

**PLAN DE
COMUNICACIONES
MONTERÍA CIUDAD
AMABLE S.A.S
2023**

Contenido

1. MARCO NORMATIVO	6
2. MARCO ESTRATÉGICO	7
3.1. Misión	7
3.2. Visión	7
3.3. Objetivos estratégicos corporativos	7
3.3. Objetivos de comunicación.....	8
3.1.1. Objetivo general.....	8
3.1.3. Objetivos específicos	8
3.4. Alcance.....	9
3.3. Responsable.....	9
3.4. Política de comunicaciones	10
3.4.1. Política de comunicación interna.....	11
3.4.2. Política de comunicación externa.....	11
3.4.3. Política de Transparencia, Acceso a la Información Pública y de Revelación...12	
3. FASES DEL PLAN DE COMUNICACIONES	13
3.1. Diagnóstico Institucional	13
4.2. Caracterización de la información	14
4.3. Estrategias de comunicación	15
4.3.1. Comunicación interna	15
4.3.2. Comunicación externa	19
4.4. Manuales del plan de comunicaciones	23
4.4.1. Manual de Usuario	23
4.4.2. Manual de marca	23
4.4.3. Manual de crisis	24
4.4.4. Manual de redes sociales.....	25
4.5. Indicadores y seguimiento	26

INTRODUCCIÓN

La comunicación en la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasajeros SETP de la ciudad de Montería, se constituye como un proceso fundamental para dar a conocer a la comunidad en general, los avances, estrategias, planes y proyectos que se ejecuten para el logro de tal fin.

A través del plan de comunicaciones, se planean las estrategias, no solo para atender el público externo, sino para mantener una continua comunicación con el equipo interdisciplinario de Montería Ciudad Amable S.A.S.

Por todo lo anterior, este plan pretende equiparar las mejores prácticas de comunicación de la empresa, socializarlas entre quienes las deben aplicar y recibir de ellos las propuestas de mejoramiento que permitan que el proceso sea exitoso y participativo.

Por otra parte, el plan de comunicaciones se basa en el componente de comunicación pública contemplado en el Modelo Estándar de Control Interno (MECI) el cual se fundamenta en tres elementos: Comunicación Organizacional, Comunicación Informativa y Medios de Comunicación.

El Plan de Comunicaciones, basado en estos principios, sirve de plataforma para garantizar que la comunicación contribuya al fortalecimiento y mejoramiento continuo de los procesos que integran el Sistema de Gestión de la Entidad.

DEFINICIONES

MECI: Modelo Estándar de Control Interno.

Comunicación interna: La comunicación interna es la comunicación dirigida al personal interno del ente Gestor. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

Comunicación externa: La comunicación externa se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

Comunicación para el desarrollo: es un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas.

Comunicación estratégica: Comunicación Estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos.

Campañas institucionales: actividades programadas con el fin de orientar, educar y sensibilizar a la comunidad organizacional sobre un determinado tema.

Carteleras internas: herramienta de comunicación visual interna que permite que todo el público interno y externo de una entidad tengan fácil acceso a la información que se maneje.

Divulgación: publicar, propagar un conocimiento, poner al alcance de las personas una cosa.

Imagen corporativa: se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca.

SETP: Sistema Estratégico de transporte Público de Pasajeros de la ciudad de Montería.

Medios alternativos: medio alternativo de información, medio de comunicación alternativo o medio alternativo es un emisor de información independiente que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan de forma independiente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

Medios de comunicación: hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos.

Piezas de comunicación: diseños con la creatividad adecuada que permite reforzar y facilitar la comunicación, factor primordial en las relaciones con los usuarios.

Prensa: publicaciones, habitualmente periódicas (periódicos y revistas), también llamados prensa por el nombre de la máquina que las imprime.

Tics: son tecnologías de la información y de comunicaciones, constan de equipos de programas informáticos y medios de comunicación para reunir, almacenar, procesar, transmitir y presentar información en cualquier formato es decir voz, datos, textos e imágenes.

Productos comunicativos: resultados tangibles (afiches, carteleras, botones, programa de TV, pendones) obtenidos de los programas y actividades que se realizan en el marco de un plan de comunicaciones.

Movilidad: Por movilidad se entiende el conjunto de desplazamientos, de personas y mercancías, que se producen en un entorno físico. Cuando hablamos de movilidad urbana nos referimos a la totalidad de desplazamientos que se realizan en la ciudad.

1. MARCO NORMATIVO

- ✚ **Ley 87 de 1993, art 1 y 2:** Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones.
- ✚ **Ley 134 de 1994:** Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana. Artículos 7,8 y 9.
- ✚ **Ley 190 de 1995:** Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa.
- ✚ **Ley 489 de 1998:** Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones. Artículo 27, 28 y 29.
- ✚ **Decreto 2482 de 2012:** Por el cual se establecen los lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión.
- ✚ **Decreto 943 de 2014:** Por el cual se actualiza el Modelo Estándar de Control Interno (MECI).

2. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. Misión

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. es una entidad del Municipio de Montería, encargada de implementar el Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasajeros (SETP), que permitirá a la población contar con un servicio eficiente, gracias a los recursos del Municipio y del Estado. El talento humano idóneo con el que se cuenta y la comunicación permanente y transparente, nos permite generar confianza en la comunidad y los entes reguladores.

3.2. Visión

En 2023 poner en marcha el Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasajeros (SETP), por medio de la gestión técnica, jurídica, social y cultural y a su vez ser reconocidos por la comunidad monteriana como gestores del desarrollo y movilidad del transporte público en la ciudad de Montería.

3.3. Objetivos estratégicos corporativos

- ✚ Construir e implementar el Sistema Estratégico de Transporte Público de pasajeros SETP en Montería.
- ✚ Garantizar los recursos necesarios para la implementación del sistema y su correcto funcionamiento.
- ✚ Gestionar la infraestructura necesaria para la implementación del SETP que permita el mejoramiento de la movilidad y el desarrollo adecuado de las actividades del sistema.
- ✚ Fortalecer el transporte público Monteriano con una movilidad adecuada, eficiente, ágil y segura.
- ✚ Realizar toda la gestión social para la construcción de obras y puesta en marcha del sistema.
- ✚ Promover el ingreso de personal idóneo en la organización.
- ✚ Asegurar el mantenimiento y mejoramiento continuo del SETP.

3.3. Objetivos de comunicación

3.1.1. Objetivo general

Implementar el Plan de Comunicaciones de Montería Ciudad Amable S.A.S., con el fin de, comunicar eficazmente a la población de Montería sobre procesos, proyectos y acciones que se adelanten para la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público de pasajeros de la ciudad.

3.1.3. Objetivos específicos

- ✚ Suministrar información a la comunidad que permita el reconocimiento, empoderamiento y apropiación de las obras que adelanten Montería Ciudad Amable S.A.S para la puesta en marcha del SETP.
- ✚ Socializar la contratación y desarrollo de los proyectos relacionados con la implementación del SEPT.
- ✚ Establecer acciones que permitan educar y culturizar a la ciudadanía de Montería respecto al cuidado de los entornos naturales existentes en el SETP.
- ✚ Fortalecer el uso de herramientas y el diseño de piezas de comunicación internas y externas que ayuden a la divulgación y comprensión de la información brindada por Montería Ciudad Amable S.A.S con respecto a la intervención de la entidad con la comunidad.
- ✚ Brindar y garantizar al ciudadano la oportunidad de obtener servicios a través de medios virtuales de la entidad, que promuevan el desarrollo de la interacción entre la entidad y la sociedad para promover la transparencia.
- ✚ Dinamizar el flujo de comunicación entre los miembros de Montería Ciudad Amable S.A.S. y los diferentes grupos sociales relacionados con procesos orientados a la implementación del SETP y los beneficios del mismo para la sociedad monteriana.
- ✚ Propender por la implementación de un plan de medios que amplíe el radio de acción de las comunicaciones que se generen de las actividades realizadas por la Entidad.
- ✚ Establecer acciones que permitan educar y culturizar a la ciudadanía de Montería con respecto a la utilización del SETP, que permitan establecer medidas de cuidado, respeto y buenas prácticas al interior del sistema.

3.4. Alcance

El alcance del presente documento va desde el diagnóstico institucional y definición de actuaciones hasta el establecimiento de las estrategias y lineamientos que permitan asegurar una comunicación efectiva a los públicos internos y externos que guardan relación con la entidad, dando a conocer los diferentes canales de comunicación con los que se cuenta para interactuar con los grupos de valor.

Por otro lado, se proponen estrategias que permiten medir el nivel de interacción de la entidad con la sociedad, además de establecer indicadores que permitan la evaluación constante del cumplimiento de lo establecido en el, con esto se logra que el plan de comunicaciones logre el cumplimiento de su cometido a nivel interno y externo.

3.3. Responsable

Las actividades relacionadas a la comunicación social de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. se encuentran bajo la responsabilidad del profesional Comunicador Social (Periodista), perteneciente al proceso de Gestión Social que se desarrolla dentro de la organización.

Cada una de estas actividades está relacionada con un área específica, con un personal que cumple funciones determinadas y que promueven el cumplimiento de los objetivos del área de comunicación que permiten el direccionamiento estratégico de la entidad y el accionar de la misma en la sociedad. Dentro de las actividades asignadas al comunicador social de la Entidad se encuentran las siguientes:

Tabla 1. Funciones del comunicador social

Área	Cargo	Funciones
Gestión Social	Comunicador social	Realizar sondeo periódico de medios de comunicación (radio, prensa, televisión y redes sociales) con el fin de estar actualizados en materia de opinión pública frente a los avances del proyecto SETP.
		Elaborar un plan de medios mediante el cual se abran espacios publicitarios que permitan posicionar la imagen del proyecto, mostrando los logros obtenidos y los beneficios que traerá a la comunidad monteriana su implementación.
		Diseñar estrategias pedagógicas y de comunicaciones que informen a los ciudadanos acerca del uso adecuado del servicio de transporte, cuidado de la infraestructura y cultura ciudadana en general, permitiendo generar condiciones para la sostenibilidad del proyecto una vez sea puesto en operación.
		Diseñar campañas educativas y publicitarias que permitan mitigar el impacto socioeconómico de las poblaciones afectadas por el proyecto y a su vez generar un compromiso con las comunidades frente a la implementación del sistema.
		Mantener una comunicación activa con los medios a través de boletines de prensa, entrevistas, ruedas de prensa y manejo de redes sociales.
		Realizar visitas periódicas a los medios de comunicación en compañía de directivos y miembros del equipo de trabajo con el propósito de informar acerca de los logros y acciones que realiza Montería Ciudad Amable S.A.S para la implementación del sistema

Área	Cargo	Funciones
		Estratégico de Transporte Público de Montería y del mismo modo, coordinar entrevistas y recorridos de obra en compañía de periodistas para que conozcan de primera mano el trabajo que se viene ejecutando.
		Actualizar constantemente la página web y redes sociales.
		Coordinar la elaboración de material audiovisual que sirva de apoyo para la divulgación del proyecto.
		Apoyar el diseño de estrategias publicitarias de expectativa, lanzamiento y sostenimiento de marca para el Sistema Estratégico de Transporte Público de Montería "SETP" y demás campañas que adelante Montería Ciudad Amable.
		Organizar y actualizar el archivo de prensa para hacer seguimiento al avance del proyecto y otras noticias que se generen relacionadas con las actividades de Montería Ciudad Amable.
		Diseñar material gráfico y publicitario que permitan dar a conocer los alcances y filosofías del proyecto.
		Mantener una correspondencia abierta con el equipo interdisciplinario de la empresa para que frecuentemente envíen información importante que pueda ser publicada de manera oportuna.
		Informar al equipo interdisciplinario de la empresa mediante herramientas como boletín interno, cartelera, correo institucional, redes sociales, acerca de las actividades pendientes y realizadas en el proyecto, además de otras informaciones de interés general.
		Acompañamiento al área social y registro de actividades de carácter social y empresarial que permitan reforzar el sentido de pertenencia de los empleados de la empresa.
		Apoyo al área social en proyecciones de actas de reuniones que se lleven a cabo durante la construcción e implementación del SETP.
		Fortalecer los canales de comunicación entre el equipo interdisciplinario de Montería Ciudad Amable SAS y las unidades sociales y comunidades que se encuentren en los sectores de intervención del proyecto SETP.
		Apoyo a la realización de campañas de cultura ciudadana que garanticen el sostenimiento de las obras durante su ejecución y una vez son entregadas.
		Tomar registro fotográfico, video y/o sonido de las actividades que se realicen en el proyecto SETP (acompañamiento de actividades del área social como censos, actas de vecindad, campañas etc. y del área técnica como recorridos de obra y archivos del antes y después de las mismas, comités, entre otros), con el fin de mantener un archivo que permita recopilar evidencia de los procesos que se adelanten durante la ejecución del proyecto
		Brindar apoyo y acompañamiento al área social en la adquisición del Plan de Adquisición predial y reasentamiento adoptado por la entidad, en el marco de la política del ministerio de Transporte.
		Realizar apoyo en las campañas de sensibilización para la entrada en operación del sistema y demás actividades de formación ciudadana que realice la entidad.

Fuente: Montería Ciudad Amable

3.4. Política de comunicaciones

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. se encuentra comprometida con generar estrategias que promueven la comunicación y el diálogo permanente con la ciudadanía y públicos específicos en relación a la Implementación y puesta en marcha del Sistema Estratégico de Transporte Público; por tanto desarrolla habilidades comunicativas para satisfacer la necesidad de divulgar los avances y resultados de sus procesos, procurando que la información acerca de la entidad sea acorde a las necesidades específicas de la

ciudadanía, para ello se basa en tres elementos: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Medios de Comunicación.

3.4.1. Política de comunicación interna

Mediante la organización y manejo adecuado de las comunicaciones internas se fortalecen las relaciones entre las dependencias de la entidad facilitando los canales de interacción entre los funcionarios. Mantienen el manejo de la información, reactiva y sincroniza la dinámica de las noticias, convirtiendo la comunicación en un proceso y disminuyendo notoriamente la posibilidad del flujo de información incorrecta o parcializada.

A partir de este eje, se apoyan los sistemas de información adoptados, se gestiona estratégicamente la información institucional para mantener informados, motivados y entusiasmados a los servidores públicos que contribuyen con su trabajo al logro de los objetivos corporativos y a la realización de sus anhelos personales y profesionales.

Mediante modelos de comunicación específicos se promueve la información para hacer realidad la Cultura Organizacional tendiente a generar identidad, sentido de pertenencia y efectividad en el trabajo, al compartir la visión institucional y alinear estratégicamente los esfuerzos individuales.

3.4.2. Política de comunicación externa

Se oficializará cualquier tipo de comunicación emitida, lo que a su vez permitirá generar consistencia y credibilidad a los mensajes institucionales, establecer posturas en temas determinados, fortalecer la imagen corporativa, desarrollar noticias de la entidad en los medios de comunicación, fomentar el reconocimiento y la credibilidad institucional ante las comunidades.

Con el fin de consolidarse como una entidad eficiente, capaz de alcanzar resultados en el menor tiempo y con la mayor eficacia posible, MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. adoptó, implementó y está desarrollando en forma permanente el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano –MECI; donde se menciona el Eje Transversal de Información y de Comunicación.

Se promueve la imagen institucional destinada a generar confianza ciudadana, utilizando la información objetiva producto de los procesos. Esto se materializa en actos públicos, entre otros la rendición de cuentas que permiten interactuar con la comunidad y responder por la misión encomendada de implementar el Sistema Estratégico de Transporte Público de Pasajeros de la ciudad de Montería.

3.4.3. Política de transparencia, acceso a la información pública y de revelación

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. garantiza el derecho de acceso a la información pública, es por esto que toda información en posesión, bajo control o custodia de la entidad se denomina pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con las disposiciones establecidas Ley 1712 de 2014, Decreto 103 de 2015 y demás normas que regulen la materia.

La página web institucional es una de las herramientas por excelencia para el cumplimiento de los principios de transparencia, es por esto que la entidad mantendrá actualizada la información que se genere en la entidad y se realizará un constante seguimiento sobre la publicidad de la información en la web www.monteriaamable.gov.co. Para el apalancamiento de la publicidad y transparencia de la información se usarán los instrumentos dispuestos por el gobierno nacional, dentro de los cuales se encuentran:

- ✚ Registro de activos de información.
- ✚ Índice de información clasificada y reservada.
- ✚ Esquema de publicación de información.
- ✚ Programa de gestión documental.

Dentro de la información pública manejada por MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. se debe revelar la información financiera y contable del Ente Gestor como buena práctica de Gobierno Corporativo, para esto, el responsable de suministrar dicha información para su publicación al área de comunicaciones es el área administrativa y financiera, la cual debe detectar toda información susceptible de revelación al público de acuerdo al índice de información clasificada y reservada.

La publicación de la información financiera y contable se realizará a través de la página web institucional por medio de la sección dispuesta para tal fin; en todo caso la información revelada se publicará en formato PDF y debe contar con visto bueno del Coordinador del área administrativa y financiera, del contador y del revisor fiscal de la sociedad.

3. FASES DEL PLAN DE COMUNICACIONES

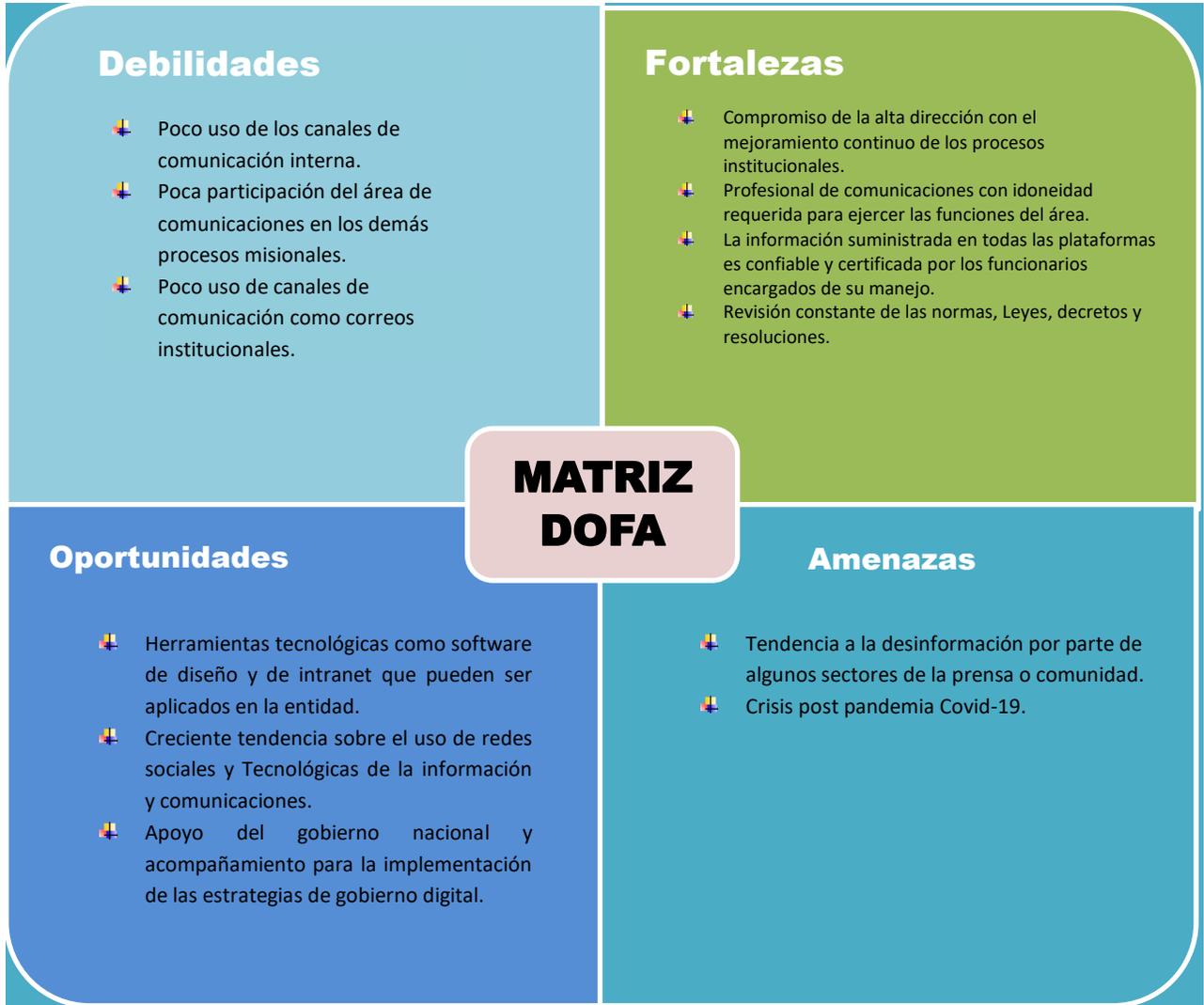
3.1. Diagnóstico Institucional

Para definir las estrategias a implementar en el plan de comunicaciones de Montería Ciudad Amable S.A.S, fue necesario realizar un análisis que diera cuenta del estado actual del proceso de comunicaciones al interior del Ente Gestor, con el fin de tener un panorama general frente al mismo.

El análisis situacional de comunicaciones se llevó a cabo por medio de la herramienta o técnica conocida como Matriz DOFA/FODA, esta es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, entidad, proyecto, programa o proceso específico, el análisis se lleva a cabo sobre sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización y planear una estrategia de futuro.

Para lograr lo anterior, el equipo de gestión social y comunicaciones realizó un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas lo que se configura como la matriz DOFA de la organización, los cuales afectan el proceso de comunicación de la entidad, posteriormente se enumeraron los diferentes hallazgos para que posteriormente se integraran a la matriz, lo que permitió realizar los cruces de información para construir las diferentes estrategias que permitirán el mejoramiento o aprovechamiento de cada una de las situaciones encontradas. Todo esto permitirá el mejoramiento continuo de la entidad y un mejor accionar de la misma.

Ilustración 1. Matriz DOFA Montería Ciudad Amable



Fuente: Montería Ciudad Amable S.A.S

4.2. Caracterización de la información

En esta etapa se busca identificar las fuentes y definir una estructura para su procesamiento y socialización, de acuerdo con el tipo de público al cual va dirigida y de los mecanismos disponibles para su difusión.

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. cuenta con fuentes internas de información sistematizada y de fácil acceso que permiten conocer los documentos asociados al que

hacer de sus procesos, a través del aplicativo Sistema de Gestión Documental (SGD), en donde los funcionarios pueden acceder a la información de archivo requerida.

Del mismo modo la entidad cuenta con Tablas de Retención Documental que permiten clasificar la información generada en cada proceso en series y sub series documentales, de acuerdo a los procesos descritos en el Manual de Procesos y Procedimientos. Así mismo se cuenta con formatos específicos que permiten la preparación, publicación y socialización de contenidos de interés para la ciudadanía y demás partes interesadas.

De acuerdo a la caracterización de la información realizada el profesional de comunicaciones realiza la definición de Estrategias, el Plan de Acción y su evaluación, con el fin de asegurar que se cumplan los objetivos planificados.

4.3. Estrategias de comunicación

Los tipos de comunicación a través de los cuales se difunde la información del ente gestor se determinan, de conformidad con la clasificación del MECI, como Comunicación Interna y Comunicación Externa, dependiendo de si esta es al interior de la empresa o hacia el exterior de la misma.

En todos los casos se tiene como parámetro asegurar que la información y comunicaciones se adhieran al uso adecuado de la Imagen Institucional, especialmente aquellos que se mostrarán al público.

4.3.1. Comunicación interna

Es el eje transversal que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior del ente Gestor para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas y los proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad; debe convocar a los servidores públicos entorno a una imagen corporativa que comprenda una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público.

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. se constituye por el conjunto de instrumentos y mecanismos que cohesiona y confiere identidad, buscando que los colaboradores en todos los niveles de la empresa, se integren con clara conciencia de su pertenencia y compromiso con los propósitos misionales definidos en la Planeación Estratégica.

La comunicación interna es vital para que la comunicación externa cumpla su propósito; de la manera como se logre la coordinación de las actividades relacionadas con los objetivos institucionales, dependerá la efectividad de la comunicación con los diferentes públicos externos.

La comunicación interna y externa se sirve de los medios de comunicación para divulgar la información pertinente a cada uno de los servidores de la entidad y partes interesadas y las acciones comunicativas pedagógicas y de movilización interna, claramente direccionadas hacia la construcción de identidad organizacional.

4.3.1.1 Lineamientos de comunicación interna

El profesional de Comunicaciones apoya a los diferentes procesos y áreas responsables, en la generación de una comunicación clara, oportuna y que circula en varias direcciones lo que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas, que incidan en los siguientes flujos de comunicación: comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal y comunicación cruzada.

Mediante procesos de comunicación interna se convoca a los colaboradores de la Entidad en relación a una gestión ética, eficiente, eficaz y responsable hacia los grupos de interés.

Desde el área de gestión social con la participación del profesional en comunicaciones se promueven estrategias para que el público interno se exprese, sea escuchado y valorado, logrando su motivación y su fidelización hacia la entidad, a través del apoyo al programa de Bienestar Social de la entidad.

El profesional de Comunicaciones realiza propuestas de nuevos canales de comunicación que permitan la interacción de los diferentes procesos, apoyando y proponiendo acciones para evaluar el clima interno, establecer y mantener las vías de información y realizar el diagnóstico de las necesidades comunicativas internas en la institución.

4.3.1.2 Actividades de comunicación interna

- ✚ Identificación de la información generada por las diferentes áreas de la organización como producto de sus actividades en la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público para la ciudad de Montería.
- ✚ Apoyo a las diferentes áreas de la entidad para la elaboración de materiales publicitarios, corporativos, promocionales y otros (boletines de prensa, página web, redes sociales, oficios etc.).
- ✚ Campañas de autoimagen: realización de campañas internas a través de herramientas comunicativas como las carteleras, internet o intranet y el diseño de piezas institucionales, con el fin de tener mayor compromiso con los procesos y generar sentido de pertenencia con todos los funcionarios.
- ✚ Cartelera: ubicada en un lugar de tránsito seguro del personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia los funcionarios.
- ✚ Intranet: Medio de comunicación interno que permite la comunicación directa entre los funcionarios, contratistas y demás entes involucrados en las labores de

MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S., difundiendo con esto actividades, eventos, resultados, y/o mensajes de interés general para la empresa.

- ✚ La página web es una alternativa de comunicación que sirve como medio de información para que los funcionarios y contratistas de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. divulguen los diferentes procesos, proyectos y actividades de la entidad, por lo tanto, se mantendrá actualizada de acuerdo a los contenidos propuestos.
- ✚ Grupos de chat institucionales mediante aplicación de telefonía móvil que permiten manejar informaciones de carácter urgente y general, lo que permitirá priorizar información y darle el trámite necesario a la información general para emitir publicaciones pertinentes y necesarias.
- ✚ Reportería interna con el fin de investigar en las diferentes áreas la información que requiere ser difundida, lo que permitirá exponer a la comunidad información de completo interés para ella.

4.3.1.3 Comunicación externa

- ✚ Participación en la coordinación de actividades para la socialización de la información de interés generada por los procesos de implementación del SETP, mediante publicación de piezas informativas a través de redes sociales, página web, cuñas radiales, entre otros medios de información de impacto, además del acompañamiento a visitas de las obras que actualmente se ejecutan con el fin de asesorar el diseño de vallas, pendones y todo el material audiovisual que se necesite para la divulgación de información de interés.
- ✚ Elaboración periodística y de diseño del material audio-visual para uso institucional.
- ✚ Elaboración de material pedagógico para las redes sociales de Montería Ciudad Amable S.A.S. (Facebook, Twitter e Instagram), con contenidos de interés que generen interacción.
- ✚ Producción y publicación de videos relacionados con las actividades de Montería Ciudad Amable S.A.S.
- ✚ Producción y publicación de videos relacionados con las actividades de Montería Ciudad Amable S.A.S.
- ✚ Pedagogía sobre cultura ciudadana: A través del programa de cultura ciudadana se pretende crear en la comunidad sentido de pertenencia hacia el espacio público que se viene construyendo para la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público (SETP) de la ciudad.
- ✚ Prensa local.
- ✚ Videos testimoniales.

Las actividades antes descritas, se pueden presentar comúnmente dentro de los procesos comunicacionales de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. sin embargo, para el año 2023 se presenta el siguiente

cronograma que puede tener variaciones de acuerdo a la demanda de información que se genere en la implementación del SETP.

CRONOGRAMA PLAN DE COMUNICACIONES					
MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S					
Actividad	Metas	Responsable	Indicadores	Fecha de inicio	Fecha Final
Elaboración de boletines de prensa	Doce Boletines de prensa aprobados y publicados.	Proceso de comunicaciones	N° de boletines publicados / N° total de boletines internos programados	13/01/2023	28/12/2023
Elaboración de material de redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram).	200 piezas entre fotos, videos e infografías		N° de diseños publicados / N° total de diseños programados	13/01/2023	28/12/2023
Publicaciones en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram)	200 publicaciones		N° de publicaciones realizadas / N° total de publicaciones programadas	13/01/2023	28/12/2023
Actualización de carteleras institucionales y medios internos de comunicación	8 actualizaciones		N° de actualizaciones realizadas / N° total de actualizaciones programados	13/01/2023	28/12/2023
Construir una estrategia de comunicaciones	Una estrategia de comunicación para implementación del SET		N° de estrategias realizadas / N° total de estrategias programadas	21/07/2023	28/12/2023

Como se mencionó anteriormente, el cronograma antes propuesto puede presentar variaciones de acuerdo las necesidades que se vayan presentando para el cumplimiento de los objetivos institucionales y de comunicación plasmados en el presente documento.

4.1.1.4. Medios y canales de comunicación interna

El inventario de los medios y canales utilizados en desarrollo de los procesos comunicativos internos de la empresa es el siguiente:

- ✚ Página web: www.monteriaamable.gov.co
- ✚ Televisor en sala de espera y sala de juntas.
- ✚ Video beam.
- ✚ Piezas comunicativas (Plegables, pendones, material didáctico para socializaciones, presentaciones, cartillas).
- ✚ Grupo institucional aplicación móvil WhatsApp: Montería Amable y Área Técnica.

4.3.2. Comunicación externa

Está constituida por la información hacia los diferentes grupos de interés externos y partes interesadas, sobre su funcionamiento, gestión y resultados, los objetivos y los resultados comparativos de la gestión, la socialización de acciones y difusión de lineamientos para la vinculación y participación en las iniciativas institucionales, contribuyendo a la Rendición de Cuentas ante los diferentes grupos de interés.

A través de este componente MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. mejora la transparencia frente a la ciudadanía por medio de la rendición de cuentas a la comunidad y el cumplimiento de las obligaciones frente a las necesidades de información de la ciudadanía y demás partes interesadas, teniendo en cuenta que la Rendición de Cuentas, se refiere al derecho que tienen los diferentes grupos de interés a estar informados sobre la gestión del ente gestor, y al deber de los servidores públicos de rendir cuentas.

La Comunicación Externa hace referencia a todos los datos que son generados por la entidad para sus grupos de interés y a los datos que provienen o son generados por el cliente y/o usuario externo. Es a través de la cual la organización está en contacto directo con la ciudadanía, los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otros organismos; o en contacto indirecto pero que afecta su desempeño, como el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico, entre otros.

A través de este componente se busca promover la autonomía y participación de individuos y colectividades a partir de su intervención en procesos de comunicación con MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. Así mismo, orientar a las comunidades en la toma de decisiones, facilitar el desarrollo organizacional, la articulación de acciones entre los diferentes equipos de trabajo y facilitar la articulación a partir de mecanismos que

propicien el intercambio de información y promuevan la identificación de puntos de encuentro.

4.3.2.1 Lineamientos de comunicación externa

A través de la emisión continua de avances sobre la implementación del SETP, se busca mantener puntualmente informado al público objetivo, con claridad, transparencia y oportunidad, sobre el quehacer del ente gestor y los resultados de su actuación.

De forma continua se traslada a la dirección y a su equipo directivo el eco de la opinión pública y de los medios de comunicación, en relación a los temas trascendentes generales y de aquellos otros que encajen en la órbita de acción de la empresa, a fin de mejorar la capacidad de respuesta de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S., frente a las necesidades de información de las partes interesadas.

El profesional de Comunicaciones sirve de enlace para informar a los medios de comunicación de iniciativas, avances del proyecto, eventos, ideas, sugerencias, opiniones, etc.

4.3.2.2. Actividades

El proceso de comunicación externa se fundamenta en la Comunicación para el desarrollo, que tiene como su principal objetivo la búsqueda de la democratización en la gestión del conocimiento útil para un grupo y su enfoque principal está basado en la Comunicación Participativa, la cual propone como tesis principal involucrar a la Ciudadanía y grupo de interés en el proceso de toma de decisiones.

Las actividades desarrolladas para lograr promover la comunicación externa en MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S son las siguientes:

- ✚ Realización de boletines de prensa, con la información oportuna de la entidad. Información que es entregada a las diferentes partes interesadas y que se encuentran en su entorno.
- ✚ Acompañamiento a las convocatorias a las diferentes actividades programadas para la socialización de obras, rendición de cuentas, informes y avances que se deban desarrollar.
- ✚ Implementación y utilización efectiva de las diferentes herramientas (medios de comunicación), para la entrega oportuna de la información acerca de las acciones desarrolladas por el ente Gestor.
- ✚ Mantener el contacto con los diversos medios de comunicación, tanto por medio de notas de prensa, como por el contacto directo con los responsables, de modo que se pueda recurrir a ellos cuando sea necesario y a su vez, ellos, puedan acceder de manera más directa para solicitud de datos y orientación.
- ✚ Preparación de informes sobre temas concretos y especiales, con destino a las partes interesadas.

- ✚ Diseño, desarrollo y convocatoria de ruedas de prensa cuando se considere necesario.
- ✚ Asesoramiento y asistencia en todos los actos, presentaciones y demás eventos, apoyando en la elaboración, diseño y gestión de publicaciones externas y participando de la logística general de las actividades que se deban desarrollar en la entidad.
- ✚ Realización de piezas publicitarias y comunicativas, que logren transmitir los mensajes de interés público acerca de las acciones de la empresa que favorezcan a la comunidad.
- ✚ Elaboración y divulgación de la información (boletines de prensa, página web, redes sociales, publicaciones en medios de comunicación, entre otros).
- ✚ Monitoreo de medios en canales de comunicación nacionales y distritales con especial detenimiento en aquellas noticias que puedan afectar a la entidad en temas económicos, financieros y sociales.
- ✚ Coordinar la divulgación oportuna de la información relacionada con el Sistema Estratégico de Transporte Público SETP en los distintos medios de comunicación de Montería.
- ✚ Sensibilizar y socializar a través de estrategias de comunicación todas aquellas repercusiones sociales, económicas, culturales que provengan de la ejecución del SETP.
- ✚ Acompañamiento a reuniones periódicas con las organizaciones sociales, comunitarias y población del área de influencia del SETP, para compartir información relacionada con los avances del Plan y ejecución de las obras.

4.3.2.3. Medios de comunicación externa

Los medios de comunicación externa que utiliza Montería Ciudad Amable para cumplir los objetivos de comunicación son los siguientes:

- ✚ Campañas de sensibilización y educación en materia de espacio público: diseño, puesta en marcha y difusión de campañas encaminadas a sensibilizar y apoyar los diferentes procesos educativos incentivando a la comunidad en general la importancia del buen uso del espacio público para el mejoramiento constante de la movilidad en la ciudad.
- ✚ Material audiovisual institucional: herramienta utilizada como campaña de sensibilización para fortalecer los proyectos de la entidad y permanecer como evidencia de todo lo realizado en pro de la mejora del desarrollo de las estrategias, la misión y la visión de la organización.
- ✚ Página web: documento que contiene enlaces a otros documentos o páginas de texto, donde se amplía o hay más información relacionada a nivel institucional,

además permite el desarrollo de procesos comunicacionales entre la institución y la comunidad en general, logrando ejercer procesos de transparencia.

- ✚ Redes Sociales: desde las páginas de Facebook, Twitter o Instagram que maneja el Ente Gestor se recibe o comparte información, y se fomenta la relación con los usuarios permitiendo fortalecer los canales de comunicación con el público externo.
- ✚ Oficina virtual de PQRS (peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones): servicio que se ofrece a toda la ciudadanía en general en las instalaciones de la entidad con el fin de ofrecer un espacio para recepcionar las diferentes inquietudes que se presenten en torno a las actividades, programas o proyectos. Lo anterior permite que el ciudadano pueda tener contacto directo con los funcionarios de la entidad y recibir respuesta de manera más eficiente a sus inquietudes.

4.3.2.4. Estrategia medios de comunicación

El uso y aprovechamiento de los Medios de Comunicación en MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S., se realiza mediante la relación de las actividades con el medio requerido para su difusión. Lo que permite entregar información acorde y oportuna a la comunidad.

Cada uno de los medios de comunicación utilizados por la empresa se focaliza en un público objetivo, por este motivo se busca utilizar diferentes medios de comunicación que complementen la labor de la empresa, en los que se encuentra la prensa, la radio, los medios digitales, la televisión y los medios especializados.

4.3.2.5. Canales de comunicación

Montería Ciudad Amable S.A.S. cuenta con los siguientes canales de comunicación:

Tabla 2. Canales de comunicación Montería Ciudad amable

N°	Medio de comunicación	Interna	Externa
1	Página web www.monteriaamable.gov.co	X	X
2	Video beam	X	
3	Redes sociales Facebook, Twitter e Instagram	X	X
4	Piezas comunicativas		X
5	Grupo institucional aplicación móvil WhatsApp	X	
6	Material audiovisual institucional (videos institucionales en formatos de video y animación)	X	X
7	Piezas de diseño para campañas en redes sociales.		X
8	Piezas de diseño para cartelera institucional	X	
9	Correos institucionales.	X	
10	Plataformas virtuales	X	X

Fuente: Montería Ciudad Amable 2023

4.4. Manuales del plan de comunicaciones

4.4.1. Manual de Usuario

El manual de usuario es un documento técnico normativo de gestión de la organización donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo.

El manual de usuario debe determinar las funciones específicas que se realizarán dentro del área de comunicaciones de la entidad, con lo cual se dicta las normas y objetivos que se deben alcanzar para lograr las metas propuestas. Todo debe ir en concordancia con el marco legal y normativo correspondiente.

Además, este debe proporcionar la información a los directivos y personal sobre sus funciones y ubicación en el área y en la estructura orgánica de la entidad, lo que permite realizar proyecciones y el planeamiento adecuado de todo lo que se desea desarrollar con respecto a las comunicaciones de la entidad.

El manual de usuario de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. debe ayudar a la simplificación administrativa, proporcionando información sobre las funciones que les corresponde desempeñar al personal del área de comunicaciones, también debe facilitar la orientación al personal en servicio, permitiéndoles conocer con claridad las funciones y responsabilidades del cargo para cumplir con los objetivos.

Teniendo en cuenta lo anterior, para la implementación del SETP MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. debe plantearse la necesidad de crear el manual de usuario para mejorar las directrices y el entendimiento de lo que el área de las comunicaciones debe desarrollar en pro del beneficio de la organización en general y el cumplimiento de sus objetivos y metas.

4.4.2. Manual de marca

Para cualquier organización, la marca debe estar representada de una forma que pueda crear cierto impacto y recordación en el público. En la marca se plantea todo el contenido informativo de la organización de forma didáctica, explícita, ordenada y sistemática para lograr dar a conocer los objetivos, atribuciones, conceptos gráficos y demás procedimientos usados como una propuesta visual de la empresa.

En un sentido más simple, el manual de marca tiene como premisa fundamental decir como debe ser usada la marca. Esta es una meta que a la luz puede parecer poco importante, pero no lo es. Muchas personas en ocasiones desconocen el potencial y el

esfuerzo necesario que se ha realizado por parte de las organizaciones para entregar un buen producto o un buen servicio. Por lo cual es necesario realizar una inversión adecuada y planificada para presentar la marca de la organización adecuadamente y que esta transmita la verdadera misión de la organización al público objetivo.

Entonces luego de determinar la utilización de la marca que es y de que sirve en la organización, surge la inquietud por determinar para que se utiliza el manual de marca y para qué sirve; pues la respuesta es simple, un manual es aquel que plantea las directrices de utilización de un producto, en este caso el manual es utilizado para entregar las directrices de cómo se debe aplicar correctamente la marca de la empresa.

En este caso, el manual de marca presenta un itinerario o una hoja de ruta, donde los signos de identidad de la marca sean visualizados y entendidos a la perfección por los clientes, a través de una correcta aplicación de lo que hoy se denomina Identidad Corporativa, una disciplina especializada fruto de la investigación, la estrategia y el diseño.

Actualmente Montería Ciudad Amable cuenta con un manual de marca prediseñado que debe ser actualizado de acuerdo a la nueva imagen institucional.

4.4.3. Manual de crisis

Con la puesta en marcha de un Sistema Estratégico de Transporte Público (SETP) en una ciudad intermedia, se generan una serie de cambios sociales, culturales y viales que requieren de la implementación de un constante monitoreo y seguimiento por parte del área de comunicaciones de la entidad encargada del SETP, con esto se logra recopilar la información necesaria que permite anteponerse a cualquier situación o eventualidad que se pueda convertir en una situación de crisis para la entidad y el desempeño de sus actividades.

Cuando en una organización como MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. se presenta cualquier tipo de situación o eventualidad de crisis debido a un mal seguimiento, se produce un deterioro de imagen como la empresa que se encarga de la movilidad en la ciudad, lo que impide el correcto posicionamiento de marca que se realiza tanto desde el interior como desde el exterior de la organización.

En el manual de crisis se plantean diferentes factores de riesgo que pueden generar crisis funcional de las operaciones del SETP de la ciudad de Montería, además de plantear las diferentes medidas que se pueden adoptar desde el proceso de comunicaciones interno y externo de la organización. El manual de crisis es una respuesta adecuada que previene los daños a los lineamientos que se ha planteado la organización dentro de sus políticas y filosofía institucional.

Durante el periodo 2023-2024, MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. plantea dentro de sus políticas y plan de comunicación la creación del manual de crisis teniendo en cuenta las necesidades de la organización y el interés por satisfacer las necesidades de los usuarios y la intencionalidad de crear una identidad y una imagen de marca adecuadas ante la comunidad monteriana.

Finalmente, es necesario realizar procesos de capacitación a personal de la empresa que se encargue de la vocería de la organización, logrando entregar declaraciones pertinentes sobre la gestión de MONTERÍA CIUDAD AMABLE S.A.S. y los beneficios de la misma en la ciudad de Montería y para la comunidad.

4.4.4. Manual de redes sociales

En la actualidad, los medios de comunicación que utilizan las organizaciones se han diversificado y se han complementado mediante la utilización de las herramientas 2.0, lo que permite demostrar bosquejos de innovación para alcanzar un público mucho más extenso, es necesario tener en cuenta que en esta última década los medios de comunicación tradicionales han sido desplazados por lo jóvenes gracias a la utilización de la informática, lo que permite buscar nuevos métodos de comunicación como lo son las redes sociales.

Las redes sociales son un medio de comunicación muy accesible por las personas de todas las edades, gracias a su participación en medios tecnológicos como los celulares y los computadores logran convertirse en la plataforma perfecta para informar en cualquier momento, además de promocionar diferente información de interés para la organización y para comunidad en general.

Con esta nueva herramienta, tanto las organizaciones como las personas se transforman de ser receptores de información para trascender a ser los artífices y creadores de la información, compartirla en las redes sociales y generar opiniones para crear y garantizar una interacción adecuada con los usuarios con quienes compartimos las redes sociales.

Las redes sociales le permiten a los usuarios interactuar desde cualquier lugar del mundo, las 24 horas del día, desde los teléfonos celulares ahora conocidos como Smartphone para mantenerse enterados de todo lo que acontece en la actualidad.

Hay diferentes aspectos que hacen importante la consolidación de las redes sociales dentro de cualquier organización, como lo es el ahorro de tiempo y de costos, ya que proveen de inmediatez para la entrega de la información, los niveles de alcance que puede llegar a tener la información es casi incalculable y permite compartir la información en diferentes formatos como lo es escrito, audio, video e imágenes y además entrega respuestas efectivas.

Las redes sociales son una herramienta que permite la interacción con cualquier tipo de información y la dinámica permite llegar al público objetivo y expandir el alcance de la información hasta cualquier público que se pueda interesar en lo que la organización está transmitiendo.

Pero este tipo de comunicación requiere que las organizaciones realicen cambios relevantes en la utilización y aprobación de plataformas, el cambio en el discurso ya que las redes sociales contienen un público específico, la adecuación del mensaje que se transmite y el formato que se utiliza, un nuevo diseño de las piezas comunicacionales y los horarios en los cuales se puede entregar la información.

El manual de redes sociales del SETP de la ciudad de Montería, debe establecer pautas para la unificación de criterios en cuanto a la información y emisión de la misma. Debe presentarse como un documento objetivo para que las personas encargadas del área de las comunicaciones de la entidad entiendan con facilidad y lo coloque en práctica en pro del mejoramiento de los procesos de comunicación.

Para el periodo que comprende el año 2023-2024, MONTERÍA CIUDAD AMABLES S.A.S. plantea la creación del manual de redes sociales con el cual se dispondrán los diferentes lineamientos de su utilización, que redes sociales se deben utilizar y que información va en cada una de ellas, cuales son los lineamientos de publicación de contenido, los horarios de realización de las publicaciones y la supervisión y control del uso de las redes sociales.

4.5. Indicadores y seguimiento

El mecanismo de seguimiento y medición utilizado en el Ente Gestor para evaluar el resultado del Plan y la Política de Comunicaciones, se encuentran articulado con la planeación estratégica de la empresa a través de los diferentes planes desarrollados dentro de las actividades para la implementación del Sistema Estratégico de Transporte Público de la Ciudad.

Los indicadores de seguimiento se establecen en el plan de acción anual del área de comunicaciones, documento que debe elaborarse a más tardar el 31 de enero de cada vigencia y que contendrá las acciones estratégicas y operativas por medio de las cuales se dará cumplimiento a las directrices y lineamientos estipuladas para las comunicaciones internas y externas en el presente documento.

Los seguimientos a los indicadores de gestión planteados se darán de acuerdo a la periodicidad de medición que se establezca dentro del formato estándar del plan de acción.