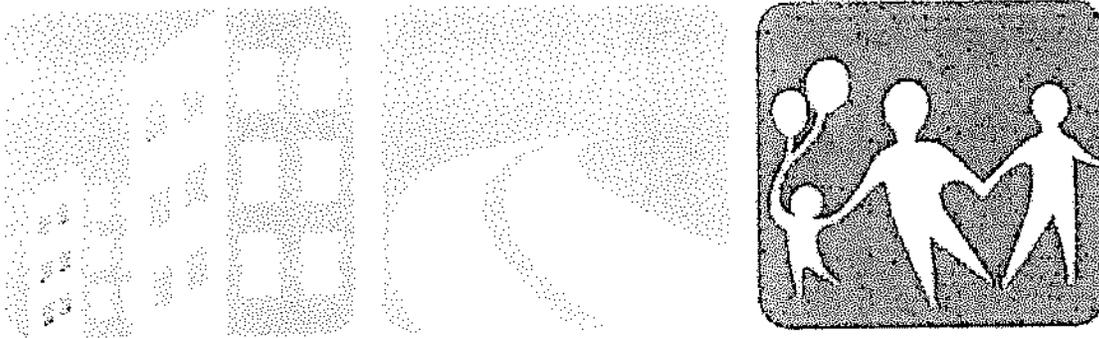


Plan Estratégico de Comunicaciones 2016



ERUM

Empresa de Renovación Urbana de Manizales





ERUM
Empresa de Renovación Urbana de Manizales

Presentación

Plan Estratégico de comunicaciones 2016

El Macro-Proyecto de Renovación Urbana San José, gerenciado por la ERUM, tiene una clara definición en lo que respecta al fortalecimiento de la imagen social y predial con posicionamiento en el medio local y nacional.

En este orden de ideas, el área de Prensa y Comunicaciones del Macroproyecto y de la Empresa de Renovación Urbana de Manizales, debe asumir un rol estratégico que, mediante acciones efectivas de comunicación, le permitan a la entidad dar a conocer sus ejecutorias, lograr que los diferentes públicos y partes interesadas la identifiquen, que entiendan claramente su actividad y den cuenta de la percepción real que tienen del Macroproyecto.

También es importante destacar la relevancia del fortalecimiento de los procesos de comunicación interna que permitan generar interacción y fluidez en la información de los diferentes componentes, para lograr procesos de pertenencia, identidad y dinamismo en la actividad diaria de los servidores de la entidad en aras de facilitar los procesos laborales y de atención a los diversos públicos.

Con la implementación de las estrategias comunicacionales se busca consolidar un proceso de empoderamiento de los funcionarios y cercanía con los diversos públicos, que genere comportamientos de compromiso individual y colectivo para avanzar en el posicionamiento del Macroproyecto.

El componente comunicacional adoptará un enfoque integral, que permee todas las áreas de trabajo para generar una cultura de información oportuna, eficiente y efectiva, tanto interna como externamente.





Objetivo General

Institucionalizaremos la comunicación en el Macroproyecto de Renovación Urbana, como un proceso estratégico transversal a su estructura organizacional, a sus prácticas informativas, orientadas al cumplimiento de principios como la transparencia y la participación ciudadana; que conlleven a una comunidad bien informada, que reciba socialización y conocimientos reales de lo programado y ejecutado en la Comuna San José.

Objetivos Específicos

- Hacer visible los avances del Macroproyecto San José ante la comunidad, tanto residentes de la ciudad como en el país; con esto se consolidará una imagen real de las ejecuciones que se adelantan, para contrarrestar las negativas acentuadas por determinado grupo sobre la renovación urbana.
- Ligar políticas empresariales e institucionales para que la comunidad inmersa en la ejecución del Macroproyecto, sea debidamente notificada e informada de los procesos que se aplican y de las obras que se realizan en los diferentes proyectos.
- Sensibilizar mediante estrategias comunicacionales a los moradores de la comuna San José y demás habitantes de Manizales, sobre los beneficios que representan consolidar la ejecución de la renovación urbana y los notorios mejoramientos en la calidad de vida de todos los residentes.
- Hacer de las estrategias de comunicación, un elemento relevante en el proceso de consolidación de la imagen Institucional y de acercamiento con los diversos públicos y partes interesadas.
- Hacer de los medios de comunicación los principales aliados en la divulgación de los logros, avances, ventajas y requerimientos que son afines a la ejecución del Macroproyecto de Renovación Urbana San José.





Alcance del Plan Estratégico de Comunicaciones

- Este Plan Estratégico de Comunicaciones define y direcciona las comunicaciones del Macroproyecto San José, en sus dos subprocesos: comunicación organizacional y comunicación informativa, que deben actuar en armonía con los postulados de la entidad, incorporando elementos de políticas de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua.
- El objetivo central es institucionalizar la comunicación como un eje estratégico, definiendo los procedimientos para las diversas áreas del Componente de Comunicaciones. Servir de apoyo logístico y como medio de consulta de los procedimientos a seguir, permitiendo la actualización y mejoramiento en la ejecución de los componentes sociales y del trabajo misional de la ERUM.
- Potencializar los diferentes canales de comunicación que posee la empresa, (redes sociales, boletines informativos, página web y acceso a los medios masivos de comunicación) que generarán impactos múltiples y efectivos en la divulgación de las ejecuciones que la empresa adelanta en el Macroproyecto San José, unido a esto, masificación del trabajo social que es adelantado con todas las familias inmersas en la Gestión Predial en la comuna.
- Planear adecuadamente el control y seguimiento por objetivos, además establecer un flujo de comunicación permanente entre los componentes.
- Establecer directrices, conductos, canales, interacción entre áreas y objetivos comunicacionales en el quehacer diario, en concordancia con el componente de comunicaciones y publicaciones, además fomentar la participación entre las dependencias en procesos de comunicación estratégicos, fortaleciendo el sentido de pertenencia.





ERUM

Empresa de Renovación Urbana de Manizales

Propósito y finalidad

Tiene como propósito construir en la cultura organizacional de los componentes, el imaginario sentido del servicio y la responsabilidad social al entregar apoyo a la comunidad de influencia en el Macroproyecto San José.

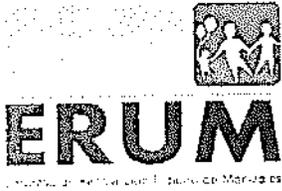
La finalidad está encaminada a lograr introducir credibilidad, claridad y confiabilidad sobre las ejecuciones sociales del Macroproyecto San José. Es importante generar confianza en el trabajo que se desarrolla en la comuna; para ello, se requiere receptividad y desarrollar una cultura de servicio y comunicación para claridad plena del trabajo realizado.

Con el fin de generar el impacto necesario en la comunidad, es necesario fortalecer los vínculos con los medios masivos de comunicación que son los multiplicadores en la divulgación de los resultados obtenidos en todo el trabajo adelantado por la Empresa de Renovación Urbana de Manizales ERUM; con este fin se crearán las estrategias que confluyan a tener una relación cercana con los comunicadores que adelantan su trabajo en la ciudad y aquellos que estando fuera de la misma, tienen una mirada sobre lo adelantado en la comuna San José.

Como equipo, en el trabajo de comunicaciones del Macroproyecto, se deben desarrollar mecanismos para estar abiertos a la comunidad a través de acciones comunicativas concretas, es decir, que no solamente se deben escuchar sino que se debe ser receptivo y esto conduce a entregarles soluciones reales que confluyan en la credibilidad sobre la entidad.

La imagen que se debe generar es de servicio, cumplimiento, efectividad, gestión y eficacia, lo cual debe traducirse en un modo de relacionarse con la comunidad en términos comunicativos de amabilidad, sencillez, calidez y en el hecho de que tanto la actitud institucional como de las personas que la representan, no sea de prepotencia sino de disposición.





Generalidades

Se contará con enlaces directos:

Gerencia de la ERUM: y a través de ella, las dependencias técnica y administrativa de la entidad; para dar difusión a las ejecutorias y el trabajo realizado para la comunidad en pro de mostrar el avance en la gestión predial, pago de compensaciones, contratación de obras, cumplimiento en los compromisos adquiridos, con lo que se mostrará el trabajo realizado para el crecimiento y fortalecimiento del Macroproyecto.

Secretaría de Desarrollo Social: se acompañará y difundirán los programas sociales, que son múltiples y desarrollados por la Fundación FESCO, con sus componentes sociales, se ejecutan con la población residente en la zona de influencia del Macroproyecto. De allí, es perentorio realizar la canalización de información de los componentes, para su posterior difusión, temas que son poco conocidos por la generalidad de las personas en Manizales.

Líderes Comunitarios: trabajo de recepción, atención y entrega de respuestas a preguntas frecuentes que buscan una solución. Se canalizará al componente respectivo o la unidad encargada para ser diligenciada y atender esas inquietudes que surgen de diversa índole en la comunidad.

Unidad de Divulgación y Prensa: será el canal de salida de los resultados del trabajo en equipo del Macroproyecto San José, este es el puente para llegar a los medios masivos de información, donde buscaremos los espacios necesarios para difundir el trabajo social.

Se le entregará un plan de medios acorde a las necesidades y de acuerdo a lo posible y por intermedio de programas independientes, noticieros en las distintas emisoras, programas de opinión y magazines. Es hacer notorio el gran trabajo realizado por los componentes, lo operativo, técnico y de gestión predial del Macroproyecto.

Se potenciará el trabajo de los integrantes del grupo Forja que recibió capacitación en comunicación alternativa, la que se aplicará en la emisora virtual montada para ser usada como canal propio de divulgación y además como contacto directo con los





residentes en la comuna; ésta nos brindará una ventana para mostrar el Macroproyecto. Con este medio propio, desarrollaremos programas con información generada en nuestro trabajo y emitiremos servicios para la comunidad.





Diagnóstico

Debilidades

- Mal manejo de la imagen del Macro-Proyecto
- Procesos de cambio sin estrategia comunicacional
- Desarticulación de las acciones comunicacionales
- Falta integridad en el manejo de la imagen
- Desconfianza de la comunidad en general sobre el Macroproyecto
- Agentes externos nocivos en el manejo de la información
- Manipulación de los medios de comunicación por parte de los enemigos de la renovación urbana
- Falta de conocimiento real de los integrantes de los medios de comunicación

Oportunidades:

- Visibilidad con los medios de comunicación
- Relaciones con otras entidades del Estado
- La comunidad
- Mecanismos de participación ciudadana

Fortalezas:

- Está en el primer nivel de dirección
- Cuenta con un equipo de trabajo
- Campo de acción para la ejecución de los planes de comunicación

Amenazas

- Desconocimiento de los enemigos del Macroproyecto y sus campos de acción
- Mal manejo de la información
- Difusión de material gráfico sin control





ERUM

Empresa de Renovación Urbana de Manizales

Matriz de diseño de mensajes

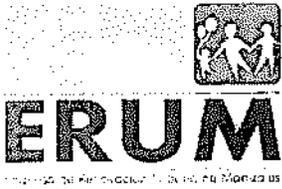
Para que efectivamente la comunicación contribuya a transformar las percepciones que se tienen por la comunidad y por consiguiente la cultura organizacional de La Empresa de Renovación Urbana de Manizales ERUM y el Macroproyecto San José; es necesario concentrar los mensajes que se comuniquen a través de los medios y de las acciones comunicativas establecidos por este Plan Estratégico de Comunicaciones y de los que se produzcan desde las diferentes áreas en aplicación de estrategias comunicativas particulares, de tal manera que todas las acciones comunicativas que se realicen en la entidad, sin excepción alguna, siempre estén desarrollando y aplicando alguna de las ideas reguladoras adoptadas.

Área de comunicación

El hecho de asumir la comunicación como un proceso de carácter estratégico, supone la redefinición de las funciones del componente de comunicaciones como área responsable. De esta manera, para que sea posible la ejecución de este Plan, además de las que se relacionan con el manejo de medios y prensa, cumplirá las siguientes funciones:

- Planear la comunicación
- Gestionar los espacios que se requieran en los diferentes medios de comunicación para hacer públicos los logros de la ejecución de la Renovación Urbana.
- Orientar a las áreas para la correcta aplicación de las políticas y de los procesos y subprocesos.
- Asesorar a las áreas que lo requieran para que sus estrategias particulares de comunicación correspondan con los parámetros y directrices del presente Plan.
- Monitorear y hacer seguimiento y evaluación a las acciones comunicativas emprendidas desde las áreas.
- Monitorear los contenidos emitidos en los medios de comunicación: hablados, escritos, digitales y televisivos.
- Asesorar y acompañar a la gerencia y demás dependencias que requieran de plan de medios para difundir los logros o necesidades de la entidad.





- Canalizar los logros y desarrollo de los diferentes programas sociales, además difundirlos en los diferentes medios de comunicación, masivos y propios.
- Actualizaciones de las carteleras informativas ubicadas en los espacios comunales de la Comuna San José.
- Actualizaciones de la Pagina Web, Fan Page de Facebook, Twitter y cuenta de YouTube, herramientas que facilitan la difusión masiva de información.
- Difusiones de eventos y/o oferta institucional para la comuna San José.
- Diagnóstico para la identificación de necesidades de mercadeo social del Macroproyecto.
- Gestión de información para la publicación en medios escritos.
- Participación en la elaboración del informe de gestión.

Estrategias

Las estrategias determinan la intención con que deben definirse las acciones que se realizarán para mantener y soportar el logro de los objetivos y hacer realidad los resultados esperados y, por consiguiente, permitir concretar y ejecutar las acciones comunicativas. Estas estrategias son masivas y organizativas. Las siguientes son las estrategias trazadas para el logro de los objetivos formulados en la ruta crítica temática:

- Alianzas estratégicas con entidades públicas para el posicionamiento de marca
- Montaje de foros informativos para la comunidad en general, donde se proyecten los avances que cada proyecto va alcanzando; de igual manera, los impactos obtenidos en las diferentes actividades de la Gestión Social en la comunidad, además de la Gestión Predial.
- Planes de medios que acerquen a los comunicadores con la Entidad y el Macroproyecto, de esta manera, se logrará un vínculo cercano que genere conocimiento y por ende buena y clara información sobre el cumplimiento de la actividad misional de la empresa y el desarrollo real del Macroproyecto San José.
- Boletín interno virtual, de frecuencia semanal, con información de las situaciones administrativas y de carácter individual de los funcionarios, para destacar acciones y situaciones que motiven la convivencia, el respeto y la pertenencia.





ERUM

Empresa de Renovación Urbana de Manizales

- Fortalecimiento de los medios alternativos propios que brindan canales claros y directos con la comunidad y que facilitarán la entrega de los mensajes informativos.
- Consolidación de la página web cómo una de las más visitadas, para tal fin debe ser familiar para los periodistas, gremios, instituciones, estudiantes y comunidad.
- Modernización de los Boletines internos y externos, con contenidos interesantes y formativos para que la comunidad entienda cuál es la tarea del Macro-Proyecto para mejorar la imagen ante la ciudadanía.
- Presencia permanente en eventos de ciudad con el envío de mensajes que destaquen cada actividad.

Néstor Jairo Tabares Loaiza

Gerente

Empresa de Renovación Urbana de Manizales - ERUM

