



Instituto Nacional de Metrología
de Colombia

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGÍA (INM)

2019 - 2022



CONTENIDO

	Página.
1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVO GENERAL	3
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
3. ALCANCE DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES (PEC)	4
4. LINEAMIENTOS GENERALES	4
4.1 POLÍTICA DE COMUNICACIONES	4
4.2 GRUPOS DE VALOR OBJETIVO DEL PEC.....	4
4.3 COMUNICACIÓN INTERNA.....	4
4.4 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	5
5. CONCLUSIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
6. ANEXOS	5

1. INTRODUCCIÓN

Un Plan de Comunicación es un conjunto de directrices, estrategias y acciones comunicativas que se ordenan y articulan para la consecución de un propósito comunicativo. En este caso se identifican una serie de estrategias, iniciativas y tácticas las cuales incluyen una serie de actividades que persiguen el logro de objetivos estratégicos.

Buscando el despliegue de la Estrategia Nacional de Metrología, el fortalecimiento de la imagen corporativa y el posicionamiento del Instituto Nacional de Metrología (INM), surge el Plan Estratégico de Comunicaciones 2019-2022.

En este plan, se plantean acciones de comunicaciones, que le permitan al Instituto dar a conocer sus ejecutorias, lograr que grupos de valor lo identifiquen, y entiendan su actividad. Basado en un reconocimiento institucional de la importancia que tiene la comunicación como componente estratégico y transversal tanto a nivel interno como externo, claramente definido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG.

Es importante destacar la necesidad de fortalecimiento de actividades de comunicación interna que permitan generar fluidez de la información institucional, buscando pertenencia, identidad y dinamismo diario en los servidores de la entidad. Por esto es que se debe contar con un trabajo coordinado y de equipo entre dependencias como: Gestión de Talento Humano, Servicios Administrativos, TIC, entre otros.

Este plan retoma elementos del INM inmediatamente anterior, y dará a conocer acciones mediante las cuales, en materia de comunicación, buscará mejorar la ejecución de sus objetivos misionales, considerando la transversalidad de los procesos de la entidad.

Además de la normatividad legal básica, el Plan se sustentará en la Ley 1712 del 6 de marzo de 2014, la cual regula el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y excepciones a la publicidad de información.

Se hace necesario que cada uno de los grupos de valor encuentren relevante a INM para sus objetivos particulares. Se debe explicar por qué es importante el INM y la metrología y el rol que cada uno juega en el mismo.

2. OBJETIVO GENERAL

Institucionalizar la comunicación, orientada al cumplimiento de principios como: La transparencia, de buena fe, facilitación, de no discriminación, gratuidad, celeridad, eficacia, calidad de información, divulgación proactiva de la información, responsabilidad en el uso de la información.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Convertir las actividades de comunicación en un elemento indispensable en la consolidación de la imagen institucional y de acercamiento con las partes interesadas.
- Establecer actividades que permitan materializar las políticas de comunicación interna y externa, promoviendo procesos de información de confiabilidad y reconocimiento.

- Lograr cohesión entre las audiencias internas, de manera que se los objetivos particulares y los objetivos estratégicos de la Entidad, vayan encaminados al fortalecimiento institucional.
- Buscar que INM sea una fuente de información para la toma de decisiones de corto y mediano plazo a las partes interesadas.
- Establecer un flujo de comunicación permanente entre las diferentes dependencias a nivel central y descentralizado.
- Establecer directrices, conductos, canales, interacción entre áreas y objetivos comunicacionales, el quehacer diario y el deber ser del área proceso de Comunicaciones.
- Fomentar la participación entre las dependencias, en procesos de comunicación estratégicos.
- Acercar al público la estrategia institucional del INM.
- Apoyar el logro de los objetivos Institucionales.

3. ALCANCE DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES (PEC)

El presente plan, define y direcciona las comunicaciones de INM, tomando la comunicación interna y la comunicación externa, mediante elementos de autorregulación. Este plan será evaluable periódicamente y se empezará a ejecutar a partir del segundo semestre de 2019, e irá hasta el cuarto trimestre de la vigencia 2022.

4. LINEAMIENTOS GENERALES

Buscando el logro de los objetivos, así como lo planteado en este Plan, se hace necesario tener en cuenta las siguientes generalidades, las cuales serán la herramienta fundamental, aclarando que el cumplimiento de las actividades será revisado o renovado cada año, dependiendo de la asignación de recursos:

4.1 POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La política de comunicación del Instituto Nacional de Metrología está definida en el E-03-M-01 Manual de Comunicaciones.

4.2 GRUPOS DE VALOR OBJETIVO DEL PEC

Los grupos de valor objetivo del Instituto Nacional de Metrología están definidos en el E-03-M-01 Manual de Comunicaciones, y se encuentran alineados con los definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI).

4.3 COMUNICACIÓN INTERNA

En el INM la Comunicación Interna está caracterizada por la construcción de sentido de pertenencia y por el establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración de los colaboradores, sin perjuicio de la jerarquización propia de la estructura institucional.

Es importante fomentar en los colaboradores un sentido de pertenencia, una cultura organizacional en torno a una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público, contribuyendo al fortalecimiento continuo del clima laboral.

Las demás políticas o lineamientos generales relacionados con la comunicación interna del INM están definidos en el E-03-M-01 Manual de Comunicaciones y en el Procedimiento E-03-P-01 Comunicación Interna y Externa.

4.4 COMUNICACIÓN EXTERNA

La Comunicación Externa hace referencia a todos los datos que son generados desde o hacia el cliente y/o usuario externo. A través de este tipo de comunicación, la organización está en contacto directo con la ciudadanía y las partes interesadas y otros organismos; o en contacto indirecto pero que afecta su desempeño, como el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico, entre otros.

En este sentido, se hace necesario construir el concepto como algo inherente a la cultura organizacional y no solamente como una práctica focalizada de manera exclusiva en la difusión de mensajes informativos; entendiendo, que la comunicación es la forma concreta de cómo se expresa la cotidianidad de la cultura de la entidad.

En busca de tener un verdadero fortalecimiento Institucional, basado en los frentes comunicacionales, se debe tener una orientación hacia la ciudadanía.

Las demás políticas o lineamientos generales relacionados con la comunicación externa del INM están definidos en el E-03-M-01 Manual de Comunicaciones y en el Procedimiento E-03-P-01 Comunicación Interna y Externa.

4.5 CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los canales y medios de comunicación del INM y los lineamientos establecidos para su gestión están definidos en el E-03-M-01 Manual de Comunicaciones.

5. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES (PEC)

El diseño del Plan estratégico de comunicación parte de interpretar una situación que requiere ser transformada y de formular las políticas de comunicación de la entidad, de manera alineada con el Plan Estratégico Institucional definido para la vigencia 2019-2022.

La Gestión del proceso de comunicaciones se enfoca en el mejoramiento continuo a través de objetivos estratégicos o estrategias que permiten fortalecer la comunicación en todos sus ámbitos, para lo cual, el PEC cuenta con tres ejes, tres objetivos estratégicos, ocho iniciativas y veinte tácticas, los cuales se pueden observar en el Anexo 1. PEC 2019-2022

5. ACTIVIDADES PEC

Los desgloses de las actividades definidas para el cuatrienio están contenidos en la Anexo 1. PEC 2019-2022. Dicha matriz será actualizada periódicamente, haciendo seguimiento a las actividades que permitirán el desarrollo de objetivos estratégicos, iniciativas y tácticas para cada vigencia. De igual forma, la E-03-F-~~XX~~ *Matriz de Seguimiento Actividades PEC* se alimenta durante la vigencia, de acuerdo con lo establecido en el Procedimiento E-03-P-01 Comunicación Interna y Externa.

6. ANEXOS

- Anexo 1. PEC 2019-2022

Rodolfo Manuel Gómez Rodríguez
Secretario General

Elaboró: Luis Fernando Oviedo Herrera

Anexos: Anexo 1. PEC 2019-2022