima laboral agradable, sistemático y ordenado.

Tener informados a los miembros de la entidad es clave para su gestión, por tanto la administración de las carteleras dependerá en un 100% de cómo establecer los flujos de la información fijada, pertinencias, prioridades y responsables en esta tarea.

En la Corporación se deben prever dos tipos de carteleras institucionales:

Internas: tienen como propósito mantener informados oportunamente, motivados e integrados a los funcionarios y contratistas para la consecución de los objetivos y las metas previstas por la entidad.

Externas: permiten mantener informados a los ciudadanos y ciudadanas sobre resoluciones, decisiones, avisos, trámites de carácter ambiental y respuestas oficiales e institucionales, de manera oportuna, periódica y ordenada.



01675

## Corpoguajira

La administración de las carteleras está a cargo de la Oficina de Comunicaciones, quien debe actualizar de forma permanente la información publicada, dicha actualización se realizará los días lunes de cada semana.

### Correo electrónico

El correo electrónico permite el intercambio de información, gráfica o visual, a través de un medio electrónico, es una herramienta de comunicación de carácter tanto interno como externo y posibilita la interconexión de información, casi en tiempo real, permitiendo que tanto entre los funcionarios y contratistas de la entidad, así como entre la Corporación y el exterior se puedan posibilitar procesos de intercambio de información referente a las diferentes temáticas que se tratan en la Corporación.

El correo Institucional es manejado de forma directa por cada servidor de la Corporación, para hacer más eficiente su uso se cuenta con el siguiente protocolo

- Revisar de manera constante el correo, mínimo 3 veces al día, para garantizar que se está enterado de la información que es enviada.
- Borrar o archivar los correos ya leídos.
- Escribir los textos en mayúsculas y minúsculas. La mayúscula sostenida dificulta la lectura.
- Disponer de la firma en el formato establecido en todos los mensajes enviados.
- No decorar con fondos de pantalla en los mensajes enviados, ni enviar cadenas ni chistes.
- Utilizar el logo de la Corporación en la imagen de perfil.
- No utilizar vocabulario irrespetuoso hacia los compañeros de la entidad.
- Usar el correo como medio válido de información y así minimizar tiempos en atención y contribuir a la política Cero Papel.

La aplicación de este protocolo garantiza y mejora el uso de esta herramienta virtual, ya que cada servidor de la entidad es responsable del uso y de la información que emita a través de este medio.

### Grupo Corpoguajira en WhatsApp

WhatsApp Messenger es una aplicación de mensajería multiplataforma que permite enviar y recibir mensajes sin pagar por mensaje de texto (SMS). WhatsApp Messenger está disponible para iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android y Nokia, y todos esos dispositivos pueden comunicarse del uno al otro. Debido a que WhatsApp Messenger usa el plan de datos que ya tiene para email e internet, no hay un coste adicional para enviar mensajes y mantenerse en contacto.

Además de aprovechar de la mensajería básica, usuarios WhatsApp pueden crear grupos, y enviar entre ellos un número ilimitado de imágenes, videos y mensajes de audio.

### MANUAL DE USO

#### Objetivo del Grupo Corpoguajira:

Informar, promocionar y divulgar entre funcionarios y contratistas de la Corporación sobre noticias, eventos, novedades, denuncias ambientales, actividades, entre otros, que desarrolla Corpoguajira, con el propósito de que todas las áreas conozcan de primera mano las acciones que se desarrollan a nivel interno y externo. El grupo es concebido como una herramienta de comunicación interna para facilitar la comunicación entre el personal en general de la entidad.

**Objetivo del Manual:** establecer normas y disposiciones generales de uso del grupo de WhatsApp de Corpoguajira, con el propósito de hacer un buen uso del grupo que permite la buena convivencia y lograr cumplir con el objetivo del grupo.

Establecer normas y disposiciones generales de uso del grupo de WhatsApp de Corpoguajira, con el propósito de hacer un buen uso del grupo que permite la buena convivencia y lograr cumplir con el objetivo del grupo. Es importante mantener la ventana del grupo de WhatsApp libre de focos de contaminación como comentarios personales o fuera de contexto de la Corporación y vocabulario inapropiado. El cumplimiento de éste manual generará un ambiente agradable donde nos enteramos de lo que acontece día a día en Corpoguajira y podamos sentirnos en un ambiente seguro de comunicación, donde se provee de información necesaria y urgente sin perder preciados momentos de contacto con la vida real.

**Reglas de Funcionamiento:**

- 1) El sentido del grupo de WhatsApp es el compartir información útil y de interés para todos los funcionarios y/o contratista de Corpoguajira. En resumen, los temas que aquí se comparten, deben ser exclusivamente de la Corporación de común interés para todos los miembros del grupo.
- 2) Cuando alguien solicita una información o el contacto de alguien, solo debe responder la persona que tenga la información o pueda orientar al respecto. Como entidad ambiental, debemos evitar el desperdicio de energía con varios mensajes de no sé, gracias o miles de emoticones con el símbolo de pulgar arriba o abajo.
- 3) Si algún miembro quiere tratar un tema especial con otro miembro del grupo, se deben ir a un chat privado. No se pueden tener conversaciones de dos personas en el grupo.
- 4) No se debe compartir temas personales, fotos o videos de su vida familiar. Solo temas ambientales de jurisdicción de la entidad.
- 5) Se debe evitar el uso excesivo de emoticones y comillas. Las comillas son para citar o ser irónicos; mientras que los emoticones son para adornar un concepto y no para reemplazarlo.
- 6) Al informar sobre un evento o actividad, se debe enviar máximo cinco (5) fotografías de la actividad; además se recomienda que sean pausadas, es decir, una foto cada media o una hora para cubrir gráficamente el evento durante su duración. No es necesario enviar 10 fotos de las mismas personas en un salón recibiendo una capacitación.
- 7) Sé profesional en el uso del lenguaje y trato a los miembros del grupo. Cuida tu ortografía, redacción y abreviaturas.
- 8) Se debe ser rápido en las respuestas y atención, cuando se tiene la información.
- 9) Se debe ser amable, usando un lenguaje cortés.
- 10) El grupo no es un concurso del que más publique su gestión o actividades en la Corporación. Se trata de conocer qué acontece cada día para tener una mejor comunicación interna entre todos y hablar el mismo lenguaje.
- 11) Se debe ser siempre honesto y transparente en lo que se informa en el grupo y no asegurar un dato si no se está completamente seguro.
- 12) Muy importante ser tolerante y consecuente.
- 13) Está prohibido discutir en el grupo. Cualquier diferencia con algún miembro, se debe resolver en otro escenario.

- 14) Prohibido hacer spam. El grupo, está creado para conocer de las novedades de la entidad y no se puede enviar cadenas masivas de ningún tipo.
- 15) Cuando se escriba una solicitud, no se debe esperar inmediata respuesta. Aunque los demás miembros aparezcan en línea y tu solicitud sea urgente, no se puede percibir realmente en qué situación se encuentran los demás miembros. Si es muy urgente, recurra a otra forma de contacto.
- 16) No se puede escribir en mayúscula sostenida, a menos que quieras expresar un grito.
- 17) Enviar mensajes en el grupo de 8:00am a 8:00pm. En los fines de semana y festivos solo enviar mensajes de carácter urgente o quejas ambientales.

#### **Sanción:**

Los miembros que en repetidas ocasiones no cumplan con las anteriores reglas de funcionamiento, serán eliminados por un mes (1) del grupo.

#### **Campañas internas**

Las campañas internas de comunicación permiten dar a conocer mensajes de carácter institucional o de interés particular para una entidad.

Las campañas se lideran desde la Oficina de Comunicaciones y Talento Humano de forma articulada con la Dirección. En este sentido, se estarán realizaran mínimo tres (3) campañas durante la vigencia con el fin de sensibilizar y motivar a los servidores, buscando generar sentido de pertenencia, contribuir con el cumplimiento de objetivos institucionales y mejorar el clima laboral de la Corporación.

#### **Acercamiento del Director con el público interno**

Con el fin de mantener un contacto directo del representante de la entidad con los funcionarios y demás grupos de internos se han contemplado unos espacios y herramientas de acercamiento en los que los colaboradores podrán tener información de primera mano y expresar sus inquietudes además de incentivar al hábito de informar lo que se está haciendo desde cada dependencia. A continuación se relacionan:

#### **Café con el Director**

Un espacio de comunicación directa con los funcionarios de un área específica y que tiene como finalidad que el Director pueda conocer las apreciaciones, inconvenientes y recomendaciones para poder obtener de mejor forma los objetivos propuestos, ante esto el Director General asume unos compromisos a los cuales la Asesora de Dirección debe hacer el respectivo seguimiento.

El cronograma de esta actividad para 2016 hace parte de este documento. (Ver Anexo 2 - Cronograma Café con el Director 2016).

#### **Reuniones Generales con el Director**

Se presenta como una oportunidad para que en un mismo espacio todos los grupos de interés internos puedan conocer por parte del Director información relevante y de gran importancia para el quehacer diario de las áreas como también se podrán manifestar inquietudes o sugerencias a cerca de los temas tratados.

También se presenta el cronograma propuesto para esta anualidad. (Ver Anexo 3 - Cronograma Reunión General con el Director 2016).

### Saludo semanal

Vía correo electrónico se enviará una vez por semana (primer día laboral de cada semana) una pieza con un saludo dirigido a un área o funcionario específico, deseándole buen desempeño e invitándolo a que a través de la Oficina de Comunicaciones de a conocer sus actividades más relevantes y que sean de interés general para su respectiva divulgación, de acuerdo con cronograma establecido (Ver Anexo 6).

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE CORPOGUAJIRA

Son aquellos recursos dispuestos por la Corporación para dar a conocer toda la información relacionada con las actividades misionales: planes, proyectos, campañas y eventos que lleva a cabo la entidad, mediante la activa participación y colaboración de los diferentes medios masivos y comunitarios de comunicación. Estas piezas están dirigidas a la comunidad en general de todos los estratos socioeconómicos.

La corporación Autónoma Regional de La Guajira cuenta con las siguientes herramientas de comunicación de carácter externo:

#### Página Web

La página web de la Corporación es el medio de comunicación más actualizado, en donde los usuarios tienen acceso a la información de carácter técnico y normativo.

Todas las dependencias de la Corporación que deseen divulgar información en la web deben enviarla al área de comunicaciones para que sea filtrada, organizada y publicada de acuerdo con la organización temática dispuesta en el sitio web, su actualización es permanente.

#### Redes Sociales

Publicación permanente de noticias, eventos y proyecciones de la Corporación a través de Twitter, Facebook, Instagram y canal de Youtube. Cada servidor debe enviar a través del grupo Corpoguajira en WhatsApp, la información que sea susceptible de divulgación inmediata, de acuerdo con el manual de uso del grupo (ver manual de Uso) y la Oficina de comunicaciones se encargará de la respectiva alimentación de redes sociales.

#### Boletines de prensa

Son informaciones con contenido y orientación noticiosa y periodística que van dirigidos a los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y portales de internet). Son multiplicadores de imagen, mensajes y actuar de los diversos frentes de acción de la Corporación.

Dentro de los temas que se divultan en los Boletines de Prensa están: información acerca de los planes, proyectos y acciones de la Corporación, cifras, estadísticas, lanzamiento y realización de campañas y operativos de control, entre otros. Constituyen el free press de la entidad, es decir el manejo libre de los medios que garantiza de forma gratuita la presencia permanente y positiva de la entidad en los medios de comunicación.

La Oficina de Comunicaciones tendrá a su cargo la elaboración de los Boletines a partir de la información suministrada por los diferentes grupos de trabajo y envía, vía e mail o entrega personalizada, a los periodistas que cubren la fuente de Medio Ambiente en el Departamento, suministrando datos adicionales como mapas, fotos, gráficas y piezas publicitarias.

Se producirán dos (2) boletines cada semana, los cuales además tendrán un diseño gráfico definido, serán enumerados por anualidad y harán parte del archivo de la Oficina de Comunicaciones. La información debe ser suministrada bajo los lineamientos contenidos en el formato de envío de información (Ver Formato Código: RCAP01-1).

#### Ruedas de prensa

Una rueda de prensa es un acto informativo organizado por la entidad, al que se convoca a los medios de comunicación masivos y comunitarios (prensa, radio, televisión, internet), para informar de manera oficial, a través del vocero, un suceso de importancia para la jurisdicción. Terminada la exposición el vocero es interrogado por los periodistas con el fin de ampliar el contenido del anuncio.



- - 0 1 6 7 5

## Corpoguajira

Los temas que se tratarán en las ruedas de prensa son muy variados y dependen de los intereses para los que fue organizada. Cuando los periodistas acuden a la rueda de prensa deberán saber de antemano los temas a tratar, igualmente reciben un comunicado o boletín con el desarrollo de la información y la posición oficial de la entidad frente al tema a tratar.

### Material editorial

El universo de lo impreso se compone de dos elementos básicos: la letra y la imagen. Estos dos elementos conjugados permiten llegar a las personas y enriquecerlas con la información ofrecida.

Las piezas gráficas transmiten mensajes de manera ágil, llamativa y directa. La Corporación produce volantes, plegables, afiches, cartillas, manuales y libros, que se utilizan para divulgar información de interés acerca de los planes, proyectos y campañas adelantados por la entidad. Este material es distribuido en las instituciones educativas, entidades gubernamentales, líderes ambientalistas y ferias de servicio al ciudadano.

El diseño de piezas comunicacionales requiere de solicitudes previas y deberá plantear los objetivos de la misma y la población a la que pretende llegar, esto permitirá lograr material efectivo y limitará las precipitaciones, espontaneidades y encargos urgentes. Es decir, permitirá hacer piezas con calidad total que proyecten buenos contenidos y mensajes. Asimismo, se podrá dar continuidad evitando acciones efímeras, promoviendo la coherencia.

### Campañas Masivas

Las campañas son acciones de tipo pedagógico que la Corporación realiza con el propósito de generar en los habitantes del departamento actitudes de valoración y respeto por el medio ambiente, para la construcción de una cultura ambiental y de ciudades sostenibles.

Para el desarrollo de las campañas ambientales intervienen varias dependencias de la entidad y se conjugan diversas herramientas de comunicación que guardan unidad en su estilo y en su mensaje, como actividades lúdicas en lugares de afluencia masiva, producción de elementos promocionales o de merchandising que generen recordación de mensajes institucionales en la ciudadanía, avisos de prensa, cuñas radiales, comerciales de televisión, material impreso, boletines o ruedas de prensa, entre otros.

Para el año 2016 se contempla la realización de tres campañas de este tipo cuyos temas a desarrollar corresponderán a las prioridades de la entidad y al Plan de Acción.

### Celebraciones del Calendario Ecológico

Estas celebraciones tienen como fin generar la movilización ciudadana de carácter local o ligada a ecosistemas estratégicos, a partir de convocatorias públicas para conmemorar fechas de importancia ambiental y generar espacios de participación.

La Corporación con el apoyo de aliados estratégicos (comunidad educativa, entidades locales y nacionales y la empresa privada), organiza una agenda compuesta, por lo general, de actividades lúdicas, académicas y recreativas, que permiten sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de preservar los recursos naturales y el ambiente, así como generar espacios de participación para conocer las propuestas de los diferentes grupos poblaciones acerca del tema ambiental en el Departamento.

Las actividades programadas para estas celebraciones se realizan en lugares de afluencia masiva para recordar expresiones y movimientos realizados en torno a la defensa del medio ambiente y llamar la atención de la ciudadanía sobre las acciones que se pueden emprender para mejorar las condiciones ambientales de nuestro Departamento; las fechas ambientales del 2016. (Ver Anexo 7 – Calendario Ambiental 2016).

### Apoyo y registro audiovisual

Con el fin de tener un registro de las actividades realizadas por la corporación, la Oficina de Comunicaciones presta el apoyo en lo que tiene que ver con requerimientos técnicos de adecuación de sonido y registro fotográfico y de video de los eventos e intervenciones de la Corporación. Para este fin se ha dispuesto del formato Código: RCAP01-2 – Solicitud de Apoyo Audiovisual.

01675

### ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

INICIATIVA	METODOLOGIA	OBJETIVO	LUGAR	FECHA	ASISTENTES	ESTADO	RESPONSABLE
Cumplimiento al Plan de Acción 2016-2019 y la correspondiente Rendición de Cuentas de la Gestión 2016	Audiencia Pública Participativa	Generar un espacio de interlocución entre los servidores públicos de Corpoguajira y la ciudadanía, para promover así la participación en el control social en los diferentes programas y proyectos institucionales durante la vigencia 2016 y generar transparencia, condiciones de confianza y garantías en el ejercicio del control.	Sede principal de Corpoguajira	Diciembre 2016	Consejo Directivo, Lideres Ambientales, Lideres Comunales, Funcionarios de la Corporación, Academia y Comunidad en General	Programada	Oficina Asesora de Planeación, Control Interno, Secretaria General, Subdirección de Gestión Ambiental, Territorial Sur y Comunicaciones.
Seguimiento al Plan de Acción 2016 – 2019	Feria de Transparencia	Presentar a la comunidad el estado de cumplimiento al Plan de Acción 2016-2019 para promover así la participación de la sociedad civil en los diferentes programas institucionales y generar un espacio de interlocución entre los servidores públicos de Corpoguajira y la ciudadanía, generando transparencia, condiciones de confianza y garantías en el ejercicio de control a la administración pública.	Parque Padilla - Riohacha	Diciembre 2016	Consejo Directivo, Lideres Ambientales, Lideres Comunales, Funcionarios de la Corporación, Academia y Comunidad en General	Programada	Oficina Asesora de Planeación, Control Interno, Secretaria General, Subdirección de Gestión Ambiental, Territorial Sur y Comunicaciones
Audiencia Pública Ambiental	Encuentros regionales por temática (aquí la Subdirección de Autoridad Ambiental debe informar los trámites de alta trascendencia que se están adelantando para programarlos, ejemplo: licencias o permisos a algún proyecto minero)	La audiencia pública ambiental tiene por objeto dar a conocer a las organizaciones sociales, comunidad en general, entidades públicas y privadas la solicitud de licencias, permisos o concesiones ambientales, o la existencia de un proyecto, obra o actividad, los impactos que este pueda generar o genere y las medidas de manejo propuestas o implementadas para prevenir, mitigar, corregir y/o compensar dichos impactos; así como recibir opiniones,	Municipio de mayor área de influencia del proyecto	Se definirá en la medida que se vayan otorgando los trámites mencionados o según la trascendencia del caso.	Comunidad del área de influencia del proyecto, autoridades y líderes.	Por definir	Autoridad y Comunicaciones





01675

## Corpoguajira

		informaciones y documentos que aporte la comunidad y demás entidades públicas o privadas.					
Audiencia Pública	Audiencia Pública Participativa	Fomentar el diálogo y retroalimentación entre los actores involucrados en la formulación y ejecución de proyectos y los grupos de interés influenciados por los mismos.	Sede principal	Junio y Diciembre 2016	Grupos de interés identificados (actores de la formulación y ejecución, comunidad beneficiada)	Programada	Secretaría Técnica de Proyectos
Socialización de proyectos	Encuentros Regionales	Fomentar el diálogo y retroalimentación entre los actores involucrados en la formulación y ejecución de proyectos y los grupos de interés influenciados por los mismos.	La secretaria debe definir tres municipios según área de influencia de los proyectos.	Tres por año	Grupos de interés identificados (actores de la formulación y ejecución, comunidad beneficiada)	Por definir	Secretaría Técnica de Proyectos
Gestión Participativa	CORPOGUAJIR A más Cerca	Acercamiento Directo de la Corporación con los diferentes grupos de interés a fin de conocer las problemáticas ambientales de la comunidad y darle respuesta a las inquietudes presentadas, ademas de	Se establecerá un cronograma de visitas sitios de alto interés ecológicos de desarrollo de proyectos que generaren impacto ambientales o a los que a la comunidad solicite para esta iniciativa.	Una jornada cada mes	Director General, funcionarios requeridos, grupos de interés identificados, líderes comunales y líderes ambientales.	Programado	Oficina de Comunicaciones.

### PLAN DE MEDIOS Y ACCIONES COMUNICATIVAS 2016 DE CORPOGUAJIRA

HERRAMIENTA COMUNICATIVA	ESTRATEGIA		DESCRIPCIÓN	MEDIOS DE DIFUSIÓN
	ORGANIZATIVA	MASIVA		
Generación de información pública		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración y divulgación de boletines de prensa que garanticen la presencia permanente, positiva y de impacto de la Corporación en los medios de comunicación masivos y comunitarios (divulgación oportuna, proactiva y oportuna, no reactiva).</li> <li>• Gestión con periodistas para el cubrimiento de noticias y eventos de la entidad.</li> <li>• Colonización de espacios editoriales de periódicos y revistas de opinión con columnas de impacto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Free Press</li> <li>• Vocerías</li> <li>• Ruedas de prensa</li> <li>• Reunión con directores y periodistas de medios</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Página Web</li> </ul>
Radio		X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción y emisión de cuñas radiales de diferentes temáticas ambientales.</li> <li>• Desarrollo de información ambiental dentro de la programación de emisoras.</li> </ul>	Pueden ser emitidas en las diferentes cadenas y emisoras con cubrimiento en el Departamento: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracol Radio</li> </ul>

21 de 32

			<ul style="list-style-type: none"> <li>Menciones sobre noticias, eventos y campañas ambientales por parte de locutores y periodistas.</li> <li>Participación de la Corporación en programa ambiental de la Policía Nacional.</li> <li>Gira por emisoras por parte de funcionarios de la Corporación para promover eventos y campañas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RCN Radio</li> <li>Radio Delfín</li> <li>Radio Policía Nacional</li> <li>Guajira Stereo</li> <li>Cardenal Stereo</li> <li>La voz de la provincia</li> <li>Fonseca Stereo</li> <li>Uniguajira Stereo</li> <li>Villanueva FM</li> <li>Canales de televisión nacional.</li> </ul>
Televisión		X	• Producción de Comercial de Televisión en espacio de la ANTV como campaña de sensibilización ambiental	Pueden ser publicados en los diferentes medios escritos, de acuerdo con el público objetivo:
Prensa		X	<p>Publicación de información en medios escritos, masivos y comunitarios, para posicionar y generar corrientes de opinión favorable alrededor del tema ambiental, a través de herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informes especiales de prensa.</li> <li>Noticias y artículos.</li> <li>Separata institucional.</li> <li>Crónicas y reportajes.</li> <li>Columnas de opinión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Tiempo.</li> <li>El Espectador.</li> <li>El Heraldo.</li> <li>Aldia</li> <li>Diario del Norte.</li> <li>El Informador.</li> <li>Revista AVIANCA.</li> <li>Catorce6.</li> <li>Semana Sostenible</li> </ul>
Internet		X	Actualización permanente de la página Web de la Corporación, donde los usuarios pueden encontrar información general, galería de fotos, noticias, videos, foros y absolver consultas.	Página web de la Corporación
Línea Editorial	X	X	<p>Diseño e impresión de piezas editoriales de alto impacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Afiches</li> <li>Plegables</li> <li>Volantes</li> <li>Folletos</li> <li>Cartillas</li> <li>Manuales</li> <li>Memorias</li> <li>Calendarios Guias temáticas</li> <li>Libros</li> </ul>	<p>Estas piezas son distribuidas en los siguientes espacios de acuerdo con el público al que van dirigidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ventanillas de atención</li> <li>Ferias de servicio</li> <li>Peajes</li> <li>Recibos de servicios públicos</li> <li>Insertos en periódicos y revistas</li> <li>Colegios</li> <li>Universidades</li> <li>Oficinas de prensa y ventanillas de atención a usuarios en entidades del sector.</li> <li>Alcaldías</li> <li>Oficina de comunicación de organismos internacionales y ONG.</li> <li>Iglesias</li> <li>Carteleras informativas de medios de comunicación</li> </ul>
Campañas	X	X	Diseño y ejecución de campañas masivas que permitan divulgar y posicionar mensajes institucionales y generar hábitos responsables con el ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para eventos de lanzamiento se convoca a los diferentes medios de comunicación.</li> <li>Las piezas de las campañas se divultan en medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y portales de internet.</li> <li>Se diseñan y divulan piezas editoriales, material promocional y de merchandising para posicionar el mensaje de cada campaña.</li> <li>Se realizan actividades lúdicas y culturales para generar espacios de participación ciudadana.</li> <li>Se realizan alianzas estratégicas con actores claves para fortalecer la ejecución de las campañas.</li> </ul>
Actividades pedagógicas y lúdicas	X	X	Diseño y ejecución de actividades lúdicas, culturales, académicas y recreativas para apoyar las campañas y eventos de sensibilización ambiental de la Corporación y para conmemorar fechas de calendario ecológico, con grupos focalizados, de acuerdo con sus intereses y al grado de escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parques</li> <li>Plazoletas</li> <li>Instituciones Educativas</li> <li>Universidades</li> <li>Jardines Infantiles</li> <li>Alcaldías</li> <li>Polideportivos</li> <li>Juntas de Acción Comunal.</li> <li>Corporación</li> </ul>
Elementos Promocionales	X	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción de campañas y mensajes institucionales en EUCOLES (avisos en los paraderos de buses).</li> <li>Rompe tráficos y pendones ubicados en vías de afluencia masiva, de acuerdo con la normatividad vigente para este tipo de publicidad.</li> <li>Igualmente a través de elementos como display rotativos, backing, dummies, que promocionan el quehacer de la Corporación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paraderos de buses</li> <li>Postes</li> <li>Semáforos</li> <li>Parques</li> <li>Plazoletas</li> <li>Ferias y eventos</li> <li>Taxis</li> <li>Vallas villa olímpica y aeropuerto, Palomino y Urumita</li> </ul>



01675

## Corpoguajira

Material Divulgativo o de Merchandising	X	X	<p>Diseño y producción de material promocional con la imagen y mensajes institucionales para ser entregado a actores claves.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agendas</li> <li>• Calendarios</li> <li>• Esferos y lápices</li> <li>• Portalápices</li> <li>• Gorras</li> <li>• Camisetas</li> <li>• Llaveros</li> <li>• Calcomanías</li> <li>• Elementos de oficina</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Stikers</li> <li>• Mugs o termos</li> <li>• Mouse Pad</li> <li>• Botones</li> <li>• Manillas</li> <li>• Libretas</li> <li>• Bayetillas</li> <li>• CD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodistas</li> <li>• Comunidad educativa</li> <li>• Funcionarios Públicos</li> <li>• Funcionarios de La Corporación</li> <li>• Empresas Privadas</li> <li>• Concejales</li> <li>• Senadores</li> <li>• Representantes a la Cámara</li> <li>• Gabinete Departamental</li> <li>• Alcaldías</li> <li>• Grupos comunitarios</li> <li>• ONG</li> <li>• Organismos Internacionales</li> <li>• Ciudadanía en general</li> </ul>
Redes sociales	X	X	Twitter, Facebook, instagram y you tube	@Corpoguajira Car Corpoguajira Canal Corpoguajira 003
Atención a la Comunidad	X	X	Realizar material informativo que permita ofrecer un servicio ágil, eficaz y unificado para atender y resolver inquietudes y trámites en materia ambiental.	Ventanilla de Atención al ciudadano de la Corporación.
Carteleras	X		Publicar información de forma permanente en las carteleras institucionales para dar a conocer información, comunicados, eventos o decisiones de la entidad.	Carteleras de las tres sedes de la Corporación Autónoma Regional de La Guajira
Correo Institucional	X		Informar, a través del correo interno, de forma oportuna y permanente a todos los servidores las decisiones y actividades realizadas por las diferentes áreas, con el fin de posibilitar el intercambio de información.	Correo institucional
Boletín Ecoguajira IN	X		registrar los eventos organizados o en los que participa la entidad, así como celebraciones y reconocimientos.	Ecoguajira IN
Campañas Internas	X		Diseño y ejecución de campañas internas que permitan sensibilizar y motivar a los servidores para generar sentido de pertenencia y mejorar el clima laboral.	Correo institucional, carteleras, reuniones
Grupo Corpoguajira wn Whatsaap	X		Herramienta comunicativa que permite el envío de información de forma inmediata y de interés general para el público interno y que además es susceptible de divulgación en otros medios de comunicación. El manual de uso de esta herramienta es parte integral de este documento.	Grupo whatsaap Corpoguajira.

**ARTICULO CUARTO.** El presente Plan se medirá por trimestres vencidos y se informara a la alta dirección los resultados alcanzados. La formula operacional para la medición será la cantidad de actividades realizadas sobre la cantidad de actividades programadas.

**ARTÍCULO QUINTO:** La presente Resolución rige a partir de la fecha de su publicación.

**PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dada en Riohacha, a los,

**10 AGO 2016**

**LUIS MANUEL MEDINA TORO**  
Director General

**ANEXOS:**

- ANEXO 1: Manual de Identidad Corporativa
- ANEXO 2: Cronograma Café con el Director 2016
- ANEXO 3: Cronograma Reuniones General con el Director 2016
- ANEXO 4: Cronograma de Actividades de Participación Ciudadana 2016
- ANEXO 5: Cronograma Medios de Comunicación 2016
- ANEXO 6: Cronograma Saludo del Director General
- ANEXO 7: Cronograma de Publicaciones en Redes Sociales Corporativas
- ANEXO 8: Presupuesto Medios de Comunicación 2016
- ANEXO 9: Calendario Ambiental 2016

Proyectó: Davianis A.

01675

**ANEXO 1**  
**Manual de Imagen Corporativa**

Este documento es una guía para mantener la imagen corporativa de OTHAUD SRL. Tiene como objetivo establecer los criterios que permitan la creación de contenidos y materiales que reflejen la identidad y valores de la empresa. Se detallan las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

ESTILO Y COHERENCIA

Este apartado establece las pautas para el diseño gráfico y la comunicación corporativa.

**ANEXO 2**  
Cronograma Café con el Director 2016

**CRONOGRAMA CAFÉ CON EL DIRECTOR 2016**

ÁREA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
SUBDIRECCIÓN DE AUTORIDAD AMBIENTAL	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SUBDIRECCIÓN DE GESTIÓN AMBIENTAL												
OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN												
SECRETARÍA GENERAL												
ASESORES TERRITORIAL												
SUR												

**Anexo 3**  
**Cronograma Reunión General con El Director 2016**

CRONOGRAMA REUNIÓN GENERAL CON EL DIRECTOR 2016											
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA	SEMANA
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1
22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2
23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3
24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4
25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5
26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6
27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7
28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8
29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9
30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Cronograma Reunión General con el Director 2016

**ANEXO 4**  
**Cronograma de Participación Ciudadana**

**CRONOGRAMA ACTIVIDADES DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2016**

ACTIVIDAD	TIEMPO											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
	SEMANA											
Encuentro Regional	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Audiencia Pública					1	2	3	4	1	2	3	4
Seguimiento al Plan de Acción 2016 - 2019 (Feria de Transparencia)					1	2	3	4	1	2	3	4
Audiencia Pública Ambiental (La Fecha se definirá en la medida que se vayan otorgando los trámites mencionados o según la trascendencia del caso)					1	2	3	4	1	2	3	4
Audiencia Pública de Cumplimiento al Plan de Acción 2016 - 2019 - Rendición de Cuentas de la Gestión 2016					1	2	3	4	1	2	3	4

**ANEXO 5**

Cronograma Medios de Comunicación 2016

**CRONOGRAMA MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2016**

ACTIVIDAD	TIEMPO											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
BOLETINES DE PRENSA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
COMERCIAL DE TELEVISIÓN												
RADIO												
PR PUBLICACIONES EN PRENSA												
CAMPAÑAS MASIVAS												
CELEBRACIONES CALENDARIO ECOLÓGICO MEDIANTE ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS Y LÚDICAS												
CARTELERAS INSTITUCIONALES												
CAMPAÑAS INTERNAS												
SALUDO SEMANAL												
PAGINA WEB												
ACTUALIZACIÓN DE REDES SOCIALES												

**ANEXO 6**

Cronograma Saludo del Director General

**CRONOGRAMA SALUDO SEMANAL DEL DIRECTOR GENERAL**

ÁREA	TIEMPO											
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Dirección General	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Oficina de Control Interno												
Oficina Asesora de Comunicaciones												
Oficina Asesora Jurídica												
Secretaría General												
Grupo de Talento Humano												
Oficina Asesora de Planeación												
Subdirección de Gestión Ambiental												
Grupo Marino Costero												
Grupo de Educación Ambiental												
Grupo de Ecosistemas y Biodiversidad												
Grupo de Admón. Integral del Recurso Hídrico												
Grupo de Laboratorio Ambiental												
Subdirección de Autoridad Ambiental												
Grupo de Licenciamiento												
Grupo de Seguimiento Ambiental												
Grupo de Evaluación, Control y Monitoreo Ambiental												
Territorial Sur												

ANEXO 7

Cronograma de Publicaciones Redes Sociales Corporativas

**CRONOGRAMA PUBLICACIONES EN LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS 2016**

PUBLICACIONES	DIAS						
	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
Noticias							
Corpoquajira Soy Yo							
Pieza Grafica							
Ecoquajira							
EcoClips							

**ANEXO 8**  
Presupuesto Medios de Comunicación 2016

**PRESUPUESTO MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2016**

HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Radio	Mes	12	\$5.000.000,00	\$60.000.000,00
Comercial de Televisión	Producción	2	\$0,00	\$0,00
Publicaciones en Prensa	Publicación	96	\$250.000,00	\$24.000.000,00
Línea Editorial	Piezas	240	\$8.400,00	\$2.016.000,00
Elementos Promocionales (Eucroles, Rompe tráficos, Pendones, Display rotativos, Backing, Dummies)	Global	10	\$500.000,00	\$5.000.000,00
Carteleras	Pieza	240	\$7.100,00	\$1.704.000,00
Boletín Ecoguajira Virtual (Diseño y Montaje)	Diseño	24	\$200.000,00	\$4.800.000,00
Campañas Internas	Jornada	12	\$250.000,00	\$3.000.000,00
Campaña Publicitaria en Redes Sociales	Mes	12	\$800.000,00	\$9.600.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$110.120.000,00</b>



ANEXO 9

Calendario Ambiental 2016

