PLAN ESTRÁTEGICO DE COMUNICACIONES

Secretaría de Educación Departamental 2019

Claudia Marcela Quintero Lemos

INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

AUDITORÍA DE EMISIÓN

• Análisis de los públicos de comunicación:

De acuerdo a lo planteado por Caprioti en el libro Branding Corporativo, los públicos identificados para la formulación del Plan de Comunicaciones de la Secretaría de Educación Departamental del Chocó, serían en primera instancia, los que denominaremos como Comunidad Educativa, entendiéndose por esta a todo el cuerpo Docente, Directivo Docente (Rectores, Directores Rurales y Coordinadores), estudiantes y padres de familia, quienes son a simple vista los directamente interesados en conocer todo lo relacionado con la Educación a nivel Departamental, regional y nacional.

De igual manera, y a nivel territorial, las Alcaldías y Secretarías de Educación Municipales, los Consejos Comunitarios, las entidades y organizaciones adscritas al Sector Educativo, también hacen parte de los públicos con los que la institución se ha venido comunicando, en la medida en que forman parte del grupo de actores beneficiados, afectados y/o influenciados de todas las acciones de la SED Chocó.

Por último, del grupo de públicos forma parte la ciudadanía en general, que siempre se interesa por los temas Educativos, más en una cultura como la chocoana, donde el gremio docente es mayoritario. Culminan este grupo, los medios de comunicación, quienes además de ser receptores, son aliados fundamentales en la tarea de emprender y replicar cualquier tipo de acción comunicativa.

Análisis de la información enviada:

De 2009 a 2017, debido a los malos manejos administrativos y a las cuantiosas deudas asumidas por la cartera educativa Departamental, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público impuso a la SED Chocó la medida correctiva de asunción temporal de la competencia por parte del Ministerio de Educación Nacional, lo que significó que durante ocho años, la administración de la Educación en el Departamento estuvo a cargo de Secretarios de Educación llamados *Administradores Temporales*, y funcionarios nombrados y contratados por parte del Ministerio.

En 2018, al terminarse dicha medida por el cumplimiento de los indicadores y compromisos pactados para que se diera la culminación de la misma, la Gobernación del Chocó asume nuevamente la administración de la Educación Departamental, y con esto, el reto implícito de demostrar con profesionales chocoanos, capacidad de gestión, transparencia e innovación en la ejecución de los procesos.

Por esta razón, la Oficina de Comunicaciones, consciente de esta situación, ha querido transmitir dichos conceptos en su estilo comunicativo, a través de acciones concretas como la publicación de convocatorias, procesos de selección, invitaciones públicas, y demás estado de trámites y procesos administrativos internos, que le brinden la confianza y sobre todo el conocimiento al público de todas las actividades que desde aquí se emprenden.

De igual manera, se ha tratado de imponer como política interna, que cualquier actividad por mínima que parezca debe ser dada a conocer por la oficina para su divulgación, para con esto demostrar capacidad de gestión y transparencia. De acuerdo con lo anterior entonces, se podría decir que los conceptos y estilos claves comunicados por la entidad son transparencia, innovación, gestión, igualdad, moralidad, eficacia, efectividad, oportunidad, celeridad e imparcialidad.

Los estilos y conceptos de apoyo serían entonces los que están relacionados por un lado con las directrices y el estilo del Director de turno, y por el otro, con las líneas sugeridas por el Ministerio de Educación, la Gobernación del Chocó, y la naturaleza misma del mensaje a difundir. En este caso, se podría decir que los conceptos serían cercanía, empatía, proximidad, confianza, interacción, asertividad e identidad.

Al respecto del volumen y la frecuencia de la comunicación realizada con cada público, se podría decir que se han venido haciendo publicaciones diarias, alrededor de unas 3 o 4 dependiendo del flujo de actividades de la semana, se hace una distribución equitativa para que al menos se realice una publicación por día. Esto, con la intención de manifestar a los públicos que hay un interés institucional de crear espacios de participación e interacción con ellos.

Los conceptos clave y de apoyo se relacionan de manera coherente y complementaria para comunicar los atributos de la entidad, crear y posicionar la imagen corporativa, y ante los públicos de interés constituir una institución líder en comunicación de la información a nivel Departamental. Por un lado, los conceptos clave mencionados, de cierta manera forman parte del deber ser de las entidades de carácter público en el fomento de sus procesos comunicativos. Los de apoyo, como se mencionaba, están

más dados por el enfoque y la estrategia propuesta por cada Director o entidades superiores jerárquicamente, así complementándose los primeros con los segundos.

Análisis de canales de comunicación

Estos son los medios de comunicación que se han utilizado hasta el momento para comunicar desde la SED Chocó:

Canales de comunicación externos Canales de comunicación internos Página web, Correos electrónicos personales y streaming, Sociales, app. masivos Carteleras físicas Correos electrónicos personales y Plantillas masivos. Presentaciones Reuniones, comités, eventos Oficios e informes celebraciones internas. Eventos corporativos Material de divulgación Material POP Boletín interno Ruedas de prensa, boletines y comunicados. solicitudes Atención información clientes externos (Medios de comunicación ciudadanos). Grupos de envió masivo información а través mensajería instantánea (WhatsApp y otros). Cuñas radiales Comerciales en TV Notas y avisos en prensa

Es de reconocer, que para el fortalecimiento de las acciones comunicativas, sería importante fortalecer el aspecto audiovisual, es decir, la producción de piezas en video para la producción de un informativo semanal y para el apoyo de las notas escritas que sean de alto impacto. En el mismo sentido, aunque se realizan cuñas radiales y siempre se ha contado con el apoyo de los medios de comunicación local para la difusión de las noticias en las diferentes emisoras, sería importante contar con un espacio tipo programa o magazine, donde se pudiesen exponer las noticias institucionales, dar a conocer las Circulares, Decretos y Resoluciones y demás directrices de la entidad, ya que por cuestiones geográficas y de infraestructura en las zonas más apartadas del Departamento, este es el único medio de comunicación con

el que cuenta la comunidad educativa y la ciudadanía en general para darse cuenta de lo que sucede en el mundo exterior.

En relación a los "momentos de calidad comunicativa" se podría manifestar que la SED Chocó cuenta con una oficina de Atención al Ciudadano, que es la oficina a través de la cual se recepcionan todas las solicitudes, requerimientos, derechos de petición, tutelas, quejas y/o reclamos. Esta dependencia, refleja los atributos de la entidad en la medida es que es la encargada de la participación ciudadana, de recibir, direccionar y hacer seguimiento a las solicitudes individuales y colectivas de las personas, reflejando así los principios de transparencia, gestión y acceso a la información, anteriormente mencionados.

Por otro lado, el Secretario de Educación, constantemente realiza visitas a los diferentes municipios del Departamento del Chocó, para conocer de manera personal las necesidades que aquejan a las comunidades en el ámbito Educativo y ofrecerles solución. En estos encuentros, él junto a un equipo de trabajo de las diferentes áreas de la entidad, se reúne con los Docentes y Directivos Docentes de las escuelas y colegios de la zona y a la vez que se le da respuesta a sus requerimientos, se les socializa el plan estratégico y las apuestas de la SED en materia de calidad educativa para el año vigente.

Esta es otra de las actividades cotidianas que transmite los atributos de la entidad, ya que genera confianza en la gestión, y a la vez, empatía y cercanía de la administración con la ciudadanía; además, y aquí se hace énfasis en el principio de idoneidad de las herramientas de comunicación, estas actividades son de hecho aprovechadas al máximo para mostrar valor agregado a los públicos y de la ejecución de las mismas se desprenden infinidad de contenidos que son material para publicaciones, como fotografías, audios, videos, historias, etc., en tiempo real y en el largo plazo.

El impacto de las herramientas ha sido medido gracias a las reacciones inmediatas del público, y que mejor medio para conocerlas que las Redes Sociales, las cuales se configuran como la principal herramienta que utilizan los chocoanos para conocer las noticias y actividades de la SED Chocó, debido a la característica de fácil acceso que representa tenerlas al alcance en el teléfono celular y que se hayan convertido en un medio que las personas chequeen constantemente. Además, los contenidos difundidos en las mismas se multiplican y comparten de manera rápida, al igual que en las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp; convirtiéndose entonces en las herramientas de mayor impacto para la difusión de información.

La Radio por otro lado, se configura en un medio de comunicación de alto impacto en el Departamento del Chocó, dado que un alto porcentaje de municipios no cuenta con cobertura de telefonía celular ni conexión a internet, por lo tanto no tienen acceso a información disponible en buscadores o Redes Sociales, no cuentan tampoco con la infraestructura para la recepción de señal de canales de televisión, son zonas de difícil acceso geográfico, y por lo tanto, sólo tienen conocimiento del mundo exterior a través de la Radio.

El impacto de la Televisión no es tan fuerte en el Chocó, debido a que existen solamente dos canales locales que sólo tienen cobertura para la ciudad de Quibdó, y en razón a que la Secretaría es del nivel Departamental y por lo tanto se necesita que la información se difunda en todos los municipios, la televisión no sería un medio primordial o de alto impacto para el plan de comunicaciones.

AUDITORÍA DE RECEPCIÓN

Análisis de los públicos de comunicación

Estudiantes: Son la razón de ser del Sector Educativo, por lo tanto, todas las actividades de comunicación están direccionadas hacia ellos, para que conozcan las diferentes directrices de la Secretaría y estén al día con lo que acontece en el Nivel Central. De igual manera, y lo que se propondrá en el plan de comunicaciones, es que en cierto punto también se conviertan en emisores de información, como una especie de reporteros que ayuden a alimentar los contenidos de la SED dando a conocer las actividades, noticias y proyectos que tienen lugar al interior de sus Instituciones Educativas.

Docentes: Son quienes hacen posible el proceso educativo, conforman un gremio bastante amplio en el Departamento, en el cual también es importante hacer presencia. Se convierten en el puente entre la Institucionalidad (Secretaría, Colegios) y los estudiantes; al igual que ellos son protagonistas y beneficiarios de procesos que también son materia de comunicación.

Directivos Docentes: Garantizan la implementación de la política educativa al interior de las Instituciones, por lo tanto serían los encargados también de coadyuvar en la ejecución de acciones de comunicación. Al igual que los docentes y estudiantes, son protagonistas de procesos y tienen poder de decisión.

Padres de familia: Actúan como núcleo de la sociedad y de cierta forma, se configuran como parte del público de los estudiantes, ya que son los padres quienes, hasta cierto nivel, toman las decisiones por ellos y desde el hogar actúan como educadores en los conocimientos y valores primordiales.

Ciudadanía: Tienen el acompañamiento del Estado en materia de Educación, además ejercen las funciones de veedores y cuentan con una serie de derechos políticos y sociales que les permiten intervenir en la política del país. Es por esto que debe existir con ellos un flujo de información constante de las actividades y la gestión que realiza la entidad, fundamentado en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Nacional (Ley 1712 de 2014).

Medios de comunicación: En primera instancia actúan como receptores de información para posteriormente convertirse en masificadores de la misma a través de sus múltiples canales. Se convierten en aliados estratégicos para la difusión de información a todos los públicos y todos los lugares.

Líderes de opinión: Inciden en la percepción que de las entidades y de las marcas tienen las personas. Son quienes reciben primeramente las ideas y les dan forma en la mente de sus seguidores. A través de la publicación de sus comentarios en Redes Sociales, los líderes de opinión generan reacciones en los públicos consumidores de medios y finalmente en los ciudadanos.

Sindicatos docentes: Las posiciones de los sindicatos docentes tienen bastante peso en las que pueda tomar la SED frente a temas del Sector que los beneficien o afecten a corto o largo plazo. En vista de que se encuentran en un nivel importante para lo que es la Educación en el Departamento, este gremio requiere información constante por parte de la entidad.

Funcionarios y contratistas de la entidad: Son actores primarios en el funcionamiento institucional. De su buena gestión y compromiso dependen la mayor parte de las actividades que permiten el correcto funcionamiento de la SED y por lo tanto las acciones comunicativas. Igualmente, son quienes en primera instancia deben estar bien informados del acontecer institucional y deben garantizar el buen funcionamiento del aparato estatal.

Entidades públicas y privadas: En este grupo estarían contempladas las Alcaldías y Secretarías de Educación Municipales, Consejos Comunitarios, organizaciones de orden local, departamental, regional y nacional que tienen relación con el Sector

Educación, en la medida que cualquier tipo de actividad de comunicación puede converger en la consolidación de alianzas estratégicas que conlleven a beneficios y avances en la cartera.

PÚBLICOS		
Clave	Secundarios	Terciarios
Estudiantes	Sindicatos Docentes	Líderes de opinión
Docentes	Ciudadanía	Entidades públicas y/o
Directivos Docentes	Medios de Comunicación	privadas
Padres de Familia	Funcionarios y/o contratistas de la entidad	

De manera general, ya que más adelante se detallarán los perfiles sociales y psicográficos de cada público, se puede decir que estos grupos de interés esperan comunicativamente que la SED, les brinde información veraz, efectiva, oportuna y en tiempo real, que les abra espacios de interacción y de participación ciudadana y que les permita conocer de primera mano todos los acontecimientos y lineamientos de la Educación Departamental.

Análisis de la información

Dadas las circunstancias de malos manejos administrativos anteriormente mencionados que dieron lugar a la medida correctiva de asunción temporal de la cartera educativa por parte del Ministerio de Educación Nacional, se debe reconocer que desde la época muchas personas no tienen una buena imagen de la institución; aunque, si bien es cierto que esta ha mejorado notablemente gracias a los comprobados logros obtenidos y al cumplimiento en las metas e indicadores impuestos a nivel nacional y que de hecho dieron lugar a que el Departamento reasumiera la administración de la Educación, en algunos grupos sociales aún existe cierta percepción de desconfianza y se relaciona a la entidad con la corrupción, las doctrinas preferencialistas y los arreglos políticos.

Por esta razón, se ha convertido en tarea diaria mostrar todas y cada una de las acciones que se realizan al interior de las áreas, y de manera especial, las cuestiones que involucran la participación de la ciudadanía y que dan cuenta del compromiso interno con la erradicación de la corrupción y la prevalencia de la transparencia y los principios de la función pública.

En ese sentido se han priorizado las publicaciones de licitaciones e invitaciones públicas, vacantes docentes, ofertas para la contratación de profesionales de apoyo, convocatorias para nombramientos o traslados docentes, proyectos de Infraestructura, entre otros.

De acuerdo a las numerosas reacciones y respuestas que se obtienen cuando se publica este tipo de información, podemos afirmar que este es el contenido que los grupos de interés consideran interesante y que les atrae de la SED Chocó; además les gusta leer sobre los logros importantes que consigue la entidad a nivel nacional, el nombramiento o contratación de profesionales jóvenes, la entrega de obras de infraestructura educativa, visitas institucionales a las zonas más apartadas del Departamento, entre otros temas.

La información enviada de manera general y hasta el momento se puede decir que ha surtido efectos positivos, ya que ha contribuido al mejoramiento de la imagen que tienen los ciudadanos de la entidad. Además, al realizar las visitas a los diferentes municipios se ha podido constatar que las personas están al día con las noticias de la SED Chocó ya que así lo han manifestado. De igual manera, la información ha tenido efectos informativos, actitudinales y comportamentales, ya que ha cambiado la actitud negativa, que tenían ciertos públicos respecto a la entidad, y han modificado conductas en la comunidad, como por ejemplo, la de estar revisando constantemente las Redes Sociales institucionales.

Análisis de canales de comunicación

Actualmente los públicos de interés de la SED utilizan primordialmente las Redes Sociales para obtener información de manera permanente y fija sobre la entidad y el Sector Educativo Departamental. Las razones como se esbozaba previamente, son debido al fácil acceso que representan estando disponibles de manera rápida en el celular, que es un artefacto que las personas utilizan prácticamente todo el tiempo. En segunda instancia, el sitio web institucional representa un medio de información frecuentado por los públicos para conocer además de las noticias, actividades, planes y proyectos, toda la normatividad vigente como Circulares, Resoluciones y Decretos.

Es de anotar que el sitio web institucional se configura como medio de obtención de información solamente en el caso de los públicos con acceso a Internet; al igual que la Radio, que aunque está presente en casi todos los municipios del Chocó, la información no está disponible de manera fija, es decir, está supeditada a la



transmisión de las mismas en los Informativos radiales que generalmente son en las horas de la mañana, que los estudiantes y docentes están en clase.

Por el lado de la SED, como se ha hecho hasta el momento y por cuestiones de facilidad, conectividad y demás, sería preferible obtener los contenidos a través de los chats de mensajería instantánea como WhatsApp, donde la información se desarrolla, se difunde y se recibe de manera rápida y eficiente.

PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN



Caracterización de los públicos:

Estudiantes: De toda la población estudiantil en el Chocó, son los que cursan los niveles educativos de Secundaria y Media de los colegios del orden departamental, específicamente de los grados 7° al grado 11°. Estos estudiantes son los que están en contacto con los medios de comunicación de manera directa, y no por medio de sus padres, sin embargo, los impactan los efectos de las acciones comunicativas indirectamente a través de los docentes y directivos docentes de sus Establecimientos Educativos.

En este sentido, se estaría hablando entonces de los estudiantes de las cabeceras municipales y no los de las zonas rurales, ya que los últimos no poseen acceso a los medios de comunicación, solamente a la Radio, medio con el cual no se identifica mucho contacto. También se estaría hablando de estudiantes que están en un rango de edad entre los 12 y los 17 años considerados como adolescentes.

Serían de clase social media baja pertenecientes a los colegios públicos del Departamento, con hábitos de consumo y tendencias provenientes de las Redes Sociales, que son el medio que más consumen hasta donde se los permite la cobertura de telefonía celular e Internet, medios a los cuales acceden a través sus celulares o computadores.

Está naciendo una era de estudiantes activos, liderando paros y movilizaciones masivas en sus municipios en pro de manifestarse ante los problemas que aquejan a sus territorios en materia de infraestructura, calidad de la educación, necesidades docentes, etc., por lo tanto, estos esperan de la SED Chocó, una entidad que pueda ofrecerles soluciones efectivas a dichas problemáticas. Sus ideas y percepciones de la entidad están permeadas por las que les transmiten los docentes y directivos docentes de sus Instituciones, sus padres de familia y la comunidad en la que habitan.

Docentes y directivos docentes: Son personas adultas en un rango de edad entre los 27 y los 60 años, Licenciados en las diversas ramas de la Educación, gran parte de ellos con estudios de posgrado. Son personas que interactúan de manera directa con la organización, a través de los diferentes medios: Radio, Prensa, Redes Sociales, grupos de WhatsApp, correos electrónicos, sitio web, boletines, eventos, contacto personal, etc.

De manera similar a los estudiantes, pertenecen a la clase social media baja e influencian las decisiones de ellos y de los demás miembros de la comunidad educativa de sus colegios y comunidades. Funcionan como transmisores de información para los estudiantes menores pertenecientes a los niveles de Preescolar y Básica, que habitan las zonas rurales. Demuestran un gran interés por obtener información institucional y además de tener la expectativa de que la entidad les ofrezca soluciones a sus problemáticas, quieren obtener visibilidad de las actividades que realizan al interior de los colegios en los distintos medios de comunicación.

Están muy ligados a la Radio, la escuchan en los momentos previos a desplazarse a sus lugares de trabajo y cuando regresan a sus hogares; a las Redes Sociales a través del chequeo constante en sus celulares, al sitio web mediante la consulta frecuente de información en sus Establecimientos Educativos, a la prensa que alcanza a llegar a sus municipios y a los correos electrónicos que periódicamente les llegan de la SED con información institucional. De igual manera, están en permanente contacto personal y telefónico con funcionarios de todos los niveles de la SED.

Padres de familia: Son adultos entre los 30 y los 60 años de edad que tienen como expectativa de la Institución, que esta ponga los esfuerzos posibles desde todos los ámbitos para ofrecerles una educación digna y de calidad a sus hijos, por lo tanto, tienen un alto interés en conocer de primera mano todas las actividades o proyectos que la SED desarrolla para así verificar el cumplimiento de dichas expectativas.

Los padres de familia comparten características similares con el grupo de docentes y directivos docentes, en cuánto a rango de edad, ubicación, estrato social, nivel de Educación (no en todos los casos), hábitos de información y de consumo de medios, medios preferidos, entre otros. Son ellos quienes ejercen influencia sobre los conocimientos y percepciones que tienen del mundo el grupo de estudiantes de niveles inferiores (Preescolar y Primaria), al estos no contar con acceso a los medios de comunicación.

Además, como se mencionaba, son los encargados de la formación académica e integral en el hogar, y de la toma de decisiones, incluso en la población estudiantil adolescente, por lo tanto es de vital importancia su participación en cualquier actividad de comunicación.

Funcionarios y contratistas: Personas entre los 25 y 60 años que laboran en el Nivel Central de la SED Chocó y que tienen como expectativa que la entidad además de cumplir con los objetivos misionales, los mantenga informados de todas las acciones que se adelantan. Son de estrato social medio alto y gran parte de estos tienen niveles de educación en campos como la Administración, Licenciaturas y Derecho, y a diferencia de los otros públicos en este aspecto, se les suman estudios de Especialización, Maestría, Doctorado, por lo que se podría decir que son un público más crítico y que además, tienen bastante conocimiento sobre el funcionamiento del Sector Educativo y la administración pública.

Por laborar en la entidad, se comunican de manera directa con la misma, en el proceso comunicativo ayudan a replicar las noticias tanto en sus Redes Sociales, que son el medio que más consumen, seguido por la página web, la prensa y la radio, como a través del voz a voz, que en un Departamento como el Chocó entra a jugar un papel bien importante. Por experiencia, se puede manifestar que quienes trabajan en

la SED Chocó han sido quienes con el transcurso de los años, han ayudado difundir la información importante a los demás públicos de interés.

Medios de Comunicación: el Departamento del Chocó cuenta con medios de comunicación escritos, televisivos y radiales mayoritariamente con sede y cobertura en la ciudad de Quibdó, y con el auge de las Redes Sociales se han creado perfiles de marcas noticiosas y personas que ya son identificadas como fuentes de información en los diferentes municipios.

Los medios de comunicación utilizan a su vez las Redes Sociales de la SED Chocó y los grupos de mensajería instantánea en WhatsApp para obtener la información de las actividades de la entidad, ya que aquí son compartidas en tiempo real y diariamente fotografías, gráficos, boletines de prensa, audios y videos, por lo tanto los intereses y expectativas de los medios giran en torno a suplir con dicho material, la necesidad de información de la comunidad educativa y ciudadanía en general, en materia de educación.

En el Chocó existe una sola universidad y es la Universidad Tecnológica "Diego Luis Córdoba" donde el mayor porcentaje de las carreras son Licenciaturas en las diferentes áreas de la Educación, por lo tanto obtienen un gran número de egresados y al ser un Departamento geográficamente extenso, que cuenta con 29 municipios cada uno con un gran número de corregimientos, la demanda docente se hace bastante alta.

Es así como el magisterio en el Chocó es un grupo mayoritario e influyente al que los medios de comunicación viven atentos y sedientos de información, al igual que la ciudadanía la cual se ve afectada por las decisiones que tengan que ver con ellos de manera directa e indirecta.

Líderes de opinión: personas adultas entre los 25 y 34 años, que en su mayoría residen en la ciudad de Quibdó, aunque de manera simultánea, se han identificado líderes de opinión chocoanos radicados en las principales ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, que viven expectantes de lo que sucede en el Departamento y tienen un importante número de seguidores.

Dichos líderes ejercen su influencia a través de las Redes Sociales, las emisoras y los periódicos locales, realizan publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram, entrevistas radiales y columnas de opinión en cada uno de los medios respectivamente. Los líderes de opinión más adultos en el Departamento del Chocó, se han configurado como tal

en razón a los grupos políticos tradicionales, lo cual tiene una fuerte influencia en este Departamento; y mucha de la información que emiten relacionada con el Sector Educación, tiene dicho enfoque político. Estos líderes ejercen influencia en las personas más adultas y de estrato social medio bajo que utilizan como principal fuente de información la radio.

Los líderes de opinión más jóvenes que se configuraron como tal con el creciente auge de las Redes Sociales han utilizado estas últimas como medio para catapultar su fama y dar a conocer sus puntos de vista, pero cabe señalar que no son cualquier persona, son jóvenes referentes de estratos sociales medio alto con niveles de estudio de posgrado, que han sobresalido en esferas Departamentales e incluso nacionales por la realización y/o el liderazgo en alguna labor o hecho significativo para el pueblo chocoano.

Sindicatos docentes: Son agremiaciones de educadores entre los 35 y los 60 años, gran parte de ellos ya retirados del magisterio y conocedores de su funcionamiento. Asumen una postura crítica ante las políticas educativas y las directrices institucionales y se proclaman como los defensores de la garantía y la dignidad de la carrera docente.

Al igual que los demás grupos, son de clase media baja, cuentan con formación profesional en las diferentes licenciaturas de la Educación, algunos de ellos con estudios de posgrados, que ejercen influencia de manera activa en los docentes y directivos docentes a través de la creación de sus propias directrices. Son tenidos en cuenta para algunas decisiones institucionales y sus expectativas e intereses giran en torno a recibir por parte de la institución condiciones dignas para ejercer su labor.

Sus hábitos de consumo de información se inclinan más hacia los medios de comunicación tradicional. Con los medios digitales, no generan mucho contacto, o por lo menos, no lo hacen con fines informativos. La información que obtienen de la institución la consiguen a través de oficios, comunicados e informes que se les hacen llegar como gremio. Es importante resaltar, que gran parte de los directivos de los sindicatos lideran columnas de opinión sobre el estado de la Educación en el Chocó en periódicos locales y debates sobre la misma temática en la Radio.

Entidades públicas y/o privadas: organizaciones de carácter público y privado que guardan relación con el Sector Educativo, como Alcaldías Municipales, Consejos Comunitarios, Fundaciones, las ONG y demás corporaciones aliadas, o que podrían convertirse a futuro. Son entes que coadyuvan a poner en marcha las distintas estrategias que se plantea la SED para el logro de los objetivos misionales, por lo tanto es importante fortalecer los lazos de comunicación para que en un esfuerzo conjunto se le dé visibilidad a todas las acciones adelantadas en beneficio de los niños, niñas, jóvenes y adolescentes del Chocó; lo que se convierte para ellos en una de sus expectativas con relación a la entidad.

Igualmente, y a nivel territorial, las Alcaldías y Consejos Comunitarios funcionan como veedores para garantizar y apoyar el cumplimiento de las directrices emitidas por la SED o el Ministerio en las diferentes Instituciones Educativas de los municipios.

Obtienen información de la entidad a través de oficios, circulares, decretos y resoluciones que les llegan oficialmente; sumado a los eventos y reuniones institucionales que sostienen con los líderes de las dependencias, donde se dan a conocer las actividades y proyectos que están en marcha y los que se van a ejecutar. En igual sentido, los líderes de estas entidades consultan con frecuencia las Redes Sociales y el sitio web institucional para estar al día con las noticias y actividades de la institución.

Ciudadanía en general: En este grupo se incluye toda la ciudadanía chocoana, ya que se considera que cualquier persona de manera directa o indirecta está interesada y/o guarda relación con el Sector Educativo, bien sea, por su naturaleza como derecho fundamental o, por que las decisiones y actividades que tienen que ver con este afecten de directa o indirectamente a cualquier persona, así como a sus familiares, amigos y conocidos.

Como representantes de la sociedad, tienen la expectativa de que la SED les cumpla a cabalidad con el principal deber de brindar el servicio educativo a todos los niños, niñas, jóvenes y adolescentes chocoanos, asimismo, esperan ver visibilizadas las acciones que realiza la entidad en razón a que la Educación es un tema de interés público.

Hablar de ciudadanía en general, es una categorización bastante amplia, por lo que se deberá decir que en esta incluye a toda la población adulta chocoana, de estratos sociales que varían entre medio bajo y medio alto, y que están en contacto con todos los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

El objetivo general del presente Plan de Comunicaciones es el de formular la política de comunicaciones institucionales de la Secretaría de Educación Departamental del Chocó, mediante la investigación e identificación de necesidades, expectativas y tendencias de su público objetivo, que permitan generar estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la imagen institucional y al cumplimiento de los principios de divulgación, transparencia, participación ciudadana y acceso a la información dispuestos para las entidades del Estado.

Objetivos específicos:

- Construir e implementar una política de comunicaciones que movilice la participación del público objetivo en los proyectos de la política pública educativa nacional y departamental y así aportar el desarrollo y garantía del Derecho de la Educación.
- Desarrollar contenidos y estrategias que den a conocer de manera eficiente la gestión institucional, generen credibilidad y confianza en la misma y por ende mejoren la percepción que de esta se tiene a nivel municipal, departamental y nacional.
- Velar por el correcto uso de la imagen institucional y ayudar a su posicionamiento y consolidación como una marca integral en el Sector Educación.
- Divulgar información de manera permanente que permita posicionar la Educación como un tema estratégico y obligatorio en la agenda pública departamental.
- Asesorar a las diferentes dependencias de la entidad en materia de comunicaciones y apoyar la toma de decisiones.
- Generar espacios de participación ciudadana que permitan conocer las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés y fomentar acciones que generen acercamiento estratégico con los mismos.

- Dar a conocer todas las acciones que lideran las diferentes dependencias de la institución con el fin de cumplir con los principios de transparencia y acceso a la información dispuestos para las entidades públicas.
- Desarrollar estrategias de comunicación organizacional que permitan mejorar el clima laboral, fomentar el trabajo en equipo, el cumplimiento de las metas e indicadores institucionales, y la satisfacción de las necesidades y expectativas de los funcionarios.
- Gestionar contenidos y acciones estratégicas encaminadas a los medios de comunicación y líderes de opinión mediante la divulgación de información de impacto que dé a conocer de manera efectiva la gestión de la SED Chocó.
- Evaluar el impacto de las estrategias ejecutadas para formular planes de mejoramiento que permitan reforzar las acciones planteadas.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Núcleo comunicativo

El concepto comunicativo que la SED Chocó desea transmitir a sus públicos es, que esta es una entidad completamente transparente y equitativa, comprometida con una gestión eficiente, dirigida y conformada por profesionales altamente calificados, que son también excelentes seres humanos que están comprometidos desde todo punto de vista con garantizar una educación de calidad y en condiciones dignas a los niños, niñas, jóvenes y adolescentes chocoanos.

En este sentido, el estilo comunicativo estará encaminado en buscar conexión con los públicos de interés a través de la generación de empatía, de dar respuesta a las necesidades y situaciones que acontecen diariamente en el Sector Educativo, en demostrar que se ofrecen igualdad de oportunidades para todos, que se cuentan con los mejores profesionales y las mejores estrategias para garantizar la calidad de la Educación. En resumidas cuentas, el estilo comunicativo estará basado en la empatía, el realismo, la igualdad, la confianza, la eficiencia, las oportunidades y la calidad.

A pesar de que cada uno de los públicos de la SED tiene características específicas, comparten similitudes en cuanto a intereses y expectativas frente a la entidad en la manera de consumir la información, esto, debido principalmente a que la Educación

es un derecho fundamental de todos los ciudadanos y por ende todas las personas demuestran interés en conocer información sobre las actividades que se desarrollan en ejercicio del mismo. Por lo tanto, y en primera instancia, se puede comunicar de manera general el concepto y el estilo comunicativo a los públicos con fines netamente informativos de forma neutral y organizada.

En segunda instancia, y esto es lo que diferenciaría a la SED Chocó de las demás Secretarías y entidades locales y le ayudaría a configurar su estilo propio, la comunicación estará orientada a generar conocimiento de todos los programas, proyectos y ejes de política pública educativa que se ejecutan para fortalecer la cartera educativa, a fomentar la participación y la interacción con la ciudadanía, y a generar empatía y cercanía con la gestión institucional.

Línea global de comunicación

En el siguiente esquema, está estructurada la importancia relativa de cada uno de los públicos de la organización, estando en la parte superior los más relevantes para la entidad, a quienes estarán encaminadas las acciones de comunicación personalizadas. Es así como a la comunidad educativa, estudiantes, docentes, padres de familia, directivos docentes, en primera instancia se les dará a conocer la información institucional de manera personal a través de las visitas que permanentemente realizan los funcionarios de la SED a las Instituciones Educativas de los diferentes municipios.

En segunda instancia, la información se les pondrá en conocimiento a través de correos electrónicos personalizados a los Directivos Docentes, como cabezas de las instituciones, espacios exclusivos y preferenciales en el sitio web, envío constante de oficios, circulares, e informes personalizados, realización de eventos y reuniones donde además de socializar acciones se obtenga retroalimentación por parte de ellos y se conozcan las situaciones y actividades que tienen lugar al interior de las Instituciones, elaboración y distribución de folletos, revistas y cartillas informativas, y en últimas hasta llamadas telefónicas en el caso de quienes se encuentren en las zonas sin conectividad o acceso a Internet.

Estos públicos son la razón de ser la entidad, todas las acciones que se emprenden se realizan por y para ellos, es por esta razón que la Institución debe asegurarse de buscar todo los mecanismos posibles para que la información les llegue y así se desarrolle el adecuado funcionamiento del Sector Educativo.



Aspectos complementarios de la estrategia

En cuanto al enfoque de comunicación se erigirá una estrategia híbrida que permita comunicarse de manera directa e indirecta con los públicos de interés. De manera directa, que permita la comunicación con *Directivos Docentes* de los Establecimientos Educativos, *líderes de opinión, funcionarios y contratistas, sindicatos docentes, medios de comunicación y las entidades públicas y privadas*, debido a la incidencia de los mismos en la formulación e implementación de estrategias y lineamientos de política pública educativa.

De manera indirecta la SED se comunicará con *estudiantes, docentes y padres de familia* a través de los Directivos Docentes y con la *ciudadanía en general* a través de los medios de comunicación y los líderes de opinión. Estos a pesar de ser un grupo prioritario, no cuentan con todo el contexto suficiente para tomar decisiones de manera independiente. Son grupos a los cuales hay que influenciar a través de los que sí tienen contacto directo con la entidad.

Vale la pena mencionar que esta categorización en cuanto a la manera de comunicación directa e indirecta, no es exclusiva ni definitiva, es decir, que en el desarrollo del plan de comunicaciones y teniendo en cuenta la naturaleza propia del mensaje y el propósito institucional, la SED se puede comunicar de manera directa con

los públicos previamente planteados para la comunicación indirecta, y de manera indirecta con los contemplados para la comunicación directa, todo dependerá del objetivo comunicacional.

En relación a la intensidad de la comunicación, esta pueda variarse entre alta y media, debido a que el público objetivo es un público que permanentemente vive sediento de información y expuesto a los medios y a situaciones de comunicación y por lo tanto es importante hacer presencia permanente, para lograr en ellos efectos de carácter cognitivo, es decir, generar en ellos conocimiento de todas las actividades y programas que se adelantan en el Sector Educación. Además, esta intensidad es la que se ajusta al presupuesto disponible por la organización, y es el motivo por el cual no se estipula una intensidad muy alta por ejemplo, ya que implicaría mayores esfuerzos en términos de recursos económicos, humanos y administrativos con los que no se cuenta.

ACCIONES Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

Estos son los medios de comunicación y técnicas que se han utilizado en la SED Chocó hasta el momento:

- Sitio web, streaming, Redes Sociales.
- App
- Correos electrónicos personales y masivos
- Línea telefónica
- Presentaciones
- Oficios e informes
- Eventos corporativos
- Material POP
- Ruedas de prensa, boletines y comunicados.
- Aplicaciones de Mensajería instantánea (WhatsApp).
- Cuñas radiales
- Comerciales en TV
- Publicidad en prensa
- Folletos informativos
- Carteleras informativas

Como se mencionó anteriormente, el Sistema de Atención al Ciudadano mediante el recibimiento y seguimiento a los PQR, y el acercamiento de la entidad al público a través de las visitas institucionales y jornadas descentralizadas de trabajo, constituyen las principales acciones de conducta corporativa que actúan como evidencias comunicativas de la organización.

Luego de realizar el análisis comparativo, se puede decir que es pertinente continuar trabajando con estas estrategias que han sido seleccionadas de acuerdo principalmente con dos factores: en virtud del público al que se desea llegar y debido a que representan los medios de comunicación más accesibles en la región que permitirán una mayor frecuencia e intensidad de la comunicación.

Por lo tanto, privilegiamos el intercambio de información en Redes Sociales, sitio web, correos electrónicos, boletines, grupos de WhatsApp, y carteleras informativas, ya que son medios institucionales de fácil y permanente acceso por parte de los grupos de interés, son de gran efectividad ya que la información se difunde de manera rápida y en el proceso se identifica a la SED como fuente de información, no generan ningún tipo de inversión económica y se pueden realizar con el talento humano asignado a la oficina.

Las estrategias que involucran la producción de contenido radial, comerciales televisivos, notas y avisos en prensa, material POP, y eventos corporativos se ejecutarán dependiendo del impacto, la importancia de la estrategia y el presupuesto de la oficina de comunicaciones, ya que para estas se debe contar con recursos económicos y humanos para su producción y no están encaminadas a todos los públicos.

PROGRAMACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La Secretaría de Educación es una de las Secretarías adscritas a la Gobernación del Departamento del Chocó, por lo tanto, el Secretario de Educación es nombrado directamente por el Gobernador y eso ha implicado, que inevitablemente la institución esté ligada a cuestiones política y que se realicen cambios casi que anuales en la dirección de la entidad. Esto influye de manera directa en la forma de administrar, pues cada Director tiene su propio estilo, y en el hecho de, que aunque en la SED existan eventos y actividades de obligatorio cumplimiento, las fechas de realización varíen año a año.

De la misma manera, cada Secretario de Educación llega con su propio equipo de líderes para cada una de las dependencias, y aunque se reitera, que hay eventos y actividades que son obligatorias, depende mucho del director de turno el enfoque, el impacto y hasta la misma realización de dichas actividades o la implementación de nuevas estrategias.

La oficina de comunicaciones como oficina de apoyo a la gestión institucional, dentro del manual de funciones posee la obligación de crear un comité de comunicaciones conformado por el Secretario de Educación y los líderes de las diferentes áreas, con el fin de reunirse mensualmente para dar a conocer las actividades que se realizarán y en las cuales se requiere el apoyo de la oficina para difusión, generación de contenido y material publicitario.

De acuerdo a lo anterior, no se podría establecer un calendario de fechas específicas de realización de eventos y actividades de comunicación, pero sí se pueden definir algunos momentos claves del calendario y campañas concretas que se realizan anualmente independientemente del Director de turno:

- 9 de febrero Día del Periodista
- 8 de marzo Día de la mujer
- Marzo Búsqueda activa y Matriculatón de estudiantes: Jornadas que se realizan en los diferentes municipios del Departamento a través de búsqueda casa a casa de estudiantes que se encuentran sin estudiar para por medio de charlas de sensibilización motivara sus padres a inscribirlos al Sistema Educativo.
- 23 de abril Día del Idioma
- 27 de abril Día del Niño
- Abril Encuentro Departamental de Directivos Docentes: Encuentros que se realizan permanentemente con Rectores, Directores Rurales y Coordinadores de todos los Establecimientos Educativos del Departamento del Chocó.
- 12 de mayo Día de la Madre
- 15 de mayo Día del Maestro
- 21 de mayo Día de la Afrocolombianidad
- Mayo Entrega de canasta educativa indígena: Entregas que realiza la entidad de material educativo y didáctico a las diferentes comunidades indígenas del Chocó.
- Agosto Juegos del Magisterio: Actividades físicas en diferentes disciplinas para brindar un espacio de recreación a los docentes.

- Agosto Foro Educativo Departamental: Debate con diferentes actores del sector educativo sobre una temática que esté en boga a nivel nacional.
- Agosto Presentación Pruebas SABER 11
- 5 de octubre Día del Directivo Docente
- 3 de noviembre Cumpleaños del Chocó
- Noviembre Rendición de cuentas a la ciudadanía
- Noviembre Proceso Ordinario de Traslados
- Noviembre Noche de la Excelencia: Evento donde se exaltan los mejores y más destacados miembros de la comunidad educativa.
- Diciembre Fiesta de fin de año: Actividad con la que se clausura el año para los funcionarios y contratistas del nivel central y se reconoce a los funcionarios más destacados.

En lo que respecta al presupuesto de Comunicaciones, este viene asignado a la SED a través del Sistema General de Participaciones –SGP- que son los recursos que la Nación transfiere a las entidades territoriales – departamentos, distritos y municipios, para la financiación de los servicios a su cargo, en salud, educación y los definidos en el Artículo 76 de la Ley 715 de 2001. En ese sentido, los recursos para la Oficina de Comunicaciones están incluidos en lo que se denominan gastos de funcionamiento que equivalen al 9.47% del presupuesto asignado anualmente.

Dichos recursos pueden presentar pequeñas variaciones de acuerdo a la propuesta que realice la Oficina de Comunicaciones ante el Secretario de Educación de turno y depende de él en coordinación con la Oficina Administrativa y Financiera su aprobación o desaprobación. En ese sentido, la entidad permite por un lado establecer los requerimientos necesarios para desarrollar una estrategia completa y eficaz, pero también está supeditada a las cuestiones económicas del presupuesto asignado.

IMPLEMENTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES

La oficina de comunicaciones de la SED Chocó, siempre ha contado con una persona líder, profesional en cualquiera de las áreas de la Comunicación, y dos funcionarios de apoyo, generalmente un (a) periodista y un (a) diseñador gráfico. De manera externa, se cuenta con un contratista encargado de apoyar la gestión ante los medios de comunicación local (radio, prensa y televisión).

Para la ejecución del plan de comunicaciones, se designará al funcionario con formación periodística para el apoyo a la gestión de creación y producción de los contenidos escritos, radiales y audiovisuales, y al funcionario con formación en diseño gráfico para que se encargue de la generación de material gráfico y fotográfico de los diferentes eventos y actividades que realizan las áreas.

La líder del área se encargará entonces de hacer el seguimiento y control a las actividades asignadas a los demás funcionarios, gestionar los espacios con los medios de comunicación local con el apoyo del contratista operador de comunicaciones, dar las directrices sobre los contenidos para medios digitales y masivos, supervisarlos, asesorar a las diferentes áreas en materia de comunicaciones, monitorear los medios digitales para conocer la respuesta de los públicos ante los contenidos y demás tareas que vayan surgiendo en la ejecución del plan.

Los recursos económicos asignados a la oficina, estarán destinados a la divulgación de contenidos en los medios masivos como cuñas radiales, comerciales de televisión, avisos de prensa y a la producción de material gráfico. Para los medios digitales, dependiendo del contenido y del público al que vaya dirigida la estrategia se podría requerir en alguna ocasión inversiones económicas.

El Comité de Comunicaciones conformado por el Secretario de Educación y los líderes de las áreas, se reunirá mensualmente para conocer las actividades y programas que requieran apoyo de la oficina y de igual manera, para hacer seguimiento y evaluación a la ejecución de las actividades propuestas en el presente plan de comunicaciones y constatar que efectivamente se estén logrando las metas planteadas.

EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES

Hoy en día, los medios digitales cuentan con múltiples herramientas para medir el impacto de los contenidos publicados en Redes Sociales, aplicaciones y sitios webs. Sin embargo, muchas de estas herramientas se ciñen al número de personas que ven las publicaciones, pero no tienen en cuenta si estas hacen click en los enlaces o interactúan con los contenidos.

Algunas de las herramientas que se pueden utilizar para comprobar el impacto de las publicaciones en el entorno virtual son *Hootsuite, Google Analytics, Facebook Inside, Brandwatch, Pirendo,* entre muchas otras. Igualmente, el incremento en el número de seguidores, es una estrategia que va a servir para evaluar el impacto del contenido

que se están produciendo y conocer si es interesante o llamativo para cierto grupo de personas.

Por el lado de los medios de comunicación tradicional, en el Departamento del Chocó hasta el momento no se cuenta con herramientas técnicas que permitan medir el impacto de los contenidos difundidos, por lo que tocaría utilizar otras medidas para asegurarse que estos estén alcanzando su público objetivo. Se contemplan entonces, la realización de encuestas en los medios digitales, a través de correos electrónicos y físicas, aprovechando el hecho de que por ejemplo los docentes y directivos docentes en alguna ocasión deben visitar las instalaciones de la SED Chocó.

Igualmente, en el marco de las visitas institucionales, las cuales se realizan en el transcurso del año a todos los municipios, se puede indagar de manera rápida con el apoyo de los Directivos Docentes, si efectivamente los públicos de interés allí localizados están obteniendo, analizando y procesando la información emitida por parte de la SED en de los diferentes medios de comunicación y los efectos que esta pudiere estar surtiendo.

Por último, y como se ha relacionado con anterioridad, la SED cuenta con un Comité de Comunicaciones donde periódicamente se evaluará si la ejecución de las estrategias esbozadas en el plan de comunicaciones han contribuido con el logro de las metas institucionales.