

PLAN DE COMUNICACIONES

EMPRESA DE RENOVACIÓN URBANA DE MANIZALES, ERUM

CONTEXTUALIZACIÓN

En el 2008 surgió la iniciativa por los gobiernos local y nacional de implementar un plan de renovación urbana que cambiaría las condiciones socio económicas de una de las zonas más pobres de la ciudad. Desde entonces La Empresa de Renovación Urbana de Manizales ha tenido muchos conflictos debido a todos los problemas sin resolver del Macro Proyecto San José: la falta de planeación, estructuras deterioradas, construcciones en zonas de alto riesgo, problemas de espacio público, problemas en la compra de predios, personas que no quieren vender sus casas, las ofertas que hace la alcaldía son muy bajas, son algunos de los aspectos que hacen parte del estado actual de la empresa.

<http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/problemas-con-macroproyecto-en-manizales/14816340> (Artículo el TIEMPO).

ANÁLISIS DOFA

Debilidades: Existe en el imaginario colectivo una negativa recordación y reputación sobre el proyecto y la gestión que adelanta la ERUM, como coordinadora del mismo, debido a las múltiples situaciones que desde sus inicios ha presentado el proyecto. Aspectos como: mala planeación, desinformación, falta de socialización, dificultades en los procesos de compra entre otros elementos, han generado una inadecuada interpretación sobre la ejecución y futuro del Macroproyecto, entre los diferentes públicos de interés (comunidad, medios de comunicación locales, regionales y nacionales, organismos de control, entidades del estado), etc.

Oportunidades: Reordenamiento organizacional de la entidad en todos sus ámbitos, iniciando por el cambio en el direccionamiento estratégico, reorientación del proyecto actual que ejecuta denominado "Macroproyecto San José", y la apuesta a nuevos retos de intervención urbanística en la ciudad, que dará como resultado un espacio más digno, amigable y respetuoso con el medio ambiente en beneficio de la comunidad.

Amenazas: La falta de credibilidad y confianza de la comunidad en el presente y futuro inmediato del Macroproyecto San José; así como el escepticismo de diversos sectores frente a los resultados y soluciones que pueda tener la entidad como ejecutora de dichas obras.

Fortalezas: El re direccionamiento estratégico y corporativo que se le está dando a la organización, partiendo de la incorporación de áreas de la empresa que antes eran dirigidas por terceros, y ahora hacen parte de la estructura organizacional como es el caso de la Gestión Social, de igual forma la conformación de un equipo de trabajo capacitado y comprometido con los nuevos objetivos y lineamientos orientados a la generación pronta de resultados. Sumado a ello la apertura que ha dado en su gestión el gerente general, quien adelanta un proceso de recuperación de confianza a través del trabajo comunitario y participativo con los líderes de la comuna. Y otro aspecto positivo es la estrategia gerencial de reencaminar la entidad con un propósito claro, ser el organismo municipal transformador y ejecutor de grandes proyectos urbanísticos, integrales y de desarrollo del territorio.

OBJETIVO GENERAL

Que la ERUM sea reconocida en la ciudad como una entidad que transforma el territorio en beneficio de la comunidad generando confianza y transparencia en sus acciones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer y mejorar los procesos de comunicación con la comunidad de San José y demás frentes de atención que surjan producto de la gestión de la empresa, aminorando el ruido que se genera por la desinformación que en ocasiones promueven algunos sectores de la ciudad.
2. Vincular a la comunidad en diferentes actividades de movilización e integración que permitan fortalecer los lazos relacionales, haciéndolos protagonistas de la gestión desarrollada por la entidad (foros, encuentros, ciclos de cine, capacitaciones, actividades deportivas) etc.
3. Comunicar de forma clara y oportuna a nuestros públicos de interés, el direccionamiento estratégico de la empresa y su marca ERUM, con el fin de construir confianza y alcanzar en el corto plazo el reconocimiento de la entidad, su gestión en beneficio de la comunidad, valores corporativos y la credibilidad que debe irradiar la nueva marca.
4. Acompañar y difundir la estrategia gerencial de trabajo conjunto comunidad y empresa en un proceso de construcción colectiva y de participación ciudadana, que redunde en la generación de confianza en la gestión, por parte de la comunidad de San José y los demás públicos de interés.

PÚBLICO OBJETIVO

La Empresa de Renovación Urbana de Manizales Limitada ERUM, dada su connotación industrial y comercial del estado, descentralizada de segundo grado del orden municipal, tiene un público principal que es la comunidad, además de ella están otros sectores como son: funcionarios de la administración municipal y departamental, concejo municipal, institutos descentralizados, organismos de control, entidades de participación ciudadana, gremios del sector, la academia, medios de comunicación, etc.

Con base en lo anterior el presente plan de comunicaciones, pretende impactar los públicos de interés antes mencionados con el objetivo de fortalecer la imagen de la entidad y la percepción que de ella tiene la comunidad en general.

Dicho lo anterior nuestra comunicación con los públicos de interés será seria, veraz, oportuna, responsable, acorde con el direccionamiento estratégico y el objeto social.

La Dirección de Comunicaciones ha establecido su estrategia sobre tres públicos de interés: interno, mixto y externo.

- **Público Interno:** Personal vinculado, prestadores de servicios, personal en misión.
- **Público Externo:** Comunidad y vecinos de las obras, Concejo de Manizales, Medios de comunicación masivos locales regionales y nacionales, gremios, entidades de control, organizaciones ambientales, academia, constructoras, la lonja de propiedad raíz, sociedad caldense de ingenieros civiles, sociedad caldense de arquitectos, sociedad caldense de ingenieros y arquitectos, facultades de ingeniería y arquitectura.
- **Público Mixto:** Contratantes, interventores, gabinete municipal, Junta directiva, empresas que ejecutan las obras, personal de seguridad de la empresa, instituciones descentralizadas.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Enfocar la gestión comunicacional como un elemento fundamental y transversal a toda la estructura de la ERUM y a sus procesos, de modo que sea un mecanismo para alcanzar el reconocimiento de la empresa, proyectar cada vez más su gestión y establecer una relación de confianza y cercanía con la comunidad y sus públicos directos o indirectos. De esta manera, podremos afianzar y fortalecer la imagen de la entidad como un ente generador de nuevos espacios de desarrollo urbanístico, habitacional, ambiental e integrador de la ciudadanía que trabaja arduamente en el objetivo de una construcción social colectiva de la mano con la comunidad, como principal aliado en el desarrollo del territorio.

Como lo vamos a hacer

Dicho lo anterior, el presente plan, obedecerá al direccionamiento y orientaciones gerenciales de manera planificada y en relación con los objetivos y acciones que se desean fortalecer y de esta manera fomentar una cultura de la información que esté ligada a todos los procesos internos y externos de la empresa.

La ejecución de este plan de comunicaciones, se enfocará en 3 líneas de trabajo: Comunicación Institucional, Comunicación y Difusión, Comunicación para la Activación Ciudadana, las cuales nos permitirán atender de manera efectiva, eficiente y oportuna a nuestros stake holders en lo relacionado con la entidad y el que hacer de la misma. Para lo cual nos apoyaremos en los diferentes medios de comunicación existentes en la entidad, herramientas online, medios alternativos, actos de relaciones públicas, y los espacios de divulgación con los que cuenta la Alcaldía de Manizales, que nos facilitarán canalizar y divulgar de manera amplia todas las actividades, avances y procedimientos desarrollados por la ERUM.

Con lo anterior, se pretende que la entidad pueda informar, conectar, educar y motivar a sus públicos objetivos sobre su labor, así como escuchar y canalizar las necesidades e iniciativas de las mismas, para ejecutar acciones que permitan fortalecer y generar una positiva recordación de la entidad como un órgano transformador de ciudad.

Como parte del proceso se creará material gráfico y audiovisual que apoye cada una de las acciones de divulgación al interior y exterior de la entidad para dar como resultado una propuesta comunicacional sostenible, atractiva y entendible que nos permita contar nuestra historia. Es por ello que se hace indispensable que los canales de comunicación estén permanentemente activos produciendo información y que mantengan un hilo conector entre las actuaciones de la institución, sus decisiones y el impacto que éstas tienen en la comunidad. Para esto contaremos con diferentes herramientas de difusión tales como: boletines internos, boletines de prensa, folletos, manuales, carteleras, volantes, gran formato (vallas y pendones) entre otras actividades como campañas, encuentros, socializaciones y demás iniciativas que permitan materializar la gestión gerencial trazada.

MENSAJE

Nuestros mensajes serán claros, sencillos y resumirán la esencia de lo que somos. Recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor de nuestra entidad y sus proyectos, siendo de interés para la comunidad.

Trabajaremos siempre por la veracidad y transparencia de los mismos ante toda circunstancia, sin manipular ni tergiversar la información. Con claridad en la comunicación, divulgación, pertinencia en la entrega y oportuno flujo de la información.

ACCIONES

El diseño y puesta en marcha del Plan Estratégico de Comunicaciones tiene como uno de sus objetivos direccionar los aspectos relacionados con la comunicación interna y externa de la entidad y

el afianzamiento en las relaciones con la comunidad. Para lo cual nos enfocaremos en 3 líneas de trabajo:

COMUNICACION INSTITUCIONAL

La comunicación corporativa y organizacional es el conjunto de formas de expresión interna y externa, que representan a una organización y con el que quiere ser reconocida y diferenciada de las demás instituciones. Está relacionada con todo lo que hace la empresa y su que hacer con el entorno.

- **Comunicación interna:** Está dirigida al público interno y busca asegurar la comprensión de la misión, visión, valores y objetivos empresariales, por parte de los empleados. Teniendo en cuenta esta función principal, ésta nos permite: construir una identidad de la empresa profundizar en el conocimiento de la empresa, asegurar que la información sea conocida por cada empleado, hacer públicos los logros conseguidos por la entidad, permitir que cada servidor, sin importar su posición jerárquica conozca y haga uso de los mecanismos internos de comunicación.
- **Comunicación externa:** La comunicación externa está dirigida hacia el público en general, grupos de opinión e interés, entre otros. Tiene como objetivo informar sobre el que hacer de la entidad. Un tema importante para tener en cuenta en la comunicación externa son: las relaciones públicas, donde a partir de la participación en eventos, actividades, seminarios, labores sociales, entre otros, se busca lograr un reconocimiento de la imagen institucional y fomentar la credibilidad y recordación de la empresa.

En la ERUM la comunicación tanto interna como externa, contará con diversos medios para su efectiva aplicación:

COMUNICACIÓN INTERNA

- **Manual de imagen corporativa:** es el documento oficial que recoge todos los símbolos, normas y elementos gráficos que definen a la organización y sus aplicaciones más generalizadas. (Actualmente se encuentra en construcción)
- **Comité de comunicaciones:** es una instancia directiva en la que se expone la gestión mensual del área de comunicaciones, y se presentan las tareas próximas a desarrollar por el equipo, con el visto bueno de la gerencia general. Está integrada por: Gerencia general, Integrantes equipo de Comunicaciones. Su periodicidad será mensual.
- **Boletín interno:** producto informativo que tiene como objetivo informar a los funcionarios acerca las diferentes acciones y ejecutorias de la empresa y de esta manera fomentar la interiorización del direccionamiento estratégico y la cultura organizacional de la entidad, buscando construir y fortalecer la imagen de la misma, reforzar la confianza, el sentido de pertenencia y el respeto. Incluirá tanto datos de la operatividad de la empresa como de los mismos empleados. (testimonios, artículos, fechas de cumpleaños e incluso malas noticias). Su periodicidad será quincenal.
- **Cartelera internas:** Efectivo medio de comunicación con contenido de las diferentes actividades, gestiones, y certámenes que programe y ejecute la entidad tanto interna como externamente. (Asambleas comunitarias, eventos deportivos, actividades lúdicas, sociales y encuentros, etc) lo anterior no solo para informar al público interno, sino al externo que visita la entidad. Estas se ubicarán en un lugar concurrido de la entidad con fácil acceso visual y se actualizarán periódicamente con la fecha de cada publicación.
- **Reuniones internas:** Serán el medio para informar, capacitar, coordinar nuevas tareas, tomar decisiones y un espacio exclusivo de divulgación hacia el público interno en todo lo competente a la gestión de la entidad. Las reuniones permitirán la interacción personal dentro de los equipos de

trabajo o entre las distintas áreas de la empresa y se planificarán de forma conveniente, en un lugar adecuado y se convocarán con antelación.

- **Campañas institucionales:** herramienta comunicacional con la que se pretende desarrollar actividades que promuevan los valores de la entidad y la motivación hacia diferentes temas (preservación del medio ambiente, cuidado de recursos naturales, autocontrol, integración, seguimiento a los medios electrónicos de la ciudad, entre otros)
- **Piezas gráficas en grandes y pequeños formatos:** herramientas que permitan complementar toda la gestión interna de la empresa ubicándolas en lugares visibles de la organización para todos los miembros de la empresa, y así lograr que tengan siempre presente el horizonte hacia donde nos dirigimos, pero también en lugares visibles para clientes, proveedores y público en general.
- **Participación de la empresa en eventos académicos, gremiales e institucionales convocado por otras entidades:** Estrategia que permite a la empresa darse a conocer ante diversos estamentos especializados.
- **Material P.O.P:** estrategia que busca generar recordación de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos que tengan relación con el que hacer de la entidad (Merchandising)
- **Apoyo a la Gerencia y Áreas de la Entidad:** La Oficina de comunicaciones estará al servicio en los momentos que los diferentes estamentos de la empresa lo requieran para la asesoría, elaboración y diseño de elementos y piezas comunicativas para fortalecer los procesos que se adelanten.
- **Circulares:** Las circulares se enviarán a toda la empresa o a una parte de ella a través de correo electrónico, carta, o según se requiera para dar a conocer información, órdenes, sugerencias o convocatorias.
- **Buzón de sugerencias:** Es una importante fuente de información. El objetivo es conocer las opiniones y propuestas de los empleados en diversos aspectos: seguridad, normas, organización, condiciones de trabajo, tareas, relaciones laborales, beneficios sociales. Para esto diseñaremos un correo electrónico que funcionará a manera de buzón el cual junto con la clave estará a disposición de cada empleado.

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa está dirigida hacia el público en general, grupos de opinión e interés, entre otros. Tiene como objetivo informar sobre el que hacer de la entidad. Un tema importante para tener en cuenta en la comunicación externa son: las relaciones públicas, donde a partir de la participación en eventos, actividades, seminarios, labores sociales, entre otros, se busca lograr un reconocimiento de la imagen institucional y fomentar la credibilidad y recordación de la empresa.

- **Página web:** Es una forma indispensable de comunicación externa, la cual estará diseñada profesionalmente y con las herramientas adecuadas para una efectiva difusión. Dicha herramienta nos permitirá aumentar la credibilidad y confianza de la empresa con nuestros públicos de interés y tendrá como objetivo informar a la comunidad acerca de lo que somos, el que hacer de la empresa y sus diferentes actividades. De igual forma cumplirá con los requerimientos de ley como lo es la plataforma de Gobierno en Línea.
- **Correo electrónico:** Se usa para el envío de correos masivos dirigidos a nuestro público objetivo y públicos de interés. Actualmente comunicaciones se encarga del manejo y revisión constante de las siguientes cuentas de correo electrónico:

- comunicaciones@erum.gov.co: A través de esta cuenta de correo se hace el envío de boletines internos y externos, se solicitan cotizaciones, datos y para mantener comunicación permanente con personas y organizaciones externas a la ERUM
- Institucional@erum.gov.co: A través de esta cuenta se hace el envío de correos internos. En "Contactos" se creó un grupo llamado "Personal ERUM" donde reposan todos los datos del personal de la ERUM.
- contacto@erum.gov.co: Esta cuenta es la que figura en la página web por lo que llegan comunicaciones exteriores y se debe hacer revisión constante.
- notificacionesjudiciales@erum.gov.co: A este correo tienen acceso los abogados de la Gestión Predial. En él se reciben notificaciones judiciales. Su revisión es compartida entre Comunicaciones y Predial.
- **Redes sociales**: a través de este medio adelantamos un proceso de fortalecimiento de la imagen y el reconocimiento de la entidad y las actividades que ésta desarrolla de una forma fresca, ágil y visual resaltando el que hacer de la entidad, su direccionamiento estratégico y las acciones que adelanta.
- **Volantes**: Herramienta comunicacional con información breve y general de programación de actividades y encuentros con públicos de interés que desarrolle la entidad. Estos se distribuirán en los puntos estratégicos de mayor afluencia en los proyectos que se estén adelantando. Las piezas serán muy visuales, estarán acompañadas de imágenes positivas y menos texto. Su periodicidad serán 2 volantes al mes o más según los requerimientos que se presenten.
- **Emisora**: Es uno de los grandes recursos de difusión con los que cuenta actualmente la entidad, por lo cual se pretende en trabajo conjunto con Forja Comunicaciones desarrollar diferentes actividades dentro de la misma, tales como:
- **Blog informativo e interactivo**: construcción de un blog que permita visibilizar toda la gestión que lleva a cabo la emisora como medio de divulgación y participación ciudadana, en el cual el oyente pueda participar de forma activa no solo informándose sino también dando sus puntos de vista sobre los temas que considere de interés, a partir de un link de acceso.
- **Parrilla de programación**: dentro de la programación que actualmente produce y emite Forja Comunicaciones, se incluirán capsulas informativas y de divulgación de la ERUM, tales como: noticias, spots, cuñas radiales, jingle, entre otras.
- **Magazín informativo institucional**: espacio de comunicación en el cual se difundirán todas las actividades que realizará la nueva gerencia, tanto en San José, como en los demás sectores donde la entidad tenga o desarrolle actividades y proyectos. Su periodicidad será 1 vez por semana.
- **Periódico Electrónico "Trans(in)Formativo"**: Informativo tipo periódico que condensará todas las actividades, gestiones y encuentros mensuales que programe y ejecute la entidad. Éste medio permitirá la difusión de la información de una forma amplia y oportuna. Así mismo el boletín se imprimirá y distribuirá en los puntos establecidos por el área de gestión social en la comuna, a los líderes y en puntos estratégicos de la ciudad, con el apoyo de los activadores urbanos; esto con el fin de abarcar aquel público que no cuenta con elementos electrónicos para informarse. El impreso tendrá una periodicidad mensual.

COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

En este ámbito la comunicación pretende hacer visible la gestión de la organización ante los públicos indirectos, es decir, aquellos con los cuales no establece relaciones permanentes pero que son aliados importantes. La gestión informativa será manejada según la intencionalidad de la empresa.

- **Boletín de prensa:** Esta pieza de divulgación e información contiene datos relevantes sobre las actividades y gestión de la entidad para enterar a la opinión pública de su que hacer, sus avances y administración. Esta herramienta nos permitirá evidenciar el manejo transparente de la ERUM y se distribuirán de manera electrónica sobre una base de medios y entidades ya establecida.
- **Comunicado de prensa:** A través de esta pieza se harán pronunciamientos o anuncios particulares y puntuales sobre un tema de interés público en el que participe la entidad. Se emitirá solo cuando la importancia del pronunciamiento lo amerite y en él se esbozarán las decisiones que la empresa toma en consecuencia con ello.
- **Foto noticia:** pieza de divulgación e información con un énfasis visual (fotos) y poco pero contundente texto. Su intención será motivar a los periodistas a profundizar más sobre un tema noticioso que tiene que ver con el que hacer de la entidad.
- **Rueda de prensa y desayuno con periodistas:** eventos dirigidos a los medios de comunicación para entregarles información de la empresa que sea relevante para la opinión pública, en la medida en que se den cuenta de la gestión transparente de nuestra entidad. Su periodicidad será 1 vez cada semestre.
- **Plan de medios:** evento de información que se hace con los medios de comunicación para promover la divulgación de la gestión empresarial. Su periodicidad será 1 visita al mes en algún medio de comunicación.
- **Participación en medios de la alcaldía y entes descentralizados:** estrategia para divulgar la gestión de la ERUM, aprovechando los medios posicionados de la alcaldía y demás entes descentralizados. (Sala de Prensa)

COMUNICACIÓN PARA LA ACTIVACIÓN CIUDADANA

Comunicación para la movilización social generará procesos de comunicación pública que permitan la participación activa de los ciudadanos beneficiados con los proyectos promovidos y ejecutados por la ERUM. Este objetivo se logra mediante la ejecución planificada de actividades que apunten a:

- Facilitar espacios de integración comunitaria, que permitan el reconocimiento de la presencia legítima de la ERUM en los territorios y evidencien los procesos de transformación física y social liderados por la Empresa de Renovación Urbana
- **Ferias y eventos comunitarios:** Estas acciones tienen como objeto la integración y el acercamiento con la comunidad, voceros, representantes de las Jal y Jac, veedores y demás ciudadanos. Se pretende con ello desarrollar la participación y la activación ciudadana en aspectos lúdicos y de aprendizaje con el fin de aprovechar los talentos desaprovechados de las personas.
Las Ferias se realizarán en puntos específicos de la ciudad donde la entidad este desarrollando proyectos que impliquen interacción con la comunidad (cursos cortos para el aprovechamiento y fortalecimiento de las habilidades, juegos infantiles, proyección de

películas, danzas y aeróbicos, grupos musicales promoviendo así el talento artístico del sector, etc.)

- Fortalecer los procesos de apropiación en las comunidades que los hagan partícipes y actores comprometidos de la transformación.

➤ **Encuentro con líderes** Dentro del proceso de atención y acercamiento con la comunidad, se propone adelantar actividades de integración, capacitación y liderazgo, con los líderes no solo del Macroproyecto, sino también con los demás integrantes de juntas de acción comunal y administradoras locales de la ciudad, así como las veedurías y vocerías ciudadanas, esto con el fin de darles a conocer el re direccionamiento del proyecto actual y los nuevos procesos de desarrollo urbano que adelante la entidad.

Temas como: avalúos, expropiaciones, compra de predios, intervenciones urbanas entre otros, serán tenidos en cuenta en el ciclo de formación que se programe con el apoyo del área de gestión social.

La periodicidad será mensual de acuerdo a los apoyos interinstitucionales que se puedan gestionar con otras entidades como: Sena, Confa, las secretarías de cultura, deportes, desarrollo social. Entre otras.

- Generar estrategias de divulgación que permitan ampliar el conocimiento de los proyectos a las comunidades aledañas y beneficiadas con los proyectos.

➤ **Diseño material pedagógico:** La Oficina de comunicaciones se encargará de la producción de material pedagógico dirigido a las familias y comunidades beneficiarias de los proyectos, con el fin de dar a conocer la información sobre las actividades que se ejecutan en la entidad. (volantes, periódico, foto noticias, boletines, plegables, folletos, etc)