



**El ambiente
es de todos**

Minambiente

**CAMPAÑA DE
COMUNICACIÓN
INTERNA “SOMOS
MADS”.**

PROCESO
Administración del Sistema
Integrado de Gestión
Versión 1
15/06/2022

MADSIG
Sistema Integrado de Gestión

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

CONTENIDO

| | |
|---|----------|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| 1. ANÁLISIS SITUACIONAL..... | 3 |
| 2. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA SOMOS MADS..... | 4 |
| 2.1 OBJETIVO GENERAL | 4 |
| 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 4 |
| 3. PÚBLICOS OBJETIVOS..... | 4 |
| 4. MARCO ESTRATÉGICO - DOFA | 5 |
| 4.1 DEBILIDADES..... | 5 |
| 4.2 OPORTUNIDADES..... | 5 |
| 4.3 FORTALEZAS..... | 5 |
| 4.4 AMENAZAS..... | 5 |
| 5. VALORACIÓN DE LA ESTRATEGIA E INCLUSIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 5 |
| 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN | 6 |
| 6.1 ONLINE | 6 |
| 6.1.1 PIEZAS GRÁFICAS..... | 6 |
| 6.1.2 VIDEOS..... | 6 |
| 6.1.3 PRODUCTOS AUDIOVISUALES..... | 6 |
| 6.1.4 PODCAST | 6 |
| 6.1.5 WEBINARS..... | 7 |
| 6.2 OFFLINE..... | 7 |
| 6.2.1 CAMPAÑAS INTERACTIVAS TIEMPO REAL | 7 |
| 7. PLANIFICACIÓN..... | 7 |
| 8. MEDICIÓN | 8 |

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

INTRODUCCIÓN

El sistema Integrado de Gestión se ha posicionado en el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como un sistema en crecimiento, la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG en las entidades públicas han sido la oportunidad para el fortalecimiento y la visibilización del Sistema Integrado de Gestión que depende en gran medida de la voluntad de la alta dirección.

La situación coyuntural de cuarentena debido al COVID-19 ha forzado el teletrabajo y la adaptación y uso de las herramientas tecnológicas para seguir operando, lo que se constituye como una oportunidad para el fortalecimiento del Sistema Integrado de Gestión, así como el sistema de comunicaciones haciendo uso de estas tecnologías. No obstante, para la vigencia 2022 y con los esfuerzos por retomar la presencialidad en el Ministerio la campaña de comunicación interna Somos MADS será una estrategia Mixta, haciendo uso de las dos alternativas ya bien sea presencial o digital todo dependerá de la necesidad y la forma de comunicar las temáticas.

De acuerdo con lo anterior es necesario fomentar el compromiso de la alta dirección en el mantenimiento del SIG y fortalecer el sentido de pertenencia por parte de todos los actores involucrados, resaltando la visualización de contenidos de divulgación en procesos que se generan a partir del constante crecimiento que se abarca dentro de la entidad para sí generar propuestas visuales y audiovisuales que argumenten a través de la imagen la evidencia y resultado de cada uno de ellos, adicional de fomentar en la participación de los espacios físicos que genere el Sistema Integrado de Gestión.

Por ello el Sistema Integrado de Gestión junto a la Oficina Asesora de planeación implementa esta estrategias Mixtas como una alternativa de circulación de datos y temáticas en donde todos y cada uno de los participantes mediante la divulgación y participación eventos, de las comunicaciones difundidas a través de redes sociales, comunicación POP, contenido digital e impreso ubicado en las instalaciones del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible se estarán enterando de forma directa y eficaz de los resultados permanentes por parte de los actores involucrados generando así un sentido de pertenencia en las temáticas y dominio del sistema Integrado de Gestión.

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

A partir, de nuestro Marco Estratégico se generan características acompañadas de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas quienes nos dan un logro de caracterización frente aún posible acercamiento de situaciones de comunicación.

Es por eso que desde la perspectiva multidimensional este tipo de formatos a implementar no solo aportan valor al público a quién se le presente, también refuerza la idea de que estás pensando en ellos y en cómo se pueden acoplar acciones que previamente han sido valoradas siendo nuestro respaldo para implementar nuevas ideas; visualizando los resultados durante su permanencia y participación dentro del MADSIG y las diferentes dependencias.

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

2. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA SOMOS MADS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir y reforzar las comunicaciones o difusiones ya sean digitales o análogas en la gestión y apropiación de los colaboradores y sus roles y responsabilidades para la implementación, mantenimiento y mejora del Sistema Integrado de Gestión.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comunicar las actividades que se desarrollen dentro del proceso del Sistema Integrado de Gestión.
- Promover una comunicación con enfoque multidireccional, que permite el reconocimiento de los espacios en desarrollo incluyendo sus avances y resultados.
- Generar y mejorar espacios propios para el reconocimiento de la campaña Somos MADS en los diferentes canales de comunicación como YouTube, Correo Institucional, Issuu, Podcast y Power BI vinculando de forma efectiva todas las plataformas.
- Reajustar la innovación y divulgación de contenido entre los colaboradores, facilitadores y líderes de procesos del Ministerio como proceso colectivo de difusión y participación del Sistema Integrado de Gestión.
- Sensibilizar y contribuir a la aplicación de buenas prácticas en cada uno de los componentes del Sistema Integrado de Gestión.

3. PÚBLICOS OBJETIVOS

Todos los servidores públicos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Dividido en los siguientes grupos principales:

- Directivos, Líderes de proceso y coordinadores de las áreas misionales
- Facilitadores
- Servidores en general
- Empresas contratistas que prestan servicios relacionados con el control operacional de los sistemas de gestión.
- Servidores de las entidades adscritas y vinculadas al sector relacionadas con el MIPG.

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  Sistema Integrado de Gestión |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

4. MARCO ESTRATÉGICO - DOFA

4.1 DEBILIDADES

- Desconocimiento, poca información por parte de los servidores.
- Poco interés de los colaboradores frente al Sistema Integrado de Gestión.
- Dificultad de usuarios externos para acceso a los medios de comunicación del ministerio.
- Poca interacción y participación de los servidores y contratistas del ministerio con las estrategias generadas.
- Poca retroalimentación de las estrategias o encuestas implementadas por servidores y contratistas del ministerio.

4.2 OPORTUNIDADES

- Uso de nuevas tecnologías para impulsar la estrategia de comunicación.
- Refrescar la imagen de la estrategia, mejorando la asertividad de comunicación y la innovación de formatos.
- Continua actualización normativa o de otros lineamientos del modelo integrado de planeación y gestión.
- Inclusión de procesos digitales y análogos para fortalecer los canales de comunicación.

4.3 FORTALEZAS

- Herramientas de la estrategia de comunicación implementadas y en constante mejora.
- Recurso humano profesional y capacitado para el sostenimiento de las estrategias de comunicación.
- Canales Transversales de Comunicación.
- Sistema de información MADSIGestión e Intranet Colibri.
- Documentación e información del Sistema Integrado de Gestión.

4.4 AMENAZAS

- Filtración de información no oficial que perjudique al Sistema.
- Fallas en los servidores o canales de comunicación donde reposa la información.
- Poca articulación entre dependencias para socializar información.
- Poca participación y voluntad directiva frente a las estrategias de comunicación.

5. VALORACIÓN DE LA ESTRATEGIA E INCLUSIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Se analiza la situación - contexto.
- Se evalúa una posible estrategia.
- Se genera la prueba piloto de la estrategia para saber que tan efectiva es.
- Se determina la estrategia en los medios de comunicación
- Se seleccionan los medios de comunicación.

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  Sistema Integrado de Gestión |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

- Se implementa la estrategia dentro del tono comunicacional que se elige a partir de la evaluación y consideración del proceso.

6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

6.1 ONLINE

- Intranet – Pagina WEB / MADSIGestión / Colibrí - Espacio OAP
- Correo Institucional Masivo
- Canal de Youtube / MADSIG
- Plataforma de visualización Issuu – MADSIG
- Plataforma Power Bi
- Redes sociales de comunicación directa como: WhatsApp, TEAMS y plataformas Alternativas.
- Encuestas de Percepción

El contenido puede ser generado en diferentes formatos, la finalidad depende de la necesidad a comunicar y d determinar la posibilidad más pertinente. Desde la Campaña SOMOS MADS se han generado diversos formatos que se proyectaran a continuación.

6.1.1 PIEZAS GRÁFICAS

Nuestro eje central para todas las comunicaciones ya sean impresas o digitales serán identificadas y reforzadas con nuestra mascota SIGMO, permitiendo una familiarización con el personaje, adicional de que los desarrollos pueden ser Infografías, E- books, guías, listas, afiches, empaques, etiquetas, mockups, mailing, piezas de contenido, Material BTL, Infografías impresas, separadores de libros, stickers para redes de mayor comunicación.

6.1.2 VIDEOS

Aumento de interacción y participación de los colaboradores en nuestro Canal de Youtube, refresh de contenido, disminución de la tasa de rebote, contenidos internos virales y fáciles de compartir.

6.1.3 PRODUCTOS AUDIOVISUALES

Innovación y actualización de Video tutoriales, Videos informativos, Videos de muestra de resultados, Anuncios, Videos testimoniales, Videos de formación E-learning y Videos colaborativos.

6.1.4 PODCAST

Para la vigencia 2022 en el marco de la campaña pretendemos diversificar y potencializar la participación de las dependencias en temáticas de interés común para todos los colaboradores del Ministerio, incrementando audiencia y la difusión de la información, mediante episodios cortos con contenidos innovadores, estratégicos y planeados que aporten e informen a nuestro público objetivo respondiendo las necesidades de los colaboradores que se presenten frente al Sistema Integrado de Gestión.

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

6.1.5 WEBINARS

La participación Presentaciones en directo para la audiencia que se sabe tiene interés por el tema a tratar, en esta se pueden compartir los medios anteriores ya que es una recopilación directa de los temas a tratar.

6.2 OFFLINE

Para la vigencia 2022 reforzaremos la difusión e implementación de Hashtags # para fortalecer la identificación y apropiación de los roles del Sistema Integrado de Gestión con respecto a la mascota central de la campaña SOMOS MADS / SIGMO reiterando la intención de adaptarse a los sistemas que conforma el modelo MIPG del Sistema Integrado de Gestión, identificando a los sistemas con un color determinado. Abarcando los archivos impresos para visualización de datos, tips, ayudas de memoria, guías visuales o implementación de estrategias del grupo MADSIG.

6.2.1 CAMPAÑAS INTERACTIVAS TIEMPO REAL

Las campañas interactivas a tiempo real se basan en actividades lúdicas, informativas y de apropiación para los colaboradores del Ministerio de Ambiente con respecto a las temáticas del Sistema Integrado de Gestión y como estos afectan o aportan a cada una de sus dependencias.

Con contenido en:

- € **#SIGMOteinvita**
- € **#JuegaconSIGMO**
- € **#SIGMOinforma**
- € **#SIGMOresponde**
- € **#SIGTONIZATE / Podcast**
- € **#SIGoyente**
- € **#TipsconSIGMO**

7. PLANIFICACIÓN

Teniendo en cuenta los puntos anteriores, se dispone a planificar todo el contenido de la estrategia, este está diseñado para identificar cuáles son los aportes y diferencias de cada etapa ajustando así los mensajes del producto que se piensa para la entrega final.

Una vez el plan estratégico esté en marcha el grupo MADSIG puede utilizar este plan como guía conductora a las muestras futuras en procesos de resultado tomando decisiones a corto y largo plazo.

| | | |
|---|---|---|
| MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE | CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA “SOMOS MADS |  Sistema Integrado de Gestión |
| | Proceso: Administración del Sistema Integrado de Gestión | |
| Versión: 1 | Vigencia: 15/06/2022 | Código: DS-E-SIG-34 |

8. MEDICIÓN

La estrategia de la campaña de comunicación Somos MADS es medida a partir de:

- Eventos, Sesiones u Espacios destinados según la necesidad de comunicar.
- Examinar la visibilidad
- Identificar el número de visitas e interacciones
- Analizar estadísticas / formularios / encuestas
- Medir el alcance
- Responsive de los colaboradores