

Plan Estratégico de Comunicaciones

1. Contexto:

La comunicación es un elemento transversal y estratégico que contribuye a la consolidación de la misionalidad del SPE, entidad adscrita al Ministerio de Trabajo, y tiene como propósito fortalecer la cultura organizacional y la imagen de la Entidad, así como realizar acciones de divulgación y sensibilización con los grupos de interés internos y externos.

En este contexto, la Dirección General, por medio de la Asesora de Comunicaciones, a través de este Plan Estratégico de Comunicaciones, brinda los lineamientos para gestionar las comunicaciones internas y externas de la Entidad a partir de la definición puntual de las acciones que se alinean con los objetivos misionales.

El documento plantea acciones orientadas hacia el posicionamiento del SPE como marca de eficiencia y como una Entidad que lidera y desarrolla iniciativas relacionadas con el mercado laboral en Colombia.

Así mismo, se busca facilitar a los grupos de interés el acceso a la información sobre los resultados de la gestión institucional, divulgar las actividades y estrategias que realiza la Entidad.

A partir de esta perspectiva, a continuación, se presentan el marco de referencia institucional y los componentes que conforman este plan, tales como los objetivos, el alcance, las estrategias y las acciones que serán desarrolladas por la Asesora de Comunicaciones.

El Servicio Público de Empleo (SPE) enfrenta actualmente desafíos significativos en cuanto a su visibilidad y comprensión de su misión, tanto a nivel interno como externo. Esta falta de posicionamiento se ha traducido en confusiones acerca de la función principal de la Entidad, impactando no solo en las audiencias externas, sino también entre el personal interno.

Adicionalmente, la ausencia de un Asesor de Comunicaciones desde enero de 2022 hasta abril de 2023, ha generado la carencia de directrices claras para la estrategia de comunicaciones del SPE. Es esencial destacar que, al no ser una Oficina asesora de Comunicaciones depende del apoyo de diferentes contratistas, quienes, debido a sus obligaciones específicas en sus contratos, presentan limitaciones contractuales. Esta situación ha contribuido a la pérdida de la memoria histórica de la Entidad, incluso resultando en la pérdida de acceso a plataformas de redes sociales, como Facebook.

La falta de coordinación en el acceso a la página web por parte de diferentes áreas refleja incongruencias en la presentación de información en este canal, evidenciando la necesidad de una revisión integral de los procesos de comunicación interna y externa del SPE.

Así mismo, se observa que las estrategias y programas implementados dentro del SPE no han sido articulados internamente por las áreas involucradas. En este sentido, resulta necesario establecer una planificación y ejecución más efectiva. Esto se fundamenta en la premisa de que la información difundida a través de los diversos canales de comunicación de la Entidad tenga un alcance de manera claro y preciso al público objetivo.

2. Marco de referencia institucional:

Los siguientes elementos hacen parte de la filosofía de la actual administración y son el eje que rige la estructura de la entidad:

2.2 Misión:

Administrar y promocionar el Servicio Público de Empleo (SPE), con un enfoque de calidad a través del funcionamiento oportuno y eficiente de la red de prestadores en el ámbito de la articulación e integración de las políticas activas del mercado de trabajo.

2.3 Visión:

En el año 2030 la Unidad del Servicio Público de Empleo será reconocida a nivel nacional e internacional como una Entidad líder en la implementación de políticas públicas de empleabilidad, cumpliendo con los principios del Servicio Público de Empleo, para lograr la prestación formal y de calidad de los servicios de gestión y colocación de empleo a través de la Red de Prestadores.

2.4 Objetivos Estratégicos institucionales:

- Expandir las capacidades de gestión de la red de prestadores para el acceso al empleo y el fomento de trayectorias laborales que permitan más y mejores oportunidades para que la población logre sus proyectos de vida, con un enfoque de inclusión.
- Potencializar el uso de información territorial para la conexión de oportunidades laborales en sectores estratégicos para la transformación productiva y la inclusión laboral.
- Dinamizar la transformación del territorio a través de la red de prestadores del servicio público de empleo para el beneficio de las personas, empresas e instituciones.
- Fomentar la efectividad de los servicios de gestión y colocación de empleo, con una orientación hacia los resultados.
- Impulsar una gestión y cultura organizacional innovadora para robustecer el desempeño institucional de la Unidad del SPE a través de herramientas efectivas.

Funciones Asesora de Comunicaciones:

- Asesorar al Director General en la formulación, implementación y evaluación de la política pública de comunicaciones y su plan estratégico.
- Desarrollar políticas, planes y programas para el manejo de la imagen institucional de la Entidad, garantizando el cumplimiento de los parámetros establecidos para tal fin.
- Coordinar el diseño y desarrollo de contenidos y estrategias de comunicación interna y externa de la Entidad de acuerdo con las políticas institucionales, que permitan un flujo permanente y oportuno de la información al interior de la UAESPE.
- Asesorar a las diferentes áreas de la Entidad, en sus procesos de comunicación y coordinar la movilización de la información que contribuya al logro de los objetivos, metas y a la realización de productos comunicativos efectivos.
- Coordinar el acceso a la información sobre la UAESPE a fin de proyectar una imagen corporativa consolidada.
- Asistir a la Dirección General en la ejecución de seminarios, foros, eventos y reuniones de carácter interno e interinstitucional, verificando el cumplimiento de la política comunicativa e informativa UAESPE.
- Coordinar los procesos de divulgación fortalecimiento y consolidación de la identidad e imagen corporativa al interior de la Entidad, así como en escenarios externos, mediante el uso de estrategias de amplio impacto ciudadano.

- Atender y apoyar todos los lineamientos relacionados con la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión de conformidad con la normatividad vigente.
- Elaborar y presentar oportunamente los informes que le sean requeridos por las autoridades competentes, los organismos de control y las demás dependencias de la Entidad.
- Atender las peticiones y consultas relacionadas con asuntos de su competencia.
- Desempeñar las demás funciones asignadas por la autoridad competente de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño de cada cargo.

3. Componentes del Plan Estratégico de Comunicaciones

3.1 Objetivo:

Establecer las acciones para lograr una comunicación integral y adecuada que permita divulgar a los grupos de interés internos y externos la misionalidad del SPE a través de los medios de comunicación más idóneos. Así como fortalecer la red de prestadores y generar y difundir información estadística relevante en el mercado laboral.

3.2 Alcance:

El Plan inicia con el diseño de las acciones o estrategias comunicativas que permitan divulgar a los grupos de interés internos y externos misionalidad del SPE. La vigencia de este plan es para el año en curso, es decir, 2024.

3.3 Generalidades:

- Toda información destinada a la publicación o difusión en los medios de comunicación de la Entidad o que esté dirigida al público interno o externo debe ser revisada y aprobada por la Asesora de Comunicaciones del SPE
- La información noticiosa contenida en la página web se debe realizar según los lineamientos establecidos, tomando como base el diagnóstico de la página web, realizado por la OIT
- En aras de promover la inclusión social y la participación ciudadana, el lenguaje usado en todas las acciones debe ser incluyente, respetuoso, transparente, oportuno y efectivo, evitando la exclusión, discriminación o estigmatización de las personas.
- La línea gráfica y audiovisual debe responder a los lineamientos establecidos en el Manual de Imagen Institucional del SPE, ateniendo de igual manera los requerimientos del Ministerio o Presidencia en caso tal. Se buscará que los contenidos se ciñan a las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo establecidas por la Real Academia Española.
- Las solicitudes deben ser realizadas a través del correo electrónico comunicacionesspe@serviciodeempleo.gov.co y al correo de la Asesora o Asesor de turno
- Así mismo, las solicitudes deben contener toda la información relacionada con la descripción de la solicitud y los archivos anexos que sirvan de insumo para el diseño de las estrategias o contenidos comunicacionales. Esto debe estar asociado en el Formato de Comunicaciones que se encuentra la Intranet
- La gestión de las comunicaciones debe estar articulada a las metas estratégicas de la Entidad. Esto incrementa su pertinencia, relevancia y eficacia para la divulgación y desarrollo de actividades públicas.

- Las áreas que realicen solicitudes de comunicación interna y externa serán las responsables de la veracidad y calidad de la información que brinden y se utilice como insumo para la producción de piezas comunicativas.
- Las áreas son responsables de las autorizaciones de sus Subdirectores o Supervisores para la publicación de documentos en los canales de la Entidad
- Ninguna pieza comunicativa o contenido audiovisual puede ser divulgado sin previa aprobación y autorización del/a Asesora de Comunicaciones
- Los comunicados y boletines de prensa deben elaborarse de acuerdo con las necesidades del Plan Estratégico

4. Estrategia de comunicaciones

4.1 Estrategia de comunicación interna:

Objetivos internos:

- Fortalecer y posicionar los productos y canales de comunicación interna de la Entidad a fin de que los/las colaboradores los conozcan en su totalidad, los identifiquen y los utilicen como medio informativo.
- Visibilizar ante los/las colaboradores los proyectos, programas, actividades, planes y logros de la Entidad a través de contenidos comunicativos, a fin de fortalecer el sentido de pertenencia por la Entidad.
- En articulación con el equipo de Talento Humano, desarrollar acciones para resaltar la labor realizada por los colaboradores y su parte humana: incluir información como fechas de cumpleaños, conmemoración de las profesiones, entre otros.
- Permanecer en constante comunicación con las subdirecciones para tener en cuenta la información técnica que se debe difundir a los/las colaboradores, tales como cambios en formatos, nuevos procesos, normativa aplicable, implementación de leyes, etc.

Audiencia:

Nº	AUDIENCIAS	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
1	Colaboradores/as del SPE	Interna	Funcionarios/as y contratistas naturales que se encuentran vinculados a la Entidad en sus diferentes subdirecciones y contribuyen a los logros de los objetivos y la misionalidad.	Se espera que los/las colaboradores/as incrementen su sentido de pertenencia hacia la Entidad y se conviertan en multiplicadores de la información clave de la Unidad.

Canales de Comunicación interno:

N°	CANAL INTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Correo electrónico / Mailing	Se utiliza para difundir información al interior de la Entidad y, en algunas ocasiones, al público externo, como a los medios de comunicación y periodistas. Su uso es exclusivamente institucional. El envío de información masiva se filtra mediante los correos de las áreas o a través de comunicaciones@serviciodeempleo.gov.co	El lenguaje utilizado en los contenidos que se envían a través del correo electrónico debe ser respetuoso e incluyente. Para el manejo de las cuentas institucionales. La información que se envía a través de las cuentas institucionales deberá ser clara y concisa, y deberá contar con el aval de la Asesora de Comunicaciones

Producto de comunicación interno

1. Boletín interno			
DESCRIPCIÓN	ESTRUCTURA	PERIODICIDAD	RESPONSABLES/TIEMPOS
Medio de comunicación virtual que contiene información sobre las principales actividades de la Entidad durante el mes, así como información de interés general para el público interno.	El boletín se compone de un tema central que en el mes es tendencia en la Entidad, incluye la portada y datos relevantes sobre el mismo en las secciones que lo conforman.	Trimestral	- Equipo de comunicación - Toda la Entidad dado que de allí se gestionan los contenidos

4.2 Estrategia de comunicación externa

Fortalecer la relación con medios de comunicación, periodistas, editores o colaboradores de medios masivos, comunitarios, alternativos, universitarios, regionales, digitales que producen información de interés relacionada con la misionalidad del SPE, esto incluye la gestión de prensa o *free press*, reuniones de trabajo, ruedas o conferencias de prensa, visitas a medios, entrevistas, respuestas a cuestionarios, acompañamiento a medios, debates en los que participe el/a director/a o sus delegados/as.

Como parte de esta función, el SPE debe desarrollar actividades concretas como:

- Monitoreo de medios.
- Actualización de bases de datos de periodistas, editores y de los medios de comunicación.
- Crear los mensajes claves de las campañas de comunicación y las piezas de divulgación respectivas, tales como: convocatorias, comunicados de prensa, boletines, videos, notas para la página web.
- Coordinar y supervisar la creación y producción de piezas comunicativas.

Objetivos:

Divulgar y visibilizar los proyectos, programas, planes y logros del SPE con el propósito de posicionar la imagen de la Entidad y fortalecer las relaciones, diálogo y participación con las diversas audiencias.

Audiencias:

AUDIENCIAS	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
Ciudadanía en general	Externa	Personas que viven en Colombia, de una u otra manera, tienen relación o se benefician de los servicios de la Entidad.	Se espera que estas personas comprendan la misionalidad de la Entidad
Red de prestadores	Externa	Agencias, bolsas, entes territoriales o privados, APE SENA	De esta audiencia se espera que se conviertan en aliados estratégicos a la hora de difundir la información clave relacionada con la gestión de la Entidad y coadyuven al posicionamiento de la marca SPE en los sitios donde prestan los servicios.

Medios de comunicación / redes sociales / ciudadanos/as con acceso a plataformas digitales	Externa	Periodistas y medios de comunicación masivos con cobertura comunitaria, local, regional y nacional y que tienen injerencia en la opinión pública. Seguidores/as en redes sociales e influencers digitales.	Con esta audiencia se espera lograr una mayor cercanía y establecer un canal efectivo de comunicación para que la gestión del SPE alcance mayor difusión en el territorio local, regional y nacional. A la vez que se conviertan en aliados a la hora de implementar estrategias
Jefes de prensa y equipos de comunicaciones del Ministerio	Externa	Servidores/as públicos/as y contratistas naturales que hacen parte de Entidad Adscritas al Ministerio de Trabajo	Con el apoyo de las oficinas de prensa y comunicaciones del Distrito se espera que los mensajes alcancen una mayor audiencia y logren un mayor impacto en las personas, buscando ampliar la difusión de la información.
Academia	Externa	Estudiantes, docentes y todo el personal académico que hace parte de las instituciones educativas de la ciudad.	Se pretende que busquen al SPE por su generación de contenido estadístico en el Mercado Laboral

Actividades Principales:

- **Cubrimiento noticioso:** Investigación de temáticas, consulta de fuentes de información, grabación audiovisual, toma de fotografías, entrevistas, etc.
- **Elaboración de contenidos productos noticiosos:** Comunicados, boletines, guiones para productos audiovisuales, mensajes o *copys* para piezas gráficas o audiovisuales, especiales, programas, etc.
- **Elaboración de contenidos productos:** Campañas, parrilla de mensajes, *copys* para piezas gráficas, guiones para piezas audiovisuales, etc.
- **Eventos externos:** Apoyo comunicacional en la organización de eventos a través de convocatorias, elaboración de piezas, divulgación de contenidos, presentación, protocolo y registro del evento. Si se requiere cubrimiento en un evento, se debe avisar a Comunicaciones mínimo con 5 días hábiles de antelación con el fin de poder coordinar al equipo. Es importante que, en el formato, quede el detalle y alcance del evento para saber qué material POP se requiere de la Entidad. Es decir, si se requieren pendones, folletos, elaboración de notas de prensa, entre otros.
- **Divulgación y relacionamiento con medios:** Envío de boletines de prensa y material audiovisual para *free press* en medios de comunicación. Coordinación para la divulgación de contenido en canales propios. Relacionamiento y acompañamiento a periodistas y líderes de opinión en entrevistas y grabaciones.
- **Monitoreo de medios:** Monitorear todas las menciones relacionadas con el SPE, su misionalidad y sus directivos/as en medios masivos, comunitarios, alternativos y digitales para desarrollar acciones comunicacionales que fortalezcan la imagen institucional y contrarresten el ruido comunicacional, evitando crisis mediáticas.



@servicio
empleocol



@SPE
Colombia



Servicio Público
de Empleo (SPE)

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL
DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO
Carrera 7, No. 31-10, Pisos 13 y 14, Bogotá D.C.
www.serviciodeempleo.gov.co



@ServiciodEmpleo



Canales de comunicación:

Nº	CANAL EXTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Página web	Este canal de comunicación permite difundir información de la Entidad para el público interno y externo. Es un sitio de consulta para la ciudadanía y permite conocer noticias de la entidad, información detallada sobre los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y evaluación, así como de interés general.	El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente. El 2024 es el año para realizar los ajustes arrojados en el diagnóstico de la OIT. Es importante que Comunicaciones sea quien administre y suba los contenidos o información en la página web.
2	Redes sociales	Divulgación de contenidos a través de: - Facebook - Twitter - Instagram - YouTube - LinkedIn	Se divulgan videos, fotografías, piezas gráficas, fotos, mensajes, transmisiones en vivo, historias, posicionamiento de palabras clave o <i>hashtags</i> , etc. El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente.

Acciones de comunicación externa:

Nº	ACCIÓN	ACTIVIDAD	INDICADOR CUMPLIMIENTO	FECHA
	Comunicación Externa: Comunicar las oportunidades que ofrece la red de prestadores y los servicios disponibles para apoyar a la	Publicar contenidos que promocionen las acciones de inclusión laboral (calendario poblacional)	Número de publicaciones/número de publicaciones recibidas	Marzo 2024
		Realizar un boletín para comunicar y difundir a los prestadores información del SPE	Boletín trimestral	Febrero 2024
		Realizar la gestión para lograr free press en medios nacionales o locales de las buenas prácticas	Número de publicaciones	Febrero 2024
		Realizar la gestión para comunicar en	Número de publicaciones	Febrero 2024

1	población en la consecución de sus proyectos de vida a través del empleo, por medio de canales propios y medios nacionales o locales	medios material de promoción que permita la visibilización de la oferta de servicios y de la gestión misional de la Entidad incluído 1 código cívico		
		Diseñar un mecanismo de difusión para aumentar las publicaciones a través de diferentes formatos	Número de mecanismos implementados	Febrero 2024
		Boletín externo a prestadores	Número de boletines enviados	Febrero 2024
		Incrementar el número de interacciones en redes sociales	Número de interacciones	Enero 2024
		Comunicar las diferentes estrategias de la Entidad	Número de publicaciones / número de publicaciones recibidas	Marzo 2024
		Realizar la gestión de free press para comunicar diferentes actividades de la Entidad (eventos, páneles, entre otros)	Número de publicaciones en medios nacionales o locales	Marzo 2024
		Actualizar la página web, en términos comunicacionales, de acuerdo con el insumo recibido por OIT	Número de actualizaciones en el trimestre	Febrero 2024
		Abrir espacios que permitan un diálogo vinculante con los prestadores para, identificar sus necesidades y socializar el	Número de reuniones	Marzo 2024



@servicio
empleocol



@SPE
Colombia



Servicio Público
de Empleo (SPE)

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL
DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO
Carrera 7, No. 31-10, Pisos 13 y 14, Bogotá D.C.
www.serviciodeempleo.gov.co



@ServiciodEmpleo



		portafolio de servicios y la gestión de la Entidad, en términos de comunicación		
		Fortalecer los mensajes comunicacionales del SPE con el fin generar contenido para facilitar la búsqueda de empleo	Número de publicaciones	Febrero 2024
2	Comunicación Externa: Posicionar al SPE como referente de información de la oferta y la demanda laboral que contribuya a los diferentes sectores	Gestionar un plan de difusión de los boletines e información del Grupo de Estudios	Número de publicaciones	Abril 2024
		Promocionar y difundir los logros de la Entidad de manera periódica	Número de Publicaciones	Junio 2024

Vocería del SPE:

Proporcionar directrices generales para establecer la participación de la Dirección General en espacios estratégicos que fomenten la visibilidad y gestión de la política del Servicio Público de Empleo y la Red de Prestadores, colaborando con actores estratégicos externos tanto del ámbito público como privado. Así como brindar indicaciones sobre el relacionamiento de los asesores de la Dirección con las Subdirecciones y Secretaría General.

Espacios de participación y relacionamiento de la Dirección:

- El vocero oficial de la entidad es la directora general o quiénes sean designados por la directora de manera previa.
- En las declaraciones en medios o entrevistas, la vocera será la directora, quien deberá estar informada previamente para preparar la intervención. En caso de los medios escritos, toda la información a publicar debe ser revisada previamente por la asesora de comunicaciones.

Se priorizará la intervención de la directora general en espacios:

- En los que participen dignatarios de igual o mayor nivel jerárquico del Gobierno Nacional, esto incluye Ministros, Viceministros, Directores de entidades del Gobierno, Alcaldes y Gobernadores (con énfasis en municipios y gobernaciones con categoría especial 1).
- Donde se tengan como invitados principales a directores o gerentes de organizaciones no gubernamentales, internacionales, gremios o de empresas que se consideren estratégicas.
- En los que se busque articular acciones o visibilizar la entidad en temas estratégicos o relacionados con los hitos propuestos por la Dirección.
- De control político o en el marco de proyectos de ley relacionados con la entidad.
- Que aborden temas sensibles para la Unidad relacionados con el Gobierno Nacional.
- Liderados por prestadores autorizados, y en los cuales participe el Directivo de la

organización. Así mismo, se podrán proponer espacios donde se busque impulsar la gestión y visibilizar al prestador en territorio.

- VII. Espacios masivos con potencial comunicacional, en los que se tenga interacción con los ciudadanos (buscadores y empleadores), buscando visibilizar la cercanía de la Unidad con el territorio.

Las personas que sean designadas como voceras en los casos en que no participe la directora, el tema debe ser informado y preparado con anticipación, así como contar con la aprobación del supervisor directo.

El equipo de Comunicaciones debe estar informado previamente del evento o espacio de participación de la Entidad, para gestionar el acompañamiento y definir los que se va a publicar.

Manejo de Crisis

Manejar las situaciones de crisis que ponen en riesgo la gestión transparente, el cumplimiento de metas y las demás tareas propias de la misionalidad es una de las actividades más sensibles de la gestión de las comunicaciones.

Se define como crisis una situación en la cual la reputación, la integridad, sostenibilidad, estabilidad y gobernabilidad del SPE y de quienes la dirigen están en riesgo por cuenta de ataques, la opinión pública o acciones legales emprendidas por terceros contra la Entidad o uno de sus servicios. Es importante tener en cuenta que una crisis se puede basar en hechos ciertos, pero también en confusiones o desinformación.

Cuando se identifica una crisis Comunicaciones, en articulación con la Dirección General, debe garantizar lo siguiente:

- Conformar un Comité de Crisis con directivos y funcionarios/as técnicos que conozcan de primera mano los detalles de la situación.
- Revisar los detalles y construir una narración propia de cómo sucedieron los hechos, quienes están en riesgo o son víctimas de una potencial situación peligrosa.
- Definir las audiencias sobre las cuales es necesario actuar.
- Escoger los/las voceros/as institucionales y técnicos necesarios.
- Diseñar la parrilla de mensajes claves que se van a utilizar.
- Gestionar información en los medios digitales, internos, externos y masivos que se requieran para superar la crisis.
- Evaluar el impacto de la crisis y de la gestión de la Entidad para prevenir nuevas eventualidades en el futuro.
- Contar con un plan de manejo de crisis que conozcan y aprueben los directivos de la Entidad.