



PLAN DE COMUNICACIONES

CÓDIGO: CA-PL-01

VERSION: 2

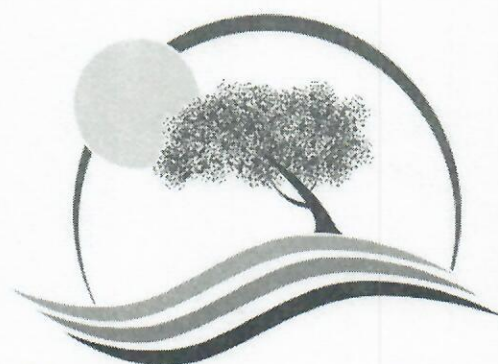
Fecha: 27/09/2021

Página 1 de 26

2020/
2023

CORPOGUAJIRA

Plan De Comunicaciones



Corpoguajira



RESOLUCIÓN No 1597
(27 DE SEPTIEMBRE DE 2021)

**POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE COMUNICACIONES 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 el Plan de Acción Cuatrienal 2020-2023 de Corpoguajira tiene un claro enfoque hacia la construcción colectiva, la participación, la corresponsabilidad y la construcción social en torno a la administración integral del patrimonio ambiental.

Que la Ley 1712 de 2014 establece lineamientos para regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

Que el gobierno nacional establece políticas para ejercer una administración pública abierta y de cara a los grupos de interés con el fin de promover la participación y retroalimentación en las acciones del Estado.

Que la implementación de un modelo de responsabilidad social corporativa para Corpoguajira significa avanzar en ser referente en la administración pública del departamento por su liderazgo en la solución de problemas que aquejan a los habitantes de la jurisdicción, siendo la participación y el acceso a la información uno de ellas.

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 Corporación como una autoridad ambiental transparente y eficiente en su gestión.

Que el 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,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar el Plan de Comunicaciones vigencia 2020 -2023 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.

ARTÍCULO CUARTO: La Oficina de Comunicaciones se encargará de dar a conocer los planteamientos señalados en este Plan en los diferentes escenarios dispuestos para ello.


ARTÍCULO QUINTO: La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Expedida en Riohacha, a los 27 días del mes de septiembre de 2021


SAMUEL SANTANDER LANA O ROBLES
Director General

Proyectó: Juan P.
Revisó: Fare R.
Revisó: Armando P.



PRESENTACIÓN

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 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 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 orden de ideas, la Oficina de Comunicaciones de Corpoguajira asume un rol importante que, mediante acciones efectivas de estrategia comunicacional, le permitan a la entidad un fortalecimiento de la relación con los públicos de su jurisdicción, apoye la difusión de las actividades institucionales, transmita sus valores corporativos, promueva la información y el conocimiento institucional para fomentar la corresponsabilidad de los ciudadanos, dar a conocer la gestión institucional, lograr que los diferentes públicos y partes interesadas la identifiquen y entiendan claramente su actividad.

También es importante destacar la relevancia del fortalecimiento de los procesos de comunicación e información interna que permitan generar participación, identidad corporativa y motivación en la actividad diaria de los servidores públicos además de facilitar los procesos laborales y de atención a los diversos públicos.

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 regional, 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

Fortalecer los niveles de información y participación ciudadana, mediante la divulgación de la información y el conocimiento de los procesos corporativos y estrategias de comunicación educativa, para promover la cultura ambiental en el territorio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Consolidar la identidad institucional de la Corporación.
2. Posicionar ante la opinión pública a CORPOGUAJIRA como una entidad líder en la administración de los recursos ambientales y promotora del desarrollo sostenible en el departamento de La Guajira.
3. Establecer una relación eficaz con los grupos de interés de la Corporación.
4. Reforzar la imagen interna y externa, logrando que ambas se desarrollen de modo organizado.
5. Relacionar y recibir el debido apoyo de los procesos de la entidad para promover en estos la circulación de la información de sus actividades para su difusión.
6. Solidificar la relación de Corpoguajira con los medios de comunicación y comunidad en general.

¿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 receptora 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.
- 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.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA 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

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:

- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Principal • Laboratorio • Territorial del Sur | } | <ul style="list-style-type: none"> Consejo Directivo Funcionarios de planta Contratistas Pasantes Servicios Generales Seguridad Privada |
|---|---|---|

Entorno

Corpoguajira siendo una entidad de carácter público tiene una amplia cantidad 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
- Comunidades indígenas
- Comunidades afro-descendientes
- ONGs Ambientales
- Sector Privado
- Entidades Públicas y Policivas
- 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 los cuales 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

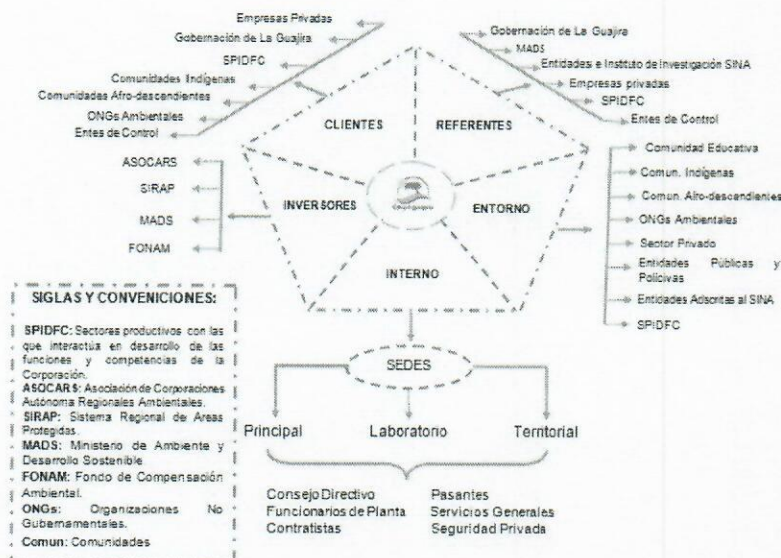
Se consideran clientes de Corpoguajira todas las personas naturales y jurídicas que resultan siendo destinatarios directos de la propuesta o portafolio de servicios de la corporación, por lo cual se incluyen:

- 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 microbiológicos 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 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 servicios 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 cartelera), 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 sepan 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:
 - 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.

POLÍTICAS 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 de 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 la demás dependencia 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 contemplada en la misma.
- En caso que un 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.
- 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, 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 reciclable.
- Si alguna área decide marcar prendas de vestir con el fin de que éstas le sirvan de uniforme, se debe contemplar todas las consideraciones contenidas en el Manual de Imagen institucional.

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 y el supervisor de dicho contrato debe garantizar el cumplimiento de este requerimiento.

Durante las etapas de formulación de proyectos y contratación de los mismos se debe garantizar que estos contengan 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.

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. Cada estrategia está diseñada para ser ejecutada desde cada rol ejercido por las diferentes áreas de la Corporación, en lo que respecta a la Oficina de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano se tendrá en cuenta para la estrategia mediática de divulgación y respuestas a inquietudes de los grupos de interés en cada una de las etapas de la estrategia.

AUDIENCIAS PÚBLICAS DE RENDICION DE CUENTAS

Ejecución del Plan de Acción Cuatrienal
Presentación del proyecto de Presupuesto

A través de estos ejercicios estamos materializando un principio democrático y participativo en la toma de decisiones y le apostamos a consolidar una cultura de apertura de la información, transparencia y diálogo entre la entidad y la sociedad civil para tener información sobre la fuente principal de la gestión, conocer sobre temas de su interés y ejercer de mejor manera su derecho a la participación a través del control social.

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; teniendo en cuenta lo establecido en el Decreto 1076 de 2015 en sus artículos 2.2.8.6.4.2 al 2.2.8.6.4.11

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 las vigencias 2021 – 2023 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
 Perifoneo
 Correo electrónico a base de datos
 Ecoguajira Radio

- Información a socializar

Proyecto de Plan de Acción
 Informe de gestión de la vigencia

- Documentos Soporte

Encuestas de satisfacción al cliente
 Registro Audiovisual

SOCIALIZACIÓN DE PROYECTOS

La Corporación se valdrá del Esquema de Socialización de los Proyectos, que están a cargo de los supervisores y la Oficina de la Planeación que incluye los componentes exigidos por la normatividad y que contempla tres etapas, inicial, de avance y cierre. Con el sistema de trámite a PQRSD implementado, se garantiza la plena transparencia en el proceso y toma de acciones correctivas para la efectividad en los beneficios del proyecto.

ACCIONES

- Convocatoria

Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram

Radio

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

EcoGuajira 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.

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 la 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 son piezas de divulgación masiva, su propósito dar a conocer información, comunicados, eventos o decisiones de la entidad. Están dirigidas tanto a funcionarios como al público externo que visita las diferentes áreas de la Corporación.

Correo electrónico

El correo electrónico permite el intercambio de información, gráfica o visual, a través de un medio electrónico, es una herramienta de comunicación tanto interna como externa que 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 posibiliten 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 sugiere 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.
- 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.

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 realizando 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:

El Director Contigo

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 lograr de mejor manera los objetivos propuestos.

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

| | | |
|--|---|-------------------|
|  | <p align="center">PLAN DE COMUNICACIONES</p> | CÓDIGO: CA-PL-01 |
| | | VERSION: 2 |
| | | Fecha: 27/09/2021 |
| | | Página 15 de 26 |

diario de las áreas. En este mismo momento se podrán manifestar inquietudes o sugerencias a cerca de los temas tratados.

También se presenta el cronograma propuesto para esta anualidad.

Saludo del Director

Vía correo electrónico se enviará una vez por mes 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.

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 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 o a la oficina de gestión TICs según sea su carácter 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 e Instagram. la información que sea susceptible de divulgación inmediata, la Oficina de Comunicaciones se encargará de la respectiva alimentación de redes sociales.

EcoGuajira Radio

Es un espacio radial diario en el horario de 5:00 am a 5:30 am emitido por Cardenal Stereo donde se divulgan las acciones de la Corporación y donde se mantiene interacción con los ciudadanos e instituciones. Es un medio que sirve para acercar la gestión institucional a los públicos de interés y además sirve como dinamizador para la atención a PQRS y quejas ambientales.

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 divulgan 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 mínimo 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.

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 la vigencia de este Plan 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.

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.

| HERRAMIENTA COMUNICATIVA | ESTRATEGIA | | DESCRIPCIÓN | MEDIOS DE DIFUSIÓN |
|-----------------------------------|--------------|--------|---|---|
| | ORGANIZATIVA | MASIVA | | |
| Generación de información pública | | X | <ul style="list-style-type: none"> 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). Gestión con periodistas para el cubrimiento de noticias y eventos de la entidad. | <ul style="list-style-type: none"> Free Prees Vocerías Ruedas de prensa Reunión con directores y periodistas de medios Correo electrónico Página Web |
| Radio | | X | <ul style="list-style-type: none"> Producción y emisión de cuñas radiales de diferentes temáticas ambientales. Desarrollo de información ambiental dentro de la programación de emisoras. Menciones sobre noticias, eventos y campañas ambientales por parte de locutores y periodistas. Gira por emisoras por parte de funcionarios de la Corporación para promover eventos y campañas | <p>Pueden ser emitidas en las diferentes cadenas y emisoras con cubrimiento en el Departamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Caracol Radio RCN Radio Radio Delfín Radio Policía Nacional Guajira Stereo Cardenal Stereo La voz de la provincia Fonseca Stereo Uniguajira Stereo Villanueva FM |
| 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"> Informes especiales de prensa. Noticias y artículos. Separata institucional. Crónicas y reportajes. | <p>Pueden ser publicados en los diferentes medios escritos, de acuerdo con el público objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> El Tiempo. El Espectador. El Heraldó. Aldía Diario del Norte. Semana Sostenible |
| Página web | | X | Actualización permanente de la página Web de la Corporación, donde los usuarios pueden encontrar información general, galería de fotos, noticias, videos, foros y consultas. | Página web de la Corporación |
| Piezas publicitarias | | X | Diseño e impresión de piezas editoriales de alto impacto: | Estas piezas son distribuidas en los |

| | | | | |
|----------------|---|---|---|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Afiches • Plegables • Volantes • Folletos • Cartillas • Manuales • Memorias • Calendarios • Guías temáticas • Libros | <p>siguientes espacios de acuerdo con el público al que van dirigidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventanillas de atención • Ferias de servicio • Peajes • Recibos de servicios públicos • Insertos en periódicos y revistas • Colegios • Universidades • Oficinas de prensa y ventanillas de atención a usuarios en entidades del sector. • Alcaldías • Para eventos de lanzamiento se convoca a los diferentes medios de comunicación. • Las piezas de las campañas se divulgan en medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y portales de internet. • Se diseñan y divulgan piezas editoriales, material promocional y de merchandising para posicionar el mensaje de cada campaña. • Se realizan actividades lúdicas y culturales para generar espacios de participación ciudadana. • Se realizan alianzas estratégicas con actores claves para fortalecer la ejecución de las campañas. |
| Campañas | X | X | <p>Diseño y ejecución de campañas masivas que permitan divulgar y posicionar mensajes institucionales y generar hábitos responsables con el ambiente.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Plazoletas • Instituciones Educativas • Universidades • Jardines Infantiles • Alcaldías • Polideportivos • Juntas de Acción Comunal. • Corporación |
| Redes sociales | X | X | Facebook, Twitter e Instagram | <p>@Corpoguajira</p> <p>Car Corpoguajira</p> |

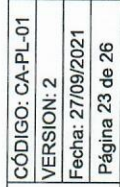
| | | | | |
|----------------------------|---|--|---|--|
| | | | | |
| Carteleras Institucionales | X | | Publicar información de forma permanente en las carteleras institucionales para dar a conocer información, comunicados, eventos o decisiones de la entidad. | Carteleras de las tres sedes de la Corporación Autónoma Regional de La Guajira |
| Director contigo | X | | Es un espacio de comunicación directa con los líderes de cada área, que tiene como finalidad que el Director pueda conocer las apreciaciones, inconvenientes y recomendaciones para poder lograr de mejor manera los objetivos propuestos. El Director General asume unos compromisos a los que le realiza respectivo seguimiento la Asesora de Dirección. Frecuencia: mensual | Virtual y presencial. |

ANEXOS:

ANEXO 1: Manual de Identidad Corporativa
 ANEXO 2: Cronograma Café con el Director 2021-2023
 ANEXO 3: Cronograma Medios de Comunicación 2021 - 2023
 ANEXO 4: Cronograma Saludo del Director General
 ANEXO 5: Cronograma de Publicaciones en Redes Sociales Corporativas

Proyectó: Juan P

[illegible]



PLAN DE COMUNICACIONES

[illegible]

ANEXO 3

Cronograma de Publicaciones Redes Sociales Corporativas

CRONOGRAMA PUBLICACIONES EN LAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS 2021 -2023

| | | |
|---|-------------------------------|-------------------|
|  | PLAN DE COMUNICACIONES | CÓDIGO: CA-PL-01 |
| | | VERSION: 2 |
| | | Fecha: 27/09/2021 |
| | | Página 24 de 26 |

| PUBLICACIONES | DÍAS | | | | | | |
|---------------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| | LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO |
| Noticias | | | | | | | |
| Pieza Grafica | | | | | | | |
| Ecoguaajira | | | | | | | |

| CONTROL DE CAMBIOS | | |
|--------------------|-----------------------|--|
| VERSION No. | FECHA | DESCRIPCION DEL CAMBIO |
| 1 | 10 agosto de 2016 | Version inicial |
| 2 | 27 septiembre de 2021 | Se realizaron ajustes en la estrategia de Comunicación Interna con la inclusión de la actividad el Director Contigo. |

| Aprobación del Documento | |
|--------------------------|---|
| Acción | Funcionario |
| Actualizado por: | Juan José Peñaranda Asesor de Comunicaciones |
| Revisado por: | Juan José Peñaranda Asesor de Comunicaciones |
| Aprobado por: | Fare Romero Peláez Representante de la Dirección |

Firma

[Firma manuscrita]

[Firma manuscrita]