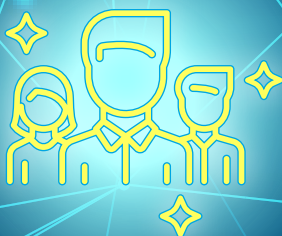


PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Ministerio de Minas y Energía



GOBIERNO DE COLOMBIA

2017-2018

MINISTERIO DE MINAS Y ENERGÍA

Germán Arce Zapata

Ministro de Minas y Energía

Alonso Mayelo Cardona Delgado

Viceministro de Energía

Carlos Andrés Cante Puentes

Viceministro de Minas

Bellaniris Ávila Bermúdez

Secretaria General

Alexandra González Palacio

Coordinadora Grupo de Comunicaciones y Prensa

Lina María Gutiérrez Vásquez

Asesora de Comunicaciones y Prensa

Claudia Noreña Botero

Diseño y diagramación

Bogotá D.C., Colombia

2018

1. Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	5
1.1	Dirección Estratégica	6
1.2	Comunicación Institucional	7
2.	ANTECEDENTES	8
3.	ANÁLISIS DEL ENTORNO	11
3.1	Coyuntura Noticiosa del Sector Minero Energético	11
3.2	Contexto Organizacional	13
3.3	Públicos	15
4.	OBJETIVOS	19
4.1	Estratégicos	19
4.2	Tácticos	19
5.	DEPENDENCIAS CON FUNCIONES RELATIVAS A LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	20
5.1	Grupo de Participación y Servicio Ciudadano	20
5.2	Grupo de Tecnologías de la Información	20
5.3	Grupo de Comunicaciones y Prensa:	21
6.	ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES PARA DIVULGAR A PÚBLICOS EXTERNOS	23
6.1	Actualización de contenidos noticiosos	23
6.2	Actualización de contenidos institucionales	24
6.3	Campañas de comunicación	24
6.4	Interacción en línea	24
7.	VOCEROS DE LA ENTIDAD	25
8.	ESTRATEGIA, TÁCTICAS Y ACCIONES	27
8.1	Mensajes de la Entidad	28
8.2	Caja de mensajes institucional	29
8.3	Tácticas de comunicación	29
9.	TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	30
10.	Tácticas de Comunicación Digital	32
10.1	Antecedentes y entorno	32
10.2	Planteamiento Estratégico en Comunicación Digital	33
10.3	Mapa de Audiencias	33
10.4	Principios de generación de contenidos Web	34
10.5	Actualizaciones y contenidos en redes sociales	37
10.6	Sobre los mensajes del Ministerio, el Ministro y los viceministros	38
10.7	Seguidores, contenidos y PQR's	38

11.	TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO E IMAGEN INSTITUCIONAL	39
11.1	Objetivos estratégicos	39
11.2	Objetivos Tácticos	39
11.3	Plan Táctico de Comunicación en Diseño e imagen institucional	40
11.4	Canales de comunicación que se usarán	43
11.5	Presentaciones de la alta dirección	44
12.	TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	45
12.1	Objetivos Estratégicos	45
12.2	Objetivos Tácticos	45
12.3	Plan de Acción	46
12.4	Evaluación Permanente	46
13.	CONTROL, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	48

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación pública o institucional está conformada por los canales y las herramientas necesarias para transmitir y recibir información relativa a la gestión pública, con destino a la ciudadanía en general y generar, entre otros, opinión y contacto con las instituciones públicas. Su importancia ha escalado grados en la última década por cuanto los beneficios como los costos que genera en la administración pública el acto de comunicar o no, y obedeciendo a los parámetros de eficiencia, transparencia y equidad por los que adoptan crecientemente los gobiernos democráticos que entienden el derecho de los ciudadanos a ser informados como a expresar su opinión libremente.

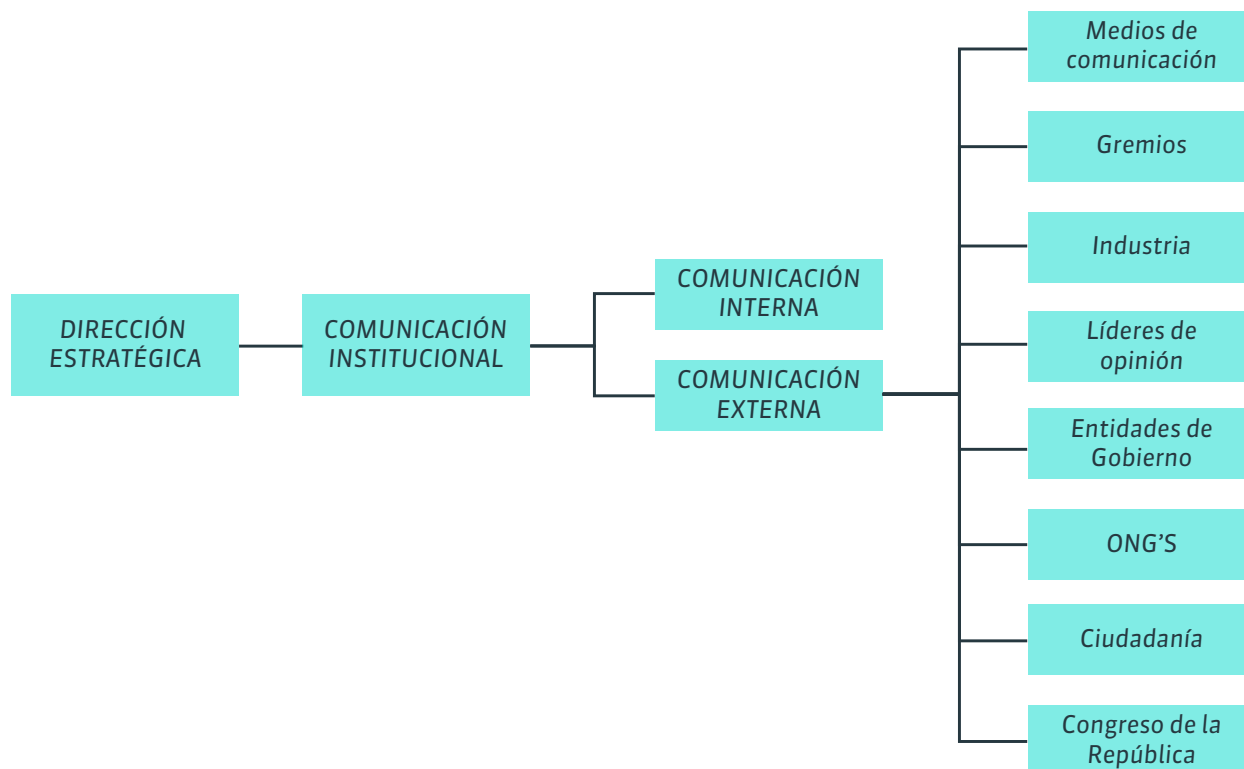
La falta de credibilidad de los ciudadanos en sus gobiernos como de confianza en sus entidades públicas así como el nuevo orden de la tecnología, exige a las instituciones públicas preocuparse por la adecuada manera de comunicar la gestión y de ser posible, lograr acercamiento con la ciudadanía, en ello se encuentra el ser de la relación entre política y comunicación, lo uno sin lo otro es imposible de entender. Por eso, en la actualidad, prácticamente todos los organismos públicos han incorporado la comunicación a sus funciones como parte de las labores necesarias y prioritarias, creando incluso una oficina específica para el desarrollo de las actividades informativas.

La comunicación en la administración pública debe responder a la necesidad de cumplir y satisfacer el derecho de los ciudadanos a ser informados pero también el de informar la gestión, de esa manera se acerca la administración pública a la sociedad. La comunicación institucional es el vehículo por medio del cual se transmite lo que se quiere informar y debe ser integral por cuanto supone un proceso circular que no sólo se dirige hacia afuera.

La comunicación es una herramienta estratégica frente a la necesidad de devolver la confianza y credibilidad en los gobiernos, y en medio de las políticas de transparencia y gobernabilidad que proponen los estados al reconocer clave la necesidad de restaurar tales valores. El éxito del servicio de información dependerá del grado de implicación que asuman los responsables de hacer efectiva la comunicación y de administrar la credibilidad.

Las instituciones han avanzado hacia la creación de oficinas de comunicaciones en las que lidera un asesor o director de comunicaciones, quien será el responsable de la comunicación de la institución y quien deberá gozar de la confianza suficiente para ser parte de comités directivos y formar parte de las decisiones.

El perfil de este profesional debe incluir aspectos como la capacidad de persuasión, honestidad, confianza y multidisciplinariedad, y sus funciones más habituales son la definición del Plan Estratégico de Comunicaciones para la entidad; la gestión de la imagen pública y la reputación; la coordinación y supervisión de la comunicación entre las dependencias así como informar a la alta dirección sobre los resultados de la estrategia.



El esquema anterior representa las dimensiones que desarrolla el servicio de comunicaciones del Ministerio de Minas y Energía para ser prestado de manera integral y por medio de las cuales se abarcan cada una de las necesidades de comunicación de la entidad.

A continuación una definición de cada una de estas dimensiones:

1.1 Dirección Estratégica

Debe desarrollar la comunicación estratégica y gestionar la comunicación frente a las crisis, asimismo define el Plan Estratégico de Comunicación desde la perspectiva global y transversal, es decir, construye los mensajes, el discurso institucional sobre la gestión del Ministerio a transmitir a la ciudadanía.

En el Asesor de Comunicaciones recae la responsabilidad del direccionamiento estratégico que investiga y analiza el entorno noticioso y coyuntural relativo al sector minero energético para diseñar y planificar la estrategia de comunicación según las necesidades específicas; en ella define la imagen a proyectar sobre el Ministerio y sus portavoces, y asume la función de puente de comunicación entre la sociedad y los mismos.

Asimismo, el Asesor de Comunicaciones anticipará en la estrategia de comunicaciones, la respuesta y/o solución institucional ante las situaciones adversas.

1.2 Comunicación Institucional

Está dividida en comunicación interna y externa, y reúne todas las acciones de comunicación encaminadas a transmitir mensajes de interés a los públicos internos y externos de la entidad.

La comunicación interna:

Sus objetivos están relacionados con transmitir información útil para facilitar el trabajo en la entidad generando una cultura de buen manejo de la comunicación e información, y por esa vía mejorar el ambiente laboral, generando espacios de retroalimentación en la comunicación e incentivar el conocimiento de la visión y misión del Ministerio entre sus funcionarios. Se busca coordinar a toda la entidad en parámetros establecidos que permitan un flujo efectivo de la comunicación interna y el conocimiento de todos los colaboradores sobre las diferentes acciones que se lleven a cabo al interior de la entidad.

La comunicación externa:

Se gestiona por medio del relacionamiento con los medios y otros públicos de interés, para lo cual identifica y elabora noticias sobre la gestión de la entidad con el fin de aprovechar las oportunidades de comunicación efectiva para los acontecimientos y proyectos institucionales, así como para dar respuesta a los medios de comunicación y gestionar la relación con ellos. Se trata de conseguir la mayor cobertura o cubrimiento de los temas y actividades desarrollados por el Ministerio, de parte de los medios de comunicación.

2. ANTECEDENTES

Con las resoluciones 40129 del 30 de enero de 2015 y la 41516 del 28 de diciembre de 2017 el Ministerio de Minas y Energía conformó la organización de los grupos internos de trabajo de la entidad con el fin de desarrollar eficientemente los objetivos, políticas, planes y programas institucionales y dictó entre otras funciones del Grupo de Comunicación y Prensa, la de asesorar a la alta dirección en la implementación de un plan estratégico de comunicaciones como de la divulgación de la información y la implementación y desarrollo de canales de comunicación.

Este Plan Estratégico de Comunicaciones impacta el objetivo de “Gestión óptima de la información” del Plan Nacional de Desarrollo PND 2014-2018 denominado “Todos por un Nuevo País”, el cual es fundamental para una gestión transparente de cara a la ciudadanía y el cual fue constituido sobre los pilares de Paz, Equidad y Educación. Con ello, el Gobierno busca construir una paz sostenible bajo un enfoque de goce efectivo de derechos; contempla una visión de desarrollo humano integral en una sociedad con oportunidades para todos y asume la educación como el más poderoso instrumento de igualdad social.

El PND 2014-2018 cuenta con estrategias transversales y regionales que buscan consolidar sus pilares, como la de Buen Gobierno que está orientada a “garantizar la configuración y consolidación de un Estado moderno, más transparente, eficiente, y eficaz” para lo cual resulta de primera necesidad la puesta en marcha de estrategias de comunicación que logren mostrar de manera eficiente y transparente la gestión pública, así como planeadas para generar credibilidad en los públicos de interés de las entidades. Además, el artículo 193 del Plan Nacional de Desarrollo, sustentado en la Ley 1753 de 2015, obliga a dar cumplimiento de la masificación del Gobierno en Línea conforme lo ordenado por la Ley 1341 de 2009, razón por la cual se debe asegurar la prestación continua de los servicios públicos de comunicaciones con oportunidad y calidad.

El Gobierno Nacional además tiene dentro de sus objetivos “consolidar el desarrollo minero energético para la equidad regional” y uno de los enfoques del sector es ser motor generador de parte de los recursos que apalancan los proyectos para el desarrollo y competitividad del país. Esto se consigue a través del aporte al crecimiento económico, al aparato productivo, al empleo rural y a la inversión privada que hace el sector minero energético a los diferentes planes y programas sociales en el ámbito nacional y regional.

De otro lado, el Decreto 0381 de 2012 señala el deber de las instituciones de hacer pública y transparente su gestión en cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. En ese marco, el Ministerio de Minas y Energía debe realizar diferentes acciones estratégicas para la difusión de la información a los medios de comunicación, utilizando diversos canales de comunicación y nuevas tecnologías para que llegue de manera inmediata a la ciudadanía y partes interesadas, lo que revierte a su

vez en la viabilización del ejercicio del control social.

Entre otras cosas y de acuerdo con lo anterior, la circular 9034 del 1 de octubre de 2014 del Ministerio de Minas y Energía señala que en el marco de la Ley 1712 de 2014 “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”, las entidades públicas deben mantener actualizados los portales web, divulgando proactivamente los contenidos a su cargo y respondiendo de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y accesible a las solicitudes de la ciudadanía.

Por ello, el Ministerio de Minas y Energía cuenta con un nuevo portal web desde el mes de octubre de 2014, en cumplimiento con las disposiciones del Gobierno Nacional en cuanto a imagen y lineamientos del Decreto 2693 de 2012 de Gobierno en Línea.

La circular mencionada anteriormente, también señaló responsable al Grupo de Comunicaciones y Prensa de validar la información a publicar de acuerdo con el manual de imagen y estilo de comunicación del Ministerio, para armonizar la información que se entrega a los interesados con los lineamientos del Gobierno Nacional.

Adicionalmente, el Artículo 2° de la Ley 1341 de 2009, dispone en su numeral 8 la masificación de la estrategia Gobierno en Línea con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, por lo que las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones.

De acuerdo a la Directiva presidencial No. 07 del 10 de febrero de 2011, “las autoridades responsables de ordenar los gastos de publicidad en las entidades destinatarias de la presente directiva, deberán enviar previamente a la Alta Consejería para las Comunicaciones los términos de las campañas publicitarias que se pretenden adelantar y demás material objeto de publicación o emisión en medios masivos de comunicación, junto con los costos asociados a tales actividades. Lo anterior con el propósito de garantizar la debida coordinación en el manejo de la publicidad en el Gobierno; la optimización en la utilización de los recursos públicos y la uniformidad de criterios frente al manejo de la imagen de las instituciones que integran la Administración Pública Nacional”. En consonancia con tal Directiva, el Gobierno Nacional emitió el 10 de febrero de 2016, la Directiva 01 que conminó a las entidades públicas a llevar a cabo acciones puntuales para desarrollar el Plan de Austeridad 2016 y les impartió instrucciones precisas sobre reducción de gastos en comunicaciones, generales, de nómina y contratación por servicios personales, así como de seguimiento a las medidas de austeridad.

Por medio de la Resolución 3564 del 31 de diciembre del 2015, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entrega la reglamentación correspondiente a los estándares para publicar información, publicación de datos abiertos, accesibilidad en medios electrónicos para población en situación de discapacidad, y seguridad que deben atender los medios electrónicos. Dicha Resolución también contiene los anexos “Estándares para publicación y divulgación de información” y “Lineamientos sobre el formulario electrónico para la recepción de solicitudes de información pública”. La aplicación de estos lineamientos concierne a las entidades públicas en su responsabilidad y oportunidad para aprovechar al máximo las tecnologías de la infor-

mación en medio de su funcionamiento y garantizar con ello una prestación eficiente de sus servicios a los ciudadanos; teniendo en cuenta además, el derecho fundamental de acceso a la información pública que cumple al menos tres funciones dentro del ordenamiento nacional: garantizar la participación democrática y el ejercicio de los derechos políticos y garantiza también la transparencia de la gestión pública.

Por último, la información y la comunicación tienen una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos. Tal concepción está contenida en el Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano, MECI 2014, que rige para todas las entidades que hacen parte del ámbito de aplicación de la Ley 87 de 1993. En su interior, el Manual considera a la información y a la comunicación como factores determinantes, siempre y cuando se involucre a todos los niveles y procesos de la organización en ellas; y concibe que para su desarrollo se deben diseñar políticas, directrices y mecanismos de consecución, captura, procesamiento y generación de datos al interior y en el entorno de cada entidad, que satisfagan la necesidad de divulgar los resultados, de mostrar mejoras en la gestión administrativa y procurar que la información y la comunicación de la entidad y de cada proceso, sea adecuada a las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 Coyuntura Noticiosa del Sector Minero Energético



El sector minero energético es uno de los grandes aportantes de los recursos públicos de la Nación que inciden en el desarrollo y estabilidad económica. Sin embargo, entre las críticas más sobresalientes se encuentran la problemática relacionada con la prestación del servicio de energía en la Costa Caribe; la demora en la diversificación de la matriz energética y la incorporación de fuentes no convencionales de energía renovable; consultas populares en contra de las actividades mineras e hidrocarburíferas; exploración por medio de la técnica de fracking; aprobación de licencia ambiental en zonas protegidas; formalización de los pequeños mineros; entre los más destacados.

Teniendo en cuenta la época y coyuntura de formulación de este PEC 2017-2018, se espera que los temas de posconflicto sean centro en los mensajes de Gobierno, tema en el que el Ministerio de Minas y Energía será actor fundamental, pues permitirá el acceso al servicio de energía y gas de miles de colombianos, el conocimiento geológico de territorios antes “prohibidos” y el desarrollo de una #MineríaBienHecha que sea sostenible y respetuosa tanto de las comunidades como el medio ambiente.

Mirando un poco hacia atrás, el entorno del sector minero energético estuvo enmarcado por la atención que recibió el desarrollo de las industrias extractivas y la importancia que cobró para mantener el financiamiento de los programas y proyectos sociales

del país, asimismo por los nuevos escenarios para las regiones productoras de cara al nuevo Sistema General de Regalías y la necesidad de aumentar las reservas petroleras como la producción de hidrocarburos y de minerales.

El entorno del sector minero energético entre 2014 y 2015 mostró la necesidad de construcción y mejora de la infraestructura energética para garantizar el suministro de electricidad y ampliar la cobertura de los servicios de energía y gas en el territorio nacional. Frente a la actividad minera, el sector y en particular el Ministerio de Minas y Energía, debieron asumir como retos la divulgación de los primeros resultados del proceso de formalización minera y de la reestructuración para el fortalecimiento de las instituciones y la regulación.

Por eso, desde el 2015, el Viceministerio de Minas recogió y compiló las diferentes políticas y lineamientos existentes en el país, con el fin de contar con una política minera única e integral, cuenta con seis pilares estratégicos relacionados con minería y encaminados a garantizar la seguridad jurídica para el sector, otorgar condiciones competitivas para la industria minera, generar confianza legítima, hacer gestión para la infraestructura, ampliar la información y fortalecer la institucionalidad. Así mismo, adelantó la implementación del SIMINERO, con el registro de barequeros y del ejercicio de minería de subsistencia, con el fin de llevar control de la comercialización de minerales que se adelanta a través del Sistema Registro Único de Comercializadores de Minerales, RUCOM. Bajo la misma instancia del SIMINERO, se facilitó a los titulares mineros llevar a cabo el registro electrónico en línea del formato Básico Minero, FBM.

De otro lado, los temas recurrentes para los medios de comunicación que cubren el sector minero energético están relacionados con los precios de combustibles y contrabando de los mismos, extracción ilícita de minerales y afectación al medio ambiente, ataques a la infraestructura energética, conflictos locales en regiones productoras, consultas populares, legislación del sector, calidad del servicio de energía en la región Caribe. Otras coyunturas a tener en cuenta son la técnica de fracking, el impacto de la reforma tributaria, el debate alrededor de los Yacimientos No Convencionales (YNC), entre otros, que aún siguen incidiendo en la reputación del Ministerio de Minas y Energía.

El Grupo de Comunicaciones y Prensa formuló el Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2017, con la finalidad de posicionar al Ministerio de Minas y Energía ante la opinión pública como “un importante financiador de un país en paz, con equidad y mejor educación, alineado con los objetivos del Presidente de la República y condensados en la estrategia de Gobierno y el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018”. Sin embargo, dado el nuevo escenario para el PEC 2017-2018 el Grupo apuntará hacia posicionar el valor institucional de la cartera y la importancia del sector para la estabilidad económica del país, en niveles de equilibrio y como un sector clave para la construcción de país en la etapa de posconflicto.

El Grupo también inclina su quehacer hacia el cumplimiento de los objetivos misionales

concernientes a la adecuada prestación del servicio de divulgación de la información pública y centra como compromiso institucional velar porque la gestión del Ministerio de Minas y Energía, también sea difundida a los grupos de interés y ciudadanía con base en lineamientos estratégicos e institucionales. Para ello define tácticas de comunicación social enfocadas en comunicaciones públicas; comunicación estratégica; relacionamiento con medios; comunicaciones en medios electrónicos y comunicación interna.

3.2 Contexto Organizacional



La historia del Ministerio de Minas y Energía comprende los principales cambios y reformas que la entidad ha experimentado a partir de su creación, los cuales nos permiten examinar la evolución y transformación institucional del organismo responsable de dirigir y promover el desarrollo del sector minero energético del país hasta el día de hoy.

Dada la problemática que surgió por la Segunda Guerra Mundial, la cual afectó el progreso de Colombia, el Gobierno Nacional diseñó un plan para la defensa y el fomento de las industrias existentes buscando el aprovechamiento de los recursos naturales y el desarrollo de otras fuentes de producción.

Por ello fue creado el Ministerio de Minas y Petróleos, mediante el Decreto 968 del 18 de mayo de 1940. El primer ministro que asumió la cartera ministerial fue Juan Pablo Manotas y los primeros negocios a su cargo fueron los siguientes:

- * *Petróleos – Minas*
- * *Salinas terrestres y marítimas*
- * *Bienes ocultos*
- * *Laboratorio nacional de análisis e investigación*

Luego, mediante el Decreto 0464 de 1951 se creó el Ministerio de Fomento y el Decreto 0481 de 1952 volvió a organizar el Ministerio de Minas y Petróleos de forma indepen-

diente, con funciones técnicas y administrativas.

El Decreto 636 del 10 de abril de 1974, revisó la organización administrativa del Ministerio de Minas y Petróleos y cambió su nombre por el de Ministerio de Minas y Energía. A partir de ese momento histórico, una serie de cambios estructurales y organizativos se fueron implementando a través de distintas leyes y decretos como en 1999 cuando el Decreto 2152 modificó la integración del sector administrativo de minas y energía dando conformación al Ministerio de Minas y Energía, dos Unidades Administrativas Especiales (UPME y CREG), dos establecimientos públicos (Ingeominas e IPSE) y ocho entidades vinculadas (Ecopetrol, Ecogas, Minercol, ISA S.A, Isagen S.A., Empresa Multipropósito Urrá S.A. E.S.P., Corelca, FEN y Carbocol). Adicionalmente, se le asignaron a la entidad nuevas funciones relacionadas con la señalización y delimitación de las zonas mineras indígenas de acuerdo con las disposiciones del Código de Minas, junto con la señalización del área de reserva minera indígena bajo condiciones especiales y la tarea de adelantar los estudios que se requieran para tales efectos.

La misión de la entidad fue definida como la de formular y adoptar políticas dirigidas al aprovechamiento sostenible de los recursos mineros y energéticos para contribuir al desarrollo económico y social del país, mientras que su visión quedó establecida como la de ser una entidad reconocida por la formulación de políticas que garanticen el desarrollo y aprovechamiento eficiente de los recursos mineros y energéticos en Colombia, su explotación, abastecimiento y exportación de sus excedentes, trabajando con eficiencia, innovación, calidad en su gestión y promoción de la responsabilidad social y ambiental.

En consonancia con esas dos variables, sus objetivos estratégicos fueron determinados para 1. Asegurar la ejecución de proyectos minero energéticos para generar los recursos que necesita el país; 2. Fortalecer la institucionalidad para tener un sector minero organizado y legítimo; 3. Ampliar la cobertura del servicio de energía para los más pobres y 4. Aumentar la competitividad de la energía.

El Plan de Acción del Ministerio de Minas y Energía contiene el Plan de Acción de cada una de sus dependencias, y se encuentra alineado con el Plan Estratégico Sectorial, Plan Estratégico Institucional y el Pensamiento Estratégico, este último tiene como objetivos estratégico 1. Asegurar la ejecución de proyectos minero energéticos para generar los recursos que necesita el país; 2. Fortalecer la institucionalidad para tener un sector minero organizado y legítimo; 3. Ampliar la cobertura del servicio de energía para los más pobres; y 4. Aumentar la competitividad de la energía.

Y su Política de Calidad establece su compromiso con el aprovechamiento sostenible de los recursos mineros y energéticos en el territorio nacional mediante la formulación y adopción de políticas, regulaciones y reglamentaciones que satisfagan las necesidades de los ciudadanos, partes interesadas y el cumplimiento de los requerimientos constitucionales, legales y normativos. Para el cumplimiento de ésta Política, el MinMinas cuenta con talento humano competente, recursos y procesos definidos en el Sistema de Gestión de la Calidad que permiten el mejoramiento continuo del ministerio en términos de eficacia, eficiencia y efectividad; y cumple con los objetivos de:

1. *Formular y adoptar oportunamente políticas, planes, programas, proyectos,*

regulaciones y reglamentaciones para el sector minero y energético, de acuerdo con las directrices del Gobierno Nacional;

2. Atender eficientemente los requerimientos de los ciudadanos, de la industria y partes interesadas, para el desarrollo y fortalecimiento del sector minero y energético a nivel nacional;
3. Fortalecer las competencias y el desarrollo de los Servidores Públicos, para mejorar su desempeño y la conformidad de los productos y/o servicios de la entidad;
4. Garantizar la administración eficiente y oportuna de los recursos financieros, administrativos y tecnológicos para el cumplimiento de los fines de la entidad con criterios de austeridad y transparencia; y
5. Asegurar la funcionalidad y el desempeño del sistema de gestión para lograr la mejora continua de los procesos de la entidad con criterios de eficacia, eficiencia y efectividad.

3.3 Públicos



› Ciudadanía:

Los colombianos cuentan con una serie de derechos políticos y sociales que les permiten intervenir en la política del país. Es por ello que se debe tener un flujo de información constante de las actividades y la gestión que realiza la entidad para el sector, fundamentado en la ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014.

› Medios de Comunicación:

Se encargan de masificar la información a través de múltiples canales y demandan toda la información posible que le pueda brindar la entidad dentro de su gestión, se les debe brindar claridad sobre los temas técnicos del Ministerio con el fin de evitar malas interpretaciones de las acciones y que se genere una divulgación negativa o errónea.

› **Entidades de Gobierno:**

Tanto a nivel interno como externo, los funcionarios del Estado deben tener una opinión clara frente al sector y la entidad, son portadores de información más no voceros según lineamientos de política institucional. La sincronización y el buen uso de la información de los funcionarios y contratistas permite mayor funcionalidad de todo el Gobierno Nacional conjunto.

› **Organismos de Control:**

Son las entidades que conforman el Ministerio Público y que en Colombia se conocen como la Procuraduría General de la Nación, la Defensoría del Pueblo y la Contraloría General de la República. La principal responsabilidad de la Procuraduría que debe prevenir antes que sancionar, es vigilar el actuar de los servidores públicos y advertir cualquier hecho que pueda ser violatorio de las normas vigentes, sin que ello implique coadministración o intromisión en la gestión de las entidades estatales. La Defensoría ejerce sus funciones bajo la dirección del Procurador y le corresponde esencialmente velar por la promoción, el ejercicio y la divulgación de los Derechos Humanos; y la Contraloría vigila la gestión fiscal de la administración y de los particulares o entidades que manejen fondos o bienes de la Nación.

› **Gremios:**

Las opiniones de las asociaciones profesionales formadas por empresas con interés en común son de bastante peso en las decisiones que pueda tomar el Ministerio frente a temas del sector que los puedan beneficiar o afectar a corto o largo plazo. Además de encontrarse en un nivel importante para lo que es la economía del país, lo cual hace que requieran información constante de la toma de decisiones por parte de entidad. Una reacción negativa por parte de este público objetivo puede afectar a las finanzas y progreso del país.

› **Líderes de opinión:**

Un líder de opinión es quien a través de la publicación de sus comentarios genera algún tipo de reacción en los públicos consumidores de medios y finalmente en los ciudadanos. Estos deben tener claridad de los temas a los que hacen referencia, allí radica la importancia de entregar información transparente y precisa, un dato erróneo o mal interpretado que se divulgue a través de ellos, puede significar reacciones negativas en la comunidad y crear imaginarios colectivos sobre el sector.

› **Funcionarios de la entidad:**

Un funcionario es una persona que desempeña un empleo público. Se trata de un trabajador que cumple funciones en un organismo del Estado. Actualmente el Ministerio de Minas y Energía cuenta con un total de 272 funcionarios de los cuales un 65 por ciento tiene una edad superior a los 40 años, asimismo, el 88 por ciento mantiene una familia superior a tres integrantes.

› **Contratistas de la entidad:**

Persona que está encargada de un servicio para el Gobierno, una corporación o un particular. El 45 por ciento de los contratistas del MinMinas tiene una edad superior a los 40 años.

› **Autoridades locales y regionales:**

Las regiones del país cobran importancia para el sector por su calidad extractiva o productora, como por ser receptoras de la inversión social que se realiza a través del Ministerio. Las autoridades demandan la información de gestión en las comunidades para de esa manera proyectar sus regiones hacia el desarrollo, y se debe de tener claridad de información en cuanto a las políticas del sector en la región y como estas los pueden beneficiar.

› **Congreso de la República:**

Es el máximo órgano representativo del poder legislativo. Según el artículo 114, le corresponde al Congreso de la República de Colombia reformar la Constitución, hacer las leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración. Es necesario que los representantes a la Cámara y al Senado mantengan claridad de los temas tanto técnicos como de gestión de la entidad debido al funcionamiento y peso que radican para la toma de decisiones del sector.

› **Líderes políticos:**

Las personas involucradas en el acontecer de la política tienen una alta influencia en los ciudadanos y las comunidades debido al contenido de sus comentarios difundidos a través de medios o redes sociales de opinión. Su funcionalidad dentro de las comunicaciones va ligada la opinión que puedan tener referente a los temas del sector y la demanda de información que requieren para poder transmitir la funcionalidad de la entidad.

› **Industria:**

Es uno de los pilares económicos del país, se debe tener en cuenta su opinión y reacción frente a temas que puedan afectarle, y en ocasiones, dar a conocer nuestra opinión frente a la gestión de esta. El Ministerio debe suministrar claridad en el flujo de información debido a la importancia económica de las industrias y del sector para la economía del país.

› **Organizaciones No Gubernamentales:**

Son entidades no lucrativas de ciudadanos voluntarios, que están organizadas a nivel local, nacional o internacional. Llevan a cabo labores de defensa de las problemáticas sociales ante los medios de comunicación y el Gobierno. Sus defensas tienen gran acogida entre las comunidades y las regiones. Por esta razón, el Ministerio debe tener una interlocución especial en donde se suministre suficiente información de las iniciativas, programas y políticas organizadas por la entidad.

› **Profesionales del sector minero energético:**

Al tener relación con empresas del sector, estos profesionales demandan un flujo de información de tipo técnico y que debe mantener una regularidad a través del Ministerio como fuente directa de información. La toma de decisiones de algunas de estas empresas radica en la información que se tenga referente normatividad del sector minero energético.

4. OBJETIVOS

4.1 Estratégicos

- * *Informar sobre la gestión realizada parte del Ministerio de Minas y Energía, en cumplimiento del mandato de transparencia para las instituciones públicas y acceso a la información.*
- * *Generar visibilidad del Ministerio de Minas y Energía en todos los medios de comunicación y espacios relacionados con el sector.*
- * *Mejorar la comunicación con la ciudadanía y la cercanía con las audiencias claves del sector a través de información oportuna y relevante.*
- * *Ofrecer información de interés para la ciudadanía sobre el sector minero energético, destacando su pertinencia para el país y favoreciendo la comprensión acerca de los servicios que presta el Ministerio de Minas y Energía.*

4.2 Tácticos

- * *Difundir a los medios de comunicación noticias sobre la gestión del Ministerio de Minas y Energía, así como sobre sus principales actividades y con un mínimo mensual fijado en el Plan de Acción 2017 y 2018 del Grupo de Comunicaciones y Prensa.*
- * *Divulgar información institucional sobre la gestión, así como de documentos técnicos de las dependencias, en los sitios web del Ministerio de Minas y Energía y que deba ser del conocimiento de los ciudadanos o como insumo para los medios de comunicación.*
- * *Establecer canales de contacto a través de las redes sociales Facebook y Twitter, por un período de un año, con los públicos externos que estén interesados en ejercer interlocución con la entidad que formula la política para el sector minero energético.*
- * *Generar campañas y mensajes a través de redes sociales que destaquen la gestión del Ministerio y sus dependencias.*
- * *Generar mensajes del sector que estén relacionadas con las iniciativas del Gobierno y que le permitan a la entidad abarcar nuevas temáticas, más cercanas a la ciudadanía.*
- * *Implementar una estrategia de comunicación interna que sea apropiada por los funcionarios de la entidad y que redunde en la mejora del ambiente laboral.*

5. DEPENDENCIAS CON FUNCIONES RELATIVAS A LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

5.1 Grupo de Participación y Servicio Ciudadano

Es la dependencia encargada de ejecutar estrategias para que los ciudadanos y partes interesadas sean atendidos oportunamente cuando hacen uso de los mecanismos de protección ciudadana o buscan ejercer el control social a la gestión de la entidad. Gestiona información relacionada con los derechos de petición, tutelas, acciones de cumplimiento, acciones populares y las que se formulen ante la entidad y, recibe, direcciona y realiza el seguimiento de los requerimientos presentados ante el Ministerio; orienta y suministra información sobre las actuaciones del MinMinas y del sector minero energético. También desarrolla acciones para permitir a las partes interesadas acceso a la información y a las actuaciones de la entidad, y desarrolla iniciativas en diferentes contextos regionales para fomentar y discutir las políticas y lineamientos.

5.2 Grupo de Tecnologías de la Información

Este Grupo formuló el Plan Estratégico de Tecnologías de Información y Comunicaciones (PETIC) para el MinMinas con el propósito primordial de presentar su plan estratégico para el periodo comprendido entre los años 2016 al 2019, el cual le servirá a la entidad como guía estratégica para la implementación de iniciativas y proyectos de TIC acorde a las mejores prácticas, que apoyen el cumplimiento eficiente de la misión y visión del Ministerio de Minas y Energía. El PETIC evaluó el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2014-2018, la Formulación del Plan de Acción 2015, la Distribución del Presupuesto Vigencia 2015, la Modificación al Presupuesto 2015, el Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano Formulación 2015, el Mapa de Riesgos de Corrupción Formulación 2015, el Plan de Eficiencia Administrativa y Cero Papel, el Plan de Gobierno en Línea Formulación 2013- 2015, y el Plan Estratégico Prensa y Comunicaciones Formulación 2015-2016 como el 2017-2018, la finalidad fue partir del estado actual de la Estrategia de TI, cuya finalidad es apoyar el proceso de diseño, implementación y evolución de la Arquitectura Empresarial de TI en el Ministerio para lograr que esté alineada con las estrategias institucionales y sectoriales.

El PETIC 2016-2019 planteó 21 proyectos en un portafolio que se espera alcanzar los objetivos que hacen parte de la construcción de la arquitectura empresarial de la entidad, a saber, implementar los dominios del Marco de Referencia de Arquitectura Empresarial de TI: Estrategia de TI, Gestión de Información, Gobierno de TI, Uso y Apropiación, Sistemas de Información y Servicios Tecnológicos.

5.3 Grupo de Comunicaciones y Prensa:

La gestión de este grupo está directamente ligada al objetivo del Proceso de Comunicación Institucional al cual pertenece y corresponde a divulgar y socializar la temática institucional y sectorial mediante la difusión de la información, la interlocución y la ampliación de los canales de comunicaciones con los públicos internos y externos, para garantizar el correcto flujo y acceso a la información sectorial. Sus tácticas para lograrlo serán explicadas en detalle en el resto del cuerpo de este documento.

A través de la Resolución 40129 del 30 de enero de 2015, señaló la organización de los grupos internos de trabajo con el fin de desarrollar eficientemente los objetivos, políticas, planes y programas institucionales. En tal sentido, dictó entre otras funciones del Grupo de Comunicación y Prensa, la de asesorar a la Alta Dirección en la implementación de un plan estratégico de comunicaciones como de la divulgación de la información y la implementación y desarrollo de canales de comunicación.

5.3.1 Funciones del Grupo de Comunicaciones y Prensa

La Resolución 40129 del 30 de enero del 2015 señaló las funciones del Grupo de Comunicaciones y Prensa, así:

1. *Asesorar a la Alta Dirección en la implementación de un Plan Estratégico de Comunicaciones que permita posicionar, divulgar y socializar las acciones que desarrolla el Ministerio de Minas y Energía.*
2. *Asesorar a la Alta Dirección en lo referente a la imagen institucional y la divulgación de la información a través de diversos canales de cara a la ciudadanía y los medios de comunicación.*
3. *Identificar la agenda temática de cada semana, tanto del Ministro como del Ministerio, para implementar también una agenda estratégica que permita divulgar y socializar las acciones que adelanta de entidad.*
4. *Implementar y desarrollar canales de comunicación interna para divulgar información orientada a promover la generación de una cultura organizacional acorde con la misión del Ministerio.*
5. *Asesorar a la Alta Dirección en la divulgación de información del Ministerio a través de los canales oficiales de comunicación digital de la entidad, tanto en la página web como en las redes sociales con que se cuenten para este fin.*
6. *Asesorar a las dependencias en los asuntos relacionados con sus necesidades de comunicación y divulgación de las actividades institucionales.*

7. *Proporcionar el registro audiovisual (fotografías, videos y material multimedia) de carácter público y que provenga de la Alta Dirección del Ministerio como un servicio a la ciudadanía y a los medios de comunicación.*
8. *Asesorar a la Alta Dirección en la coordinación, producción y publicación de material impreso y audiovisual del Ministerio con carácter público para ser difundido a través de diferentes medios de comunicación.*
9. *Las demás que le sean asignadas por la naturaleza del grupo*

Las demás actividades de información y comunicación que son generadas o requeridas por las demás dependencias del Ministerio de Minas y Energía, dependen de su quehacer misional y generalmente tienen que ver con el diseño de la política institucional, la reglamentación sectorial y el control documental. La oficina de Enlace Congreso en particular, gestiona la información que es solicitada por los congresistas y demás actores del sector político.

6. ACTUALIZACIÓN DE CONTENIDOS INSTITUCIONALES PARA DIVULGAR A PÚBLICOS EXTERNOS

Por medio del Decreto 2693 de 2012 (que reglamenta parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones), el Gobierno Nacional ha asegurado la continuidad de la Estrategia Gobierno en Línea, convirtiéndola en un instrumento que facilita el buen gobierno, el crecimiento y la competitividad del país. Esta estrategia viene siendo implementada de manera sostenida desde el año 2000 y tiene como propósito contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas, a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Decreto 1151 de 2008).

De acuerdo a la Ley 1712 del 6 de marzo de 2014 “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del derecho de acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”, las entidades públicas deben mantener actualizados los portales web por medio de la divulgación proactiva de los contenidos a su cargo y respondiendo de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y accesible, a las solicitudes de la ciudadanía.

Desde el mes de octubre del 2014, el Ministerio de Minas y Energía actualizó su portal web alineándose con las disposiciones del Gobierno Nacional en materia de imagen institucional y de acuerdo a los lineamientos del Decreto 2693 de 2012 de Gobierno en Línea.

Adicionalmente, el Artículo 2º de la Ley 1341 de 2009, dispone en su numeral 8 la masificación de la estrategia Gobierno en Línea con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, por lo que las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones.

6.1 Actualización de contenidos noticiosos

El Grupo de Comunicaciones y Prensa cumplirá los roles de generador, supervisor y publicador de contenidos noticiosos en el sitio Web del Ministerio, incluidos videos, fotografías y audios. Para tal fin puede solicitar información a las dependencias que considere oportuno.

Las dependencias del MinMinas pueden sugerir contenidos noticiosos para ser publicados o que deban ser actualizados en el sitio Web institucional, al Grupo de Comunicaciones y Prensa que se encargará de verificar que tales publicaciones estén acordes a los principios de generación de contenidos web institucionales, que se describen en el aparte correspondiente a la Estrategia Digital de este documento.

6.2 Actualización de contenidos institucionales

Las dependencias del MinMinas deben enviar al Grupo de Participación Ciudadana los contenidos institucionales que deben ser divulgados en el sitio Web institucional. El Grupo cuenta con equipo encargado de garantizar que la información esté acorde a los principios de generación de contenidos web institucionales,

6.3 Campañas de comunicación

En el marco de la implementación de la estrategia de comunicación, el Grupo de Comunicaciones y Prensa diseña y desarrolla campañas de comunicación enfocadas a divulgar la gestión de la entidad sin que ello limite la producción de iniciativas similares al interior de las dependencias. En tales casos, las oficinas deben seguir los lineamientos expresados en la Directiva Presidencial 01 del 10 de febrero de 2016, que fija procedimientos para los temas de publicidad, comunicaciones, eventos y da órdenes sobre otros gastos generales. Asimismo, señala el proceso de revisión y aprobación institucional que deben surtir tales productos para ser divulgados.

6.4 Interacción en línea

El Grupo de Participación Ciudadana habilitará, implementará e integrará diferentes espacios de interacción con los ciudadanos, a través de la sede electrónica y dispondrá de opciones de consulta interactiva de información y de soporte en línea.

7. VOCEROS DE LA ENTIDAD



El PEC 2015-2016 señala que “el Ministro como los dos Viceministros son los voceros del Ministerio de Minas y Energía ante los medios de comunicación y solo ellos pueden delegar la vocería en otros funcionarios, cuando la particularidad de los temas así lo requiera”.

El ejercicio profesional del Ministerio de Minas y Energía requiere un dominio técnico que se convierte en un reto y en el primer obstáculo a superar en el proceso de comunicar, los tecnicismos son términos que se usan en el lenguaje científico y tecnológico y la mayoría son de uso particular, los usuarios del lenguaje técnico frecuentemente no están conscientes de que su audiencia no puede entender su mensaje principal., por tales razones resulta de mayor importancia que la estrategia de comunicaciones contenga la asesoría necesaria para traducir el mensaje a las audiencias.

Según lo anterior y siguiendo los lineamientos del Plan mencionado, la delimitación de las temáticas que hacen parte de la agenda del Ministerio y sus entidades, es la siguiente:

EJEMPLOS DE CASOS DE VOCERÍA

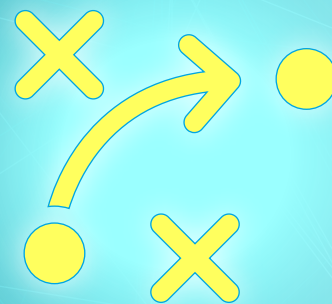
› LA VOCERÍA DE LAS ENTIDADES

MINISTRO

Política minero energética en general
Cifras de producción
Anuncios macro
Hitos

<u>VICEMINAS</u>	Vocería del Ministerio en temas de política minera Formalización
<u>VICENERGÍA</u>	Vocería del Ministerio en temas de energía e hidrocarburos Yacimientos No convencionales
<u>ANH</u>	Rondas de inversión en el sector petrolero YNC
<u>ANM</u>	Títulos, fiscalización, rondas Incidentes
<u>CREG</u>	Regulación sector energía y gas Tarifas
<u>UPME</u>	Planeación, oferta y demanda de energía Respaldo vocería en nuevos proyectos
<u>IPSE</u>	Zonas No Interconectadas Respaldo vocería nuevos proyectos Energías alternativas

8. ESTRATEGIA, TÁCTICAS Y ACCIONES



Para que la información que genera el Grupo de Comunicaciones y Prensa del Ministerio llegue a las audiencias y su finalidad sea optimizada, requiere de piezas y canales de comunicación que se puedan implementar de manera externa así como como herramientas de comunicación para la divulgación interna. En ese mismo sentido, el Grupo de Comunicaciones ha encaminado esfuerzos hacia la realización de diferentes acciones estratégicas para difundir información a los medios de comunicación y utilizar diversos canales de comunicación para la difusión de la gestión, no solo para los públicos externos sino también para los funcionarios del MinMinas.

El Grupo se encarga de transmitir los mensajes institucionales y la gestión en los portales web institucionales y en especial, en los espacios de redes sociales que hoy día son modalidades de comunicación con interacción de doble vía entorno a un mensaje.

Asimismo, el Grupo consolida y hace seguimiento a la información publicada en los medios de comunicación por medio de herramientas que le permiten la creación de estrategias para fortalecer la identidad institucional y organizacional, y por esa vía generar credibilidad, presencia y reconocimiento de la función pública en beneficio de la ciudadanía.

Cabe señalar que estas estrategias no resultan adecuadas si no se informan debida y oportunamente al público, la comunicación efectiva de la gestión pública por parte de los portavoces oficiales del Ministerio, es otro de los frentes que ha buscado cubrir el equipo de comunicaciones por medio de una estrategia de comunicación para conocer la efectividad respecto a la forma en que los voceros de la entidad transmiten los mensajes y de esta manera, entender la receptividad que logra el público respecto a los mismos.

El Grupo de Comunicaciones y Prensa entonces, define tácticas de comunicación social enfocadas en comunicaciones públicas; comunicación estratégica; relacionamiento con medios; comunicaciones en medios electrónicos y comunicación interna. Ellas son en parte desarrolladas por un grupo base de trabajo conformado por un asesor del despacho del Ministro, dos profesionales de planta y una secretaria, y las relacionadas con actividades de comunicación digital, diseño de piezas gráficas, productos audiovisuales, manejo de la imagen corporativa y las de comunicación interna, quedan supeditadas a actividades profesionales de apoyo a la gestión.

Asimismo, la estrategia debe promocionar la imagen positiva de la entidad a partir de actividades como asesorar en la elaboración y diseño de estrategias de comunicaciones externas; prestar soporte en el diseño, desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación en medios digitales; efectuar el entrenamiento en el manejo de medios convencionales de comunicaciones; desarrollar las tácticas para la ejecución de las estrategias propuestas, orientada al fortalecimiento de las relaciones con actores especializados que se conviertan en validadores del mensaje del MinMinas, esto incluye relaciones institucionales, con gremios, entidades adscritas y vinculadas, líderes empresariales y de opinión; y acompañar y asesorar el desarrollo y/o ejecución de las estrategias de comunicación.

Para desarrollar óptimamente su labor, el Grupo de Comunicaciones y Prensa cuenta para las vigencias 2016, 2017 y 2018, con recursos aprobados por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a través del proyecto de inversión denominado **“Implementación de los Servicios de Información y Comunicación Institucional del Ministerio de Minas y Energía”**, cuyo objetivo general es “Ampliar el conocimiento que tienen los públicos de interés del sector minero energético sobre la gestión del Ministerio de Minas y Energía”. Con ese presupuesto el equipo de comunicaciones adquiere acceso a plataformas que le permiten obtener monitoreo diario de la información así como análisis periódicos y la posibilidad de hacer inteligencia de medios, es decir un riguroso seguimiento a los públicos específicos generadores de opinión, con el objeto de tomar decisiones de comunicación efectivas y oportunas; asimismo, el presupuesto permitirá el acceso a diversos canales de divulgación para difundir masivamente los mensajes institucionales así como a entrenamiento de los voceros de la entidad con el fin de los transmitan de manera adecuada.

8.1 **Mensajes de la Entidad**

Para efectos de mantener una adecuada coordinación en función del PEC de comunicaciones, se establecen algunas reglas de oro a la hora de comunicar, con las que se espera unificar criterios previos a la decisión de comunicar:

- * *Todas las coyunturas albergan oportunidad para comunicar*
- * *Está claro por qué se va a comunicar*
- * *El mensaje se enmarca en la caja de mensajes institucional*
- * *Está previsto el titular que generará el mensaje a entregar*
- * *El mensaje está claro como su importancia para la opinión pública*
- * *Está previsto el impacto como las acciones a tomar en caso de alta sensibilidad*
- * *Las noticias positivas las damos nosotros*
- * *Pregunto si hay dudas*
- * *Se repiten los mensajes positivos*

8.2 Caja de mensajes institucional

Definimos los mensajes que queremos que nuestras audiencias escuchen y crean, el mensaje más eficaz es el más cercano a la ciudadanía, no debe ser abarcador ni alejado de la realidad (menos es más), deben ser fuertes y claros.

Los debemos resumir en una frase o slogan que conecte con el público, debemos tener claro lo que queremos conseguir con ellos: educar nuestras audiencias, informarlas o motivarlas a retroalimentar.

Tener en cuenta al construir los mensajes: qué saben nuestras audiencias del tema del mensaje, cómo lo perciben, qué le queremos decir sobre él, quién es la persona adecuada para decírselo.

Los definimos teniendo en cuenta la agenda central institucional y los objetivos institucionales (garantizar abastecimiento de hidrocarburos y energía / crear institucionalidad y herramientas para generar minería responsable y competitiva / ampliar acceso de población vulnerable a energía y gas / impulsar integración energética regional).

8.3 Tácticas de comunicación

- * *Tácticas de comunicación en relaciones públicas*
- * *Tácticas de Comunicación Digital*
- * *Tácticas de Comunicación en Diseño e Imagen Institucional*
- * *Tácticas de Comunicación Interna*

9. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS



Cuando el Ministro o los viceministros participen en eventos públicos, y en los casos en que previamente se haya acordado, el grupo de comunicaciones elaborará material multimedia para enviar a medios de comunicación que podrá incluir boletín o comunicado de prensa, audio, video y fotografía de alta resolución sobre la intervención. Los boletines y comunicados de prensa del Ministerio deberán incluir en la medida de lo posible citas del Ministro o de los viceministros en los que se dé cuenta de la articulación de la política minero energética de la entidad.

› Ruedas de prensa

Las ruedas de prensa se convierten en escenarios de amplia difusión sobre hechos relevantes de la entidad. Logros sobresalientes del Ministerio o de sus entidades adscritas, como cifras récord en producción de hidrocarburos o minerales; proyectos adjudicados en energía eléctrica o avances puntuales en materia de política minera, entre otros temas, pueden ser parte de la agenda a tratar.

Este documento no plantea como indicador o elemento de evaluación un número mínimo de ruedas de prensa, pero sí sugiere un desarrollo cotidiano de las mismas como ejercicio que redundará en una mejor favorabilidad.

› Visitas periódicas a medios nacionales y/o regionales

El Ministro de Minas y Energía y los viceministros liderarán encuentros (al menos uno cada trimestre) con periodistas encargados de cubrir a la entidad como fuente.

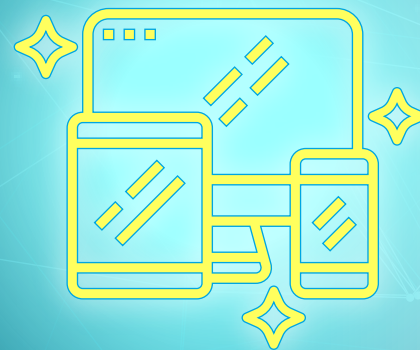
Estos espacios permiten una actualización de los temas que hacen parte de la agenda institucional, al tiempo que permiten generar contenidos estratégicos para la difusión del accionar de la entidad.

También se programarán visitas a las salas de redacción (hang outs) de los principales medios nacionales y regionales, como espacios de interlocución entre el Ministro y los periodistas. Lo propio se hará con reuniones 1:1 con líderes de opinión, directores y editores de medios de comunicación en las que se podrá exponer el avance en la gestión del Ministerio.

› Columnas de opinión

El desarrollo de columnas de opinión (al menos una trimestral) en prensa nacional o regional por parte del Ministro o los viceministros. Este es un espacio que apoya la labor de divulgación a través de un escrito que permite profundizar en temas de amplio interés en la ciudadanía relacionados con la política de la cartera minero energético.

10. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL



Internet y las redes sociales se han convertido en el canal más efectivo para comunicar e informar. Las formas de administrar lo público que conocíamos hasta ahora van a modificarse radicalmente. Pasamos de una comunicación unidireccional, dirigida “hacia” los ciudadanos, a un modelo en el cual la comunicación y otras actividades pasan a hacerse “con” la sociedad.

Razón por la cual hoy en día es fundamental que el gobierno haga presencia y participe en las redes sociales, y en este proceso el Ministerio de Minas y Energía ha participado como entidad, junto con sus entidades adscritas y vinculadas, ministro y viceministerios.

10.1 Antecedentes y entorno

Teniendo en cuenta el Decreto 2693 del 21 de diciembre de 2012 en donde se definen los lineamientos, plazos y términos para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con el fin de contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo y que preste mejores servicios con la colaboración de toda la sociedad, el Ministerio de Minas y Energía cuenta con plataformas digitales en donde se divulga de manera transparente y oportuna información sobre la Gestión del MinMinas.

Dichas plataformas digitales: página web, correos masivos y redes sociales permiten garantizar el acceso inmediato a la información a través de la elaboración de piezas comunicativas y de material audiovisual.

En los últimos 4 años el Gobierno Nacional ha implementado una estrategia de comunicación digital a través de la “Sinergia de la Fuerza de Tarea Digital” y de “Urna de Cristal” en la cual MinMinas ha participado activamente.

Esta Sinergia es la metodología con la que la Fuerza de Tarea Digital articula a las entidades del Gobierno Nacional alrededor de la difusión de mensajes estratégicos que permitan informar e incentivar la participación de los ciudadanos con el gobierno a través de los medios digitales. El objetivo es potenciar los mensajes que cada sector desea promover, por medio de la unión y el apoyo de las cuentas en redes sociales creadas por el Gobierno que existen a la fecha.

Esta unión ha permitido que la oferta de gobierno y los mensajes de la coyuntura nacional impacten a aproximadamente 17 millones de usuarios.

Las sinergias se dividen en dos categorías, las que contienen las campañas y mensajes del Presidente y las que contienen información del Gobierno Nacional.

En el caso del Ministerio de Minas y Energía, trabaja sinergias de Gobierno. Estas son campañas en donde se desea promocionar información que tienen mensajes de uso e interés para la mayoría de usuarios de las redes sociales de las diversas cuentas del Gobierno. El fin último de los temas aprobados para estas sinergias es informar al ciudadano y generar interacción sobre campañas, convocatorias, servicios, eventos, entre otras.

10.2 Planteamiento Estratégico en Comunicación Digital

Objetivo: Crear y fortalecer el ecosistema del Ministerio de Minas y Energía, donde todas las plataformas se enfoquen en el cambio de mensaje y el reconocimiento de las audiencias.

Acciones estratégicas:

- * *Posicionamiento de Ministro como líder de opinión digital y fuente de consulta de medios de comunicación.*
- * *Interacción de MinMinas con diferentes audiencias.*
- * *Apoyo de los voceros de respaldo en materia digital (Viceministros).*
- * *Identificación constante de coyunturas/crisis y detractores.*

10.3 Mapa de Audiencias

Priorizaremos nuestra interacción y/o seguimiento con:

1. *Gobierno Nacional (Congreso / Entidades / Voceros Institucionales)*
2. *Gremios especializados.*
3. *Medios de comunicación digitales.*
4. *Directores de medios y líderes de opinión medios tradicionales.*
5. *Ciudadanía.*



10.4 Principios de generación de contenidos Web

Debido a las características de los medios electrónicos, relacionadas especialmente con el hecho que los contenidos se pueden diseminar de forma rápida y aun gran número de personas, se expone a continuación una política editorial que establece las características que deben considerar las dependencias al momento de publicar contenidos generales en medios digitales.

10.4.1 Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso

Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo. No debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.

No se deben usar abreviaturas desconocidas. Si se necesita utilizar abreviaturas, éstas deben ir referenciadas después que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.

No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se deben explicar el significado del mismo inmediatamente después que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.

No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso,

estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos si la herramienta lo permite) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.

En las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.

Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española. Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos. Los contenidos que la Presidencia de la Republica de Colombia ofrezca por medios electrónicos debe ser vigentes, relevantes, verificables y completos, que generen algún beneficio para los consumidores finales y que no dé lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.

Las entidades deben ofrecer solo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre las cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.

Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no es totalmente confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menor con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.

Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.

Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos y debidamente marcado. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.

Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.

10.4.2 Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios.

Los contenidos provistos por medios electrónicos por el MinMinas de ninguna forma pueden ser considerados como ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, en la medida que contenidos ofensivos atentan contra derechos fundamentales de los particulares. En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Estado.

Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.

Los contenidos que se provean no deben reflejar intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular, igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas, ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

10.4.3 Los contenidos deben mantener la privacidad.

No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información. Es importante en este punto tener claros conceptos jurídicos tales como indagatorias, llamado a juicio y demás, que de una u otras forma están afectando la condición jurídica de las personas o las instituciones.

No se debe ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, solo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique, se deberán mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.

En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma solo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

10.4.4 Los contenidos deben observar el derecho de autor y de propiedad intelectual

Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios Web hacen parte del patrimonio de la entidad pública y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada y así mismo se debe informar claramente al ciudadano qué puede hacer y qué no, con el material alojado.

Si una entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre dicho material.

La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, foros y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.

La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observan en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombre de dominios, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derechos de autor.

En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.

El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede generar acciones civiles o penales.

10.5 Actualizaciones y contenidos en redes sociales

El objetivo de usar las redes sociales como canal de comunicaciones del Ministerio y de sus voceros se enfoca en dar a conocer de manera efectiva las decisiones de política de la entidad y contextualizar la información que se desprende de la gestión de la entidad.

Mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC), el Grupo de Comunicaciones y Prensa ha dado desarrollo al uso de redes sociales como canales de divulgación estratégicos para exponer a la ciudadanía la gestión de la entidad y de los responsables de la política pública del sector minero energético. En este sentido, el Ministerio de Minas y Energía tiene usuario como entidad en Facebook, Twitter, y Youtube y la información que allí se divulga responde a los procedimientos establecidos para este fin a través del Sistema Integrado de Gestión (Sigme), el cual se puede consultar el mapa de procesos (comunicación institucional), disponible en el siguiente link:

<https://sigme.minminas.gov.co/SIGME/ModuloReportesDinamicos/InterfazUsuario/HomeRepDinamicos.asp?Portal=GC>

En este documento se proponen acciones de comunicación digital encaminadas a posicionar la imagen institucional de la entidad, principalmente en el universo digital y las redes sociales.

- * *La primera acción de cara a divulgar información en las redes sociales del Ministerio es identificar el objetivo de la publicación con el fin de definir piezas digitales a desarrollar y recursos gráficos que se pueden utilizar.*
- * *Si bien puede surgir información extraordinaria que requiera divulgación inmediata, siguiendo en todo momento el procedimiento de publicación definido para las redes sociales, cuando se trata de eventos públicos de la entidad, se sugiere que el recibo de la información para elaborar trinos y memes sea por lo menos un día antes que se dé desarrollo al evento.*
- * *Los trinos y memes se envían antes del evento para aprobación. En caso de tener que realizar ajustes se hacen de inmediato. Esto quiere decir que antes del evento ya están revisados y aprobados los trinos y memes.*
- * *Los trinos y memes que se utilizaran en la cuenta del Ministerio incluyen mensajes generales que se publicarán mensajes específicos de lo que está ocurriendo y en estos casos se acompañara de fotos que muestren a los seguidores qué está ocurriendo. Se recomienda no utilizar memes en los momentos específicos del evento dado que al ser piezas pre-elaboradas dejan de reflejar la espontaneidad del momento y pierden credibilidad.*
- * *Durante 2018 nos enfocaremos en un alto porcentaje en el legado del presidente Juan Manuel Santos y en los logros obtenidos durante este gobierno en el sector minero energético.*

- * Presentaremos los principales aportes del sector para mejorar la calidad de vida de los colombianos, llevar desarrollo a las regiones y el aporte a la economía del país.
- * Contaremos las historias de vida de los cientos de colombianos a quienes les transformamos la vida gracias a la #MineríaBienHecha, la #EnergíaQueTransforma y llevando un servicio de energía confiable para asegurar #EnergíaParaTodos.

10.6 Sobre los mensajes del Ministerio, el Ministro y los viceministros

Liderar debate en redes: los mensajes publicados en las cuentas del Ministerio deben estar alineadas con las cuentas del Ministro y los Viceministros. El Grupo de Comunicaciones será el encargado de la articulación, basado en los lineamientos que den los voceros.

Contenidos equilibrados: la parrilla de mensajes en las cuentas del Ministerio y sus voceros deben procurar información de todos los frentes de la política minero energética y es importante que sean propios voceros los que den retweet a la información que en el grupo se genera. También se recomienda el uso de hashtags y darle desarrollo permanente a aquellos que refuerzan la caja de mensajes, tanto de Gobierno como del Ministerio.

10.7 Seguidores, contenidos y PQR's

No sólo se trata de aumentar el número de seguidores, es importante aumentar el nivel de influencia y esto se logra con una interacción permanente entre el Ministerio, sus voceros y sus seguidores.

Cabe mencionar que en el Procedimiento para el Manejo de la Red Social Facebook, así como en el Procedimiento para el Manejo de la Red Social Twitter, se estableció en el flujograma la acción de **Visualizar**, entendida esta como las publicaciones recibidas para conocer la retroalimentación y/o identificar temas que se deban responder o redireccionar. Al respecto, se especifica también la acción de **Responder** (retwittear en Twitter) cuando sea viable hacerlo por cuestión institucional (competencia del Ministerio), funcional (competencia del Grupo de Prensa) y técnica (espacio en Twitter), y se establece **Redireccionar al Grupo de Participación y Servicio al Ciudadano** si se identifica que se trata de una PQR, la cual será respondida por el Ministerio desde la competencia de este Grupo.

11. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN DISEÑO E IMAGEN INSTITUCIONAL



Función 2. Asesorar a la Alta Dirección en lo referente a la imagen institucional y la divulgación de la información a través de diversos canales de cara a la ciudadanía y los medios de comunicación

Función 10. Asesorar a las dependencias en los asuntos relacionados con sus necesidades de comunicación y divulgación de las actividades institucionales.

Función 12. Asesorar a la Alta Dirección en la coordinación, producción y publicación de material impreso y audiovisual del Ministerio con carácter público para ser difundido a través de diferentes medios de comunicación

11.1 **Objetivos estratégicos**

Concientizar a los funcionarios del Ministerio de Minas y Energía acerca de la importancia del manejo de la imagen e identidad corporativa de la entidad para la comunicación institucional ante la ciudadanía y sus diferentes públicos de interés.

Definir lineamientos claros para la gestión de todas las piezas de comunicación gráfica, tanto virtuales, como impresas, para asegurar la correcta aplicación de la imagen institucional, la unidad en el mensaje y los lineamientos de austeridad en el gasto.

11.2 **Objetivos Tácticos**

Actualizar y validar permanentemente el procedimiento de Gestión de Piezas gráficas impresas, para que esté acorde con la normatividad vigente y los lineamientos de la Alta Consejería de las Comunicaciones de la Presidencia de la República.

Centralizar en el Grupo de Comunicaciones y Prensa la gestión de todas las piezas gráficas, producidas tanto a nivel interno como por terceros, que incluyan la imagen institucional del Ministerio de Minas y Energía, con destino a la ciudadanía, los medios de comunicación y demás públicos de interés.

Generar piezas de comunicación gráfica, que respondan a criterios de claridad, oportunidad y pertenencia, para divulgar planes y políticas del Ministerio de Minas y Energía,

a los diferentes públicos de interés.

11.3 Plan Táctico de Comunicación en Diseño e imagen institucional

11.3.1 Actualizar y socializar el procedimiento para solicitud de piezas gráficas impresas

Para el año 2017 se presentaron tres hitos que hacen necesaria la actualización del actual **Procedimiento para solicitud de diseño de piezas gráficas impresas**, estos son:

1. La Ley 1815 de 2016, artículo 104, Plan de Austeridad del Gasto, estipula que Durante la vigencia fiscal de 2017, los órganos que hacen parte del presupuesto general de la Nación, en cumplimiento del Plan de Austeridad y del Decreto 1068 de 2015, se abstendrán de realizar las siguientes actividades:
 - b. Celebrar contratos de publicidad y/o propaganda personalizada (agendas, almanaques, libretas, pocillos, vasos, esferos, etc.), adquirir libros, revistas, o similares; imprimir informes, folletos o textos institucionales.
 - c. Realizar publicaciones impresas cuando se cuente con espacio web para realizarlas; en caso de hacerlo no serán a Color y papeles especiales, y demás características que superen el costo mínimo de publicación y presentación.
2. De otra parte, a partir del año 2017, entró en operación el Sistema de Administración de Mensajes Institucionales, SAMI, de la Presidencia de la República. El SAMI es un sistema de información web a través del cual se gestiona la revisión y aprobación del material impreso y de las campañas institucionales a producir por las entidades del Estado.

En el Ministerio de Minas y Energía se designó al Grupo de Comunicaciones y Prensa para dar inicio al trámite de solicitudes a través de esta plataforma, las cuales son validadas por el Secretario General, quien da su visto bueno para el envío a Presidencia.

3. Además, la Tienda Virtual del Estado Colombiano generó el acuerdo marco de precios de servicios de impresión CCE-448-1-AMP-2016. Según la **Guía para entender los Acuerdos Marco de Precios**: “Antes de adquirir bienes y servicios de características uniformes, la entidad estatal debe verificar si existe un Acuerdo Marco de Precios para ese bien y/o servicio. Si existe, debe suscribirlo enviando para el efecto una comunicación a Colombia Compra Eficiente y poner la orden de compra en los términos establecidos en el Acuerdo Marco de Precios”.

Es así como el Ministerio de Minas y Energía se encuentra obligado a contratar los servicios de impresión a través del acuerdo marco de precios de servicios de impresión vigente.

4. Finalmente, la Tienda Virtual del Estado Colombiano emitió el “concepto míni-

ma cuantía”, en el cual, atendiendo el auto del 29 de marzo de 2017 del Consejo de Estado, determina que: “Si una Entidad Estatal debe realizar hoy una compra de un bien, obra o servicio incluido en el catálogo de un Acuerdo Marco de Precios y su valor no excede del 10% del valor definido para la menor cuantía de la Entidad Estatal, en principio debe seleccionar al proveedor aplicando el procedimiento de mínima cuantía”.

En este sentido, se hace necesaria la actualización del procedimiento para incluir las nuevas directivas y normatividad que le aplican.

Teniendo en cuenta que el manejo de Tienda Virtual es realizado a través del Grupo de Gestión Contractual, que las aprobaciones a través del portal SAMI las realiza la Secretaría General, entre otras actividades, el proceso debe ser trabajado y validado por todas las dependencias.

Ya que el incumplimiento del proceso, específicamente en lo relacionado con la Ley 1815, artículo 104, Plan de Austeridad del Gasto, puede traer consigo sanciones para la entidad, es de suma importancia que las dependencias que dispongan de recursos para la elaboración de material gráfico impreso conozcan el proceso y lo apliquen adecuadamente. Para ello, es fundamental una adecuada socialización a través de todos los medios que la entidad disponga, a través de una campaña de comunicación interna que dé a conocer los principales hitos de este procedimiento.

11.3.2 Crear un comité de impresos y publicaciones

Durante la vigencia anterior se identificó que existe una falta de información al interior del Ministerio de Minas y Energía respecto a los lineamientos existentes para la producción y divulgación de piezas gráficas, tanto impresas como virtuales.

Una de las principales creencias es que el material que se produce con recursos ejecutados por un tercero, no requieren revisión de la entidad. Es por eso, que cuando las dependencias incluyen dentro de sus contratos o convenios la entrega de material didáctico o informativo realizan poco seguimiento a la producción y no lo reportan al Grupo de Comunicaciones y Prensa. Esto puede traer varios riesgos, entre ellos:

- * *El uso inadecuado de la identidad visual del Ministerio de Minas y Energía, relacionado con un uso inadecuado del logo, los colores institucionales y demás piezas de identidad visual*
- * *El uso de material gráfico o fotográfico que no cumpla con lineamientos mínimos de calidad, como imágenes en baja resolución, reventadas o pixeladas, que afectan el resultado final de la pieza y su legibilidad.*
- * *El uso de material gráfico o fotográfico sin autorización o licencia del propietario, que podría incurrir en violaciones a la propiedad intelectual.*
- * *El uso de material gráfico o fotográfico que vaya en contravía con políticas de la entidad y de Gobierno: seguridad, salud en el trabajo, ambiental, social, etc.*
- * *La producción de material no autorizado (para la vigencia 2017 está terminan-*

temente prohibida la producción de material pop, como almanaques, agendas, pocillos, esferos, etc) o con características técnicas y acabados que incurran en la categoría de lujo (tapas duras, tintas y papeles especiales, repujados, troqueles y otros acabados onerosos).

Para amortiguar los riesgos, se propone la creación de un comité, presidido por el Secretario General o su delegado, e integrado por:

- * Un representante del Grupo de Gestión Contractual,*
- * Un representante del Grupo de Comunicaciones y Prensa*
- * Un representante del Grupo de Participación Ciudadana*
- * Un representante de cada una de las dependencias que contemplen dentro de su presupuesto o proyectos de inversión la producción de piezas gráficas de comunicación tanto impresa como virtual.*

Al inicio del año, las dependencias deberán comunicar a Secretaría General y al Grupo de Comunicaciones y Prensa su intención de incluir dentro de sus presupuestos el desarrollo de material gráfico, tanto impreso como virtual, con el fin de conocer cuáles serán sus objetivos de comunicación y brindar asesoría en el tipo de material que se puede producir, así como en las características técnicas y las cantidades viables, antes de incluirse en procesos contractuales. Para ello, Secretaría General deberá enviar una circular haciendo la solicitud y poniendo una fecha límite para el envío del reporte.

El comité debe reunirse trimestralmente para hacer seguimiento a los requerimientos en trámite, o de forma extraordinaria cuando se necesite socializar ajustes en los procedimientos o en la normatividad vigente. Sin embargo, el Grupo de Comunicaciones y Prensa debe hacer permanente seguimiento a los procesos de las oficinas, ofreciendo apoyo en la definición de la línea gráfica, los contenidos y el uso de la imagen institucional.

11.3.3 Gestionar aprobaciones ante Presidencia de la República

Con el propósito de tener un seguimiento de todas las piezas gráficas impresas y virtuales producidas por el Ministerio de Minas y Energía y sus entidades adscritas y vinculadas, el Grupo de Comunicaciones y Prensa será el encargado de trabajar, en conjunto con las dependencias y entidades solicitantes, los formatos de solicitud de aprobación ante SAMI. Asimismo, deberá realizar el trámite en la plataforma y notificar de la respuesta.

Es deber de todas las dependencias y entidades reportar con al menos 10 días de anterioridad, la intención de realizar la producción de las piezas gráficas impresas, ya que este es el tiempo que tiene Presidencia para dar respuesta a la solicitud.

Es requisito contar con al menos un boceto de la pieza para subir a la plataforma.

11.3.4 Generar un documento guía para impresos

Elaborar un documento guía que contenga las características de las piezas impresas que cumplen con los lineamientos de Presidencia y la normatividad vigente, el cual será

debidamente divulgado y socializado con las dependencias.

Este documento debe contener aspectos como:

- * **Obligaciones de las dependencias:** todas aquellas anteriormente mencionadas y las contenidas en el Proceso de gestión de piezas impresas.
- * **Tipo de piezas autorizadas para impresión:** documentos informativos y didácticos que deban ser impresos por las características y ubicación de la población a la cual va dirigida, o por ser un material de apoyo para actividades de capacitación o información.
- * **Tipo de material no autorizado:** para la vigencia 2017, todo tipo de material pop.
- * **Características técnicas autorizadas:** aquellas que no superen el costo mínimo de producción (mencionar cuáles).

Este documento debe enfatizar que todo proceso contractual que incluya material gráfico producido por un tercero, debe contener una cláusula en la cual se exija la entrega de los artes en versiones totalmente editables y abiertas, incluidas fuentes, gráficas, ilustraciones, fotografías, textos, mapas, etc; en formatos AI o Indesign, según corresponda.

11.3.5 Atender y gestionar los requerimientos de diseño

- * Apoyar el diseño gráfico de las presentaciones de la alta dirección.
- * Realizar el diseño de infografías como apoyo a la divulgación de políticas, planes o proyectos.
- * Diseñar espacios de interacción (stands) y material de exhibición para eventos.
- * Diseñar invitaciones a eventos.
- * Diseñar material para divulgación vía internet (landing page, banners, iconografía para el portal de la entidad).

11.4 Canales de comunicación que se usarán

Las piezas gráficas de comunicación que se desarrollarán a lo largo del año pueden ser divulgadas a través de diferentes canales, tanto impresos, virtuales o audiovisuales. La selección de éstos podrá estar a cargo del Grupo de Comunicaciones y Prensa o puede depender de la oficina solicitante.

Por lo tanto, a continuación se enuncian algunos canales que pueden ser seleccionados por los responsables:

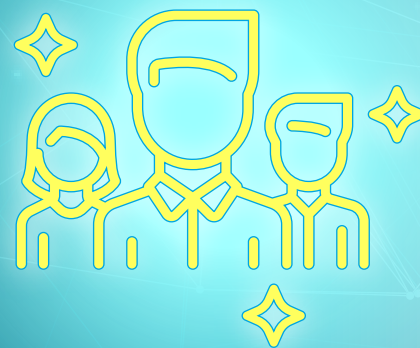
- * Eventos organizados por la entidad o por terceros y espacios de interacción ciudadana.
- * Portal web de la entidad y/o de entidades adscritas o vinculadas

- * Correo electrónico
- * Redes sociales de la entidad y/o de entidades adscritas o vinculadas.

11.5 Presentaciones de la alta dirección

Se refieren específicamente a reuniones privadas con determinado público objetivo, en los cuales se presenta información técnica detallada, que debe ser expuesta de forma muy clara y precisa. Para ello se usa el formato de presentación en Power Point, el cual puede incluir varios tipos de información: gráficas, tablas, infografías, fotografías, etc.

12. TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA



La comunicación interna es el flujo de información dirigido al cliente interno. La comunicación interna es el flujo de información dirigido al cliente interno. Allí podemos encontrar la comunicación institucional general (boletines internos MinMinotas, carteleras digitales, comunicados específicos, newsletter físico) y la comunicación específica de cada de cada dependencia (solicitudes de información por medio de una parrilla de programación que permita estandarizar el envío de mensajes referentes a temas relacionados con las funciones y plan de acción de cada una de las dependencias de la entidad). Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las entidades de motivar a su equipo humano y de mantener un flujo de comunicación ordenado que permita dar respuesta a los diferentes requerimientos solicitados dentro de la entidad.

El Ministerio de Minas y Energía construye actualmente un sistema de comunicación interna con los funcionarios y contratistas que le permita tener un flujo constante y efectivo de la información del sector y la entidad, enfocado de manera humanista hacia las actividades de individuo y grupos de trabajo.

12.1 Objetivos Estratégicos

- * *Generar una cultura del buen manejo de la comunicación e información dentro del Ministerio de Minas y Energía.*
- * *Incentivar el conocimiento de la visión del Ministerio y sus de objetivos generales.*
- * *Diseñar una comunicación interna efectiva que permita dar respuesta y solución a las falencias comunicativas de la entidad.*

12.2 Objetivos Tácticos

- * *Crear una política de comunicación para la difusión de información interna.*
- * *Lograr una evaluación complementaria que permita saber el estado actual del clima laboral.*

- * Lograr una evaluación complementaria que permita saber el estado actual del clima laboral, en relación al plan de Clima y Cultura que se ha desarrollado en conjunto con Talento Humano, y que permita ver los avances en el tema.
- * Mantener un seguimiento y mejora continua de la comunicación interna.
- * Brindar visibilidad interna de todas las acciones que realiza la organización externamente, con el fin de mantener una alineación informativa sobre las acciones que realiza la entidad y destacar los diferentes proyectos que se han dado a la ciudadanía.
- * Divulgar toda la información de alcance masivo interno y brindar lineamientos para su distribución y publicación.
- * Localizar y conocer líderes por área para la comunicación interpersonal, de acuerdo a los diagnósticos de clima y cultura realizados con la Subdirección de Talento Humano en el marco de la estrategia que se ha desarrolló en el año 2017.
- * Diseñar un canal de comunicación abierto y de doble vía con el fin de generar y conocer las opiniones de los colaboradores.
- * Dar a conocer la política informativa de la entidad.
- * Tener conocimiento de todo el contenido informativo que generen las dependencias, así como la realización de una estrategia de divulgación de ese contenido para fortalecer el plan institucional de la entidad.

12.3 Plan de Acción

A través del plan se priorizarán las iniciativas más importantes para cumplir de los objetivos y metas. Este se constituirá como la guía que brindará el marco y estructura de los pasos a seguir tanto para el análisis y diagnóstico como para mantener la visibilidad de la comunicación interna.

12.4 Evaluación Permanente

Se desea monitorear continuamente el desarrollo de las actividades e información para el buen desarrollo de la comunicación interna. Esto se realizará mediante encuestas virtuales, y la creación de contenidos de doble vía que permitan al cliente interno tener un relacionamiento con los encargados de la difusión informativa.

12.4.1 Objetivos

- * Observar la efectividad del flujo de información interno, tanto en canales como en contenido.
- * Saber el conocimiento los colaboradores frente a la identidad del Ministerio de Minas y Energía.
- * Implementar la comunicación de doble vía y posteriormente, conocer qué tan

aplicada está la misma en el cliente interno.

- * Conocer posibles obstáculos y vacíos del flujo de la información.*
- * Observar los hábitos y costumbres internos del flujo de información dentro de la cultura laboral.*
- * Evaluar la evolución paulatina de la comunicación dentro de la organización*

13. CONTROL, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Resolución 40089 del 29 de enero del 2016 adopta el Plan de Acción del Ministerio de Minas y Energía para la anualidad y define la planeación como un instrumento de gestión fundamental para orientar el cumplimiento de la misión de la entidad, mediante el señalamiento de objetivos y metas a ejecutar en el respectivo año.

A continuación un cuadro explicativo de las metas e indicadores del Grupo de Comunicaciones y Prensa para el año 201, los cuales representan uno de los insumos para realizar seguimiento y control para el cumplimiento de los objetivos del PEC 2015-2016; asimismo para tener control sobre las actividades como sobre las responsabilidades frente a la realización física de lo planeado; y para conocer el impacto de la estrategia planteada como sus resultados.

Meta	Ponderación Meta	Indicador	Ponderación Indicador	Valor Planeado Total	Formula	Unidad Medida	Clase	Tipo Indicador	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	Valor Planeado Total
Mantener comunicación efectiva con periodistas, directores o editores de medios de comunicación.	20	Atención de Entrevista y solicitudes de medios de comunicación	100	500	[Solicitudes de entrevistas de medios de comunicación atendidas]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	120	130	130	120	500
Publicar contenidos institucionales en formato audiovisual	20	Divulgación de videos institucionales	100	100	[videos publicados]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	20	28	28	24	100
Publicar contenidos institucionales en formato de audio	20	Publicación de audios o podcast	100	100	[podcasts publicados]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	20	28	28	24	100
Publicar mensajes institucionales en redes sociales - Facebook	20	Publicación en Cuenta del MME en Red social Facebook	100	1.000	[Mensajes publicados en Facebook]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	240	280	280	200	1.000

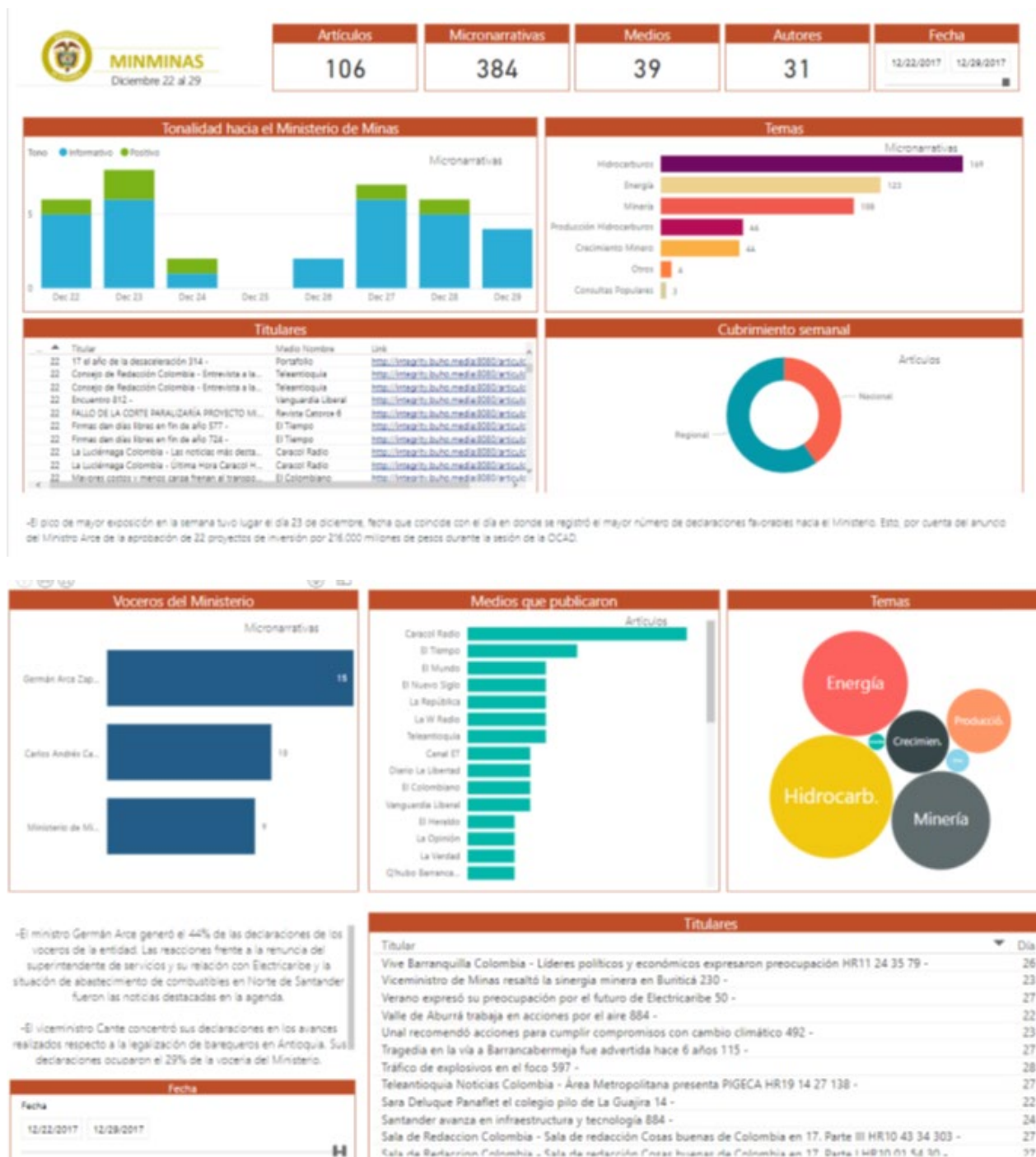
Meta	Ponderación Meta	Indicador	Ponderación Indicador	Valor Planeado Total	Formula	Unidad Medida	Clase	Tipo Indicador	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	Valor Planeado-Total
Publicar mensajes institucionales en redes sociales - Twitter	20	Publicación en Cuenta del MME en Red social en Twitter	100	7.500	[Mensajes publicados en Twitter]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	1.750	1.950	2.050	1.750	7.500
Actualización permanente de las carteleras con espacios de retroalimentación para todos los funcionarios.	50	Publicación de contenidos institucionales en Cartelera internas	100	800	[Cartelera actualizadas]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	200	200	200	200	800
Publicar medio de comunicación con direccionamiento estratégico interno	50	Publicar Boletines Internos con información Institucional	100	30	[Boletines Internos Publicados]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	7	8	6	9	30
Ejecución presupuestal de los recursos de las actividades del proyecto de inversión	25	Ejecución de recursos	100	4.000.000.000	[Recursos de comunicación ejecutados]	\$	Estratégico	Eficiencia	754.952.000	1.000.928.000	1.000.928.000	1.243.192.000	4.000.000.000
Ejecución presupuestal del indicador de producto de la actividad Realizar un Análisis de la Información Obtenida, del proyecto de inversión.	25	Avance del Servicio de Análisis y Medición de la Información	100	100	[Avance del servicio de Análisis y Medición de la Información Prestado]	%	Estratégico	Eficacia	100	100	100	100	400
Ejecución presupuestal del primer indicador de producto de la actividad Divulgar los Mensajes a través de los Distintos Canales y Medios de Comunicación, del proyecto de inversión.	25	Avance de la prestación del Servicio de Divulgación	100	100	[Avance del servicio de divulgación realizado]	%	Estratégico	Eficacia	100	100	100	100	400
Ejecución presupuestal del segundo indicador de producto de la actividad Divulgar los Mensajes a través de los Distintos Canales y Medios de Comunicación, del proyecto de inversión.	25	Ejecutar Recursos de la Campaña Institucional	100	1.994.488.000	[Recursos ejecutados en Campaña Institucional]	\$	Estratégico	Eficiencia	470.200.000	485.300.000	485.300.000	553.688.000	1.994.488.000
Elaborar, publicar y enviar oportunamente a medios de comunicación, comunicados o boletines de prensa	100	Divulgación y publicación de comunicados y boletines de prensa	100	250	[Comunicados y boletines divulgados]	Cantidad	Estratégico	Eficacia	60	65	65	60	250

Para completar el análisis y evaluación de la estrategia de comunicaciones, el Grupo de Comunicaciones y Prensa implementó un servicio de análisis, monitoreo e inteligencia de medios que le permite analizar mensualmente los contenidos de publicaciones

de cara al impacto causado; medir el trabajo del equipo de comunicaciones con base en criterios previos; tomar decisiones acertadas y aplicables a la estrategia; responder adecuadamente a las crisis coyunturales; y en general comunicar de manera óptima.

GRÁFICA ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

➤ Reportes semanales





Conclusiones

- El principal generador de contenido respecto al tema de consultas populares fue el ministro Germán Arce Zapata, cuyas declaraciones ocuparon el 6% de la información publicada en medios. Estuvo seguido por el presidente de la Asociación Colombiana del Petróleo, Francisco Lloreda con un 5% y por Orlando Velandia con un 4% de la información registrada.
- Con lo anterior, es importante mencionar que el ministro Arce y Orlando Velandia fueron los mayores generadores de conversación positiva con el 20% y el 9% respectivamente. Blu Radio, Silvana Habib, el viceministro Carlos Andrés Cante y Luis Guillermo Vélez los siguen.
- El Ministerio de Minas y Energía registró un 24% de desfavorabilidad respecto al tema de consultas populares. Los principales detractores de la entidad fueron: La Crónica del Quindío (22%), Blu Radio (14%), RCN La Radio (4%), AICO (4%) y el partido ASI (4%).
- Aunque los medios de los departamentos de Antioquia, Quindío y Cundinamarca fueron los que mayor información al respecto de las consultas populares publicaron con un 19%, 16% y 12%, respectivamente, fueron los municipios de Cumaral, Meta y Cajamarca, Tolima los que mayor conversación se generó en el año en lo relacionado con los procesos de consulta popular.

Ministerio de Minas y Energía

Dirección: Calle 43 N°57-31 CAN - Bogotá D.C.

Línea gratuita: 018000 910180

Correo electrónico: menergia@minminas.gov.co

Página web: www.minminas.gov.co

Código postal: 111321



Facebook: Ministerio de Minas



Twitter: @Minminas_



Youtube: MinisteriodeMinas



Flickr: minminas



Instagram: ministeriominasyenergia