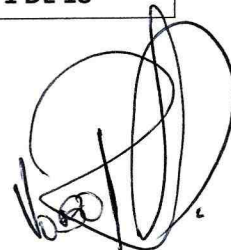
 <b>idear</b> OPORTUNIDADES PARA TODOS	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		<b>CODIGO D-14</b> <b>VERSIÓN 03</b>
	<b>VERSIÓN: 03</b>	<b>FECHA: 22-02-2022</b>	<b>PAGINA: 1 DE 18</b>



# **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**

**RAMÓN EDUARDO SANTANDER CAMARGO**  
Gerente

**KAREN YHAJAIRA QUINTERO ARDILA**  
Profesional Universitario  
Proceso de Comunicaciones

**2022**

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	VERSIÓN: 03	FECHA: 22-02-2022	PAGINA: 2 DE 18

## PRESENTACIÓN

Este documento es una guía práctica y completa para la implementación de acciones que conducen al éxito del proceso de comunicaciones del Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, visto en tres ámbitos:

**Comunicación interna:** Es la dirigida al usuario interno, para este caso el servidor público (funcionarios y colaboradores). La implementación de estrategias, hacen de esta, una herramienta clave para el cumplimiento de las metas comunes y el buen desempeño de los funcionarios para fortalecer el clima laboral.


**Comunicación externa:** Se refiere a la vinculación de la entidad con el entorno en el que desarrolla sus productos, proyectos y servicios, con el fin de alcanzar un determinado nivel de reconocimiento y posicionamiento, es decir, se encarga de gestionar la imagen que el Instituto quiere proyectar a sus públicos.

**Medios de comunicación:** Conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por el Idear, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés

Estos tres con enfoques de participación, creación, dinamismo y construcción, que aporten de manera integral al fortalecimiento en sentido de lo público.

Para el Instituto, la comunicación tiene una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la Entidad con su entorno y facilita la ejecución de las operaciones internas y externas, proporcionándole a los colaboradores y demás partes interesadas una participación directa en el logro de los objetivos, siendo un factor determinante, cuando se logra involucrar a todos los niveles y procesos de la organización, con una comunicación ágil, transparente y asertiva.


Es responsabilidad del proceso de Comunicaciones dar los lineamientos, liderar los procesos, establecer rutas de trabajo para mejorar los flujos de información, generar mayor confianza en la institucionalidad y unificar los mensajes internos y externos que aportan de manera transversal al cumplimiento de las metas institucionales, partiendo del precepto que la comunicación es un eje transversal a la ejecución de todos los procesos del Idear, por lo cual hace parte esencial de la implementación y fortalecimiento de los procesos que integran el nuevo Modelo Integrado de Gestión, MIPG, de la entidad.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
			VERSIÓN: 03

## MARCO NORMATIVO

El proceso de Comunicaciones debe considerar su actuación en un marco normativo que garantice la legalidad de sus procesos y que esté relacionada con el servicio, el acceso a la información, la participación, la transparencia, la eficiencia administrativa, la rendición de cuentas y la gestión de la calidad.

NORMA	CONCEPTO
<b>Constitución Política de Colombia</b>	Información personal, Derecho de petición, acceso a la información y a la documentación oficial
<b>Ley 134 de 1994</b>	Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana. Artículos 7,8 y 9
<b>Ley 489 de 1998. Artículo 32</b>	Democracia participativa y democratización de la gestión pública
<b>Ley 850 de 2003</b>	Anti trámite y Eficiencia en la Administración y Gestión Pública
<b>Ley 1341 de 2009</b>	"Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones – tic"
<b>Ley 1712 de 2014</b>	"Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones."
<b>Ley 1757 de 2015: Artículos 48 al 59</b>	"Rendición de cuentas de la Rama Ejecutiva". Manual único de rendición de cuentas.
<b>CONPES 3654 de 2010</b>	Política de Rendición de Cuentas
<b>CONPES 3649 de 2010</b>	Política Nacional de Servicio al Ciudadano
<b>CONPES 3650 de 2010</b>	"Importancia estratégica de la estrategia de gobierno en línea".
<b>Decreto 2573 del 12 de diciembre de 2014</b>	"Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009, y se dictan otras disposiciones."
<b>Decreto 103 del 20 de enero de 2015</b>	"Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones."

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	VERSIÓN: 03	FECHA: 22-02-2022	PAGINA: 4 DE 18

**Decreto 1078 del 26 de mayo de 2015**

"Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones."

**Directiva Presidencial 04 del 3 de abril del 2012**

Eficiencia administrativa y lineamientos de la política cero papel en la administración pública.

**Manual único de rendición de cuentas editado por la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República, el DNP y el DAFP.**

Única guía metodológica de las entidades de la Rama Ejecutiva, tanto del nivel nacional como del nivel territorial, para la formulación e implementación de una estrategia de rendición de cuentas a los ciudadanos acorde con las necesidades y posibilidades de la comunidad y la ciudadanía, en el marco de los lineamientos definidos en la política nacional.

**Manual Estrategia de Gobierno en Línea**


Editado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

**NTC 5854 del 20 de junio del 2011**

Accesibilidad a páginas Web, la cual tiene por objeto establecer los requisitos de accesibilidad que se deben implementar en las páginas web en los niveles de conformidad A, AA y AAA

**Acta de Comité Institucional de Gestión y Desempeño N° 01 del 13 de enero de 2021**

Por medio del cual se adopta el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano en el Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, para la vigencia de 2021.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	VERSIÓN: 03	FECHA: 22-02-2022	PAGINA: 5 DE 18

## OBJETIVO GENERAL

Implementar actividades de comunicación que contribuyan al mejoramiento de los procesos misionales, al fortalecimiento del clima organizacional y al mejoramiento de la eficiencia, la transparencia, la participación del sector y de la ciudadanía en general.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar estrategias de comunicación interna y externa, a través de las cuales se informe a los funcionarios, a la ciudadanía, a los medios de comunicación, a las entidades públicas y privadas, así como a los demás grupos de interés, sobre las actividades, proyectos, productos, visitas, ofertas y servicios que realiza el Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear.

Fortalecer e implementar tácticas comunicacionales en social media marketing, para estimular la participación ciudadana y satisfacer las necesidades de información.

## ALCANCE


Este Plan de Comunicaciones está direccionado a ejecutarse en las bases de la comunicación organizacional teniendo como herramientas principales los medios digitales y medios de comunicación masiva; enfocada en el mejoramiento de los procesos y enlazado con las políticas de la entidad formuladas en su Plan Anticorrupción 2022.

## DIAGNÓSTICO

El diagnóstico está basado en la necesidad de fortalecer los procesos de comunicación del Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, en cumplimiento del programa de Gobierno Digital, la Ley de Transparencia, la difusión de información, el posicionamiento de la identidad corporativa y el mejoramiento de la comunicación interna y externa; mostrando resultados en los procesos misionales y estratégicos de la entidad; y promoviendo la participación ciudadana a través de los distintos canales de comunicación.

Por lo anterior, se propone un plan de actividades que garanticen la comunicación asertiva hacia los públicos objetivos.

**Para los públicos internos:** La comunicación organizacional implementada se basa en mecanismos y actividades para transmitir la información interna de interés común para todos los funcionarios del Idear, actualmente los canales de comunicación más utilizados a

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	VERSIÓN: 03	FECHA: 22-02-2022	PAGINA: 6 DE 18

nivel interno en el Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, son el correo institucional (formal), la página web, el grupo de WhatsApp, la cartelera informativa y para los requerimientos oficiales la aplicación GLPI.

**Para los públicos externos:** La información se difunde a través de correos electrónicos enviados a los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión, páginas web, portales web y redes sociales), de igual manera se realizan alianzas estratégicas y/o contrataciones con los medios de comunicación para que la información tenga mayor impacto y alcance. Así mismo se cuenta con el mecanismo de Peticiones, Quejas, Sugerencias y Felicitaciones – PQSF, en modo físico, telefónico y virtual, implementado mediante la Resolución 235 de 2016. Por otra parte, el Idear realiza otro tipo de actividades de marketing directo como la participación en eventos públicos y/o privados para la socialización de sus productos y servicios con clientes y clientes potenciales.

### **COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**

El proceso de Comunicaciones orienta su quehacer en 3 líneas que aportan estratégicamente al cumplimiento de las metas del Idear, en términos de transparencia, responsabilidad y accesibilidad como principios fundamentales.


Las líneas de acción del Plan Estratégico de comunicaciones son:

- Comunicación interna
- Comunicación externa
- Medios de Comunicación.

#### **COMUNICACIÓN INTERNA**

Para impulsar la cultura organizacional del Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, se requiere que los trabajadores estén informados, motivados y se promueva su participación; no solo en procesos laborales formales, sino también en los momentos informales y de esparcimiento. La comunicación interna incide directamente en la cultura organizacional y debe ser utilizada estratégicamente para alcanzar metas y objetivos en favor de los clientes y la entidad.

La estrategia que se presentará a continuación desea crear y dirigir la cultura organizacional del Idear para establecer adecuadamente los mensajes institucionales y lograr mecanismos de comunicación que permitan que los canales y flujos de información sean constantes y formen parte de la actividad del Instituto.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	<b>VERSIÓN: 03</b>	<b>FECHA: 22-02-2022</b>	<b>PAGINA: 7 DE 18</b>

## Grupos de interés:

Gerencia  
 Subgerencia Comercial y de Cartera  
 Subgerencia Administrativa  
 Subgerencia Financiera  
 Oficina Asesora de Jurídica  
 Oficina Asesora de Riesgos  
 Control Interno  
 Planeación  
 Requerimientos Tecnológicos  
 Coordinadores municipales

## Objetivo

Orientar de manera estratégica la comunicación interna en el Idear para convertirla en una aliada de gestión efectiva, que permita responder a las necesidades comunicacionales detectadas y contribuya al logro de las metas y objetivos de la entidad.

Las herramientas para lograr estos objetivos son:


### Carteleras

A través de la cartelera física se publica permanentemente información de interés general, actualidad, campañas informativas y formativas, así como también los cumpleaños de cada mes. De igual manera en esta cartelera se podrán dar a conocer los emprendimientos de propiedad de los funcionarios de la entidad a fin de apoyarlos.

### Campañas de comunicación interna

De acuerdo con las necesidades de cada uno de los procesos de la entidad, desde Comunicaciones se generarán las campañas necesarias para llevar los mensajes de forma oportuna, creativa, pedagógica y moderna, teniendo en cuenta la concienciación, prevención, recordación y formación.

Se hace necesario, realizar una reunión liderada por gerencia, con todos los funcionarios de la entidad, cada mes, a fin de dar a conocer los avances de cada proceso y el rumbo que está teniendo la entidad.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
			VERSIÓN: 03

Así mismo se programa una reunión de rendición de cuentas interna, para que sean los servidores públicos del Idear quienes tengan la información de primera mano sobre las gestiones realizadas durante la vigencia 2022.

### **Talleres y charlas de capacitación para los funcionarios**

De acuerdo con lo establecido en el título I, capítulo I el Decreto 1567 de 1998, el artículo 65 del Decreto 1227 de 2005, el Decreto 4665 de 2007 y el capítulo 6 del Decreto 1072 de 2015, se elabora de manera anual el Plan Institucional de Capacitación. Para su formulación se determinan las necesidades de capacitación, teniendo en cuenta las necesidades identificadas por cada una de las dependencias, así como los resultados de las auditorías, evaluaciones de desempeño y otros lineamientos normativos. De todo lo anterior, se saca una priorización de programas de educación formal y no formal, al que pueden aplicar los funcionarios del Instituto. La responsabilidad es del área de Talento Humano, donde Comunicaciones hará el respectivo acompañamiento para la difusión y motivación.

### **Correo electrónico**

A través de correo electrónico se da a conocer toda la información institucional, dando cumplimiento a la estrategia cero papel en la administración pública, impulsada por el programa Gobierno en Línea del Ministerio de las Tecnologías de la Información.

Esta herramienta es exclusivamente para uso institucional:


- El lenguaje utilizado debe ser prudente e institucional
- No se puede utilizar para promocionar ventas, como por ejemplo las de catálogo.
- Para enviar correos masivos se debe contar con VoBo de la Gerencia y/o del profesional del proceso de comunicaciones (revisión de estilo e imagen institucional).

### **Circulares internas**

Su objetivo es informar a los funcionarios de la entidad sobre un asunto de carácter normativo legal y disposiciones emitidas por la entidad. Éstas tienen la particularidad de tratar cualquier tipo de circunstancialidad al interior del Instituto, que impacten en la gestión de cada una de las dependencias. Las circulares son remitidas en físico y a través del correo electrónico a cada uno de los funcionarios con el objetivo de que la comunicación llegue a la totalidad de estos, así mismo estas se usan para convocar reuniones de comités.

### **Reuniones informativas**



	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	<b>VERSIÓN: 03</b>	<b>FECHA: 22-02-2022</b>	<b>PAGINA: 9 DE 18</b>

Se realizarán de acuerdo a la importancia u oportunidad de convocar a los servidores públicos, para exponer o tratar temas relacionados con el quehacer o la gestión institucional.

### **Reuniones de planeación**

Se realizarán al inicio de la vigencia con los líderes de procesos o cuando haya nuevos procesos con el fin de planificar las metas, objetivos y estrategias asertivas en pro del desarrollo y el éxito del Instituto. La responsabilidad es de la gerente, quien determina el rumbo de la entidad.

### **Jornadas de salud ocupacional**

Para el mejoramiento continuo de la calidad laboral, se desarrollará en acompañamiento al área encargada de las actividades enfocadas al bienestar de los trabajadores. La responsabilidad es del área encargada de Talento Humano y el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ej.: jornadas de limpieza, pausas activas).


## **COMUNICACIÓN EXTERNA**

Comunicar y divulgar externamente es una de las actividades del proceso de comunicaciones que busca generar impacto en la ciudadanía y los diversos grupos de interés, y mantener informado al público en general con respecto a las acciones del Idear.

El proceso de comunicación externa debe dar a conocer a través de los medios de comunicación masiva, los pronunciamientos del Gerente y los resultados de la gestión institucional, y a través de estrategias comunicacionales dar a conocer a la ciudadanía los mecanismos dispuestos para la participación ciudadana y el acceso a los productos y servicios de la entidad (Oferta, Colocación, Recuperación de Cartera).

**Grupos de interés:** Comunicaciones ha segmentado sus grupos objetivos así:

- Ciudadanos
- Gremios
- Estudiantes
- Servidores Públicos
- Entidades Públicas y Privadas
- Entes de Control
- Medios de Comunicación

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	<b>VERSIÓN: 03</b>	<b>FECHA: 22-02-2022</b>	<b>PAGINA: 10 DE 18</b>

## Objetivo

Implementar estrategias para generar entre el público externo mayor prestigio, reputación y posicionamiento de imagen de la entidad.

Las herramientas para lograr este objetivo son:

### Sitio web

Esta es una solución que permite a la entidad fortalecer información, criterios, eventos y los diferentes estados en los que el Idear se proyecta, es una herramienta virtual que permite el contacto permanente con los clientes internos y externos.

En el sitio web se publica toda la información corporativa, la de obligación legal, se implementan las fases de gobierno digital, se facilitan recursos para interactuar con la comunidad y se optimiza el proceso de participación ciudadana con la posibilidad de radicar quejas y reclamos.

El control de contenidos y de imagen está a cargo de los procesos de Requerimientos Tecnológicos y Comunicaciones.

### Redes Sociales

Sin duda son los medios que generan mayor inmediatez y los públicos interesados están pendientes del acontecer o sucesos importantes que ocurren en la entidad, por eso se refuerza el trabajo a través de las redes sociales en Facebook, Twitter y YouTube, en las que se identifica a la organización como Idear Arauca.


La información, diseños y contenidos finales están a cargo del proceso de comunicaciones.

### Correo electrónico

Es un servicio de red, de gran acogida en la entidad y que permite a los usuarios recibir y enviar mensajes inmediatos con un gran impacto y efectividad. Se emplea también para comunicación con los grupos de interés externo, mediante la respuesta a solicitudes y envío de información institucional.

Esta herramienta es exclusivamente para uso institucional:

- El lenguaje utilizado debe ser prudente e institucional
- No se puede utilizar para promocionar ventas, como por ejemplo las de catálogo.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	VERSIÓN: 03	FECHA: 22-02-2022	PAGINA: 11 DE 18

- Para enviar correos masivos se debe contar con VoBo de la Gerencia y/o del profesional del proceso de comunicaciones (revisión de estilo e imagen institucional).

## Eventos

Es responsabilidad de la Subgerencia Administrativa, Planeación, la Subgerencia Comercial y de Cartera y el proceso de Comunicaciones disponer toda la logística pertinente para la realización de los diversos eventos que convoque o participe el Idear, tales como la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, audiencias públicas, reuniones, encuentros, visitas institucionales, participación en ferias y eventos externos, etc.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Constituye el conjunto de estrategias, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la entidad, para garantizar la divulgación y circulación amplia y focalizada de la información y de su propósito hacia los diferentes grupos de interés, partes interesadas y colaboradores internos, teniendo como eje la comunicación efectiva.


A través de este componente Idear promueve el diseño e implementación de todos los mecanismos que utiliza para la publicación, difusión y retroalimentación de la información en todos los niveles de la organización y hacia las partes interesadas y grupos de interés.

**Grupos de interés:** Comunicaciones ha segmentado sus grupos objetivos así:

Municipio	Medio	Nombre
Arauca	Radio	Meridiano 70
		Kapital Stereo
		Arauca Stereo
		La Voz del Cinaruco
		La Voz del Río Arauca
		Normal Stereo
	Televisión	Canal CNC
	Prensa escrita	El Mirador
	Digitales	Confidencial
		La Lupa Araucana
El Circulo		
News Radio		
Tame	Radio	88.3 Tame Fm Stereo

		Emisora Institucional de la Alcaldía 103.5
		Emisora del Ejército Nacional 101.3
		La fm 99.3 Cuna de la Libertad
	Prensa escrita	El Lancero
	Digitales	Emisora virtual La Opción
<b>Saravena</b>	Radio	Sarare Stereo
		Armonía Stereo
		Colombia Stereo 93.5
	Televisión	Araucana de televisión TV.AR
		Cable visión (comunitario) Tele Oriente
	Digitales	Radar Noticias
N Noticias		
<b>Araucuita</b>	Radio	Araucuita Stereo
		Panamá Estéreo 105.3FM
		La Paz Estéreo
		Jordán Stereo 100.1FM
	Digitales	Activado2
		Araucuita Activa
<b>Fortul</b>	Radio	Antares del Oriente
	Televisión	Fortel tv
<b>Puerto Rondón</b>	Radio	Emisora Comunitaria Rondón Stereo 107.3 FM.
<b>Cravo Norte</b>	Radio	Cravo Norte
		Morichal Stereo

**Objetivo**

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
	<b>VERSIÓN: 03</b>	<b>FECHA: 22-02-2022</b>	<b>PAGINA: 13 DE 18</b>

Divulgar a la comunidad y a los diferentes grupos objetivos, a través de los diferentes medios de comunicación, las acciones, productos, servicios programas y/o proyectos, que desarrolla el Idear, de manera oportuna, transparente y eficaz.

Las herramientas para lograr estos objetivos son:

### **Boletines de Prensa**

Un boletín de prensa es la forma escrita, oficial y autorizada, que se entrega a los periodistas. De acuerdo con la información que se genera en la entidad, el gerente y la profesional de comunicaciones determinan la relevancia de esta y la pertinencia de que sea enviada a los medios.

La profesional del proceso de Comunicaciones redacta el boletín y una vez es aprobado por la gerencia, es enviado a los medios desde el correo institucional prensa@idear.gov.co.

### **Rueda de Prensa**

Acto informativo convocado por la entidad, al que se invitan los medios de comunicación masiva, a través de correo electrónico y/o del grupo de WhatsApp, en la cual se entrega información de impacto para la ciudadanía respecto de la gestión de la entidad o por la ocurrencia de un hecho inesperado que amerite la convocatoria, esta es presidida por el gerente o quien el delegue.

### **Difusión de pauta**

Con base en un análisis de los medios de comunicación masiva (prensa, radio, televisión, sitios web, etc.) se evalúa el impacto y la población objeto para contratar sus servicios para la transmisión de mensajes de la entidad, el cual podrá variar de acuerdo con el público objetivo o la actividad puntual de la entidad en determinadas épocas, pauta que está ligada al Plan de Medios vigencia 2022, el cual se elabora semestralmente con el gerente y el subgerente Comercial y de Cartera.

### **Impresos y Publicaciones**

Se elaborarán las piezas gráficas pertinentes para la difusión de la imagen y mensaje institucional a través de medios de comunicación impresos y/o digitales, propios o contratados (plan de medios 2022).

## **RENDICIÓN DE CUENTAS**

La Audiencia Pública de Rendición de Cuentas es una expresión de control social que comprende acciones de petición de información y explicaciones, así como la evaluación de la gestión. Este proceso tiene como finalidad la búsqueda de la transparencia de la gestión de la administración pública y a partir de allí lograr la adopción de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia, transparencia y rendición de cuentas en la cotidianidad del servidor público.

El equipo de trabajo para la organización de la audiencia pública estará integrado por:


- ✓ Gerencia.
- ✓ Subgerencia Comercial y de Cartera.
- ✓ Subgerencia Financiera.
- ✓ Subgerencia Administrativa.
- ✓ Planeación.
- ✓ Control Interno.
- ✓ Recursos tecnológicos.
- ✓ Comunicaciones.

*¿A dónde debe apuntar la estrategia de rendición de cuentas 2022?*

- ✓ Visibilizar las actividades y/o estrategias que ejecuta la entidad bajo el componente de rendición de cuentas y que no son puestas en conocimiento de la ciudadanía.
- ✓ Informar a la ciudadanía sobre las gestiones realizadas durante la vigencia.
- ✓ Incentivar la participación ciudadana en la gestión de la entidad.
- ✓ Crear contenidos útiles, creativos, claros y sencillos bajo este componente.
- ✓ Implementar acciones de mejora frente a la audiencia pública de rendición de cuentas para brindar a la ciudadanía un espacio de mayor aprovechamiento a nivel informativo.

Para cumplir con todo el proceso se debe:

1. Crear un micrositio en la página web del Instituto identificando la vigencia a presentar.
2. Invitar a la participación ciudadana (opiniones, sugerencias, preguntas, etc.) a través del lleno del formulario cargado en la página web.
3. Publicación en página web y redes sociales del Instituto, el video de rendición de cuentas vigencia 2022.
4. Publicación en la página web del Plan y las diapositivas de la rendición de cuentas.

	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		CODIGO D-14 VERSIÓN 03
			<b>VERSIÓN: 03</b>

5. Publicación en la página web y las redes sociales, el formulario de satisfacción de la Rendición de Cuentas 2022.
6. Publicación en la página web el informe de esta encuesta, con el fin de puntualizar mejoras y cambios para la próxima vigencia.

### **MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN - MIPG5 EJE TRANSVERSAL**

El Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG define la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de las demás del modelo, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión. Esta dimensión tiene como propósito garantizar un adecuado flujo de información interna y externa, para lo que requiere contar con canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información.

El Instituto de Desarrollo de Arauca, Idear, a través de su plan de comunicaciones, también le apunta a fomentar la eficiencia, la eficacia, la calidad y la transparencia en la gestión pública, la rendición de cuentas y el control social ciudadano; al contar con servidores públicos bien informados, sobre cómo opera la entidad, y con ciudadanos bien informados sobre cómo hacer efectivos sus derechos, tal y como lo expresa el MIPG.

Con la implementación de esta dimensión, se logra cumplir el objetivo del MIPG "Desarrollar una cultura organizacional fundamentada en la información, el control y la evaluación, para la toma de decisiones y la mejora continua".

Es importante también anotar que el Plan de Comunicaciones es una herramienta para la adecuada gestión de la comunicación y la información tanto interna como externa, procurando que sea adecuada a las necesidades de los grupos de valor.

Respecto a la dimensión de control interno que se desarrolla a través del Modelo Estándar de Control Interno –MECI, desde el presente plan de comunicaciones se apoya la actividad de información y comunicación con el fin de que se pueda efectuar el control a la información y la comunicación organizacional y asignar las responsabilidades en relación con las líneas de defensa del MECI.

### **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

La evaluación del Plan de Comunicaciones 2022, del Instituto de Desarrollo de Arauca Idear, se realizará de acuerdo con la siguiente matriz de actividades:

COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES					
COMUNICACIÓN INTERNA					
N°	HERRAMIENTAS	ACTIVIDAD	FECHA	OBSERVACIONES (REGISTRO DE ACTIVIDAD)	INDICADOR (No. Actividades programadas/ No. Actividades desarrolladas)
1	Carteleras	Cumpleaños	Mensual		
		Emprendimientos	Mensual		
		Información actualizada	Mensual		
2	Campañas de comunicación interna	Reunión gerencia Avances de cada proceso	Mensual		
		Reunión rendición de cuentas interna	Anual		
3	Talleres y charlas de capacitación para los funcionarios	Actividades del Plan de Comunicaciones 2022 y apoyo a las actividades del Plan de Capacitación de la entidad.	Mensual		
4	Correo electrónico	Correos enviados con información	Mensual		
5	Circulares internas	Circulares internas divulgada y/o reenviadas	Mensual		
6	Reuniones informativas	Reuniones informativas registradas			
7	Reuniones de planeación	Reuniones de planeación estratégica registradas	Trimestral		
8	Jornadas de salud ocupacional	Actividades del Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo	Mensual		
COMUNICACIÓN EXTERNA					
9	Sitio web	Información actualizada en página web sección noticias	Mensual		
10	Redes Sociales	Publicación de información actualizada en redes sociales	Mensual		
11	Correo electrónico	Correos enviados con información	Mensual		
12	Eventos	Disposición de logística para eventos de la entidad	Mensual		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
13	Boletines de Prensa	Redacción de boletines y envió de información	Mensual		
14	Rueda de Prensa	Invitación los medios de comunicación masiva, a través de correo electrónico y/o del grupo de WhatsApp, para ruedas de prensa	Trimestral		
15	Difusión de pauta	Pautar con medios de comunicación para emitir mensajes institucionales	Semestral		
16	Impresos y Publicaciones	Elaboración las piezas gráficas para redes sociales pertinentes para la difusión de la imagen y mensaje institucional	Mensual		
RENDICIÓN DE CUENTAS					
17	Crear un micrositio en la página web del Instituto	Micrositio de Rendición de cuentas creado en la página web	Anual		



18	Invitar a la participación ciudadana (opiniones, sugerencias, preguntas, etc.) a través del llenado del formulario cargado en la página web.	Formulario de participación ciudadana cargado en página web	Anual		
19	Publicación en página web y redes sociales del Instituto, el video de rendición de cuentas vigencia 2022.	Video de rendición de cuentas vigencia 2021, publicado en página web	Anual		
20	Publicación en la página web del Plan y las diapositivas de la rendición de cuentas.	Diapositivas de la rendición de cuentas, publicadas en página web	Anual		
21	Publicación en la página web y las redes sociales, el formulario de satisfacción de la Rendición de Cuentas 2022.	Formulario de satisfacción de la Rendición de Cuentas 2021, publicado en página web y redes sociales	Anual		
22	Publicación en la página web el informe de esta encuesta, con el fin de puntualizar mejoras y cambios para la próxima vigencia.	Informe de esta encuesta, con el fin de puntualizar mejoras y cambios para la próxima vigencia, publicado	Anual		

ELABORÓ	REVISÓ
	
PROFESIONAL UNIVERSITARIO DE COMUNICACIONES	GERENTE



## PLAN DE COMUNICACIONES

CODIGO D-14  
VERSIÓN 03

VERSIÓN: 03

FECHA: 22-02-2022

PAGINA: 18 DE 18

### CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	VERSIÓN	MODIFICADO POR
07 DE SEPTIEMBRE DE 2020	Adopción del Plan de Comunicaciones mediante Acta de Comité Institucional de Gestión y Desempeño No.06	01	Comité Institucional de Gestión y Desempeño
15 DE FEBRERO DE 2021	Actualización del Plan de Comunicaciones mediante Comité Institucional de Gestión y Desempeño No.02	02	Comité Institucional de Gestión y Desempeño
22 DE FEBRERO DE 2022	Actualización del Plan de Comunicaciones mediante Comité Institucional de Gestión y Desempeño No.02	03	Comité Institucional de Gestión y Desempeño