

PLAN DE COMUNICACIONES 2019



Un Buen Ambiente Para el Posconflicto

CONTENIDO

OBJETIVO	2
Consolidar procesos y procedimientos de comunicación que integren estrategias para los programas, proyectos y actividades institucionales, en el marco de la responsabilidad y compromiso ambiental que ejerce la CDA en su jurisdicción, en busca de un desarrollo sostenible.....	2
ALCANCE	2
PRESENTACIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	4
INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN.....	5
Misión	¡Error! Marcador no definido.
Visión	¡Error! Marcador no definido.
PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	6
Modelos de Interacción.....	6
Aceptación y Adaptación	6
Responsabilidad Ambiental Institucional	6
Medios de comunicación alternativos.....	6
MARCO CONCEPTUAL	7
Autoridad Ambiental.....	7
Experiencias para el Desarrollo Sostenible.....	7
Educación Ambiental.....	7
Centralizar la Información.....	7
VALORES CORPORATIVOS	9
CARACTERIZACIONES	10
CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	11
Proceso de comunicación por redes	12
TIPOS DE COMUNICACIÓN	13
FLUJOS DE COMUNICACIÓN	14
ESTILOS DE COMUNICACIÓN.....	15
PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN	16
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	17
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.....	18
RECOMENDACIONES	19
DEFINICIONES.....	20
ANEXO.....	21

INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicaciones 2019, es un documento que orienta las estrategias de comunicación y fortalece la proyección institucional mediante mecanismos y enfoques que caracterizan la información y participación de los diferentes públicos, con el fin de aportar en su transformación constante a través de pautas en el contenido, diseño y elaboración del mensaje.

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

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

OBJETIVO

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

ALCANCE

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

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicaciones CDA 2019, se establece con el objetivo de continuar el fortalecimiento al proceso de Gestión de Comunicación, Información y Participación, y la articulación con mayor alcance de la dirección estrategia frente a los retos de la comunicación institucional y la participación activa de los medios de comunicación estratégicos de la Jurisdicción CDA.

En desarrollo de los avances en el proceso de Gestión de Comunicación, Información y Participación, se consolida de manera más clara los instrumentos de planeación, ejecución y verificación de las acciones proyectadas para el presenta periodo, promoviendo la centralización de la información, productos y actividades para orientar la diversidad de contenidos y espacios de participación.

Las metas programadas tendrán un alcance importante debido a la participación directa de la dirección estratégica en los procesos de la comunicación institucional, ya que permitirán el fortalecimiento de las acciones y el cumplimiento de las políticas y estrategias. De igual manera el presente documento es una propuesta para lograr desarrollar un plan de comunicaciones, que ayude a articular el desarrollo y coordinación de las diferentes estrategias de comunicación, información sobre proyectos y programas de la Jurisdicción CDA, en el marco de la comunicación como eje transversal para la interacción y participación ciudadana. Fundamentado en el componente de comunicación pública del Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000-2005 y del Sistema de Gestión de Calidad Norma ISO 9001:2015.

JUSTIFICACIÓN

Con el propósito de generar dinamismo en el concepto de vida, conservación y autoridad institucional, se enfoca las acciones comunicativas mediante el trabajo interinstitucional para la realización de productos interactivos y estratégicos, que involucre la visión ambiental y sus necesidades frente a los objetivos misionales de las instituciones participantes como las del territorio que las representa.

Generar conocimiento y participación en la población mediante la formación y la generación de productos informativos y de educación, son indispensables para la interpretación de la dinámica ambiental del territorio por parte de los ciudadanos.

En una mirada general se identifica los proyectos con mayor alcance en la jurisdicción CDA, con el fin de posicionar su objetivo y dar a conocer la influencia tanto de la intervención institucional como de necesidad de participación ciudadana en el proceso de conservación y reconocimiento de los procedimientos legales para el aprovechamiento de los recursos naturales.

Con el fin de proyectar estas acciones la Corporación CDA actúa de manera estratégica con el apoyo de las emisoras regionales y comunitarias, fortaleciendo conceptos de institucionalidad, normatividad, procesos ciudadanos, y de educación ambiental.

El desarrollo de estrategia de Educación Ambiental dirigidos para el fortalecimiento de la participación ciudadana involucra acciones para dinamizar la opinión pública. De acuerdo con el desarrollo y ejecución de ellas, las líneas bases para la intervención, son centradas en la necesidad de evidenciar las intervenciones educativas y ciudadanas en espacios públicos y con la vinculación de las entidades públicas, empresas privadas, lo cuales se sensibilizan y ejecutan acciones transversales en el contexto ambiental, salud pública e iniciativas de desarrollo sostenible.

INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN

En razón a los esquemas de planificación de la entidad (Plan de Acción “Un buen ambiente para el Posconflicto”), el Plan de Comunicaciones direcciona sus acciones en el marco del enfoque Crecimiento Verde como motor de desarrollo social y económico para la región, orientando la información con un sentido humano, sencillo y dinámico, para lo cual exalta historias de vida, y ejemplos de responsabilidad social de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo sostenible de los recursos naturales.

Se estima necesario unificar criterios y organizar los parámetros en la unidad corporativa con el ánimo de fortalecer y proyectar mejor las intervenciones de la entidad en los diferentes medios de comunicación. De igual manera evaluar el crecimiento, y desarrollo del modelo interactivo que adapta la entidad para rescatar los resultados positivos y generar cambios de participación teniendo en cuenta la demanda y la necesidad de cada región. Este Plan tiene alcance a todos los colaboradores de la entidad, bien sea contratistas o funcionarios, y a través del mismo, cuentan con las líneas a seguir en materia de divulgación, promoción y buen uso de la imagen de la entidad.

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Modelos de Interacción

La interpretación y los medios de participación de las personas han cambiado, con la transnacionalización de la información y los mecanismos de comunicación en el país, lo que conlleva a la implementación de nuevas técnicas de lenguaje, y estructuras que respondan a esta dinámica social. Las regiones que hacen parte de la jurisdicción han incorporado la tecnología en este proceso generando espacios de interacción importantes para el diálogo, la transformación, y la adaptación.

Aceptación y Adaptación

Mediante este enfoque se esquematiza el reconocimiento del valor, el concepto humano y sensible del componente ambiental siendo este el recurso para la apropiación de conductas que integren la restauración, conservación, la educación ambiental y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Es entonces este recurso el que caracterizará el mensaje el cual involucrará los actores con historias de vida y ejemplos de liderazgo, iniciativas productivas amigables con el medio ambiente y la responsabilidad ambiental como parte del desarrollo y el crecimiento verde del territorio.

Responsabilidad Ambiental Institucional

En el ejercicio de la autoridad ambiental se generan acciones tanto de control como de desarrollo humano sostenible importante para dar a conocer los avances y la implementación de estrategias, y ejecución de proyectos establecidos en la estructura estratégica del plan de acción de la entidad. En este ejercicio el seguimiento tanto para la información como para la comunicación efectiva se dispone de estructuras ordenadas, mecanismos sistematizados, y procedimientos claros y de conocimiento de los funcionarios, y personal de la entidad.

Medios de comunicación alternativos

Es una fuente de información independiente pero que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan independientemente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

MARCO CONCEPTUAL

En un marco conceptual para una comunicación asertiva y eficaz, que genere aceptación y adaptación de conductas amigables con el sector ambiental y que tengan una estrecha relación con el modelo de interacción actual, teniendo en cuenta los objetivos definidos en el Plan de Acción 2016 – 2019 "Un Buen Ambiente para el Posconflicto".

Autoridad Ambiental

La CDA en su jurisdicción, desarrolla un ejercicio de construcción colectiva donde se dispone de la actuación de los actores locales y comunitarios quienes asociativamente establecen relaciones propias con el sector. Desde el punto de vista ambiental, son estas conductas positivas o negativas las que intervienen en el proceso de participación de la entidad, la cual ejercerá un control o promocionará el desarrollo sostenible de la zona teniendo en cuenta el enfoque de conservación y ordenamiento ambiental del territorio, como del control de los recursos naturales. En este sentido realizar el seguimiento a proyectos para dar a conocer los avances son importantes en la producción de información.

Experiencias para el Desarrollo Sostenible

Reconoce el valor de los recursos naturales y los servicios ecosistémicos que presta a través de las personas que intervienen en el proceso de conservación y preservación colectiva del sector. Tener en cuenta el sentido humano permite que la población se identifique con el personaje principal, lo cual promueve el sentido de compromiso ambiental y genera recursos de comprensión diferentes para motivar la aceptación y adaptación del desarrollo humano sostenible de la región.

Educación Ambiental

Mediante este enfoque la educación ambiental direcciona la generación de conocimiento sobre las riquezas y potencialidades de los recursos naturales, como también los instrumentos de participación ciudadana, planificación del territorio, y control de los recursos naturales. Estos elementos proporcionan el enfoque de conocimiento para establecer significados propios de la gestión ambiental y la formación de la ciudadanía mediante la información, capacitación y participación.

Centralizar la Información

De acuerdo con los objetivos funcionales de la entidad esta debe estar encaminada a centralizar la información, con el fin de dar cumplimiento a las medidas de calidad que garantizan un mejor servicio y atención a los usuarios y población objeto de la jurisdicción. Logrando de esta manera, encausar en las actividades laborales de la planta laboral el proceso transversal de la comunicación institucional, la transparencia y el cumplimiento de las estrategias nacionales.

Por tal fin, el proceso de direccionamiento estratégico y basado en los procedimientos de comunicación institucional y eventos de participación ciudadana, debe desarrollar o armonizar los

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

objetivos de la entidad. Teniendo en cuenta los lineamientos, y políticas de la información, el mensaje e información institucional, el cual formará e informará al público de manera coherente y eficiente.

Su función está dada a conocer los públicos, a transmitir información, hacer uso de las nuevas tecnologías, e implementar estrategias para dinamizar las acciones y propósitos de la entidad.

Para el éxito de la comunicación es necesario desarrollar procesos y procedimientos que garanticen la eficacia, eficiencia y efectividad de los canales, los mensajes y todo lo concerniente a la comunicación interna y externa. Igualmente, se debe propender por la construcción de escenarios de confianza entre los diferentes actores, donde la comunicación juegue un papel importante como “potencializador” del mejoramiento institucional.

Así las cosas, y con el objetivo de enmarcar los lineamientos aquí descritos, es importante mencionar otras definiciones de comunicación a nivel organizacional, entre otras particularidades.

“Es el conjunto de técnicas y actividades que llevan a la realización dinámica y efectiva en los flujos de mensajes que se producen al interior de una organización, que conllevan varios propósitos inmersos, por ejemplo: influir en las opiniones, intervenir en las aptitudes y actitudes de los destinatarios, ser capaz de modificar conductas de los públicos, mediar en los procesos internos y externos de la organización, inclinar la balanza a favor de los intereses institucionales cuando fuere necesario y dar cumplimiento efectivo, rápido y sostenido a los objetivos misionales del establecimiento”.¹

“Se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan en una organización, o entre la organización y su medio o, también, para influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos de la organización. Todo ello, con el fin de que ésta (sic) cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir de una investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidades en materia de comunicación”²

“La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta (sic), con los de su personal y con la sociedad (...) Asimismo, es un medio que, en conjunto, permite el desarrollo de sus integrantes para enfrentar los retos y necesidades de nuestra sociedad”³

“La comunicación más que un intercambio de información es una compleja red de sistemas y profundas teorías que, relacionadas con otras ciencias como la Sociología, el Derecho y la Electrónica, impulsan el desarrollo de la humanidad”⁴

Como se puede observar, las anteriores definiciones coinciden en que la comunicación organizacional interna juega un papel fundamental en las instituciones y empresas modernas, por cuanto facilita el flujo de mensajes en la organización y de esta con su entorno, lo que se traduce en públicos mejor informados sobre las actividades y servicios de la institución, que se refleja en cumplimiento rápido, sostenido y eficiente de los objetivos institucionales. También concuerdan en que una comunicación

¹ Comunicación Organizacional en la UNAD, 2009 Bogotá (Colombia), Vicerrectoría de Medios y Mediaciones Pedagógicas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, página 2, www.calidad.unad.edu.co/documentos/sg/meci/comunicacionorganizacional.pdf

² Mi Espacio, 2009, Carlos Fernández Collado, página 1, www.infosol.com.mx/investigacion/comunicacion_organizacional_b.html, México

³ TuRevista Digi.U@T, 2009, Dirección General de Posgrado e Investigación-Comunicación Organizacional, Selesté Martínez Posadas, Universidad Autónoma de Tamaulipas (México), página 1, www.turevista.uat.edu.mx/volumen%203%20numero%204/comunicacion%20organizacional.html

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

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

acertada estimula el cambio de opiniones, conductas, actitudes y aptitudes en los servidores de la entidad.

En estos escenarios, la Alta Dirección juega un papel preponderante para garantizar la dinamización de la comunicación y su efectividad, asumiendo comportamientos comunicacionales proactivos frente a las y los servidores, reflejando así el compromiso con su entidad.

VALORES CORPORATIVOS

Es importante e indispensable trabajar en equipo, bajo un esquema de valores corporativos, un modelo de comunicación que correlacione las estrategias y direcciona el reconocimiento y éxito de la entidad.

Trabajo en Equipo: Se deberá generar acciones de planificación, seguimiento, control y evaluación con las tres seccionales de manera que centralice la intervención y el desarrollo de estrategias de comunicación.

Creatividad: Se busca despertar la creatividad en los autores de producción de información institucional dándoles a conocer los parámetros de intervención para la promoción de la información en los diferentes medios de comunicación.

Cohesión: Tanto el proceso de comunicación, información y participación ciudadana deben responder a los protocolos, y parámetros de comunicación de la entidad como los enfoques de la información con los objetivos misionales de la entidad. La cohesión integra el ejercicio de transformación e involucra a toda la planta laboral.

Comunicación interna: Este canal de información es importante y será el mecanismo para fortalecer el trabajo institucional, lo que permitirá dar a conocer resultados de participación frente a las metas y mecanismos de comunicación de la entidad.

CARACTERIZACIONES

Esta herramienta permite conocer al detalle las características, frecuencias, gustos, responsables y todos los aspectos relativos a los medios, los flujos, los mensajes y los públicos. Su importancia radica en que en la medida que se tenga una información más minuciosa y cualitativa, mayores son las posibilidades de éxito de los mensajes, campañas y demás acciones comunicacionales.

Un criterio que se puede establecer al momento de estructurar las herramientas con las cuales se realizarán las caracterizaciones consiste en buscar las respuestas a: qué, dónde, cuándo, cómo, quiénes, cuánto, entre otros interrogantes. Así mismo, se deberán analizar todos aquellos aspectos que se quieren confirmar o negar, y tener en cuenta la clasificación siguiente.

Clasificación de los medios o canales de comunicación

Visuales: pendones, pancartas, pasacalles, revistas, periódicos, boletines, displays, plegables, murales, carteles, afiches, memorandos, oficios, cartas, informes, manuales, actas, cartillas, circulares, comunicados, carteleros, carteles, separadores de hojas, separatas, vallas, tableros, avisos, intranet, carteleros electrónicos, correos

Auditivos: radio, conversaciones telefónicas, mensajes en formato MP3-MP4, etc.

Audiovisuales: pantallas de circuito cerrado de TV, transmisiones satelitales, videos, videoconferencias, chats, presentaciones (Power Point, Flash), multimedia, DVD, entrevistas personales, reuniones, encuentros de trabajo, seminarios, talleres, conferencias, exposiciones, visitas o recorridos a la empresa, desayunos, almuerzos y comidas de trabajo y demás eventos sociales, foros, encuentros, ferias, simposios, juntas, conversatorios.

Otros: merchandising (vasos, esferos, gorras, morrales, etc.).

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Con el fin de integrar las acciones, actividades y eventos que fortalecen la identidad corporativa se relaciona los medios internos de comunicación con los que cuenta la entidad para entrar a considerar la participación en los respectivos canales internos de comunicación;

Comunicación interna: Es un proceso que se lleva dentro de la entidad y consiste en la transmisión de mensajes por parte de una persona (emisor) a una o varias personas (receptores) con el fin de generar reacciones favorables a la organización y su recurso humano.

Mail Institucional: Sistema de mensajes institucionales usado regularmente para comunicar documentos y elementos propios del desarrollo de la gestión administrativa.

Chat Interno: Responde a la política de cero papel y conciencia ambiental. Es un instrumento para informar, integrar y fortalecer la participación institucional.

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

Televisión Interna: Es un canal poco utilizado, pero es efectivo y está al alcance de la entidad. Sirve para optimizar el mensaje reconociendo el desarrollo de actividades por parte de las seccionales.

Sistemas Electrónicos: Aunque se proyecte a público externo, son instrumentos que involucra y enseña a la planta laboral el desarrollo de las acciones y objetivos institucionales. Entre estos: sitio Web, Facebook, You Tube y Twitter.

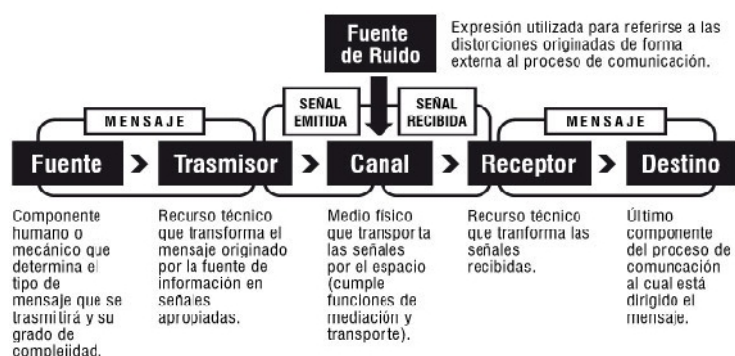
Los mensajes emitidos deben ser concisos, claros, sencillos, breves, directos, gramaticalmente correctos, íntegros y con originalidad, con atributos que impulsen el cambio de actitudes y de percepciones de los servidores frente a la organización: confiables, amigables, oportunos, útiles, suficientes.

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

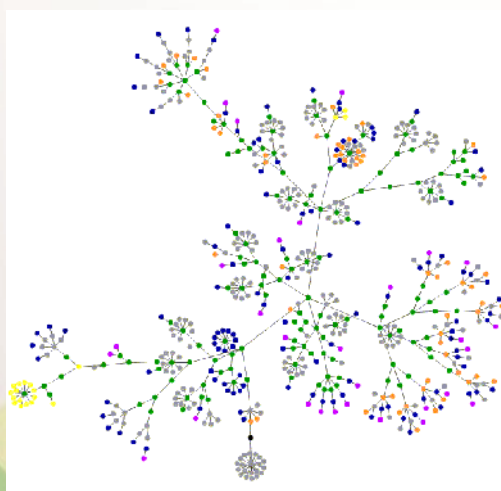
Proceso de comunicación por redes

La estructura de comunicaciones de la entidad garantizará la cobertura, equidad e igualdad de oportunidades para la participación en el proceso comunicativo. Este diseño permite que la organización cuente con una adecuada cobertura y una promoción de los diálogos entre dependencias y/o entidades, para que el proceso comunicativo esté al alcance de todos los servidores. No sólo asegura la democratización, el acceso y la ampliación de cobertura de la información, sino que además facilita el control, pues involucra con responsabilidades directos a todos y cada uno de los servidores y servidoras de la organización. Adicionalmente, el mensaje debe tener unos objetivos específicos y transmitirse a través de unos canales establecidos. En este caso, se espera generar reacciones favorables al interior de la institución y sus públicos.

Modelo básico de comunicación tradicional



Modelo de comunicación por redes



TIPOS DE COMUNICACIÓN

Si bien es cierto que la comunicación es una sola, dependiendo del público al cual va dirigida se divide, según las definiciones universalmente aceptadas, en organizacional y corporativa.

Corporativa: es aquella que la organización procesa y la proyecta al entorno exterior; es decir, hacia el público externo. En el caso de la Corporación CDA, hacia el ciudadano y los medios masivos de comunicación.

Interna: hace referencia, única y exclusivamente, a aquella que proviene del entorno inmediato y que se procesa y gestiona en su interior; es decir, que va dirigida a los servidores y/o áreas de la organización.

De otra parte, y de acuerdo a los objetivos estratégicos de comunicación, su oportunidad y utilidad, la comunicación puede clasificarse, según las definiciones universalmente aceptadas, dentro de los siguientes criterios:

Ordinaria: la que se genera en las dependencias y que puede ser del conocimiento de todos los servidores y de la sociedad en general.

Reservada: que solo debe ser del conocimiento de los servidores de la dependencia que la genera.

Confidencial: cuya divulgación, aun cuando no ponga en peligro la seguridad distrital, es perjudicial para la jurisdicción o a algunas de sus dependencias.

Secreta: cuya revelación puede poner en peligro la seguridad de la jurisdicción, dependencias, entidades y organismos públicos y/o privados, o la comisión de una misión de gran importancia.

FLUJOS DE COMUNICACIÓN

Como resultado de la dinámica de estos escenarios, se formalizan los siguientes flujos de comunicación:

Vertical descendente: es la que fluye desde los rangos superiores de la empresa (directivos y jefes) hacia los servidores, con el fin de transmitir objetivos, actividades o funciones. Entre los medios más utilizados para este tipo de comunicación están: circulares, memorandos, oficios, resoluciones, manual del funcionario y/o inducción, boletines informativos, folletos, correos electrónicos, periódico interno, reuniones de trabajo y/o informativas, entrevista individual, carteleras, intranet, seminarios y/o talleres, retiros o paseos.

Vertical ascendente: es la que se genera desde los rangos inferiores hacia los rangos superiores (de servidores a directivos), con una finalidad fundamental: la retroalimentación. Entre los canales más utilizados para este tipo de flujo comunicacional están: encuestas, entrevistas, programas de sugerencias y/o lluvia de ideas, sección dentro del periódico interno, correo electrónico, buzón de sugerencias, sección en Intranet, reuniones de grupo y/o trabajo, círculos de calidad, redes sociales.

Horizontal o lateral: es la que fluye entre funcionarios del mismo nivel (entre los servidores o entre los mismos directivos), con el fin de encontrar soluciones a problemas o conflictos, mediante equipos multidisciplinarios, lo que genere confianza y amistad. Entre los medios más usados para este tipo de comunicación, se cuentan: reuniones de trabajo entre servidores de diferentes áreas, informes, comunicaciones entre dependencias, redes sociales.

La identificación y fortalecimiento de estos flujos permiten la consolidación de una comunicación organizacional asertiva, como herramienta gerencial.

ESTILOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación, de acuerdo con el emisor, se clasifica por su estilo: pasivo o inhibido, agresivo y asertivo. Cada persona tiene un estilo o forma de comunicarse, de acuerdo a su carácter y comportamiento. Consciente o inconscientemente, cuando las personas se comunican lo hacen a partir del manejo de los diferentes elementos que componen la comunicación. De acuerdo al uso que se les dé a dichos componentes, es que se determina el estilo de comunicación. En resumen, todos los seres humanos tienen un estilo de comunicación que marca la manera de relacionarse con los demás.

Agresivo: las personas con este estilo se caracterizan porque se preocupan únicamente por defender sus derechos u opiniones y lo hacen a cualquier precio, aun a costa del respeto hacia los demás, lo que conlleva agresión, desprecio y dominio hacia los demás. Se consideran la única persona importante y con opinión en cualquier contexto personal o profesional, y los tiene sin cuidado la opinión e intereses de los demás. Tienen por costumbre no asumir su responsabilidad por la forma de relacionarse con las otras personas. Las relaciones sociales habitualmente les disgustan. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen alto de voz y tono monótono; diálogo fluido, rápido y con escasa claridad; toma de la palabra durante un tiempo excesivo, sin pausas ni silencios; tiempo muy rápido de respuesta al estímulo.

Pasivo o inhibido: la persona con este estilo de comunicación, se preocupa por satisfacer a los demás y no es capaz de enfrentarse a alguien en cualquier aspecto. Son personas que no defienden sus puntos de vista ni sus propios derechos. Este estilo de comunicación es propio de las personas que se olvidan de sí mismas e incapaces de decir NO. Le tienen miedo a la posibilidad de ofender a los demás y a ser rechazado. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen de voz bajo y tono monótono; poca fluidez verbal y claridad; diálogo entrecortado; tiempo de habla escaso, con largas pausas y silencios abundantes.

Asertivo: Las personas con un estilo de comunicación conocen sus características y las utilizan conscientemente. Son capaces de expresar sus sentimientos, ideas y opiniones, respetando los derechos de los demás y haciendo respetar los propios. En este estilo, las personas son capaces de comunicarse siempre y de la mejor manera. Entre las características de este estilo de comunicación, están: volumen adecuado (conversacional), entonación variada y agradable; adecuada fluidez verbal; ritmo normal; claridad; tiempo proporcional al del resto de participantes; pausas y silencios adecuados.

PLANEACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Para el desarrollo de los aspectos relacionados con la comunicación se seguirá la metodología del Ciclo PHVA contemplado en el SIGI, a efectos del mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos que desarrolle la entidad para atender las necesidades de los diferentes públicos.

La metodología del Ciclo PHVA incluye las siguientes fases:

Planear: Establecer objetivos, estrategias, procesos y procedimientos para conseguir unos resultados, de acuerdo con las políticas y objetivos de la entidad y las necesidades de los públicos.

Hacer: Implementar procesos, procedimientos, actividades.

Verificar: Realizar el seguimiento a los procesos y productos y su verificación frente a las políticas y objetivos. Es conveniente aplicarlo de manera especial en el proceso de Medición del Plan de Comunicaciones.

Actuar: Realización de ajustes y mejoras.

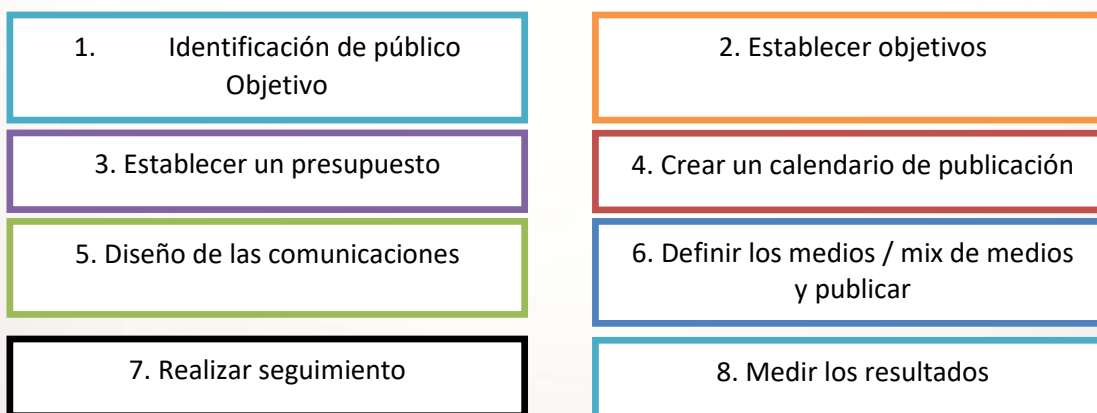
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

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

No obstante, los procedimientos de Comunicación Institucional y Evento de Participación Ciudadana, son instrumento que nos ayudan a centralizar y canalizar la información a través de los diferentes medios de interacción de la entidad, cumple la función de salvaguardar la calidad, efectividad e idoneidad de los contenidos tanto informativos como comunicación general. Por lo tanto, debe apoyar el cubrimiento, seguimiento y publicación de los contenidos, generar dinámica en los objetivos de las estrategias, y apoyar en la organización de la información documental que se genere a través de los productos.

Es así que se puede hablar de dos formas para trazar las estrategias de comunicación de la entidad, estas serán las planificadas a través de los proyectos a los cuales se les asigna presupuesto para su desarrollo, y las estrategias de comunicación orientadas estratégicamente por gestión las cuales se crean con el apoyo del personal contratado para el área de comunicación. Dichas estrategias obedecen a la necesidad de divulgar los avances y gestión de la entidad de manera integral mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información.

Cómo crear una estrategia de comunicación



PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La comunicación estratégica está dada a la gestión de información del orden estratégico teniendo en cuenta los avances en la gestión de la dirección general, el desarrollo de los proyectos, convenios, articulación interinstitucional y la participación comunitaria, elementos que proyectan el ejercicio como autoridad ambiental. Razón por la cual; la comunicación institucional procura generar mayor dinámica en la información para que ésta no sea estática, sino que se proyecte a través de la imagen corporativa, la construcción de modelos de interacción y diseños, los cuales abarcan espacios importantes que dan la oportunidad de construir opinión y participación social.

Es así que se ha generado los siguientes objetivos:

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

Estrategia 1. Mejorar los canales de comunicación para brindar mayor información a los grupos de valor.

Estrategia 2. Divulgar la gestión de la Corporación CDA.

Estrategia 3. Mejorar la atención oportuna al ciudadano a través Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias PQRSD.

Objetivo 2: Fortalecer el ejercicio de la autoridad ambiental en la jurisdicción de la Corporación CDA

Estrategia 1. Promover el reconocimiento de la CDA como autoridad ambiental en los procesos y procedimientos ambientales competencia de la corporación.

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

Estrategia 2. Apoyar la ejecución proyectos para la divulgación y comunicación de información que garantice la participación ciudadana.

RECOMENDACIONES

El plan de comunicaciones de la entidad busca la coordinación y dirección por parte del responsable de comunicación, articulado y apoyado por las seccionales en la elaboración y producción de información.

Las estrategias ya planificadas a través de los diferentes proyectos se realizarán seguimiento para el cubrimiento y recepción de la información.

Las acciones estratégicas lideradas y realizadas por el área de comunicaciones estarán direccionadas a generar mayor participación interactiva de manera sincrónica y anacrónica, estableciendo modelos de interacción más dinámicos y novedosos a través de la implementación de recursos técnicos y las nuevas tecnologías de la información.

Articular las tres seccionales en la función de divulgar los avances en la gestión ambiental, las articulaciones interinstitucionales, campañas ambientales y de control local, y las actividades y productos establecidos en los diferentes proyectos.

Para garantizar el éxito en la comunicación institucional debemos tener en cuenta:

- Que la comunicación se adapte al contexto cultural, económico, político y tecnológico del territorio.
- Que esté orientada al conocimiento de las necesidades y características de todos los diferentes públicos de la organización.
- Que estimule la satisfacción en el trabajo, el mejoramiento de las relaciones interpersonales y el respeto.
- Que facilite el acercamiento entre directivos y servidores.
- Que permita la retroalimentación de parte de los servidores.
- Que motive la participación del mayor número posible de servidores.
- Que transmita y fortalezca la cultura organizacional.

DEFINICIONES

Gestión Ambiental: Desarrollo de actividades y planes que fortalecen la administración y control ambiental.

Comunicación Interna: Mecanismos de interacción y participación del personal que trabajan en la entidad.

Unidad Corporativa: Unifica criterios que establecen un mismo lenguaje institucional.

Interacción: Característica intrínseca de la comunicación cuando ésta responde al interés propio los públicos.

Proyección Institucional: Busca el reconocimiento de la imagen institucional de la entidad logrando visibilizar las acciones a fin de optimizar los objetivos programados y sus alcances planeados.

Participación ciudadana: Hace referencia a las acciones que impulsa el desarrollo social y la democracia participativa mediante diferentes mecanismos para que la población tenga acceso a las decisiones del gobierno de manera independiente sin necesidad de formar parte de la administración pública.

Estrategia de Gobierno en Línea: Estrategia del Gobierno Nacional que busca potenciar los cambios que se han presentado en la forma de operar las naciones, aprovechando los avances de la tecnología para garantizar una mejor comunicación e interacción con la ciudadanía, que permita además la prestación de más y mejores servicios por parte del Estado.

Piezas comunicativas: Es el medio por el cual se emite un mensaje a al público objetivo, diseñadas teniendo en cuenta cada necesidad. Estas piezas de comunicación pueden implementarse en los distintos medios de comunicación buscando a través de su composición lograr una comunicación eficaz.

Promoción: “Uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información”.

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

ANEXO

COMUNICACIÓN: PLANIFICADAS EN LOS DIFERENTES PROYECTOS DE LA JURISDICCIÓN CDA – 2019

Actividades de divulgación y/o comunicación institucional

PROYECTOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METAS Y/O PRODUCTOS	INDICADOR DE PRODUCTO	ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN Y COMUNICACIÓN	INDICADOR DE GESTION	COSTO	OBSERVACION
1.1.1.5. Recuperación de suelos degradados por cultivos ilícitos y ganadería extensiva etapa II san José del Guaviare el Retorno Calamar. 2018 - Guaviare	Implementar una estrategia de educación informal en conservación	Servicio de educación informal en el marco de la conservación de la biodiversidad y los Servicio ecosistémicos	Personas capacitadas	Realizar talleres de sensibilización usuarios del proyecto	Talleres metodológicos de Conservación y manejo de sovioecosiste mas organizados	\$ 4.500.000	
				Diseñar y difundir material divulgativo	Ejemplares de cartillas elaborados y difundidos	\$ 6.360.000	
1.1.1.7. Recuperación de suelos degradados por cultivos ilícitos y ganadería extensiva etapa III, Departamento de Guaviare, Municipios de San José del Guaviare, El Retorno, Calamar. 2019	Implementar una estrategia de educación informal en conservación	Servicio de educación informal en el marco de la conservación de la biodiversidad y los Servicio ecosistémicos	Personas capacitadas	Capacitar a usuarios del proyecto a través de la realización de talleres	Talleres de capacitación realizados	\$ 10.560.000	
				Diseñar y difundir material divulgativo.	Elementos de difusión generados para educación ambiental	\$ 10.800.000	
1.1.3.4. Fortalecimiento de la cadena de valor de productos secundarios del bosque en el DMI Ariari Guayabero, Guaviare. 2018	Fortalecer las procesos de las cadenas productivas de Negocios Verdes	Servicio de asistencia técnica para la consolidación de negocios verdes en mercados locales, regionales y nacionales		Implementar programa de entrenamiento y de capacitación		\$ 148.800.000	
				Realizar eventos de promoción de los Negocios Verdes		\$ 75.000.000	
1.1.4.4. Implementación de la estrategia BanCo2 en la jurisdicción de la CDA. 2019	Continuar la implementación del esquema banco2 en los tres departamentos de la jurisdicción de la C.D.A.						Este proyecto no contiene actividades de divulgación y comunicación, por lo tanto; la Corporación realizará la divulgación por medio del sitio web https://cda.gov.co/es/noticias y otras actividades que se pueden evidenciar en la página oficial de http://www.banco2.com/detalle-familia/1033
1.2.1.4. Implementación de políticas sectoriales en recursos naturales para la gestión ambiental en los departamentos de Guainía, Guaviare y Vaupés. 2019	Desarrollar procesos de fortalecimiento o en estrategias de control y monitoreo en la CDA	Capacitación normativa y de procedimiento en control y monitoreo ambiental	Personas capacitadas en gestión ambiental	Realizar talleres de actualización normativa a funcionarios y contratistas como estrategia de control y monitoreo en la CDA.	Personas capacitadas	\$ 26.280.000	
				Participar en eventos de capacitación normativa de orden nacional como sostenibilidad a la	Personas capacitadas	\$ 6.120.000	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

				estrategia de control y monitoreo ambiental			
1.2.2.6. Programa de control, seguimiento y monitoreo a las actividades que generan emisión de contaminantes y aprovechamiento de los recursos naturales. 2019	Fortalecer capacidades para la sostenibilidad de estrategias de control y monitoreo en la CDA	Fortalecimiento para la sostenibilidad de estrategias de control y monitoreo en la CDA		Garantizar capacitación normativa de orden nacional como sostenibilidad a la estrategia de control y monitoreo ambiental		\$ 45'100'000.00	
2.1.1.2. Fortalecimiento del Sistema regional de áreas protegidas en Guaviare y Vaupés. 2019	establecer estudios técnicos que soporten la declaración del sistema de humedales de Mitú - Vaupés como área protegida	documentos de lineamientos técnicos para la conservación de la biodiversidad y sus servicios eco sistémico	Documentos de lineamientos realizados	Adelantar talleres participativos de socialización. seguimiento y evaluación de la declaración del sistema de humedales de Mitú	Talleres Interinstitucionales Realizados	\$ 20.253.000	
2.1.3.4. Restauración ambiental en zonas de recarga hídrica de cuencas y micro cuencas priorizadas en el departamento del Guaviare - 2018	Implementar estrategias de capacitación y divulgación a población ubicada en cuencas abastecedoras de acueductos municipales	Servicio de educación informal en el marco de la conservación de la biodiversidad y los Servicio eco sistémico	Personas capacitadas	Capacitación de usuarios del proyecto	Talleres metodológicos de Conservación y manejo de sovioecosistemas organizados	\$ 19.977.347	
				Diseñar y difundir material divulgativo	Documento de soporte elaborados	\$ 23.573.066	
2.1.3.5. Restauración ambiental en zonas de recarga hídrica de cuencas y microcuencas priorizadas en el departamento del Guaviare. 2019	Implementar estrategias de capacitación y divulgación a población ubicada en cuencas abastecedoras de acueductos municipales	Servicio de educación informal en el marco de la conservación de la biodiversidad y los Servicio eco sistémico	Programa de divulgación y capacitación implementado.	Capacitación realizada	Talleres metodológicos de Conservación y manejo de sovioecosistemas organizados	\$ 10.000.000	
				Diseñar y difundir material divulgativo	Documento de soporte elaborados	\$ 10.000.000	
*2.2.1.3. Implementación de la Línea Estratégica de Conservación y Manejo Sostenible del Plan de Manejo de la estrella fluvial Inírida - 2018	Reducir la deforestación en áreas de bosques fragmentados en el sitio RAMSAR	Reducción de la reforestación		Realizar talleres participativos sobre la deforestación y sensibilización ambiental		\$ 4.792.600	
				Diseñar y difundir cartilla pedagógica sobre la prevención y mitigación de la deforestación		\$ 1.949.400	
2.2.3.2. Fortalecimiento de sistemas productivos sostenibles orientados a negocios verdes del DMI Ariari – Guayabero, Guaviare.	Fortalecer las capacidades técnicas y administrativas de las comunidades rurales	Documentos de estudios técnicos con la evaluación ambiental estratégica realizados	Documentos de estudios técnicos con la evaluación ambiental estratégica realizados	Implementar programa de comunicación y divulgación	Elementos publicitarios entregados a proyectos productivos	\$ 25.000.000	
				Realizar giras de intercambio de experiencias	Elementos publicitarios entregados a proyectos productivos	\$ 25.000.000	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019

2.3.1.5. Implementación de herramientas de comunicación, participación comunitaria y educación ambiental en torno al cambio climático. 2019	Establecer estrategias de comunicación que dinamicen las acciones adelantadas en la vigencia	Diseñar y ejecutar planes de comunicación dentro de la jurisdicción de la CDA	Estrategias de Educación Ambiental Fortalecidas	Implementación de estrategia de medios de comunicación a través de espacios de promoción impresos.		\$ 8.400.000	
2.3.2.2. Formulación del plan integral de cambio climático en el Departamento del Guaviare y Vaupés.	Fortalecimiento de capacidades a nivel departamental con visión regional en gestión integral de cambio climático (Mitigación - Adaptación) a través de instrumentos de planeación	concertar el Plan Departamental Integral de Cambio Climático Territorial.	Documentos técnicos formulados	Concertar el Plan Departamental Integral de Cambio Climático Territorial.	Elementos de difusión generados para educación ambiental	\$ 135.700.000	
4.1.2.2. Establecimiento de acuerdos de manejo de los recursos naturales en territorios indígenas, departamento de Guaviare. 2019	Capacitar en competencias y conocimiento de política, administración, legislación indígena a las Asociaciones, Autoridades indígenas e instituciones locales y regionales	Líderes del departamento del Guaviare capacitados en gestión ambiental	Personas capacitadas	Implementar programa de capacitación	Grupos de ciudadanos fortalecidos	\$ 73.695.000	
4.1.3.3. Implementación de sistemas de restauración ambiental en territorios indígenas acorde a usos y costumbres ancestrales, departamento de Guainía. 2019	Establecer un sistema tradicional agroforestal en las comunidades indígenas seleccionadas	Reproducción y siembra de árboles frutales, maderables y palmas nativas	Implementación de sistemas de gestión	Realizar Talleres de Socialización del proyecto		\$ 11.250.000	
4.2.1.1. Formulación e implementación de planes de vida indígena, departamento de Vaupés. 2019	Dinamizar la identificación y recuperación de la significancia y/o normas de manejo tradicional asociado a los sitios sagrados, y su relación de estatus y poder conforme a la ley de origen	Realizar el acompañamiento institucional para la inclusión del componente ordenamiento territorial propio al Plan de Vida Indígena de forma colectiva y participativa		Socialización, ajuste, validación y aprobación del PIVI y su plan de acción.	Socialización, ajuste, validación y aprobación del PIVI y su plan de acción.	\$ 19.454.245	

PLAN DE COMUNICACIONES CDA 2019