	<b>PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Código: F.05.PO.GI
		Versión: 2.0
		Fecha: 24.04.18
		Página 1 de 6

**FECHA** (27/01/2020)

## **OBJETIVO**

Informar a través de los diferentes canales de comunicación a la comunidad y a los funcionarios del INVISBU sobre las actividades y noticias que se generen desde las diferentes dependencias, a fin de mantener una comunicación interna y externa unificada y en tiempo real.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Reforzar el sistema informativo interno y externo del Instituto a fin de mantener a funcionarios y público objetivo enterados de las actividades y actuaciones del INVISBU y de sus mismos resultados.
2. Informar adecuadamente a los implicados en los diferentes proyectos de vivienda que se ejecuten para crear las expectativas correctas y así llegar con claridad a los usuarios.
3. Generar información anticipada con el fin de disminuir la incertidumbre de información interna frente a los avances y cambios que se generen en el INVISBU.
4. Mostrar interna y Externamente la alta dirección, gestión y avances que logre el INVISBU.
5. Responder de manera oportuna las incertidumbres informativas que se generen en la comunidad y funcionarios del INVISBU.
6. Facilitar la información generada a quienes la soliciten

## **DESARROLLO**

### **Introducción**

El Instituto de Vivienda de Interés Social y Reforma Urbana de Bucaramanga, INVISBU, identifica las distintas tipologías de mensajes a transmitir a los diferentes grupos objetivo que interfieren y necesitan informarse de las actuaciones de la entidad, así como las personas que emitirán dicho mensaje y el canal que se utilizará para que llegue al público objetivo o apropiado según la situación que se presente.

### **Mecanismos o medios de Comunicación**

El Plan de Comunicación para el INVISBU, busca mantener informados a sus diferentes miembros y público objetivo ante las diferentes noticias, cambios y actuaciones que se generen dentro y fuera del instituto.


Para esto se utilizará los diferentes canales informativos con los que cuenta la empresa, a fin de mantener actualizados a la comunidad y al talento humano.

### **A. Estrategia y Actividades**

Con el fin de responder de manera específica a los diversos grupos destinatarios, las diversas acciones y materiales elaborados para su difusión se agruparán en tres ejes de actuación:

1. **Comunicación Organizacional:** Incluye la difusión de la información de proyectos a la comunidad y actividades internas del INVISBU.
2. **Comunicación Informativa:** Con los destinatarios directos y los potenciales beneficiarios de los proyectos que se ejecuten, también, se informará a la sociedad en general a través de la publicación en prensa, radio, televisión, folletos y a través de los diferentes canales con los que se pueda llegar a la ciudadanía de una manera clara.

Estos tres ejes de actuación que forman los pilares de la estrategia de comunicación y difusión prevén la adecuación coherente de las actividades y herramientas de comunicación para la ejecución y difusión a los diferentes objetivos y grupos destinatarios.


	<b>PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Código: F.05.PO.GI
		Versión: 2.0
		Fecha: 24.04.18
		Página 2 de 6

## B. Canales internos:

- **Carteleras:** Estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que la gente interesada pueda acceder a ella y estar al tanto de los datos transmitidos.
- **Correos electrónicos institucionales:** Correo electrónico, o en inglés e-mail, es un servicio de red para permitir a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante sistemas de comunicación electrónicos. Principalmente se usa este nombre para denominar al sistema que provee este servicio en Internet, mediante el protocolo SMTP, aunque por extensión también puede verse aplicado a sistemas análogos que usen otras tecnologías. Por medio de mensajes de correo electrónico se puede enviar, no solamente texto, sino todo tipo de documentos.
- **Boletines de prensa:** Un comunicado de prensa o nota de prensa es una comunicación escrita o grabada dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo ostensiblemente de interés periodístico. Normalmente, se envía por correo, por fax o por correo electrónico a redactores de los periódicos, revistas, emisoras de radio, estaciones de televisión y/o cadenas de televisión.
- **Reuniones informativas:** Convoca a dos o más personas con el propósito de lograr un objetivo común a través de la interacción verbal, tales como el intercambio de información o la posibilidad de llegar a un acuerdo. Las reuniones pueden producirse cara a cara o virtualmente, mediadas por la tecnología de comunicaciones, tales como una videoconferencia.
- **Chat institucional:** También conocido como cibercharla, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea mediante el uso de un software y a través de Internet entre dos, tres o más personas ya sea de manera pública a través de los llamados chats públicos (mediante los cuales cualquier usuario puede tener acceso a la conversación) o privada, en los que se comunican dos o más personas.
- **Intranet:** Una intranet es una red de ordenadores privados que utiliza tecnología Internet para compartir dentro de una organización parte de sus sistemas de información y sistemas operacionales. El término intranet se utiliza en oposición a Internet, una red entre organizaciones, haciendo referencia por contra a una red comprendida en el ámbito de una organización.
- **Página web institucional:** Una página web es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar navegación a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto.
- **Cartas:** Una carta es un medio de comunicación escrito por un emisor (remitente) y enviado a un receptor (destinatario). Normalmente, el nombre y la dirección del destinatario aparecen en el frente del sobre, y el nombre y la dirección del remitente aparecen en el reverso del mismo (en el caso de sobres manuscritos) o en el anverso (en los sobres preimpresos).

## Canales Externos:

- **Buzón de sugerencias:** El Buzón de sugerencias es una abertura por donde se echan las cartas para el correo. Es una caja cerrada que se coloca en los estancos, domicilios particulares y sitios públicos y en la que, por la abertura que tiene al efecto, se echan las cartas o notas con el fin de mantener una comunicación ascendente.
- **Radio:** La radio es un medio de comunicación que sirve para enlazar ideas o pensamientos entre las personas, ya que tiene un contacto más personal, porque ofrece escuchar la participación en el acontecimiento o noticias que se están transmitiendo. Además, es uno de los más utilizados para comunicar o transmitir algún mensaje.


	<b>PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Código: F.05.PO.GI
		Versión: 2.0
		Fecha: 24.04.18
		Página 3 de 6

- **Televisión:** La televisión es un sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. La transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio, por redes de televisión por cable, Televisión por satélite o IPTV. El receptor de las señales es el televisor. Es el medio de comunicación de masas por excelencia, de manera que la reflexión filosófica sobre ellos, se aplica a ésta.
- **Prensa:** El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas), o anual (anuario).
- **Redes sociales:** Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están conectados por diadas denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros. Red social también se suele referir a las plataformas en Internet. Las redes sociales de internet cuyo propósito es facilitar la comunicación y otros temas sociales en el sitio web.
- **Carteleras Institucionales:** Estructuras colgantes que se ubican normalmente en paredes o en espacios bien visibles en las cuales se colocan avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que los funcionarios o empleados en general puedan acceder a ella y estar al tanto de los datos transmitidos.
- **Charlas y Conferencias destinadas al público objetivo:** Charla es la acción de charlar (conversar, platicar, hablar). Una charla, en este sentido, es una conversación entre dos o más personas. También, puede ser una disertación oral ante un auditorio. A diferencia de otro tipo de disertaciones (como las ponencias o las conferencias), la charla es poco formal y solemne. Por su parte una conferencia es una disertación en público sobre algún tema concreto, se habla de una conferencia magistral. Esto implica que la persona tiene amplios conocimientos y experiencia sobre los temas a tratar.
- **Folletos y Plegables:** Es un impreso reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. También, es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzono o incluyéndolo dentro de otra publicación de venta o entre otras cosas.
- **Oficios:** El oficio es una comunicación escrita que suele estar vinculada a los asuntos de las administraciones públicas. Se trata de un documento que permite comunicar disposiciones, abrir consultas o llevar adelante distintas gestiones.

### **C. Parámetros de Comunicación**

A continuación se describen los diferentes parámetros de comunicación que van a ser asignados:

- **Acciones de comunicación asociadas a los diferentes mensajes (Cuánto):** Un mismo evento se puede comunicar a través de diferentes comunicados, que puede recoger uno o varios de los mensajes definidos para el evento a comunicar.
- **Mensajes claves (Qué):** Para cada evento definido se enumeran los mensajes clave que se quieren transmitir.
- **Audiencia (A Quién):** Dadas las audiencias definidas anteriormente, se especifica cuáles de esos grupos van a ser receptores de la comunicación, para determinar las audiencias definitivas.
- **Comunicador (Por Quién):** Persona o Área que va a ser la encargada de lanzar el mensaje a través del medio que se haya seleccionado. Deben ser personas que representan un cierto liderazgo en la organización y en el proyecto.
- **Medio (Cómo):** Se selecciona el medio más adecuado para el/los mensaje/s a comunicar.

	<b>PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Código: F.05.PO.GI
		Versión: 2.0
		Fecha: 24.04.18
		Página 4 de 6

- Tiempo (Cuándo): Se indica un momento aproximado de la comunicación.
- Estimación económica (Cuánto): Aproximación del coste de ejecución de la acción de comunicación.

#### D. Políticas Operativas del PME

- Cada mensaje ha de estar adaptado a la audiencia a la cual va destinado.
- La comunicación de decisiones o noticias relacionadas con los proyectos debe realizarse con proximidad al momento en que éstas se produzcan.
- La comunicación ha de ser realizada por una persona con credibilidad para el mensaje, lo que supone la implicación (participación directa de la alta dirección).
- Todas las personas deben disponer de la información completa que requieren para el desarrollo de las tareas de proyecto y de las actividades de su puesto de trabajo.
- El conjunto de canales de comunicación debe permitir que la información fluya en ambos sentidos y que todas las personas afectadas por el cambio tengan acceso a alguno de estos canales.
- El Plan de Comunicación debe transmitir transparencia, claridad y continuidad.

#### E. Identificación de los canales de comunicación

Es importante seleccionar los medios de comunicación más adecuados en función de los contenidos de la comunicación y los destinatarios de la misma.

Para el cumplimiento de los objetivos del PC se han definido una serie de medios de comunicación:

Correo Electrónico	Intranet // Web	Comunicación Presencial	Cartas	Revista Papel - folletos
Envía mensajes de forma masiva o individual a los diferentes receptores.	Proporciona visibilidad interna de los proyectos en toda la organización.  Alcance a todos los empleados y al resto de la Comunidad	Soluciona dudas en tiempo real.  Transmite confianza y seguridad del contenido al tratarse de una relación directa y personal con los interlocutores.	Para comunicados de carácter formal  Potencia internamente la importancia de la información.	Alcance simultáneo a todos los Receptores  Medio de difusión Corporativo  No ofrece garantía de su nivel de recepción y comprensión

Carteleras	Jornadas	Televisión, Radio Prensa
Facilita el surgimiento de diferentes opiniones  Bajo coste  No asegura la lectura	Provoca actitud proactiva  Facilita el surgimiento de diferentes opiniones  Intercambio de conocimiento con otros Organismos.	Facilita recepción del mensaje a Toda la sociedad.  Mecanismo disponible por toda la audiencia  Envía mensajes de forma masiva / individual

y comprensión		
---------------	--	--

**F. RESPONSABLES**

CANAL	NOMBRE DEL CANAL	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
INTERNO	Carteleras	Asesor de sistemas y personal designado por la dirección	Las debe realizar quien delegue la dirección
INTERNO	Correos electrónicos institucionales	Asesor de sistemas y contratistas de TIC	Se debe dar respuesta quien delegue la dirección
INTERNO	Boletines de prensa	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC	Los debe realizar quien delegue la dirección y en coordinación con la administración central.
INTERNO	Reuniones informativas	La dirección- contratistas o personal designado por la dirección.	Los debe realizar el personal de Operativa.
INTERNO	Chat institucional	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de comunicaciones	Se debe dar respuesta la persona que delegue la dirección.
INTERNO	Intranet	La dirección- asesor de sistemas – lng. web contratista de sistemas	Los debe realizar por el (la) web master o quien haga sus veces con previa autorización de la dirección.
INTERNO	Página web institucional	La dirección- asesor de sistemas – lng. web contratista de sistemas	Los debe realizar por el (la) web master o quien haga sus veces con previa autorización de la dirección.
INTERNO	Cartas	Personal quien delegue la dirección	Se debe dar respuesta por el (la) comunicador (a) social o quien haga sus veces.
EXTERNO	Buzón de sugerencias	Personal quien delegue la dirección	Se debe dar respuesta por el (la) comunicador (a) social o quien haga sus veces.
EXTERNO	Radio	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC	La realizar el personal autorizado por la administración central.
EXTERNO	Televisión	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC	La realizar el personal autorizado por la administración central.
EXTERNO	Prensa	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC	La realizar el personal autorizado por la administración central.
EXTERNO	Redes sociales	La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC	Se debe dar respuesta por la de TIC o quien haga sus veces
EXTERNO	Carteleras Institucionales	La dirección- asesor de	Se debe dar respuesta por

		<b>sistemas - contratistas de TIC o personal designado.</b>	el (la) personal designado.
EXTERNO	Charlas y Conferencias destinadas al público objetivo	<b>La dirección- asesor de sistemas – personal de Operativa</b>	Los debe realizar por el personal de operativa o la persona designada por la dirección
EXTERNO	Folletos y Plegables	<b>La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC– personal designado por la dirección</b>	Los debe realizar por el personal designado por la dirección.
EXTERNO	Oficios	<b>La dirección- asesor de sistemas - contratistas de TIC – personal designado por la dirección</b>	Se debe dar respuesta por el personal designado por la dirección.

**CRONOGRAMA**

No.	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1	<b>PUBLICACIONES PERIODICAS EN LA WEB Y REDES SOCIALES DE LA GESTION INSTITUCIONAL</b>	personal designado por la dirección y sistemas	de enero a diciembre del 2020
2	<b>DISPONER DE CANALES EXTERNOS DE COMUNICACIÓN (FOROS, CHAT, CARTAS, BOLETINES DE PRENSA, CARTELERAS, CHARLAS, CORREOS, ETC)</b>	personal de sistemas , operativa y técnica, planeación	de enero a diciembre de 2020
3	<b>PUBLICACION EN LA WEB DE LOS INFORMES DE GESTION DEL DIRECTOR</b>	personal de sistemas	de enero a diciembre de de 2020
4	<b>PUBLICACION TRIMESTRAL WEB DE LOS INFORMES, ESTADOS FINANCIEROS Y EJECUCIONES PRESUPUESTALES</b>	personal de sistemas	de enero a diciembre de 2020
5	<b>PUBLICACION WEB DE LA CONTRATACION EJECUTADA</b>	personal de sistemas	de enero a diciembre de 2020
6	<b>DISPONER UN ESPACIO VIRTUAL, PARA LA ORIENTACION Y ATENCION AL CUIDADANO</b>	área de operativa, sistemas	de enero a diciembre de 2020
7	<b>GESTIONAR ANTE EL DAFP, LOS TRAMITES Y SERVICIOS PRESENTADOS</b>	propiedad horizontal, jurídica y sistemas	de enero a diciembre de 2020

Elaboro,  
**Ing. JAVIER ORLANDO NÚÑEZ LATORRE**  
 ASESOR DE SISTEMAS