



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE  
Instituto Distrital de Recreación y Deporte

## MANUAL DE COMUNICACIONES IDRD

COPIA IMPRESA NO CONTROLADA



## TABLA DE CONTENIDO

1.	<b>MARCO NORMATIVO</b>	4
2.	<b>OBJETIVO</b>	4
3.	<b>ALCANCE</b>	4
4.	<b>PARTES INTERNAS DE LA COMUNICACIÓN</b>	5
	Interna	5
	Externa	5
5.	<b>POLÍTICAS DE COMUNICACIONES</b>	5
	5.1. Política General	5
	5.2. Políticas de Comunicación Organizacional o Interna	5
	Políticas de Comunicación Informativa o Externa	5
6.	<b>VOCERO OFICIAL</b>	6
7.	<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	6
	7.1. Segmentos internos	6
	7.2. Responsables del suministro de la comunicación	7
	7.3. Información que se debe o requiere comunicar	7
	7.4. Características del contenido a divulgar	7
	7.5. Medios de Comunicación	7
8.	<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	9
	Responsables del suministro de la comunicación	9
	Requerimientos de los medios	9
	Aspectos a tener en cuenta para la comunicación	9
	Medios de Comunicación	10
9.	<b>INFORMACIÓN QUE DEBE SER COMUNICADA EN LA PÁGINA WEB</b>	12
10.	<b>COMUNICACIÓN POR REDES</b>	13
11.	<b>COMUNICACIÓN EN CASO DE CRISIS</b>	13
	11.1. Definición de crisis en el IDRD	13
	11.2. Fuentes que generan una crisis.	13
	11.2.1. Naturales	13
	11.2.2. Humanas	13



11.3. Pasos a seguir en caso de crisis.	14
<b>12. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE INCLUYENTE</b>	<b>15</b>
<b>13. PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>15</b>
13.1. Definición	15
<b>14. MEDICIÓN, RETROALIMENTACIÓN Y MEJORA DEL PROCESO DE COMUNICACIONES</b>	<b>16</b>

COPIA IMPRESA NO CONTROLADA

## MARCO NORMATIVO

Desde la creación de los Sistemas de Gestión, soportados en las diferentes normas técnicas y que han sido adoptadas y adaptadas para el sector público como la NTCGP 1000:2011, el Modelo Estándar de Control Interno y la Norma Técnica Distrital NTD SIG 001:2011, la comunicación se ha identificado como un requisito elemental para el funcionamiento de cualquier sistema de gestión.

De acuerdo a lo anterior, para la implementación del Sistema Integrado de Gestión en el IDRDR es de vital importancia que se mantenga una comunicación efectiva entre la Alta Dirección y los diferentes niveles de la organización, entre los colaboradores, y la entidad u organismo Distrital y sus usuarios y partes interesadas, lo que permite que se constituya en un elemento transversal y de vital importancia en la gestión institucional.

Por ello se emite el presente lineamiento que define directrices, orientaciones y herramientas en el marco de la planeación, ejecución, medición y mejoramiento del proceso de comunicación organizacional, con el propósito de asegurar procesos comunicativos e informativos oportunos, dirigidos tanto a los colaboradores como a los ciudadanos, visibilizando la gestión y los resultados generados por la entidad u organismo Distrital en pro del bien común, y posicionando su imagen institucional.

## 2. OBJETIVO

El presente documento tiene por objeto establecer las directrices para:

- La comunicación de la alta dirección con los niveles organizacionales del IDRDR.
- Definir los mecanismos de comunicación interna y externa en el IDRDR.
- Dar a conocer a los servidores públicos la metodología a seguir y el responsable de la comunicación oficial en caso de presentarse una crisis donde se vea comprometido el IDRDR.

## 3. ALCANCE:

El proceso cubre la atención a las necesidades de divulgación e información interna y externa, así como la consolidación y recopilación de la información, ajustándola a los formatos y medios adecuados para dar a conocer la gestión institucional a los diferentes tipos de públicos como son: servicios vigilados, funcionarios y colaboradores, gremios, entidades estatales y medios de comunicación (manejos de medios, entrevistas e informes periodísticos).

## 4. PARTES INTERESADAS DE LA COMUNICACIÓN

- **Interna:** Conformada por junta directiva, directivos, funcionarios (as) y contratistas.
- **Externa:** Conformada por entidades de control, visitantes, clientes, usuarios, medio ambiente, comunidad, estado, proveedores.



## **5. POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

### **5.1. POLÍTICA GENERAL**

La identificación y trámite ante la Oficina Asesora de Comunicaciones de la información a divulgar interna y externamente se realizará mediante el diligenciamiento del formato de solicitud de servicios. Para ello se tendrán en cuenta criterios tales como importancia e impacto estratégico, afectación en el desarrollo de las actividades de competencia del Instituto, generación de visión compartida, trabajo colaborativo y sentido de pertenencia.

### **5.2. Políticas de Comunicación Organizacional o Interna**

- La Oficina Asesora de Comunicaciones divulgará la información que considere debe ser conocida por los servidores públicos de la Entidad, previa remisión veraz y oportuna de la misma por parte de las áreas interesadas en su difusión, en el formato estipulado para ese fin por el Sistema Integrado de Gestión, el cual debe avalar con su firma el Subdirector respectivo o el Jefe de Oficina únicamente.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones contribuirá a través de sus diversos canales informativos, al conocimiento y apropiación por parte de todos los servidores públicos del IDRD, de los proyectos, planes, programas y eventos dirigidos a la comunidad usuaria de sus servicios.
- Los servidores públicos del IDRD son agentes multiplicadores de la información institucional recibida internamente de parte de la Oficina de Comunicaciones, para que llegue al mayor número de usuarios.
- El diseño de piezas comunicacionales para la divulgación de información de interés de los clientes internos del instituto corresponde a la Oficina Asesora de Comunicaciones; no obstante la responsabilidad por la veracidad, oportunidad e integridad de la información que requiere ser divulgada es de los solicitantes.

### **5.3. Políticas de Comunicación Informativa o Externa**

- La única dependencia encargada de preparar, suministrar y enviar información escrita, oral o audiovisual a los medios masivos y periodistas, es la Oficina Asesora de Comunicaciones, cuya relación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad, claridad, confianza, y oportunidad. Ningún funcionario o contratista del Instituto puede asumir labores inherentes al trabajo de prensa de la Entidad sin previa autorización.
- La información que las dependencias del Instituto consideren importante para su divulgación externa, debe remitirse por escrito y de manera detallada en el formato estipulado en el Sistema Integrado de Calidad. La Oficina Asesora de Comunicaciones, revisará dicha información para analizar la forma más adecuada para su divulgación.



- Es función exclusiva de la Oficina Asesora de Comunicaciones adelantar contactos y aprobar la programación de transmisiones, en directo o diferidas, en los canales de televisión públicos o privados u otros medios masivos, y/o disponer el cubrimiento de eventos organizados o apoyados por el Instituto.
- Todo material gráfico y de diseño relacionado con la promoción y divulgación de eventos y programas del IDRDR como afiches, volantes, plegables, pancartas, pendones, pasacalles, invitaciones, escarapelas, libros, memorias, carpetas, boletines, calendarios, avisos de prensa, botones, esferos, libretas, mobiliario urbano, dummies, tarimas, backing, globos, entre otros, deben ser diseñados, revisados y aprobados por la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Para la elaboración de uniformes, camisetas, pantalonetas, chaquetas, sudaderas, cachuchas, maletines y canguros, entre otros, relacionados con eventos deportivos y recreativos, así como en el caso de las ligas deportivas que tengan el aval del IDRDR, es indispensable solicitar a la Oficina Asesora de Comunicaciones el visto bueno y/o aprobación del diseño antes de su producción.
- Las solicitudes de publicación de información en la pagina web, deben estar autorizadas y su contenido remitido a través de correo electrónico por el responsable de la dependencia y/o área.
- Para la elaboración de publicidad exterior como vallas de obras, remodelación, ampliación y construcción, vallas móviles de obra y todo lo relacionado con la señalización de parques y escenarios, se debe solicitar a la Oficina Asesora de Comunicaciones la entrega de logotipos y diseños de acuerdo al Manual de Identidad Visual de la Alcaldía Mayor y el Manual de Identidad Visual en Obra.

## **6. VOCERO OFICIAL**

El vocero oficial del IDRDR ante los medios de comunicación es el (la) Director (a) General o el servidor público que éste delegue, quienes en consenso con la Oficina Asesora de Comunicaciones designarán el o los funcionarios que pueden responder a las preguntas presentadas por los medios informativos.

## **7. COMUNICACIÓN INTERNA**

### **7.1 Segmentos internos**

Se definen como públicos de interés comunicacional interno los colectivos enumerados a continuación:

- Miembros de la Junta Directiva.
- Directivos.
- Funcionarios.
- Contratistas.



Los grupos mencionados anteriormente se convertirán también en los receptores activos de la estrategia de comunicación aquí planteada.

## 7.2 Responsables del suministro de la comunicación

- Oficina Asesora de Comunicaciones
- Líderes o jefes de dependencia y/o áreas.

## 7.3 Información que se debe o requiere comunicar

- Elementos de la filosofía institucional de la Entidad.
- Elementos de significación para la cultura organizacional del Instituto (valores, creencias e historias).
- Eventos institucionales de interés directo para los grupos de interés interno.
- Campañas de sensibilización relacionadas con los subsistemas contemplados en el Sistema Integrado de Gestión del IDRD.
- Campañas que promuevan el bienestar de los servidores públicos.
- Novedades relacionadas con la gestión interna de los procesos.

## 7.4 Características del contenido a divulgar

- Actualizado.
- Proveniente de fuentes oficiales.
- Oportuno.

## 7.5 Medios de Comunicación

PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Interno	Intranet Institucional Comunidad IDRD	Red en la que se aloja contenido de interés para funcionarios (as) y contratistas, que puede ser consultada en cualquier momento. Su actualización está a cargo de la Oficina de Comunicaciones.	Virtual	Funcionarios	No tiene periodicidad
Interno	Altavoz	Sistema electrónico de parlantes distribuidos en el interior de la sede administrativa del Instituto, a través de los cuales la Oficina de Comunicaciones promueve los sucesos relevantes de inmediata atención y participación por parte del personal de la entidad.	Audio	Funcionarios	Cada vez que las actividades lo requieran

PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Interno	Cartelera Plotter	Espacios verticales de mediano tamaño, ubicados al respaldo del área de recepción del IDR, donde la Oficina de Comunicaciones destaca afiches promocionales plotteados con la información de las actividades institucionales más impactantes, para enterar de su realización a servidores y visitantes que transitan por allí.	Visual	Funcionarios	No tiene periodicidad
Interno	Retablos	Recurso de comunicación constituido por fotografías ampliadas de los eventos recreodeportivos más sobresalientes realizados por el Instituto, que son fijados en las paredes de la sede administrativa del IDR con un propósito decorativo e ilustrativo de los quehaceres institucionales.	Visual	Funcionarios	Permanente
Interno	Boletines de Control Interno	Publicaciones periódicas virtuales producidas por la Oficina de Control Interno para informar detalladamente al personal del Instituto en qué consiste y como opera el control interno en el IDR	Virtual	Funcionarios	Cada vez que las actividades lo requieran
Interno	Correo Masivo comunidad.idrd@idrd.gov.co	Dirección electrónica institucional a través de la cual se difunde información concreta, prioritaria e inmediata sobre actividades, cambios, notificaciones y eventos que interesan al personal de la Entidad.	Virtual	Todos	Permanente
Interno	Carteleras	La Oficina de Comunicaciones tiene a su cargo únicamente tres de ellas, ubicadas, dos al ingreso de la Dirección General, y la tercera en el hall de ingreso de la sede administrativa, en las cuales se promocionan las actividades institucionales a través de comunicados y recortes de prensa, afiches y plegables, entre otros.	Impreso	Todos	Permanente



PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Interno	Página Web	Medio interactivo en Internet que incluye la información escrita y gráfica del IDRD para consulta del público interesado en conocer sus ofertas de recreación, deporte, parques y actividad física.  Allí también encuentran una descripción del Instituto, sus programas, formato para préstamo de Parques y Escenarios, consulta web de Peticiones, Quejas, Reclamos y Soluciones (PQRS), mapas y el listado de parques y escenarios, los cuales pueden ser descargados.	Virtual	Todos	Permanente

## 8. COMUNICACIÓN EXTERNA

### 8.1 Responsables del suministro de la comunicación

- Oficina Asesora de Comunicaciones
- Director (a) General o quien delegue.

### 8.2. Requerimientos de los medios

Frente a los requerimientos de los medios, los servidores públicos de la entidad deben proceder de la siguiente manera:

- Informar directamente al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Antes de hablar con el periodista de un medio, se debe esperar que la Oficina Asesora de Comunicaciones explore las razones que motivaron al comunicador a buscar al funcionario o la información.
- Cuando se trate de derechos de petición que tienen origen en periodistas o medios de comunicación, lo más conveniente es entregar la información lo más pronto posible sin tomarse todo el tiempo que por ley se tiene para la respuesta.

### 8.3. Aspectos a tener en cuenta para la comunicación

El responsable de la dependencia y/o área debe:

- ✓ Mantener al día a la Oficina Asesora de Comunicaciones con las actividades que se adelantan y que son de interés público.
- ✓ Confirmar que las actividades están programadas e informadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- ✓ Constatar que en todos los eventos se utilice adecuadamente la imagen institucional, conforme a lo establecido por la entidad.
- ✓ Asegurar que cualquier pieza de comunicación que se utilice esté previamente aprobada por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

#### 8.4 Medios de Comunicación

PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Externo	Página Web	Medio interactivo en Internet que incluye la información escrita y gráfica del IDRD para consulta del público interesado en conocer sus ofertas de recreación, deporte, parques y actividad física.  Allí también encuentran una descripción del Instituto, sus programas, formato para préstamo de Parques y Escenarios, consulta web de Peticiones, Quejas, Reclamos y Soluciones (PQRS), mapas y el listado de parques y escenarios, los cuales pueden ser descargados.	Virtual	Todos	Permanente
Externo	Comunicado de prensa	Canal divulgativo oficial de las actividades del IDRD que se ocupa por lo general de un solo tema institucional o de varios ocasionalmente. Son numerados progresivamente y se remiten a los correos electrónicos de periodistas de medios de comunicación, acompañados según la necesidad de fotografías.	Virtual	Todos	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Rueda de prensa	Convocatoria a medios de comunicación masivos y comunitarios para ofrecerles información, a través del vocero oficial del IDRD o su designado, de un suceso de gran importancia para la comunidad capitalina. Terminada su intervención es	Cara a Cara	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran.



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE  
Instituto Distrital de Recreación y Deporte

PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
		interrogado por los periodistas para ampliar su contenido.			
Externo	Difusión en tarima	Promoción de las actividades masivas que efectúan los presentadores en cada uno de los eventos que lleva a cabo el Instituto. En ocasiones se acompaña con videos promocionales presentados en pantallas gigantes ubicadas en los costados de la tarima.	Cara a Cara	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Campañas informativas	La Oficina Asesora de Comunicaciones está capacitada para desarrollar campañas informativas, que incluyen estrategia, diseño de piezas, plan de medios y demás factores inherentes a las mismas. Para tal fin es importante el presupuesto que cada programa o evento tenga dispuesto o la consecución de un patrocinio externo.	Impreso	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Pantallas Campín y móvil	Tres en total ubicadas, dos en el estadio El Campín y la tercera rodante en un vehículo, utilizadas para promocionar tanto las actividades propias del IDR D como las de la Alcaldía Mayor y demás Instituciones Distritales. Su empleo requiere de ciertas especificaciones técnicas, por lo que es necesaria la aprobación de la oficina de Comunicaciones del Instituto.	Visual	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Pancartas / Pendones en parques y escenarios del IDR D	Cada evento realizado por la Entidad es acompañado visualmente con estas importantes piezas, estratégicamente ubicadas en todos y cada uno de los escenarios donde se llevan a cabo.	Visual	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Redes sociales, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram	Empleadas en la divulgación y promoción de los eventos institucionales, con inmediatez e interacción con los usuarios de las mismas. Desde la Oficina Asesora de Comunicaciones se desarrollan estrategias digitales que permitan	Visual	Ciudadanía en general	Permanente

PARTE INTERESADA	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
		posicionar al IDR, aumentar el tráfico de visitas al portal y proponer la mejor forma de respuesta para los ciudadanos que nos siguen en ellas.			

## 9. INFORMACIÓN QUE DEBE SER COMUNICADA EN LA PÁGINA WEB

La información mínima a publicar en la página web acata lo establecido en el Manual de Gobierno en Línea vigente y la Ley 1712 de 2014 o Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, que contempla entre otros aspectos los mecanismos para la atención al ciudadano, horarios y días de atención al público, preguntas y respuestas frecuentes, noticias, programación de actividades locales, directorio de servidores públicos y contratistas, normatividad y presupuesto general, entre otras.

Dicha información se encuentra divulgada en la página web del IDR en el icono Ley de Transparencia al cual se accede haciendo clic sobre la imagen.

## 10. COMUNICACIÓN POR REDES

Con el fin de promover la desconcentración de la comunicación, el IDR generará diálogos entre dependencias y/o entidades para que el proceso comunicativo esté al alcance de todos los servidores. De esta forma, no sólo se asegura la democratización, el acceso y la ampliación de cobertura en el intercambio de información, sino que además facilita el control, pues involucra con responsabilidades directas a todos y cada uno de los colaboradores de la organización.

Por esta razón el IDR integra la Red de Comunicadores del Distrito, que asegura la unicidad de conceptos y mensajes, y promueve que todas las entidades y organismos Distritales orienten sus esfuerzos hacia unos objetivos comunes y de ciudad.

La Red está conformada por los responsables de las oficinas de comunicaciones o quien hace sus veces en las entidades Distritales cabeza de sector, como representantes de cada uno de los sectores de desarrollo administrativo establecidos en el Distrito Capital. Las funciones de esta Red son las siguientes:

- Fijar estrategias para el desarrollo conjunto de acciones, productos y campañas internas.
- Articular esfuerzos en materia de estrategias y requerimientos comunicacionales.
- Orientar la implementación de estrategias de divulgación de los diferentes ejes del Plan de
- Desarrollo Distrital.



- Socializar experiencias distritales exitosas en materia de comunicación organizacional.
- Presentar planes, proyectos, estrategias y avances sectoriales en materia comunicacional.
- Fijar mecanismos de comunicación para los miembros de la Red, a través de los cuales se
- Socialicen logros, avances, lineamientos, políticas y estrategias acordados y adoptados al interior de la misma.

## 11. COMUNICACIÓN EN CASO DE CRISIS

En caso de crisis, el vocero de la entidad será el Director General de la entidad o la persona a quién designe, previa revisión por parte de la alta dirección con el apoyo de la Oficina Asesora de comunicaciones y expertos consultores en caso de que se requiera.

Esta vocería se realizará una vez se cuente con toda la información relacionada con la crisis y previa preparación del vocero para su presentación frente a la opinión pública.

### 11.1. Definición de crisis en el IDRD

Situación imprevisible que se puede llegar a presentar en la sede del IDRD así como en los parques, escenarios y demás lugares de trabajo donde el IDRD tiene presencia con actividades recreo deportivas, y se convierte en un riesgo de opinión pública que puede afectar la reputación del Instituto, su imagen e incluso tener repercusiones financieras o legales.

### 11.2 Fuentes que generan una crisis.

**11.2.1 Naturales:** Tormentas, inundaciones, sismo, granizada, rayos.

**11.2.2. Humanas.**

- **Ambientales :** contaminación del medio ambiente, Incendios y explosiones.
- **Por seguridad :** intoxicaciones, accidentes en oficinas, parques , escenarios, ciclovía y demás espacios donde el IDRD tenga presencia, seguridad informática, atentados contra las propiedades o la integridad física de los servidores públicos.
- **Relacionados con corrupción:** Peculados, cohechos, prevaricatos y otros incidentes que involucren a integrantes de la entidad.
- **Información inadecuada y/o errada:** El manejo inadecuado de la información puede conducir al desperdicio de recursos, el quebrantamiento de la

confidencialidad y la incapacidad de responder a la(s) necesidades de la comunidad y pérdida de credibilidad de la institución.

### 11.3 PASOS A SEGUIR EN CASO DE CRISIS.

La Oficina Asesora de Comunicaciones obrará conforme a los siguientes numerales:

1. Elaborar los mensajes informativos como: comunicados, discursos, boletines, avisos de prensa, avisos en prensa fúnebres, ruedas de prensa, los cuales deben ser claros, completos, coherentes.
2. Estos mensajes deben contener, de acuerdo con cada caso, la siguiente información:
  - Hora, lugar, características del hecho, implicados, responsables.
  - ¿Qué?, ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿por qué?
  - Agradecimiento, reconocimientos, condolencias (en caso de requerirlo)

3-El vocero debe:

- ✓ Ser honesto y contar con credibilidad pública.
- ✓ Ser atento y accesible para dar información y recibir inquietudes.
- ✓ Ser respetuoso y cordial en la entrega de la información y en las relaciones comunicativas.
- ✓ Ser claro, concreto, preciso y contundente en la entrega de la información.
- ✓ No especular.
- ✓ Dar las declaraciones en orden lógico.
- ✓ Cuidar el lenguaje verbal y gestual
- ✓ Mantener el control emocional.
- ✓ Escuchar antes de hablar
- ✓ Seguir los lineamientos escritos preparados para su vocería y los lineamientos de comunicación para el caso de crisis de la entidad.
- ✓ Presentar las características del problema y las acciones que se emprenderán con sus respectivos plazos.

Así mismo, en una declaración, el vocero tendrá presente de antemano los siguientes datos que pueden ser suministrados por la Oficina Asesora de Comunicaciones:

- Nombre del periodista.
- Nombre de la empresa del periodista e información particular de la misma.



- Temas y asuntos a tratar, datos de contexto, estadísticas, antecedentes.
- Posición que asume la entidad y temas relevantes.

### **Cómo actuar en una crisis**

- Tomar control de la situación
- Tener claro el qué, quien, cómo, dónde y por qué de la crisis
- No especular
- Definir un mensaje
- Reaccionar con rapidez
- Tomar la iniciativa en los medios
- Atender a los medios
- Ante todo mostrar hechos.

### **Qué no hacer en una crisis**

- Si no es noticia, no se debe crear una.
- No permitir que otros informen primero a los medios
- No dejar que otra fuente informe sin que su posición sea tomada en cuenta.
- Impedir que todo el mundo actúe como vocero.

## **12. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE INCLUYENTE**

El IDRD acoge lo dispuesto en el Acuerdo 381 de 2009, que promueve el uso del lenguaje incluyente, para lo cual empleará en sus productos comunicacionales expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos.

## **13. PLAN DE COMUNICACIONES**

### **13.1 Definición**

Es la herramienta que sirve para planificar las acciones y estrategias de comunicación que permitan cumplir el objetivo de dar a conocer a la comunidad, la información de las actividades misionales del IDRD.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones del IDRD es necesario contar con los formatos: **Control de Publicación de la Información y Actividades de Gran Impacto**, los cuales deberán ser diligenciados por los funcionarios responsables de las dependencias que requieran publicar información en cumplimiento de la ley y de sus funciones, así como de planificar, promocionar y ejecutar actividades o eventos orientados a la satisfacción de nuestros usuarios y partes interesadas.

El Plan de Comunicaciones se elaborará con una frecuencia semestral, para lo cual, las dependencias enviarán la información en los formatos mencionados a la Oficina Asesora de Comunicaciones en los primeros 10 días del mes de diciembre y junio de cada año.

Cuando se trate de actividades de gran impacto para el IDR y la ciudadanía, como el Festival de Verano, Noche de Velitas, Semana de la Bicicleta, Foro Internacional de Parques, entre otros, las dependencias responsables, deberán diligenciar **Formato Actividades de gran impacto**.

**-Anexo Formatos:**

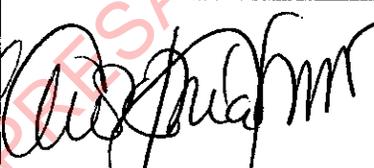
**1-Control Publicación de la Información**

**2-Actividades de gran impacto**

**14. MEDICIÓN, RETROALIMENTACIÓN Y MEJORA DEL PROCESO DE COMUNICACIONES**

El proceso de Comunicaciones será evaluado semestralmente con el fin de comprobar avances, aciertos y detectar errores y mejoras en las acciones en el marco del cumplimiento de los objetivos e impactos esperados. Para ello se escogerán instrumentos de medición como encuestas, entrevistas, grupos focales, entre otros.

**APROBACIÓN**

REVISÓ	VALIDÓ	APROBÓ
 <b>MARTHA RODRÍGUEZ MARTÍNEZ</b> Jefe Oficina Asesora de Planeación	 <b>ANA MARÍA FORERO ROMERO</b> Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	 <b>PEDRO ORLANDO MOLANO PÉREZ</b> Director General
		Fecha de Aprobación: <b>121 NOV 2016</b>