




## Comisión de Regulación de Energía y Gas

<b>PROCESO :</b>	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>
<b>ACTIVIDAD :</b>	<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>
<b>CÓDIGO :</b>	<b>PC-PR-006</b>
<b>VERSIÓN :</b>	<b>0</b>

<b>Elaboró:</b>  Responsable de Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno	<b>Revisó:</b>  Responsable de Planeación	<b>Aprobó :</b>  Representante de la Dirección
<b>Fecha: 10/11/2015</b>	<b>Fecha: 18/03/2015</b>	<b>Fecha: 18/03/2015</b>

Toda copia en PAPEL es un "Documento no Controlado" a Excepción del original, por favor asegúrese de que ésta es la versión vigente del documento. La impresión o fotocopia, total o parcial, de su contenido, está restringida sin la autorización expresa del Representante de la Dirección para el Sistema de Gestión de Calidad.

	Nombre del Proceso	Código:
	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>	Versión: 0
	Nombre del Documento	Fecha última revisión: 18/03/2015
	<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>	Páginas: 2 de 6

## 1. OBJETIVO

Diseñar e implementar estrategias de comunicación internas y externas que permitan socializar y divulgar información de gran relevancia para los públicos de interés de la CREG con el fin de generar mayor cercanía con ellos para que tengan mayor conocimiento de la labor de la Comisión.

## 2. ALCANCE

La **CREG** requiere divulgar sus planes, políticas, metodologías y regulaciones a sus diferentes públicos de interés con el fin de que conozcan mejor su labor y se genere una percepción favorable que contribuya a una adecuada reputación. Para ello se deben realizar estrategias de comunicación que produzcan un impacto y recordación favorable a la entidad.


En cada una de las estrategias planteadas es necesario tener claridad de las necesidades, los objetivos y el mensaje que se quiere transmitir. Para la ejecución de la estrategia la CREG dispone de los medios de comunicación internos como el correo electrónico, las cartelas, la intranet y medios alternativos que varían de acuerdo con la creatividad del estratega y medios de comunicación externos como página web, radio, cine, televisión y prensa.

La estrategia comunicación debe lograr alto impacto en los públicos objetivos específicos de acuerdo con la necesidad informativa, a un bajo costo económico.

## 3. GLOSARIO.

**Públicos objetivos:** Personas que interactúan, se benefician o influyen de manera directa e indirecta en la labor que desempeña la CREG. Estos grupos de interés son: expertos comisionados, colaboradores, proveedores, outsourcing, empresas reguladas, gobierno regional, gobierno nacional, poder legislativo, altas cortes, entes de control, líderes de opinión, medios de comunicación, representantes de la academia, gremios y usuarios

**Estrategia:** Es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. Una estrategia comprende una serie de tácticas que

 <b>Comisión de Regulación de Energía y Gas</b>	Nombre del Proceso	Código:	
	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>	Versión: 0	
		Nombre del Documento	Fecha última revisión: 18/03/2015
		<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>	Páginas: 3 de 6

son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.  
(Significados.com)

#### **4. ABREVIATURAS.**

N/A.

#### **5. DESARROLLO.**


##### **5.1 Políticas.**

##### **Decreto Nacional 2693 de 2012, art. 12**

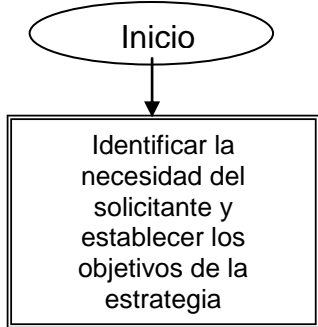
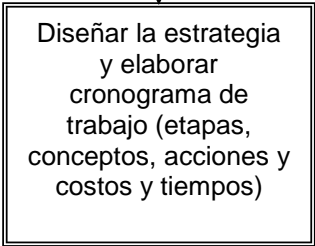
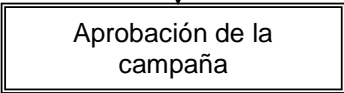
El objetivo de la estrategia Gobierno en Línea es contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas, a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.


##### **Manual técnico del Modelo Estándar de Control Interno (MECI)**



A través de MECI se afirma que una Entidad es eficaz cuando la información y la comunicación fluyen en varias direcciones lo que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas, que incidan en los flujos de comunicación descendente, ascendente y transversal.


 <b>Comisión de Regulación de Energía y Gas</b>	Nombre del Proceso	Código:	
	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>		Versión: 0
	Nombre del Documento	Fecha última revisión:	
<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>		18/03/2015	
		Páginas: 4 de 6	

## 5.2. ACTIVIDADES.

No.	Etapa	Responsable	Documento	Descripción de la etapa
1.		Todas las áreas de la CREG y Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno	Plan de acción de Proyección Corporativa y formato de reunión	El área de la CREG interesada en desarrollar la estrategia expondrá a Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno sus necesidades, para que de manera conjunta se establezcan los objetivos de la estrategia
2.		Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno	Plan de acción de Proyección Corporativa	Proyección Corporativa y Relaciones diseñará la estrategia teniendo en cuenta aspectos como cronograma, etapas, concepto, acciones, costos y tiempos.
3.		Área de la CREG interesada en la estrategia		Proyección Corporativa presentará la campaña al área responsable del tema para que la revisen aprueben o ajusten

 <b>Comisión de Regulación de Energía y Gas</b>	Nombre del Proceso	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>	Código:
	Nombre del Documento	<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>	Versión: 0
			Fecha última revisión: 18/03/2015
			Páginas: 5 de 6

No.	Etapa	Responsable	Documento	Descripción de la etapa
4.	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Diseñar imagen de la estrategia</div> 	Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno	Documento digital	Una vez aprobada la estrategia Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno diseñará la imagen
5.	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Implementar cada etapa de la estrategia</div> 	Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno		Se implementará la estrategia de acuerdo con cada una de las etapas propuestas
6.	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">A partir de la medición y evaluación desarrollada, se establecen las debilidades y fortalezas de la campaña con el fin de tomar acciones de mejora</div>	Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno		Se realizará un diagnóstico con el fin de evaluar la campaña para establecer alternativas de mejora.

 <b>Comisión de Regulación de Energía y Gas</b>	Nombre del Proceso	<b>Código:</b>	
	<b>PROYECCIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES CON EL ENTORNO</b>	<b>Versión: 0</b>	
		Nombre del Documento	<b>Fecha última revisión: 18/03/2015</b>
		<b>DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Páginas: 6 de 6</b>

## 6. CONTROL DE CAMBIOS.

Descripción del cambio	Responsable	Fecha Modificación	Nueva Versión
Creación del documento.	Proyección Corporativa y Relaciones con el Entorno	18/03/2015	0

## 7. DOCUMENTOS RELACIONADOS.