

MANUAL DE COMUNICACIONES

INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN DE VALLEDUPAR, INDUPAL

Política y Plan de Comunicaciones

TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivos
2. Alcance
3. Responsabilidad
4. Modelo de ejecución
5. Definiciones
6. Comunicación Interna
7. Comunicación Externa
8. Canales de comunicación
9. Comunicación Digital
10. Página web
11. Comunicación de Crisis
12. Plan de Comunicaciones
13. Monitoreo de medios
14. Análisis de redes

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Alcanzar la meta institucional para este cuatrienio es un impacto deportivo y social para posicionar al organismo en su fomento y recreación, fortalecer sus servicios, modelos o canales de interacción en la búsqueda de calidad y eficiencia.

Redoblar esfuerzos institucionales, para proyectar una ciudad deportiva; una ciudad que marque un mito histórico en todos los componentes administrativos con efecto de recomposición social.

Solucionar y conocer las necesidades básicas en materia deportiva para trabajar de frente con la comunidad y estar cerca de ella, sin olvidar temas enajenados a los componentes administrativos y de infraestructura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover un Deporte en Orden, acorde a los lineamientos básicos consignados en el Plan de Desarrollo. Valledupar debe ser una ciudad deportiva y atractiva para el turismo y de esta forma, dinamizar la economía.
- Visionar un deporte incluyente y participativo. Indupal es el eje de recreación y su plan de acción se direcciona en fortalecer la masificación, promoción, apoyo y difusión a las diferentes disciplinas deportivas en el Municipio de Valledupar
- Actualizar las políticas de comunicación interna y externa, promoviendo procesos de información en todas sus manifestaciones para generar cultura, confiabilidad e identidad.
- Crear estrategias de comunicación interna y externas que permitan promover el cuidado de los escenarios, promover estilos de vida saludable y fomentar la práctica deportiva en sus diferentes manifestaciones
- Mejorar el clima organizacional de la entidad, a través de acciones comunicativas encaminadas al fortalecimiento de comunicación interna.

- Divulgar al público externo e interno las acciones que desarrolla la entidad, por medio de herramientas comunicativas que promuevan un deporte incluyente, participativo y el desarrollo estratégico para promover dichas actividades.

DIMENSIÓN DE LAS POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Para la vigencia 2020-2023, la estrategia de comunicaciones elaborado para el Instituto Municipal de Deporte y Recreación, Indupal, es una hoja de ruta orientada a elaborar mecanismo de acción de manera eficiente e integral que permita conocer los servicios, proyectos y programas por parte de la comunidad vallenata.

Este radio de acción apunta a fortalecer la misión institucional del Gobierno Municipal, en temas de política deportiva y una visión de ciudad incluyente y participativa.

Este modelo de comunicaciones del Instituto Municipal de Deportes y Recreación involucra la articulación informativa interna y externa como mecanismo eficiente y complementario en la estrategia de comunicación.

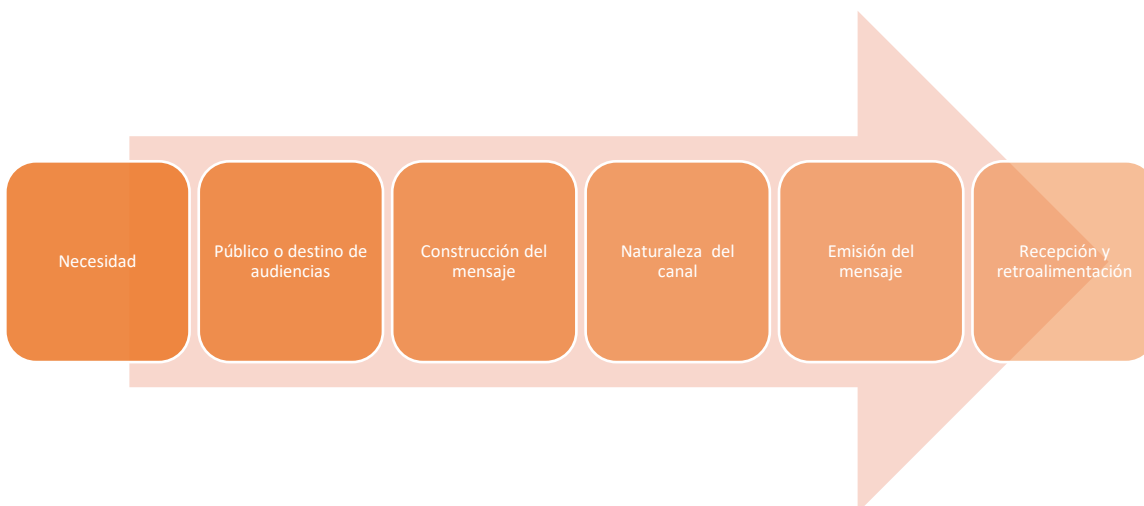
Ambos tipos de información deben contribuir a un equilibrio global que involucre, tanto a la misma comunidad deportiva y personal perteneciente, directa o indirectamente, a Indupal.

La política de comunicaciones de Indupal, debe crear campañas y estrategias de comunicación, que promuevan una cultura deportiva sostenible y que a su vez fortalezcan la imagen institucional.

RESPONSABLE

El encargado del área de comunicaciones tendrá la responsabilidad de verificar y mantener el cumplimiento de las estrategias, con el apoyo de los integrantes del equipo que deben cumplir los parámetros dictados por el documento para su desarrollo y promoción.

MODELO DE EJECUCIÓN



DEFINICIONES DEL MODELO DE EJECUCIÓN

NECESIDAD: requerimientos presentados por los diferentes actores (internos o externos) para la divulgación y/o socialización de mensajes o requerimientos de información del Instituto.

PÚBLICO: grupo de interés al que va dirigido el mensaje.

CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE: Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (como el habla, la escritura, etc.).

NATURALEZA DEL CANAL: Es la selección del canal más apropiado para la difusión del mensaje de acuerdo con los grupos de interés del Instituto Municipal de Deporte y Recreación de Valledupar, Indupal.

EMISIÓN: divulgar el mensaje en el momento adecuado para lograr un efecto inmediato en quien recibe la información.

RECEPCIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

Es el momento en que el público recibe el mensaje, da retroalimentación al mismo y el equipo de comunicaciones evalúa y toma decisiones posteriores. El modelo para hacerlo es la recolección de comentarios y/o preguntas de los grupos de interés por medio de la aplicación de encuestas de satisfacción o percepción sobre un tema determinado.

COMUNICACIÓN INTERNA

Se encarga del fortalecimiento y direccionamiento de la relación de Indupal con los colaboradores, bajo las siguientes funciones:

- Apoyar los procesos de gestión, direccionamiento y coordinación dentro del instituto
- Facilitar el diálogo y la interactividad.
- Generar una visión integral del Instituto
- Promover el conocimiento del Instituto y de los servicios que ofrece.
- Crear y difundir contenidos que apoyen la estrategia de comunicación.
- Motivar la generación de percepciones positivas frente al Instituto como parte de la política pública implementada por el Gobierno Municipal y su condición como actor social y deportivo.
- Generar espacios de participación y sana convivencia para las diferentes áreas que hacen parte de Indupal.

El público interno, del Instituto Municipal de Deporte y Recreación de Valledupar, Indupal, está compuesto por personal individual (empleados de planta, libre remoción, bolsas de empleo y contratistas).

La implementación de la comunicación ascendente, descendente y horizontal, permite el mejoramiento del clima organizacional de la institución. La finalidad fundamental, dentro de las formas de comunicación, es lograr un adecuado fortalecimiento de los objetivos misionales, a través de canales de comunicación que permitan visibilizar la gestión de la entidad entre los colaboradores.

La comunicación interna en Indupal tiene tres tipos de connotaciones:

1. COMUNICACIÓN DESCENDENTE:

La comunicación descendente hace referencia a la divulgación de la información generada desde dirección hacia el personal de la entidad (empleados de planta, contratistas, empleados por bolsa de empleo)

2. COMUNICACIÓN ASCENDENTE:

Este tipo de comunicación consiste en la solicitud de información de los empleados del Instituto a la dirección del mismo.

3. COMUNICACIÓN HORIZONTAL:

Se refiere al suministro de información entre los empleados que no pertenecen a la alta gerencia; sin embargo, manejan información importante para la entidad.

COMUNICACIÓN EXTERNA

Se refiere a la difusión de mensajes e información institucional que es transmitida a grupos de interés externos que contribuyen con el posicionamiento y la construcción de la imagen de Indupal-.

Funciones:

- Posicionar la imagen de la entidad con sus grupos de interés.
- Mejorar el relacionamiento existente con los grupos de interés.
- Generar mensajes asertivos para divulgar la información que produce la entidad.
- Hacer pedagogía frente a la labor de la entidad y su alcance.
- Mantener un diálogo permanente con los grupos de interés de carácter externo.
- Generar una atención oportuna a las necesidades de información de los grupos de interés externos.

La comunicación externa tiene como propósito la interacción entre Indupal y sus grupos de interés; el objetivo esencial es lograr establecer un vínculo entre el público externo y la entidad, por medio de canales de comunicación que permitan llegar a los usuarios.

Se puede entender desde dos aspectos esenciales: la prestación del servicio a través de los diferentes canales cuando éstos sean requeridos (derechos de petición, acciones de tutela, solicitud de licencias ambientales, tramitación del proceso sancionatorio ambiental, entre otros) y la divulgación de mensajes institucionales y proyectos que tienen como propósito la conservación y la preservación del medio ambiente.

Es esencial llevar el mensaje institucional que contempla la misión institucional de la entidad. Se debe concientizar a la ciudadanía de las debilidades en materia deportiva y recreativa que afectan a gran parte de la población del municipio de Valledupar y generar campañas educativas para que las futuras generaciones puedan disfrutar de mejores escenarios deportivos, recreación y calidad de vida.

Dado que el Instituto Municipal de Deporte y Recreación, Indupal, es una entidad pública descentralizada, tiene en cuenta a todos los sectores de la comunidad vallenata (comunidades indígenas, campesinos, afrodescendientes, gremios productivos, medios de comunicación, población en condición de discapacidad, entre otros).

A través de la definición del público externo, se busca que la información que genera Indupal sea clara y precisa. Además de esto, que la interacción entre la comunidad y los distintos sectores que hacen parte de su jurisdicción conozcan los servicios que ofrece el Instituto.

DESCRIPCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE CANALES

Una vez generado el mensaje existen diferentes medios y canales para transmitirlo a los grupos de interés, los cuales se utilizan con base en las necesidades de la organización y se clasifican en:

Canales Internos: medios por donde circulan los contenidos entre todos los colaboradores de la entidad.

Canales externos: medios de comunicación por donde se difunde la información al público en general.

CANALES INTERNOS

- ✓ **Oficios informativos:** medio digital, denominado “INDUPAL SOMOS TODOS”, cuya periodicidad es mensual. Su contenido y publicación está a cargo del equipo de comunicaciones.
- ✓ **Carteleras digitales:** se trata de los televisores ubicados estratégicamente en la sede central del instituto y cuyo manejo y actualización está a cargo del equipo de comunicaciones. En este medio se publican contenido sobre la gestión del ente deportivo, con el propósito de informar sobre temas internos y externos. La información en este canal, se actualiza todas las veces que sea pertinente realizarlo.

- ✓ **Correo electrónico:** este medio magnético se utiliza para enviar mensajes institucionales de carácter interno y externo administrado por el equipo de comunicaciones, el envío se hará a través de listas en las que están divididos los colaboradores de la entidad por grupos: funcionarios y contratistas, lo anterior para garantizar que la información sea oportuna para cada audiencia.
- ✓ **Grupos de WhatsApp:** Indupal cuenta con varios grupos de WhatsApp: Indupal, Prensa Indupal y eventos Indupal, los cuales se utilizan para difundir información sobre la gestión de la entidad y programación de actividades. Su diseño y administración estará a cargo del equipo de comunicaciones.

CANALES EXTERNOS

- ✓ **Boletín de Prensa:** medio informativo digital que tiene como función informar sobre todas las acciones relevantes que se llevan a cabo en Indupal. Su contenido y publicación está a cargo del equipo de comunicaciones.
- ✓ **Cuñas radiales:** contenido de relevancia para concientizar e informar a la comunidad. Su contenido y publicación se llevan a cabo teniendo en cuenta las necesidades que requiera la entidad en cada época del año.
- ✓ **Spots televisivos:** contenido audiovisual que sirve para ilustrar a la comunidad sobre temas relevantes. Su contenido y publicación se llevan a cabo teniendo en cuenta las necesidades que requiera la entidad en cada época del año.
- ✓ **Avisos Institucionales:** se utiliza para realizar información sobre fechas de eventos deportivos, convocatorias, actividades pedagógicas, entre otros.
- ✓ **Página web:** se publica todo el contenido audiovisual y periodístico que se desarrolla en la entidad.
- ✓ **Redes Sociales (Facebook, Twitter e Instagram):** Se publica el contenido audiovisual e informaciones que se generan en la entidad.
- ✓ **YouTube:** se publica todo el contenido audiovisual que desarrolla la entidad.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Toda la información que produce la entidad, debe ser difundida a través de redes sociales de Indupal y de su página web.

Funciones:

- Posicionar positivamente la imagen de la entidad con sus grupos de interés.
- Mejorar el relacionamiento existente con los grupos de interés.
- Generar mensajes asertivos para divulgar la información que produce la entidad.
- Hacer pedagogía frente a la labor de la entidad y su alcance.
- Establecer sinergias con los grupos de interés de carácter externo.
- Realizar contenidos digitales que posicionen el objeto misional.

REDES SOCIALES

Es importante tener en cuenta que el alcance en estas plataformas debe ser orgánico, debido a temas de austeridad. El manejo estará en cabeza del equipo de comunicaciones a través del Community Manager de la entidad.

Instagram: red social que se usa como herramienta para, a través de imágenes, videos y post dar a conocer la gestión, programas, planes y proyectos de la entidad y mantener una comunicación mediante la cual los usuarios pueden expresar sus inquietudes y denuncias y que estas sean resueltas.

La cuenta de instagram es : Indupal.valledupar

Twitter: red social que se caracteriza por la emisión de mensajes cortos (máximo 240) caracteres, con contenidos noticiosos que buscan amplio alcance.

La cuenta de Twitter: @indupalvpar

Facebook: es la red social que abarca mayor cantidad de audiencia a nivel mundial, tiene un componente social importante, por tanto, los mensajes que se emitan a través de esta plataforma deben contener imagen o video e información más detallada, además, deben vincular un link de la entidad.

La cuenta de Facebook es: indupalvpar

YouTube: es una red popular con dedicación exclusiva para la difusión de videos. El objetivo es publicar videos relacionados con las actividades de la entidad.

Canal: Comunicaciones Indupal

El equipo de comunicaciones debe encargarse de la construcción de piezas gráficas, audiovisuales, direccionadas desde el Plan de Desarrollo Municipal y Gobierno Nacional.

PÁGINA WEB

Canal digital institucional que alberga los contenidos en diferentes formatos que, de un lado la entidad debe tener por ley y que, a su vez, son de interés para sus grupos. Es uno de los medios que permite la interacción con los públicos interno y externo.

La persona delegada por cada dependencia responderá por la actualización, validación y envío del contenido a publicar, así como por la edición de este, entendida como la revisión de estilo del documento.

Cabe señalar que, de acuerdo con los tiempos establecidos para las publicaciones, la dependencia debe enviar la información al equipo de sistemas y/o comunicaciones, con tres (3) días de anticipación a la fecha de vencimiento de la publicación, como mínimo.

De no cumplirse el requisito, la dependencia solicitante se responsabiliza por la no publicación del contenido.

COMUNICACIÓN DE CRISIS

Gestión de situaciones que para la entidad son consideradas como “crisis” a nivel de comunicaciones y que deben ser atendidas de forma oportuna y estratégica.

Crisis: situación que impacta negativamente la imagen de la entidad entre uno o varios de sus grupos de interés, por sus características de dimensión, reputación y alcance.

Respuesta: mecanismo para brindar atención a la crisis definido por el equipo de comunicaciones y la Dirección General de la entidad a través de canales oficiales y voceros autorizados.

Canales oficiales: los internos y externos del Instituto.

Voceros autorizados: persona (s) designada (s) por la Dirección General y/o el equipo de comunicaciones para entregar declaraciones a sus grupos de interés.

De manera particular, el director de la entidad, jefe de deportes y los coordinadores o líderes de proceso avalados por la dirección general son potenciales voceros de Indupal en momentos de crisis.

En caso de requerirse, el vocero designado debe entrar en contacto con el líder del equipo de comunicaciones para la definición de los canales y mecanismos para interactuar con los

medios de comunicación, así mismo, recibirá asesoría sobre el discurso, presentación y manejo que debe dar al medio, según la necesidad y formato de cada uno.

Lineamientos para la atención de una crisis en la entidad:

- Evitar la especulación centralizando el manejo de la crisis en el equipo de comunicaciones.
- Informar oportunamente (de la manera más inmediata posible) a los que tengan relación directa con la información motivo de la crisis.
- Siempre será mejor para la entidad responder ante una crisis que evitar entregar declaraciones.
- Dar alcance a información errónea que se haya suministrado.
- Compartir regularmente la información con entidades relacionadas con la crisis, con el propósito de lograr alineación en la respuesta.
- Cuando se requiera, informar a terceros, proveedores, clientes y colaboradores.
- Tener en cuenta que la Comunicación de Crisis no finaliza cuando el evento crítico termina, sino que habrá que definir acciones de comunicación posteriores.