

## PLAN DE COMUNICACIONES DEL PETIC

## Contenido

1. Presentación.....	3
2. Objetivo general.....	4
2.1.1. Objetivo específico .....	4
3. Política de la comunicación .....	5
4. Líneas estratégicas:.....	6
4.1.1. Estrategia informativa:.....	6
4.1.2. Línea digital.....	6
5. Actividades y tácticas .....	9
5.1. Línea mediática:.....	10
6. Estrategia organizacional: .....	11
7. Vigencia.....	14
8. Glosario .....	15
9. Táctica del plan de comunicaciones del PETIC .....	16

1. Presentación:

El Plan de Comunicaciones del PETIC tiene un claro enfoque hacia la construcción colectiva, la participación, la corresponsabilidad y la construcción e interacción social.

En este orden de ideas el grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones de la ANM debe asumir un rol importante que, mediante acciones efectivas de estrategia comunicacional, le permitan a la entidad un fortalecimiento de la relación con los públicos de su jurisdicción, apoye la difusión de las actividades institucionales, transmita sus valores corporativos, promueva a través de acciones la información y el conocimiento institucional para fomentar la corresponsabilidad de los colaboradores frente al PETIC y dar a conocer El Plan de Comunicaciones del PETIC.

También es importante destacar la relevancia del fortalecimiento de los procesos de comunicación e información interna que permitan generar participación, identidad corporativa y motivación en la actividad diaria de los servidores públicos además de facilitar los procesos laborales y de atención a los diversos públicos.

## 2. Objetivo General:

Fortalecer los niveles de información en los colaboradores de la Entidad, mediante la divulgación de la información y el conocimiento de los procesos misionales de la Oficina de tecnología e Información.

### 2.1. Objetivo específico:

Formular e implementar el plan estratégico de comunicaciones, propendiendo por la divulgación de información que posibilite la participación de los colaboradores en El Plan de Comunicaciones del PETIC. (El Plan Estratégico en Tecnologías de Información y Comunicaciones (PETIC)).

### 3. Política de la Comunicación

Buscando acompañar la consecución de los fines misionales y la transparencia de la gestión, la comunicación en la Agencia Nacional de Minería tendrá carácter estratégico y estará orientada a fortalecer los procesos de información, participación ciudadana y la disposición organizacional para la participación y la interlocución. Para ello, las acciones comunicativas se efectuarán de acuerdo con los parámetros que establezcan los procesos de comunicación y el Plan de Comunicaciones del PETIC.

#### 3.1. Políticas de dirección:

- a. La información es indispensable para el conocimiento de los procesos corporativos internos y la participación de los ciudadanos, por eso la ANM fomentará su producción y circulación fluida en todos los niveles.
- b. La imagen corporativa debe posicionarse con creatividad, respeto y uniformidad de uso, sin manipulaciones y respondiendo al manual de identidad gráfica. Ninguna pieza gráfica de la entidad o publicación será producida sin que cuente con el visto bueno del grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones.
- c. Con el fin de erradicar el rumor y la distorsión de la información La ANM dispondrá de los medios y espacios para difundir oficialmente y de manera oportuna la información que se genere en las diferentes instancias y niveles de la corporación. La difusión de la información de interés para todos los públicos, incluyendo a los colaboradores, tendrá carácter permanente a través de los diferentes medios y espacios establecidos para ello.
- d. La ANM promoverá al interior de la institución el correcto uso del Manual de Identidad Corporativa con el fin de fortalecer la imagen institucional.
- e. La ANM tendrá como vocero institucional en los temas estratégicos de gestión, sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios, al presidente y jefe de la OTI como cabeza visible de la Institución y legitimador oficial de la información y las noticias generadas en la organización o en quien él delegue.
- f. Todo pronunciamiento o intervención de origen institucional, dirigido a medios de comunicación, deberá ser aprobado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y consecuente con la filosofía de la organización.
- g. La relación con los medios de comunicación será mediada a través del grupo Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones y tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad y publicidad, mediante la convocatoria permanente a ruedas de prensa, emisión de boletines de prensa, conversatorios, entrega de publicaciones con la información de interés para los medios y la presencia de la organización en los medios.

#### 4. Líneas Estratégicas:

##### 4.1 Estrategia informativa:

Descripción: Es el conjunto de propósitos, herramientas y acciones encaminadas a la generación, fortalecimiento y transformación positiva de la opinión interna alrededor de los temas Acción Acceso y uso del conjunto de datos; usando la información. Generando así confianza, corresponsabilidad y sentido de transparencia.

Público Interno:

- Presidencia
- Vicepresidencias
- Funcionarios
- Contratistas
- Puntos de Atención Regional

##### 4.1.1 Línea Digital:

Busca promover la interacción permanente y la socialización de información con los colaboradores, abriendo espacios de participación en tiempo real a través de los nuevos medios de la información y las comunicaciones, y los canales institucionales dispuestos por la entidad para la generación de retroalimentación con los servidores.

- Medios/Herramientas: Canales Institucionales
  - o Boletín de Noticias ANM
  - o Noticias ANM – Versión WhatsApp
  - o Cartelera Digital
  - o Videos Institucionales
  - o Intranet
  - o Papel Tapiz
- Características de la comunicación para cada herramienta:
  - Boletín Interno de Noticias ANM
    - o Piezas Graficas los días lunes, miércoles y viernes
    - o Información estructurada
    - o Publicación de contenidos programados para la semana
      - o Información detallada sobre cada uno de los contenidos a publicar.
      - o Restricción de contenidos a publicar mínima.

- Contenido escrito con apoyo gráfico

#### Noticias ANM Versión WhatsApp:

- Lenguaje y comunicación con menor vigencia en el tiempo
- Información más concreta sobre un tema en específico
- Periodo de publicación: lunes, miércoles y viernes.
- Información escrita apoyada por diseño gráfico con vigencia en el tiempo no mayor a dos días.
- Contenidos concisos, claros y creativos
- Primera persona (Estamos, somos, trabajamos, etc.) o tercera persona, depende de lo que se está contando.

#### Carteleras Digitales:

- Lenguaje y comunicación atemporal
- La información debe contener descripciones breves y apoyadas siempre por diseño gráfico.
- Administración permanente del canal
- Actualización de contenidos periódicos
- Material audiovisual animado. (infografías, videos, gifs, etc.).
- Realizar en nuestros videos acciones publicitarias o llamadas a la atención que acompañan al vídeo.
- Lenguaje en primera persona (Estamos, somos, trabajamos, etc.) o tercera persona, depende de lo que se está contando.
- 

#### Videos Institucionales:

- Contenido audiovisual.
- Vocero: Oficina de Tecnología e Información
- Mensaje definido: destacar las características de Acceso y uso del conjunto de datos que transforman la entidad.
- Mensajes atemporales resaltando la importancia del PETIC para la Entidad.
- Un video institucional trimestral Lenguaje y comunicación atemporal

- La información debe contener descripciones breves, sobre el cambio y beneficios que trae el PETIC.
- Hacer invitación constante a la interacción con la OTI.

#### **Intranet:**

- Notas para la Intranet sobre datos relevantes del PETIC.
- Herramientas de consulta
- Espacio para el archivo y registro de documentos de consulta frente al PETIC.

#### **Papel Tapiz:**

- Contenidos con vigencia mensual aproximado
- Actualización dependiendo a la demanda de solicitudes
- Información fija la cual se publica a través de una pieza gráfica



## 5. Actividades/Tácticas

Medios/Herramientas	Actividades/Tácticas
<p><b>Noticias ANM</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Publicar contenido informativo y educativo, los días lunes, miércoles y viernes sobre el quehacer corporativo, programas y proyectos específicamente en El Plan de Comunicaciones del PETIC.</li> <li>-Difusión de campañas digitales</li> <li>-Promoción de contenidos</li> <li>-Publicación y difusión de material audiovisual de acuerdo a los productos comunicacionales generados para campañas específicas del PETIC.</li> <li>-Generar actividades que promuevan interacción como concursos, trivias, etc.</li> </ul>
<p><b>Noticias ANM – Versión WhatsApp</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Difundir y promover los contenidos específicos frente a campañas orientadas a la socialización del PETIC.</li> <li>-Difusión de invitaciones a eventos, charlas, capacitaciones y demás eventos a realizarse con el fin de socializar el PETIC.</li> </ul>

<b>Carteleras Digitales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Compartir contenido de alto valor visual</li> <li>-Enfocar campañas en contenido gráfico</li> <li>-Optimizar cada publicación, buscando viralizar la información</li> <li>-Promoción de contenidos</li> <li>-Generar actividades que promuevan interacción como concursos, trivias, etc.</li> <li>-Campañas con mayor impacto en el tiempo</li> <li>-Uso de piezas animadas y videos.</li> </ul>
<b>Intranet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Banco de información y documentos de interés</li> <li>- Se realizan convocatorias, se publica contenido informativo y educativo, de forma atemporal sobre el quehacer corporativo, programas y proyectos</li> <li>-Repositorio de campañas realizadas durante el año</li> </ul>
<b>Videos Institucionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Contenido audiovisual</li> <li>-Vocero Oficina de tecnología e Información</li> <li>-Difusión de contenidos generales referentes al PETIC</li> </ul>
<b>Papel Tapiz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Piezas gráficas</li> <li>-Contenido con mayor vigencia en el tiempo</li> <li>-Mensaje claro y conciso</li> <li>-Poca información a comunicar</li> </ul>

## 6. Estrategia Organizacional:

Descripción: Es el conjunto de propósitos, herramientas y acciones comunicativas que buscan fomentar y fortalecer las acciones de difusión, los escenarios de interacción, el diálogo y la participación de los diferentes públicos corporativos, promoviendo y motivando una cultura organizacional coherente con la misión institucional. Proporcionando en forma oportuna y suficiente la información que debe estar a disposición de los colaboradores, evitando distorsiones en los mensajes y desestimando el rumor.

### Público Interno:

- Presidencia
- Vicepresidencias
- Funcionarios
- Contratistas
- Puntos de Atención Regionales

- Medios/Herramientas:
  - o Sistemas de información y divulgación

Medios/Herramientas Sistemas de información y divulgación	Actividades/Tácticas
- Comunicaciones ANM	-Informar en tiempo real decisiones, actividades e información relevante para todos los colaboradores
-Boletín virtual	-Realizar actividades como concursos, retos o desafíos en los cuales los colaboradores de la ANM se vean involucrados en las jornadas de socialización del PETIC.
-Cartelera virtuales	-Difusión de campañas o informaciones concretas
Chat de WhatsApp	-informar a los colaboradores hechos específicos con impacto coyuntural en el momento.
Videos Institucionales	-Dar a conocer a los colaboradores por medio de un canal audiovisual campañas internas con mayor vigencia en el tiempo.
Papel Tapiz	-Publicación referente a cambios o nuevas actualizaciones del PETIC

- Actividades de integración y participación

## 7. Vigencia

El PETIC cuenta con una vigencia hasta el año 2030, a raíz de ello, el presente documento requiere una revisión y actualización de manera anual dependiendo de la información que se actualizará en el primer trimestre de cada año, donde se acordarán las actividades a desarrollar en cumplimiento del plan de comunicaciones del PETIC.

Esta revisión anual también responde a la necesidad de implementar el uso de nuevos canales y herramientas de comunicación que permitan mantener un impacto vigente en la socialización del documento a los diferentes públicos de interés.

Para ello tenemos el documento en Excel: Actividades implementación Plan de comunicaciones PETIC-2022 en el cual se llevarán las actividades trimestralmente para su desarrollo.

- PETIC 2020 – 2030
- Actualización anual del documento y sus correspondientes anexos. (primer trimestre de cada año de vigencia del documento)
- Revisión de indicadores de ejecución de manera trimestral por año.

8. Glosario:

**Colaboradores:** Funcionarios y contratistas de la Agencia Nacional de Minería.

**PETIC:** Plan Estratégico de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

**Cartelera Digital:** Pantallas de tv ubicadas en cada uno de los pisos del nivel central y los Puntos de Atención Regionales.

**Papel Tapiz:** Protectores de pantalla de los computadores de la ANM.

**ANM Te Ve:** Programa interno de la ANM que se emite una vez al mes.

**Boletín de Noticias ANM:** Boletín informativo masivo que se envía por correo electrónico a todos los colaboradores de la ANM los días: lunes, miércoles y viernes.

**Noticias ANM Versión WhatsApp:** Pieza gráfica informativa que se envía a un chat de WhatsApp los días: lunes, miércoles y viernes.

**Intranet:** página web interna de la entidad.

**Videos Institucionales:** Medio que a través de un canal audiovisual se realizan campañas internas con mayor vigencia en el tiempo.

## TACTICA DEL PLAN DE COMUNICACIONES DEL PETIC

### Estrategia de comunicación

Socializar en todos los niveles de la Entidad el propósito, alcance y políticas de comunicación del presente documento. Los tipos de comunicación a utilizar serán los siguientes:

- **Comunicación formal-escrita:** Esta hace referencia a los documentos creados por la Oficina de Tecnología e Información o cualquier otra área de la ANM, como documentos electrónicos, presentaciones, actas de reuniones o información relevante para el desarrollo del PETIC; estos deben ser elaborados con oraciones claras y concisas, no deben tener faltas de ortografía y se deben utilizar correctamente las reglas de gramática, además aplicar todas las normatividades estandarizadas por el área de comunicaciones de la ANM.
- **Comunicación formal-oral:** Se refiere a las presentaciones o reuniones que se realizan de forma oral relacionadas con el desarrollo del PETIC, como reuniones de seguimiento, presentaciones ante el comité directivo de la entidad u otras instancias a las que haya lugar en el marco del desarrollo del presente plan.
- **Comunicación informal-escrita:** Dentro de esta se encuentra toda comunicación realizada por los colaboradores de la ANM, que se realiza de forma escrita en la que no está contenida información relevante del desarrollo del PETIC, como: Mensajes de email, mensajería instantánea y oficios (cartas).
- **Comunicación informal-oral:** Este tipo de comunicación se refiere al intercambio de información de forma oral, en el que no se hace referencia a información relevante para el desarrollo del PETIC, como las reuniones informales y actividades extra laborales en las que participan los colaboradores de la entidad.

Los canales oficiales de comunicación son:

El correo institucional de la ANM cuyo dominio es [@anm.gov.co](mailto:@anm.gov.co)

- El portal de Intranet y todo enlace, herramienta o sistema



accesible desde esta instancia.

<https://anmgovco.sharepoint.com/sites/Intranet/>

- La oficina de Correspondencia de la ANM.
- Líneas telefónicas corporativas y extensiones telefónicas asignadas.
- Las Carteleras Digitales de la ANM.
- El programa institucional ANM Te Ve.
- El chat de WhatsApp Noticias ANM.

La jefe de la Oficina de Tecnología e Información es la responsable de efectuar las comunicaciones oficiales de cara a la entidad con relación al desarrollo del PETIC.

- Las comunicaciones a nivel interno se verán reguladas de acuerdo a las disposiciones del Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones de la ANM, responsable de avalar y hacer efectivos los comunicados referentes a la comunicación y sensibilización para socializar y apropiar el PETIC en la entidad, con el apoyo de la Oficina de Tecnología e Información.

### Matriz de comunicaciones

N.	Actividad	Responsable de comunicar	A quién comunica	Frecuencia / cuando se usa	Medio a utilizar
1	Identificación de una necesidad en la actualización del PETIC	Funcionario o Contratista involucrado en el proceso que identifica la necesidad de actualización	Responsable del área del proceso que identifica la necesidad de actualización.	Una vez se identifica la necesidad de realizar una actualización sobre el PETIC	Correo Electrónico
2	Solicitud de Actualización del PETIC	Responsable del área del proceso que identifica la necesidad de actualización.	Jefe de la Oficina de Tecnología e Información de la ANM	Una vez se formaliza la necesidad de realizar la actualización sobre el PETIC.	Radicación interna de la solicitud a la Oficina de Tecnología e Información de la ANM
3	Actualización del PETIC	Jefe de la Oficina de Tecnología e Información de la ANM	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Una vez se identifica la necesidad de realizar una actualización sobre el PETIC y se finaliza dicha actualización	Correo Electrónico
4	Comunicación, sensibilización y socialización para la apropiación del PETIC de la ANM	Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones de la ANM con apoyo de la Oficina de Tecnología e Información de la ANM	A todas dependencias de la ANM.	De acuerdo a la programación	Reuniones, Jornadas de sensibilización y socialización, Sistemas de información, correo electrónico

### Sistemas de información y divulgación

-Cartelera virtuales	-Difundir campañas o informaciones concretas del Plan de Comunicaciones del PETIC
-Chat de WhatsApp	-Socialización de actividades específicas referentes al PETIC
-Boletín de Noticias ANM	-Campañas de socialización periódicas e invitaciones a charlas
-ANM Te Ve	-Participación del Vocero Oficial sobre el PETIC

MEDIO / HERRAMIENTAS	ACTIVIDADES/TACTICAS
Campañas y eventos educomunicativos	-Presencias institucionales -Campañas de sensibilización sobre temáticas de interés corporativo de acuerdo al plan de comunicaciones del PETIC