

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 1 de 18

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIONES

2025 - 2027

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

Tabla de contenido

1.	OBJETIVO	4
2.	ALCANCE	4
3.	DEFINICIONES	5
4.	DESARROLLO DEL PLAN	6
4.1	ANTECEDENTES.	6
4.2	DIAGNÓSTICO.	6
4.3	MATRIZ DOFA DE COMUNICACIONES.	7
4.4	IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS.	8
4.5	POLÍTICA DE COMUNICACIONES- EDESO.	9
4.5.1	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.	9
4.5.2	COMUNICACIÓN INFORMATIVA.	9
4.6	POLÍTICAS GENERALES.	10
4.7	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.	11
4.8	LÍNEAS DE TRABAJO.	11
4.8.1	LÍNEA COMUNICACIÓN INTERNA.	12
4.8.2	LÍNEA INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN.	12
4.8.3	COMUNICACIÓN CON LA COMUNIDAD.	13
4.8.4	COMUNICACIÓN DIGITAL.	13
4.8.5	GESTIÓN DE CRISIS Y REPUTACIÓN.	14
4.9	MECANISMOS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.	14
4.10	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.	16
4.11	APROBACIÓN EN EL COMITÉ INSTITUCIONAL DE GESTIÓN Y DESEMPEÑO.	17
4.12	DIVULGACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.	17
5.	CONTROL DE CAMBIOS	17
6.	CONTROL DE FORMALIZACIÓN	17

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 3 de 18

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Pública es el motor que impulsa el diálogo y la interacción entre la ciudadanía y las instituciones, permitiendo que los asuntos de interés colectivo se discutan y se comprendan de manera compartida. Al facilitar la construcción de bienes públicos y fortalecer el sentido de comunidad, la comunicación se convierte en un eje fundamental para el bienestar social. A través de ella, no solo se informa, sino que se construye confianza, cohesión y se promueve la participación.

En este sentido, la comunicación es transversal a todas las acciones de los servidores públicos, generando vínculos sólidos con los diferentes sistemas con los que interactúa la entidad. Su adecuada implementación dentro de una organización no solo fomenta la confianza interna y externa, sino que también potencia las competencias comunicativas de los equipos, lo que a su vez incrementa su capacidad de respuesta y labor, contribuyendo al bienestar de todos.

En la Empresa de Desarrollo Sostenible- Edeso, la comunicación es una herramienta estratégica que impulsa una visión compartida, alineada con nuestros objetivos misionales e institucionales, proyectando una entidad sólida, coherente y transparente, tanto hacia adentro como hacia afuera. Esta proyección fortalece nuestro compromiso con el bienestar colectivo, siendo una pieza clave para el desarrollo integral de la comunidad.

Este documento ha sido elaborado bajo los principios de la comunicación pública, organizacional y corporativa de Edeso, y se enmarca en el Plan de Desarrollo Municipal “Rionegro, la Ciudad del Bienestar”. Refleja los retos y compromisos de la empresa para el próximo cuatrienio, abordados bajo el enfoque transversal del Desarrollo Sostenible, siempre en sintonía con el bienestar social y el progreso de nuestra Región.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 4 de 18

1. OBJETIVO

Posicionar a la EDESO como una entidad líder en el desarrollo de infraestructura urbana y rural, reconocida por su eficiencia técnica, ética en la gestión pública y eficacia en la ejecución de proyectos, a través de una comunicación transparente, cercana y orientada a fortalecer la confianza y el bienestar de la comunidad.

1.1 OBJETIVO ESPECÍFICOS.

- Fortalecer la comunicación interna y externa de la Edeso mediante la implementación de estrategias que promuevan una comunicación clara, efectiva y coherente, alineada con los valores de eficiencia, ética y eficacia de la entidad.
- Generar una comunicación cercana y participativa, que fomente el diálogo constante con la comunidad, involucrando a los ciudadanos en cada fase de los proyectos y fortaleciendo la confianza entre la entidad y sus diversos públicos.
- Promover la transparencia y la ética en la comunicación, asegurando que toda la información compartida con la ciudadanía sea accesible, clara y veraz, reforzando la rendición de cuentas y el compromiso de la Edeso con la gestión pública responsable.
- Realizar seguimiento y control desde las diferentes herramientas dispuestas, las cuales permiten obtener mediciones acertadas (indicadores) y contundentes acciones de mejora.

2. ALCANCE

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Empresa de Desarrollo Sostenible, Edeso, inicia desarrollando unas acciones alineadas con los objetivos de la empresa, fortaleciendo la comunicación interna, brindando una comunicación transparente y cercana con la comunidad y aliados, y mejorando la presencia en medios digitales y tradicionales, para finalmente evaluar su impacto y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos.

3. DEFINICIONES

- Carácter de la comunicación organizacional: La comunicación en Edeso fortalecerá el trabajo en equipo y la capacidad de respuesta a las necesidades de usuarios, servidores y ciudadanos. Con una identidad compartida y un compromiso con el servicio comunitario, se implementará un plan que movilice a los servidores bajo estos valores.
- Carácter de la comunicación corporativa: La proyección de la imagen institucional se basará en la confianza y cooperación con los públicos estratégicos, garantizando una gestión ética y transparente a través de relaciones públicas efectivas.
- La información como bien público: La información en Edeso será tratada como un bien colectivo, clave para la toma de decisiones y la transparencia. Se promoverán procesos de sensibilización para asegurar que la información fluya de manera eficiente entre todas las áreas.
- Comunicación con la ciudadanía: Se rendirán cuentas de manera transparente, promoviendo la movilización social y pedagógica para construir proyectos comunes y sostenibles con la participación de los ciudadanos.
- Comunicación con proveedores y contratistas: Basada en principios de transparencia, imparcialidad y compromiso, la relación con contratistas se gestionará siguiendo procedimientos claros que aseguren un trato justo y equitativo.
- Vocería institucional: Edeso contará con voceros especializados para abordar temas estratégicos y relaciones con medios. Estos voceros estarán preparados para comunicar con claridad y responsabilidad, siguiendo el manual de vocería de la entidad.
- Relaciones con los medios de comunicación: La relación con los medios será institucional, basada en la veracidad y transparencia. Se elaborarán boletines de prensa y se fortalecerá el criterio editorial mediante el monitoreo y la atención a periodistas.
- Interacción con entes de control: Edeso garantizará una interacción respetuosa y transparente con los entes de control, liderada por la Dirección de Control Interno y el Gerente General, quienes aseguran el cumplimiento de esta política.
- Compromiso con Gobierno en Línea: La gerencia y el equipo directivo mantendrán actualizada la página web de la empresa, ofreciendo información completa sobre la gestión administrativa, contratación y servicios, promoviendo la accesibilidad y transparencia.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 6 de 18

4. DESARROLLO DEL PLAN

4.1 ANTECEDENTES.

Considerando los modelos exitosos implementados en otros países y ciudades, se observa que en Colombia las Empresas Industriales y Comerciales del Estado son creadas para facilitar la actuación jurídica y financiera de las entidades estatales en general y del Municipio en particular.

Por su naturaleza, las empresas industriales y comerciales del Estado pueden actuar más directamente en la prestación de sus servicios. Al asimilarse a los particulares, cuentan con herramientas de intervención expeditas que las hacen más eficientes y competitivas.

Así pues, con la creación de Edeso pretendemos facilitar el cumplimiento de los fines del Municipio, con mayor autonomía a nivel normativo en materia de funcionamiento, administración y contratación, lo cual es necesario para ser competitivos a nivel empresarial y lograr atraer mayor inversión del sector privado.

En ese orden de ideas, la entidad considera la comunicación como un mecanismo estratégico que fortalece su imagen y su institucionalidad, le da legitimidad ante la opinión pública, al mostrar su gestión con transparencia y al mismo tiempo propicia la construcción de ciudadanía y de capital social.

4.2 DIAGNÓSTICO.

Considerando que la Empresa de Desarrollo Sostenible – Edeso, busca una nueva política integral de desarrollo urbano, su labor implica una relación inherente con la comunidad, lo que hace indispensable la creación de canales permanentes de comunicación con sus públicos objetivos.

Además, por tratarse de una empresa Industrial y Comercial del Estado dotada de autonomía jurídica, administrativa y financiera, requiere darse a conocer, divulgando su portafolio de servicios con el objetivo de posicionarse en el mercado y obtener rentabilidad social y económica. De esta forma la comunidad se beneficia aún más de sus líneas de acción, se conoce la gestión del gobierno y se crea una comunicación eficaz.

Igualmente, de acuerdo a la misión que encarna la Edeso, no sólo en la ejecución de programas de transformación de ciudad, operaciones, asesorías, diseño y estructuración de proyectos, incorpora la construcción de comunidad, ciudad y ciudadanía, mediante el concepto de desarrollo urbano sostenible, la comunicación se convierte en una herramienta educativa para cumplir con este propósito, especialmente en su intención de fortalecer y empoderar a las organizaciones comunitarias que se benefician con los proyectos ejecutados por la entidad.

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Edeso se alinea profundamente con los objetivos del Plan de Desarrollo “Rionegro, la Ciudad del Bienestar”, estableciendo un sistema de comunicación pública que integre a diversos actores sociales y que promueva el bienestar comunitario. Nuestro enfoque es claro: queremos que la comunicación sea un puente cercano entre la entidad y la comunidad, haciéndolos parte activa en cada fase de las obras, desde el inicio, durante su ejecución y en los resultados finales.

Para lograrlo, utilizaremos redes sociales y canales de comunicación interinstitucional de doble vía, que permitan un diálogo abierto y transparente con la ciudadanía. Esto no solo facilitará la construcción de sentidos e imaginarios colectivos alrededor de las obras, sino que también permitirá que la comunidad sienta que su participación es clave en la creación de un modelo de gobernanza más inclusivo y eficiente. Así, cada proyecto de infraestructura se vivirá como un esfuerzo conjunto, que traerá bienestar a cientos de familias y fortalecerá el sentido de pertenencia con su entorno.

Con este enfoque, aspiramos a que la participación ciudadana no sea solo un acto pasivo, sino un proceso activo de co-creación que contribuya al desarrollo sostenible de Rionegro, reforzando el compromiso de la Edeso con la transparencia, la inclusión y el bienestar integral de todos sus habitantes.

4.3 MATRIZ DOFA DE COMUNICACIONES.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Existe respaldo estratégico y organizacional por parte de la gerencia, lo que facilita la toma de decisiones. • Los recursos técnicos y tecnológicos de la empresa. • Reconocimiento de la marca Edeso, como sinónimo de renovación urbana, desarrollo y crecimiento territorial. • El proceso de información periódica y permanente a través de redes sociales y medios. • Herramientas de comunicación ya funcionales para interactuar con públicos internos y externos.	• Falta de personal en el equipo de comunicaciones, lo que limita y retrasa la ejecución de las estrategias. • Ausencia de información proveniente de otras áreas para comunicaciones. • Solicitudes imprevistas a comunicaciones, de las demás áreas de la organización. • Restricciones económicas que limitan el alcance y la diversidad de las tácticas comunicacionales. • Dependencia de una sola persona, causando un riesgo operativo y de continuidad en el desarrollo de los proyectos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Expansión del reconocimiento en la Región. Potencial para posicionar la empresa como líder en desarrollo urbano más allá de ciudad. • Generar confianza y cercanía con la comunidad, fortaleciendo la participación ciudadana en trabajos de campo. • Posibilidad de trabajar con instituciones locales y regionales para amplificar el alcance de las iniciativas comunicativas. • El apoyo de la Dirección de Comunicaciones de la Alcaldía de Rionegro	• Competencia en la Región • Percepción negativa por ausencia de contacto directo con la comunidad, lo que podría generar desconfianza o rechazo. • La sostenibilidad de la imagen pública de la empresa en las comunidades intervenidas. • El presupuesto de comunicaciones proveniente de los convenios y negocios de la Empresa. • Publicación de Información de la empresa, sin el consentimiento del área.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 8 de 18

- La mala calidad en la ejecución de las obras

4.4 IDENTIFICACIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS.

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

Público interno: son las personas que tienen una relación directa con la empresa y se ven influidas por las decisiones administrativas y gerenciales que tomen.

- Personal vinculado
- Prestadores de servicios

Público externo: son las personas que pueden interactuar con la organización, pero no pertenecen a ella. Pueden tener intereses generales en conocer su gestión o decisiones administrativas.

- Comunidad y vecinos de las obras
- Concejo de Rionegro
- Posibles contratantes: entre los cuales se encuentran los gobiernos locales de otros municipios.
- Empresas de construcción.
- Medios de comunicación: masivos, zonales, comunitarios y especializados.
- Gremios: Comité Intergremial, Camacol, La Lonja Propiedad Raíz, Proantioquia, Sociedad Antioqueña de Ingenieros, Cámara Colombiana de la Infraestructura, la Andi y Fenalco, Cámara Colombiana de la Construcción CAMACOL, lonja Propiedad Raíz, Cámara Colombiana de la Infraestructura CCI, Sociedad Antioqueña de Ingenieros y Arquitectos SAI.
- Entidades de control: Personería, Contraloría, Defensoría del Pueblo.
- Organizaciones ambientales
- Clúster de la Construcción.
- Proveedores generales de la entidad.
- Universidades con carreras, especializaciones o maestrías afines al objeto social de la EDESOS.
- Entidades que operan en la zona de los proyectos: Policía, Defensa civil, Bomberos etc.
- Gremios del sector de la construcción:

Público mixto: son las personas que tienen una relación cercana con la empresa y a quienes les interesa de manera particular, conocer las decisiones administrativas y gerenciales, aunque no se vean afectados directamente.

- Gabinete Municipal
- Concejo Municipal
- Interventores.
- Junta Directiva.

- Empresas que ejecutan las obras.
- Contratistas
- Empresas privadas
- Otras entidades

4.5 POLÍTICA DE COMUNICACIONES- EDESO.

4.5.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

La Empresa de Desarrollo Sostenible (Edeso), como entidad industrial y comercial del Estado, responsable de implementar intervenciones integrales en los territorios a través del diseño, gestión y ejecución de proyectos, se compromete a garantizar una comunicación interna y externa que sea permanente, clara, directa, cercana y orientada a todos sus públicos.

Guiada por los valores fundamentales de ética, transparencia, celeridad y buen gobierno, la Edeso otorga un especial cuidado al manejo de la información. Desde el área de comunicaciones, se lideran estrategias que fortalecen las relaciones interpersonales y promueven una cultura organizacional sólida, basada en el respeto y la colaboración en todos los niveles. Así mismo, se asegura la difusión efectiva de los planes, programas y objetivos organizacionales, contribuyendo a mantener el posicionamiento de la marca como una entidad técnica, eficiente y ética, comprometida con el bienestar de la comunidad y el desarrollo sostenible.

4.5.2 COMUNICACIÓN INFORMATIVA.

En la Empresa de Desarrollo Sostenible Edeso, se establece como política de comunicación externa, que el gerente sea el vocero oficial, responsable de brindar información necesaria y suficiente, a los distintos canales y medios de comunicación, sobre los avances y resultados de la empresa, así como de otros temas como actividades, políticas, directrices e informe de gestión entre otros.

- Se deben tener en cuenta algunos criterios, los cuales hacen parte de la comunicación externa y deben ser diagnosticados, evaluados y analizados, al momento de su divulgación.
- Para los casos en que el Gerente considere necesario y pertinente, designar a un delegado como vocero oficial, este se encargará de representar a la empresa en las comunicaciones oficiales y brindar la información suficiente y necesaria dado el caso que le compete.
- Toda información que se divulgue debe garantizar la coherencia con el direccionamiento institucional, acorde a los objetivos ya definidos por la empresa.
- Por ser La Edeso una entidad adscrita a la Alcaldía de Rionegro, se brindará mayor prioridad de divulgación, a la gestión que desarrolla mediante sus diferentes proyectos, a la administración municipal y a los entes descentralizados si es el caso, empresas asociadas y a entidades contratantes.
- La información se presenta en un tono y con un lenguaje estándar, cercano y amigable, brindándole prioridad a la marca, sobre los proyectos y sus resultados. Esto aplica para cualquier medio y para redes sociales.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 10 de 18

- Los informes que requieran las instituciones y los organismos de control en los que se presente la gestión empresarial, deberán ser entregados por el líder del proceso, aprobados por el (la) Gerente General y socializados en diversos espacios que lo requieran
- Así mismo, se diseñará un calendario de obligaciones legales, que permita a la entidad, cumplir cabal y oportunamente con sus compromisos contables, administrativos y jurídicos.

La empresa utiliza como mecanismos de comunicación para mantener informada a la ciudadanía, a los servidores públicos, instituciones y demás grupos de interés, canales informativos como la página web www.edeso.gov.co, el Boletín institucional, Medios de Comunicación y Redes Sociales. En ellos, se podrá encontrar y conocer información sobre programas, proyectos, obras, contratos y administración de los recursos públicos.

La información externa acerca de los contratos que realiza la empresa se encuentra publicada en la página web, en el enlace de contratación según la normativa legal vigente y en el Secop.

4.6 POLÍTICAS GENERALES.

- Uso del Logotipo Interno, nombre y Eslogan Institucional, siempre deberán apearse a los criterios vigentes de comunicación.
- No se permite la inversión en felicitaciones, esquelas o diseños no institucionales en medios de comunicación o redes sociales, excepto para la entrega o exaltación de reconocimientos, manifiestos de condolencias o publicación de vacantes.
- Solamente pueden representar a la organización en eventos públicos:
 - ⇒ El gerente general de la empresa o la persona que él designe en su representación, como los subgerentes.
 - ⇒ La Mesa Directiva de la empresa.
 - ⇒ Para los casos de crisis, quién se encuentre delegado como Vocero Institucional, asignado para estos casos.
- Los Voceros Institucionales son los únicos autorizados para emitir declaraciones, al igual que del personal de comunicaciones, que, por su dominio y conocimiento, sean capaces de transmitir la información.
- La imagen institucional podrá ser utilizada por los colaboradores de la organización cuando se les designe, bajo las orientaciones indicadas por el área y para los casos en que se participe en algún evento, exceptuando sea utilizada bajo título personal.
- Utilización adecuada de los canales de comunicación dispuestos por parte de la organización, tanto internos como externos.
- Las relaciones que se establezcan con los medios de comunicación, canales informativos y demás áreas de comunicación de distintos entes y empresas públicas

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 11 de 18

o privadas, será el área de comunicaciones de Edeso, la encargada de canalizar y conllevar, los asuntos confidenciales y noticiosas que la empresa lo requiera.

- Manejo y uso adecuado de los manuales de comunicaciones, los cuales hacen parte fundamental y se constituyen, como principios básicos y funcionales, que brindan orientación en temas relevantes en niveles informativos, de imagen, protocolo y de vocería institucional entre otros.
- Cómo parte fundamental para el cumplimiento de los objetivos del área, el suministro de información relevante para el correcto desempeño de los indicadores deberá provenir del seguimiento y del flujo adecuado de las fuentes de medición.
- Dentro de la arquitectura metodológica que constituye y fundamenta el área, serán los procesos, procedimientos, manuales, instructivos y formatos, los que determinan, soportan y constituyen, los principios básicos del quehacer del departamento de comunicaciones.
- Como una de las premisas que soporta el buen clima organizacional, desde el área de comunicaciones se brindará apoyo y gestión al área de gestión humana, sobre todas las actividades, campañas y demás iniciativas, que soporten y contribuyan al bienestar y cuidado de los colaboradores de la empresa.

4.7 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.

El Plan de Comunicaciones de la Edeso tiene como propósito consolidar a la entidad como un referente en la ejecución de proyectos de infraestructura técnica, ética y eficiente, mientras fortalece la relación con la comunidad, los aliados estratégicos y el entorno institucional. A través de una gestión comunicativa transparente y participativa, buscamos impulsar la imagen de la Edeso como una organización comprometida con el bienestar de la comunidad y el desarrollo sostenible.

Este plan está estructurado en diferentes líneas de trabajo que guiarán nuestras acciones comunicativas, asegurando que los mensajes y las estrategias estén alineados con los objetivos misionales de la entidad y respondan a las expectativas de nuestros públicos.

4.8 LÍNEAS DE TRABAJO.

1. Comunicación Interna
2. Información y divulgación
3. Comunicación con la Comunidad.
4. Comunicación Digital
5. Gestión de Crisis y Reputación

A continuación, se presentan las actividades clave que guiarán nuestro Plan Estratégico de Comunicaciones para posicionar la entidad como un referente en eficiencia técnica, ética y eficacia. A través de acciones coordinadas en diversas líneas de trabajo, buscamos fortalecer la relación con la comunidad, nuestros colaboradores y aliados estratégicos, destacando el impacto positivo de nuestras obras en el bienestar de la sociedad. Este plan establece un enfoque integral que nos permitirá avanzar de manera

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 12 de 18

coherente y efectiva en la proyección de nuestra imagen y la consecución de nuestros objetivos.

Cabe aclarar, que cada año se realizará un cronograma de trabajo para dar cumplimiento a cada una de las actividades plasmadas en este Plan Estratégico de Comunicaciones.

4.8.1 LÍNEA COMUNICACIÓN INTERNA.

Enfocada en fortalecer el sentido de pertenencia y el compromiso de los colaboradores de la Edeso, esta línea tiene como objetivo generar un flujo de información constante y claro dentro de la entidad. A través de herramientas comunicativas adecuadas, se busca mejorar la integración de los equipos de trabajo, promover la cultura organizacional basada en la ética y la eficiencia, y alinear a los colaboradores con los objetivos estratégicos

Actividades:

- Boletines internos: Crear boletines internos mensuales con noticias relevantes sobre la gestión de la entidad, logros de los equipos y eventos internos.
- Carteleras institucionales: Contar campañas y novedades de la Entidad que permita mantener a los colaboradores informados.
- Socializar y dar seguimiento a las novedades en temas de comunicación de la empresa. (inducciones, capacitaciones)
- Campañas de reconocimiento: Implementar programas de reconocimiento para destacar el trabajo y compromiso de los colaboradores más destacados.

Medición:

- Consolidación de actividades a través de un banco de imágenes.
- Encuesta de percepción al personal.
- Registro de boletines internos.

4.8.2 LÍNEA INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN.

Esta línea se enfocará en proyectar a Edeso ante el público externo, destacando su papel como una entidad técnica, eficiente y ética, comprometida con el desarrollo de Rionegro y el bienestar de su comunidad. Se priorizará la difusión de logros, avances y resultados de los proyectos, resaltando su impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos.

Para ello, se implementarán estrategias de visibilidad en medios de comunicación tradicionales y digitales, fortaleciendo la presencia de Edeso en canales como prensa, radio, televisión y redes sociales. Además, se fomentará una relación cercana y colaborativa con los medios, garantizando un flujo constante y transparente de información.

La relación con aliados estratégicos, tanto públicos como privados, será otro pilar fundamental de esta línea, promoviendo sinergias que contribuyan a la divulgación

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 13 de 18

efectiva de la gestión y al posicionamiento de Edeso como un referente en desarrollo sostenible y gestión pública.

Actividades:

- Ruedas de prensa: Organizar encuentros con medios locales y regionales para presentar avances, obras culminadas y nuevos proyectos.
- Boletines informativos periódicamente: Distribuir boletines a través de correos electrónicos, la web y redes sociales con información sobre los proyectos en curso, destacando el impacto en el bienestar de la comunidad.
- Informe de gestión anual: Publicar un informe detallado que resuma las principales acciones y logros de la Edeso en un formato accesible para diferentes públicos.

Medición:

- Boletines de prensa.
- Productos informativos en medios como: Televisión, Radio, Prensa
- Seguimiento del Plan de Medios.

4.8.3 COMUNICACIÓN CON LA COMUNIDAD.

Uno de los pilares del plan es mantener una comunicación cercana y participativa con la ciudadanía. La comunidad será parte activa de los proyectos desde su inicio hasta la entrega final, fomentando un diálogo bidireccional que permita involucrar a los ciudadanos en la toma de decisiones y hacerles partícipes de los beneficios que los proyectos de la Edeso aportan a su bienestar.

Actividades:

- Mesas de participación ciudadana: apoyar los espacios de diálogo con la comunidad antes, durante y después de las obras, donde se informen avances y se escuchen sus inquietudes.
- Jornadas informativas en territorio: Organizar eventos en las zonas donde se están ejecutando proyectos para informar a los habitantes sobre el impacto y las mejoras que traerán las obras.
- Buzón de sugerencias: Crear un canal digital en la página web para recibir sugerencias y comentarios de la ciudadanía sobre los proyectos en ejecución.

Medición:

- Listados de asistencia
- Registro fotográfico
- Encuestas de percepción

4.8.4 COMUNICACIÓN DIGITAL.

En un entorno cada vez más digitalizado, esta línea se enfocará en fortalecer la presencia de la Edeso en plataformas digitales y redes sociales, utilizando estos

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 14 de 18

canales para difundir información oportuna y relevante sobre los proyectos y programas de la entidad. La comunicación digital será clave para llegar a públicos más amplios, de manera ágil y efectiva, y generar interacción con la ciudadanía.

Actividades:

- Publicaciones en redes sociales: Compartir contenido multimedia, infografías, testimonios y actualizaciones sobre las obras y proyectos en todas las plataformas sociales.
- Optimización de la página web: Mejorar la página web institucional para facilitar la consulta de proyectos, avances y contactos para la comunidad.
- Campañas de publicidad digital: Implementar campañas de anuncios en redes sociales para aumentar el alcance de las actividades de la Edeso.
- Creación de piezas digitales antes, durante y después de cada obra. Asegurando información clara de los logros y avances de cada proyecto.

Medición:

- Seguimiento al indicador del alcance e interacción de las RRSS
- Consolidación de actividades a través de un banco de imágenes
- Actualizaciones vigentes en la página web

4.8.5 GESTIÓN DE CRISIS Y REPUTACIÓN.

Para mantener la confianza y credibilidad de la entidad, esta línea estará destinada a la gestión de crisis comunicativas y la preservación de la reputación institucional. Se implementarán protocolos que permitan una respuesta rápida y transparente ante situaciones críticas, asegurando que la Edeso comunique con claridad y responsabilidad en todo momento.

Actividades:

- Protocolo de comunicación de crisis: Actualizar un manual con procedimientos específicos para actuar y comunicar durante situaciones críticas, asegurando una respuesta rápida y coordinada.
- Voceros preparados: Capacitar a voceros clave para que puedan atender a los medios y responder de manera clara y oportuna en situaciones críticas.
- Monitoreo de medios y redes: Implementar un sistema de monitoreo continuo de medios tradicionales y redes sociales para identificar posibles crisis o preocupaciones de la ciudadanía.

Medición:

- Monitoreo de medio y redes
- Capacitación en comunicaciones y vocería
- Manual de Crisis aprobado.

[illegible][illegible][illegible]

CRISIS Y REPUTACIÓN	Protocolo de comunicación de crisis: Actualizar un manual con procedimientos específicos para actuar y comunicar durante situaciones críticas, asegurando una respuesta rápida y coordinada.	Manual Actualizado	P.U Comunicaciones	1	Programado														
					Ejecutado														
	Voceros preparados: Capacitar a voceros clave para que puedan atender a los medios y responder de manera clara y oportuna en situaciones críticas.	Capacitación	P.U Comunicaciones	1	Programado														
					Ejecutado														
	Monitoreo de medios y redes: Implementar un sistema de monitoreo continuo de medios tradicionales y redes sociales para identificar posibles crisis o preocupaciones de la ciudadanía.	Monitoreo	P.U Comunicaciones	12	Programado														
					Ejecutado														

4.11 APROBACIÓN EN EL COMITÉ INSTITUCIONAL DE GESTIÓN Y DESEMPEÑO.

La aprobación del Plan Estratégico de Comunicaciones se realiza posterior a la revisión del Comité Institucional de Gestión y Desempeño en el mes de enero de cada vigencia; podrá ser modificado o actualizado debidamente justificado con base en los cambios y necesidades que surjan en la ejecución y el desarrollo del Plan suscrito por el líder del proceso de la entidad.

4.12 DIVULGACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN.

Este plan, por su importancia para el proceso estratégico de Gestión Social y Participación Ciudadana de la EDESOS, así como por su orientación a la ciudadanía, será divulgado para su conocimiento público en la página web institucional y a través de reuniones generales, procesos de inducción y reinducción, correo electrónico, grupo de WhatsApp, página web y/o carteleras ubicadas en las diferentes dependencias de la Empresa de Desarrollo Sostenible del Oriente – EDESOS.

5. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS	FECHA DE APROBACIÓN
01	Creación del documento.	09/02/2021
02	Ajuste en la estructura de presentación del plan de acuerdo con los lineamientos del sistema de gestión, actualización del contenido, conforme al Plan de acción institucional.	28/01/2025

6. CONTROL DE FORMALIZACIÓN

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
---------	--------	--------

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Código: PL-GSC-01
		Versión: 03
		Página 18 de 18

P.U. Comunicador	Gerente	Comité Institucional de Gestión y Desempeño
FECHA: 15/01/2025	FECHA: 23/01/2025	FECHA: 28/01/2025

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto, es copia no controlada, la versión vigente reposa en el aplicativo