

IPSE

*Instituto de Planificación y Promoción
de Soluciones Energéticas para las
Zonas No Interconectadas*

Plan de Medios 2015

Grupo de Comunicaciones y Prensa

Febrero 2015



PROPÓSITO DEL PLAN NACIONAL DE MEDIOS

- Promover la paz, la equidad y la educación:

“La equidad propicia la paz y la educación, y la educación genera condiciones de paz y equidad. Por esto, el énfasis del Plan Nacional de Desarrollo se concentra en estos tres pilares, fundamentales en la consolidación de los grandes logros de los últimos cuatro años y en la visión de los próximos cuatro en pro de un nuevo país”.³

- Visibilizar en los diferentes medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y de nuevas tecnologías la promoción y viabilización de proyectos para llevar energía que realice el IPSE a las localidades que no poseen electricidad o donde la prestación del servicio es deficiente.

“Estas zonas representan el 52% del territorio nacional, el cual incluye 90 municipios, 1.448 localidades, 39 cabeceras municipales, de las cuales 5 son capitales de departamento y 20 territorios especiales, biodiversos y fronterizos”.⁴

OBJETIVO

Posicionar la imagen del Instituto de Planificación y Promoción de Soluciones Energéticas para las Zonas No Interconectadas - IPSE, como líder ante los medios de comunicación y la opinión pública en el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades que aún no cuentan con energía eléctrica visibilizando las soluciones que plantea el instituto y su buena gestión .

PROPÓSITOS DEL PLAN NACIONAL DE MEDIOS

Teniendo en cuenta que el IPSE promueve y ofrece soluciones energéticas estructurales en las comunidades rurales como factor de equidad y seguridad nacional, con criterios de eficacia, eficiencia y efectividad, fundamentado en el mejoramiento continuo de sus procesos, con responsabilidad ambiental y en condiciones de trabajo seguro y saludable para las partes interesadas, asegurando el cumplimiento de la legislación aplicable a las actividades que desarrolla y otros requisitos que la organización suscribe, se plantea:

PLAN DE MEDIOS PROPÓSITO 1

- Aplicar la Política de Comunicaciones, interna y externa, establecida en el Instituto enfocada en la normatividad vigente en la que se establece *“fortalecer la imagen del IPSE ante sus partes interesadas”*¹ orientada en la visibilización de la misión, la visión, los objetivos y la razón de ser de la Instituto.

PLAN DE MEDIOS PROPÓSITO 2

- Fortalecer el objetivo estipulado en el programa de Posicionamiento y Comunicación Organizacional de la entidad, con respecto a la “...*difusión y divulgación de la gestión del IPSE en diferentes medios de comunicación*”,² con el fin de dar a conocer los proyectos de energía que realiza el Instituto en las Zonas No Interconectadas.

PLAN DE MEDIOS PROPÓSITO 3

- En la visibilización de la Institución a través de los medios de comunicación se debe ver reflejado el mejoramiento continuo de los procesos, con responsabilidad ambiental y en condiciones de trabajo seguro y saludable para las partes interesadas, asegurando el cumplimiento de la legislación aplicable a las actividades que desarrolla y otros requisitos que la organización suscribe, se plantean los siguientes componentes a implementar en el plan de medios.

PLAN DE MEDIOS PROPÓSITO 4

- Visibilizar en los diferentes medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y de nuevas tecnologías el trabajo que permanentemente realiza el IPSE en la búsqueda de proyectos para llevar energía a regiones apartadas, con tecnologías amigables con el medio ambiente, que permitan a sus comunidades disfrutar los beneficios que este servicio conlleva.

“Donde habitan más de 1’400.000 colombianos: raizales, indígenas, afro descendientes y mestizos que conforman esta diversidad étnica y cultural incomparable”.⁵

PLAN DE MEDIOS PROPÓSITO 5

- Visibilizar en los diferentes medios de comunicación escritos, radiales , televisivos y de nuevas tecnologías la forma en que el IPSE garantiza el acceso a la energía en las comunidades a nivel nacional y se posiciona a nivel internacional.

“Promocionando las alternativas de energización en armonía con la naturaleza, con criterios de eficacia, eficiencia y efectividad” 6

PLAN DE ACCIÓN PARA MEDIOS

Identificación
de aliados y
mapeo

Identificación
de temas a
destacar

Línea
Editorial del
vocero del
Instituto

Manejo de
información
como una
fuente
generadora
de noticias a
consultar

Puesta en
marcha de
ruedas de
prensa,
declaraciones
o gira de
medios

Difusión y
publicación y
Monitoreo
constante

METODOLOGÍA

1 IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS Y MAPEO

Busca el reconocimiento mutuo entre los medios de comunicación y el **IPSE**, además de la identificación de los periodistas que representan nuestro objeto principal a través de un constante acercamiento que pretende contar la buena gestión del Instituto y su director para socializar de manera exitosa sus logros.

Se identifican los actores directos que pueden llegar a intervenir en la ejecución del Plan de Medios, con el fin de generar aliados estratégicos que nos permitan transmitir la imagen positiva de la entidad.

ALIADOS, MAPEO Y POSIBLES ALERTAS MEDIÁTICAS

ALIADOS	MAPEO
Gobierno Nacional	Presidente de la República
Vicepresidencia	Vicepresidente
Ministerio de Minas y Energía	Ministro (a)
Viceministerios de: Minas, Energía	Viceministros
Ministerio de Relaciones Exteriores	Ministro (a)
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	Ministro (a)
Viceministerio	Viceministro
Agencia Nacional de Hidrocarburos - ANH	Director (a)

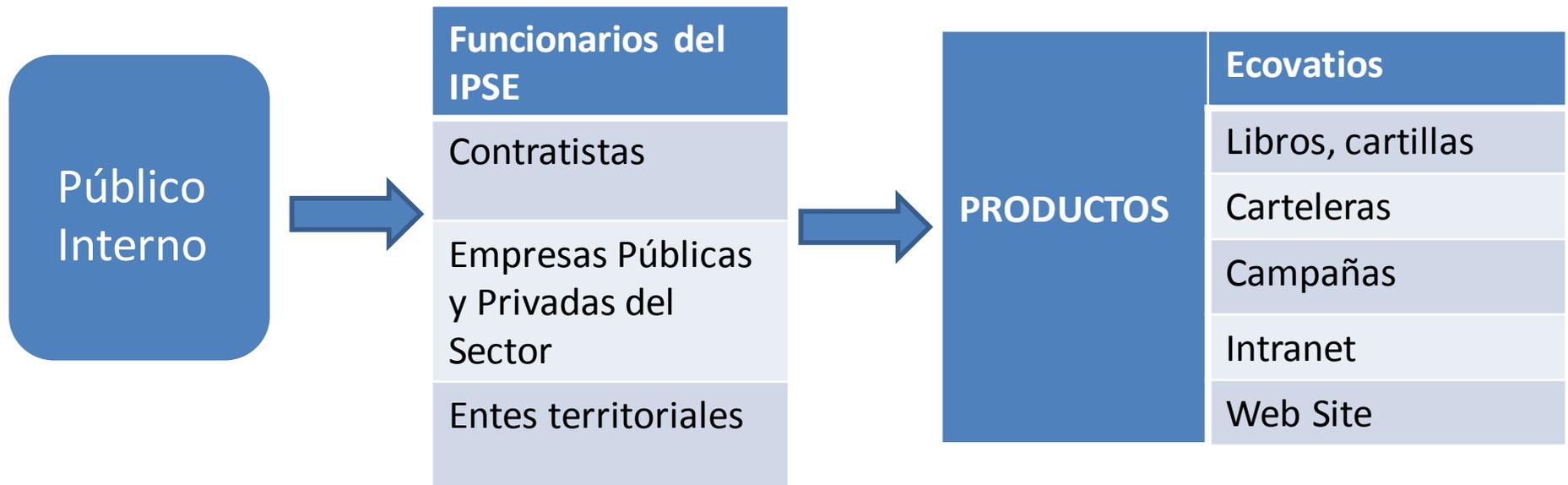
ALIADOS, MAPEO Y POSIBLES ALERTAS MEDIÁTICAS

ALIADOS	MAPEO
Agencia Nacional de Minería - ANM	Director (a)
Servicio Geológico Colombiano	Director (a)
Comisión de Regulación de Energía y Gas - CREG	Director (a)
Colciencias	Director (a)
Ecopetrol	Director (a)
Unidad de Planeación Minero Energética – UPME	Director (a)
Parques Nacionales Naturales de Colombia	Director (a)

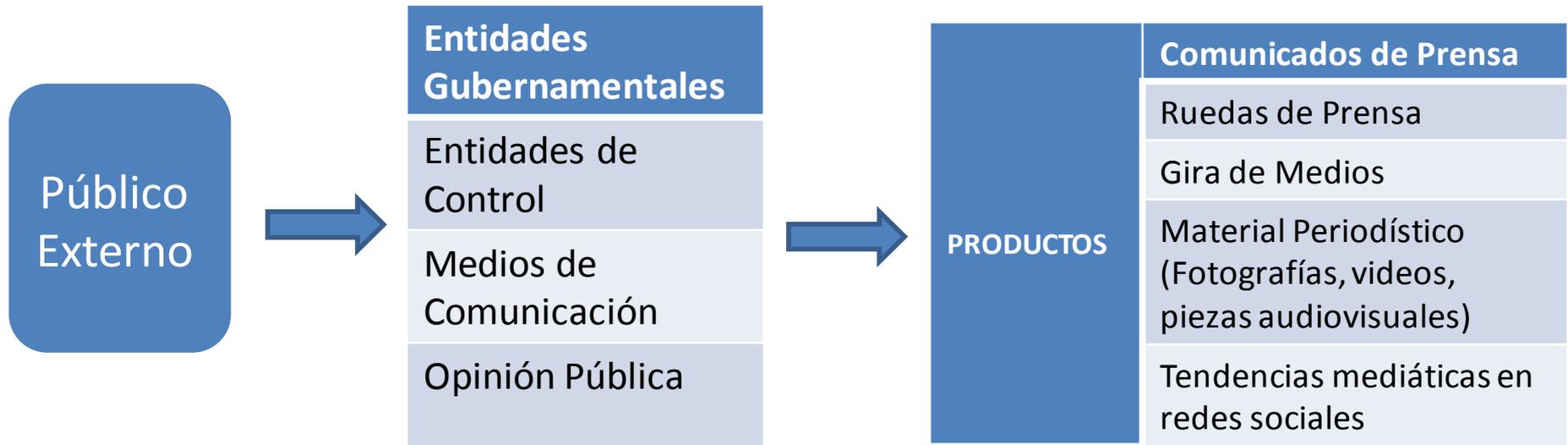
IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS Y MAPEO

ALIADOS	MAPEO
Gobernaciones Delegadas	Gobernadores, Alcaldes y Concejales
Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios	Superintendente
Empresas Públicas y Privadas del Sector	Gerentes Generales
Operadores	Representantes Legales
Cooperación Internacional	Gobiernos, Comités
Medios de Comunicación	Periodistas
Líderes de Opinión	Escritores, y editorialistas especializados

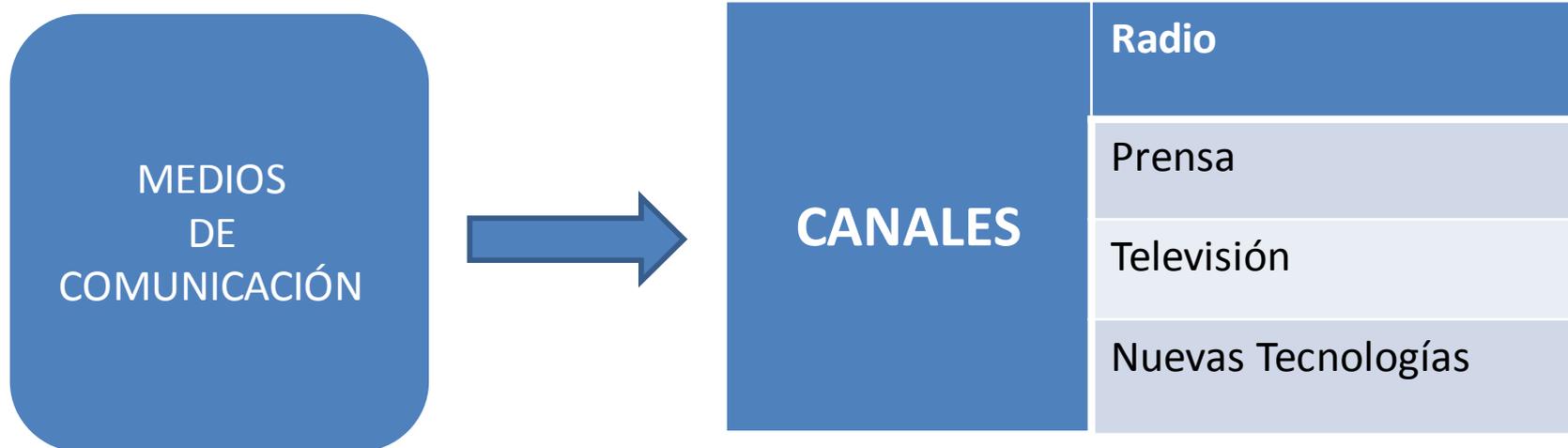
ALIADOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS



DE ALIADOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS



ALIADOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS



IDENTIFICACIÓN DE TEMAS A DESTACAR

En Coordinación con el Director, los Sub directores y Planeación se establecen dos temas a tratar mensualmente para generar dos golpes de opinión con por lo menos cinco registros en medios nacionales (radio, prensa, televisión, nuevas tecnologías)

Febrero

Marzo

Abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

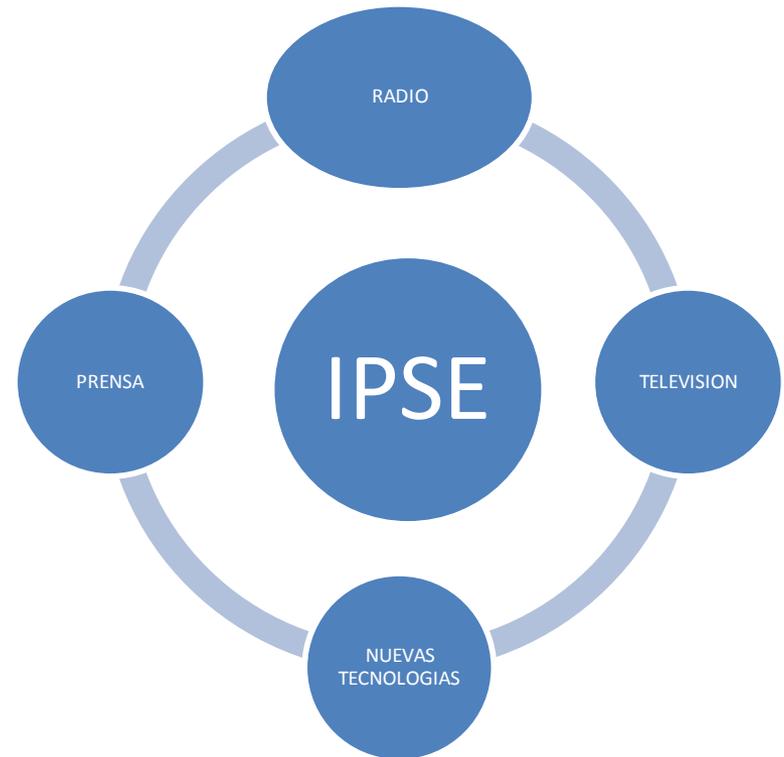


LÍNEA EDITORIAL

Debe reflejar propuestas, gestión, resultados y honestidad en favor de las necesidades de las ZNI y el ciudadano del común en la búsqueda del reconocimiento y proyección Institucional, basados en el segundo pilar del Plan Nacional de Desarrollo (EQUIDAD), como una fuente de información y gestión transparente donde se refleje la buena administración de los recursos públicos enmarcada en la modernidad energética amable con el medio ambiente. Los Mensajes a destacar están encaminados en los 5 propósitos del presente plan

PUESTA EN MARCHA DE RUEDAS DE PRENSA, DECLARACIONES O GIRA DE MEDIOS

Realización de comunicados de prensa, fotografías y material periodístico, además de giras de medios, ruedas de prensa y participación en programas especializados de acuerdo a la agenda de medios que de manera coyuntural se presente.



MANEJO DE INFORMACIÓN COMO UNA FUENTE GENERADORA DE NOTICIAS A CONSULTAR

Generar y promover información veraz y oportuna que a su vez guíe a los medios de comunicación para que consulten al **IPSE** en los temas especializados, como una fuente primaria, clara y contundente que muestra gestión y un trabajo honesto.

DIFUSIÓN Y PUBLICACIÓN

- Verificar los resultados y generar informes de gestión.
- Realizar seguimiento a los temas pactados.
- Emitir respuestas a Medios de Comunicación.
- Generar contenidos audiovisuales, gráficos y escritos.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS 2015

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

A través de la aplicación del presente manual se busca sentar los principios rectores de las comunicaciones externas del IPSE y los mecanismos que se deberán realizar al generar cualquier tipo de información hacia un medio de comunicación, fuente oficial o privada, o a la opinión pública en general.

ALCANCE

El procedimiento será aplicado a todo el personal (funcionarios, directivos) y a todas las actividades desarrolladas por el Instituto, que se encuentren dentro del sistema.

- Se deberá comunicar la política, objetivos y metas medioambientales y de energías renovables, e informar sobre el comportamiento de los mismos a las consultas externas.

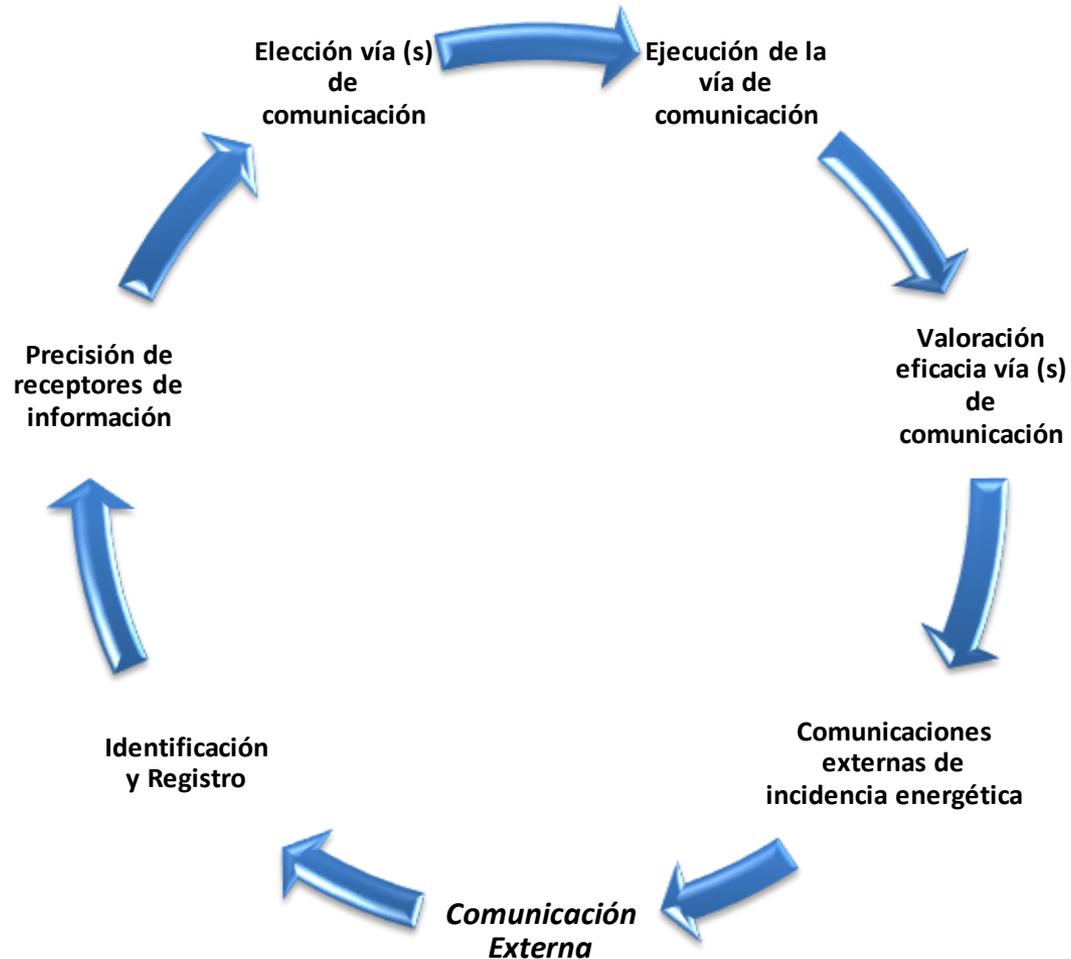
ABREVIATURAS

- **GC:** Grupo de Comunicaciones y Prensa.
- **AE:** Áreas encargadas.

<u>SOLICITUD</u>	<u>ÁREAS ENCARGADAS (AE)</u>	<u>GRUPO DE COMUNICACIONES Y PRENSA (GCP)</u>
Identificación de la solicitud		X
Precisar receptores de la información	X	X
Selección vía de comunicación		X
Ejecución de la vía de comunicación	X	X
Valoración de la eficacia de la vía de comunicación		X
Comunicaciones externas de incidencia energética	X	X

- **Identificación de la solicitud:** Reconocer el requerimiento periódico y mantener el respectivo registro para el seguimiento.
- **Precisar receptores de la información:** Detalle del alcance que tendrá la información entregada.
- **Selección vía de comunicación:** Elección de la manera de transmisión de la información más adecuada para el momento.
- **Ejecución de la vía de comunicación:** Realización de producto informativo para su difusión.
- **Valoración de la eficacia de la vía de comunicación:** Revisión de la efectividad del medio utilizado en la entrega de la información solicitante por el tercero.
- **Comunicaciones externas de incidencia energética:** Se analizará junto a las áreas encargadas la repercusión de un cambio repentino que ponga en peligro la imagen y el equilibrio natural de la organización (momento de crisis).

PROCEDIMIENTO



RESPONSABILIDADES EN LA APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS

<u>HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS</u>	<u>ÁREAS ENCARGADAS (AE)</u>	<u>GRUPO DE COMUNICACIONES Y PRENSA (GCP)</u>
Ruedas de prensa		X
Comunicados de Prensa		X
Gira de Medios		X
Comunicación de Crisis	X	X

- *Ruedas de prensa:*

Es el contacto directo que se utilizará a través de una convocatoria para el acercamiento de los voceros de la entidad con los medios masivos de comunicación. Se realizará con una programación previa en el que se dará a conocer algún tema de interés nacional.

- *Comunicados de Prensa:*

Será el puente de conexión directo entre el IPSE y la opinión pública, se emitirá cada vez sea necesario, para anunciar, aclarar o solicitar aclaración frente a una situación determinada. Deberá ser un texto concreto y que contenga los principales puntos del tema a tratar y la postura oficial del Instituto frente a este.

- *Gira de Medios:*

Se utilizará en situaciones específicas que ameriten mejorar, profundizar o iniciar relaciones con alguna población o medio de comunicación, en donde el objetivo será la visibilización del trabajo que se realiza el IPSE en el territorio nacional y su impacto social.

- *Comunicación de Crisis:*

Ante un cambio repentino que ponga en peligro la imagen y el equilibrio de la institución, y teniendo en cuenta las etapas de un momento de crisis, se deberá actuar de acuerdo a los protocolos y procedimientos establecidos en el manual de crisis del IPSE.⁷

MARCO NORMATIVO

- Resolución No. 20141000003515 de 19-12-2014

“Por la cual se adopta la política de actualización del Modelo Estándar de Control Interno – MECI, para el Instituto de Planificación y Promoción de Soluciones Energéticas para las Zonas No Interconectadas – IPSE, y se dictan otras disposiciones”.

1. Actualización de Misión y Visión del Instituto, de conformidad con las políticas de desarrollo administrativo.
2. Adoptar el Manual de Operaciones del Instituto.
3. Adoptar las Políticas de Administración del Riesgo.
4. *Adoptar la Política de Comunicaciones, interna y externa.*
5. Actualizar la Resolución No. 20081300000645 del 15 de abril de 2008, mediante la cual se adoptó la aplicación de las tablas de retención documental.

SISTEMA COMUNICATIVO

- Toda información emitida por el Instituto saldrá desde la **Dirección General** del IPSE, como representante del Instituto, las **Áreas Encargadas** y del **Grupo de Comunicaciones**, dirigida a la opinión pública en general o cualquier ente externo solicitante.

COMUNICACIÓN ENTRANTE

La información recibida por parte del IPSE, de alguna parte externa, a la dirección del Instituto o al Grupo de Comunicaciones:

- La información recibida podrá variar, dependiendo el requerimiento periodístico.
- La información podrá ser solicitada a través de los canales establecidos por el instituto (correspondencia, correo electrónico, redes sociales).

COMUNICACIÓN SALIENTE

Información oficial saliente del IPSE, desde la Dirección General o del Grupo de Comunicaciones a cualquier ente solicitante. Las principales funciones serán:

- Responder requerimientos recibidos de manera efectiva.
- Informar de los aspectos más importantes del trabajo energético y medio ambiental del Instituto.

COMUNICACIÓN EN DOBLE VÍA

Se favorecerán las vías de comunicación empleadas, facilitando respuestas a las partes interesadas la información, indicando en todos los tipos de comunicaciones siempre datos de contacto.

RENOVACIÓN DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN

Toda herramienta nueva que facilite transferencia de información, particularmente programas informáticos, podrá ser considerada y utilizada como vía de comunicación, luego de la respectiva aprobación por parte de la Dirección General del Instituto.

EVALUACIÓN EFECTIVIDAD VÍAS DE COMUNICACIÓN

Periódicamente se analizará eficacia de las vías de comunicación por parte del Grupo de Comunicaciones y la Dirección General.

REGISTRO DE REQUERIMIENTOS

Los registros obtenidos de la puesta en marcha de este procedimiento, resultarán de los requerimientos impuestos por los medios de comunicación y serán utilizados para llevar un detalle minucioso de las solicitudes y de las respuestas generadas.

Gracias

Grupo de Comunicaciones y Prensa

Febrero 2015