

Plan de Comunicaciones 2019 – 2020

Minería que
construye país
para el **crecimiento sostenible**
y la generación de
oportunidades

Oficina de Participación Ciudadana y Comunicaciones
Agencia Nacional de Minería

OBJETIVO

Posicionar a la Agencia Nacional de Minería como una entidad técnica, especializada, innovadora, una autoridad minera de talla mundial que trabaja por minería que construye país desde la legalidad, que incentiva el emprendimiento, genera equidad y es sostenible para producir conservando y conservar produciendo.

ACCIONES

- Aportar desde la gestión de comunicación al logro de los objetivos de la entidad.
- Articular eficientemente con todos los actores del proceso (Internos / Externos / Digitales).
- Mostrar efectivamente los triunfos y aciertos en la gestión de la organización.
- Asegurar que todos nuestros públicos entiendan lo que hacemos.
- Aportar para el cambio positivo de la percepción de los ciudadanos hacia el sector.
- Mantener la reputación e imagen favorable de la entidad frente a todos sus interlocutores.

MARCO ESTRATÉGICO

- Crear contenidos propios interesantes y atractivos.
- Analizar la información de nuestro cliente interno y externo y enfocarnos en escuchar más.
- Fomentar espacios colaborativos.
- Apoyar causas comunes como equidad de género, mitigación del cambio climático, erradicación del trabajo infantil, entre otras.
- Visibilizar la responsabilidad social como parte del ADN del sector minero.
- Crear espacios en los que se muestre el avance tecnológico en los procesos internos productivos del sector.

MENSAJE



Una autoridad minera de talla mundial que trabaja por la minería que construye país con crecimiento sostenible y generación de oportunidades.

MEN SAJE

En la ANM

TRABAJAMOS

por una minería que construye país con:

- Generación de recursos y empleo para el desarrollo regional y la expansión de oportunidades.
- Competitividad para posicionarse a nivel continental y mundial.
- Innovación como base para su transformación digital
- Coordinación y diálogo con el territorio y sus actores.
- Evolución de sus prácticas y gestiones sociales.
- Implementación de altos estándares ambientales.
- Activación de estrategias para contrarrestar el cambio climático.
- Iniciativas para incentivar la equidad de género y la igualdad.
- Ejecución de mecanismos para la transparencia y el acceso a la información.

DIMENSIONES DE LA GESTIÓN

1.

Prensa

2.

Digital

3.

Comunicación
Interna

4.

Eventos y
RRPP

1. PRENSA

MANTENER

A la ANM como vocera del Gobierno Nacional para temas mineros y ampliar nuestra presencia en medios a través de informes propios y agenda regional.

A Minería de datos ANM

Informes Especiales

- Insumos de nuestro Business Intelligence.
- Avances de RyR y QP.
- Resultados de Fiscalización.
- Cifras de producción y regalías.

B Agenda Regional, una mina de oportunidades

- Visitas a medios de comunicación.
- Columnas de la presidenta con enfoque regional.
- Producción de comunicados de prensa con enfoque y contenido regional.

C Más y Mejores Voceros

- Entrenamiento voceros.
- Manual de Comunicación y Mensaje ANM.

D Historias

de la minería que **construye** país

- Ponerle rostro a nuestra actividad (Emotividad).
- Construir historias con contenido social, equidad de género y relacionamiento con actores locales.
- Gestión de prensa con contenido multimedia.

2. DIGI TAL

INNOVAR

A través de las diferentes plataformas digitales en las que tiene presencia la ANM para lograr mayor alcance con los contenidos y engagement con las audiencias.

A El contenido es el rey

- SEO (search engine optimization) o posicionamiento de contenido.
- Actualización del portal y los micrositos, y estrategia para gestión de tráfico.
- Producción de vídeos multiplataforma
Crear contenidos sobre adelantos tecnológicos del sector.

B Redes Sociales

- Identificación de la audiencia y creación de contenidos por cada plataforma.
- Creación del Plan Conversacional.
- Creación Manual para uso de redes sociales de la ANM.
- Métricas y monitoreo.
- Talleres de Redes Sociales para voceros.

C #ANMLive

- Periodicidad.
- Agenda coyuntural y de oportunidad.

Comunicación **3. INTERNA**

CREAR

Una comunicación asertiva y eficiente que aporte al proceso de consolidación de la ANM como el mejor lugar para trabajar. Una comunicación interna basada en “Employer Branding”, fidelización de nuestro capital humano.

A Promover la **identidad online**

- Happy Hour.
- Apropiación Digital
#ANMesDigital.
- Blog semanal Intranet
(Democratizar contenidos).
- Aldea de microinfluencers.
- Ampliar red de construcción de conocimiento colectivo.

B Incentivar el emprendimiento

- Clasificados ANM 2.0 (De los bienes a los servicios).
- Feria del emprendimiento y la asociatividad.

C Incorporar una estrategia de Gamificación

- Eficiencia y productividad a través de la lúdica.
- Competitividad
(Reconocimientos).

D Historias y protagonistas

- Potenciar la presencia regional en nuestras historias.
- #SoyANM 4.0 (Campaña Experiencial, interactiva y emotiva).
- Abanderar causas dentro de nuestra comunidad ANM (Trabajar con activistas).

4. Eventos y **RRPP**

INSTAURAR

Espacios que permitan la construcción conjunta entre la institucionalidad, las comunidades, las autoridades locales y las empresas, buscando la generación de oportunidades para el territorio y cada uno de sus actores

A Minería que **construye País** en las regiones

- PAR Móvil.
- “Compra formal y construye legal”.
- II Encuentro de Alcaldes de Territorios Mineros.

B Formación e información

- Conversemos sobre minería en la U.
- Taller minero para nuevos alcaldes y gobernadores.
- Minería que construye país (Taller básico).
- Cartilla taller básico.

C Articulación sectorial e interinstitucional

- Comité Sectorial de Comunicaciones.
- Reuniones de trabajo con otras entidades del Estado sobre temas coyunturales para generar acciones (Explotación infantil, explotación ilícita de minerales, encadenamientos productivos, equidad de género, etc).

Como ANM tenemos
mucho trabajo

por delante y mucho que comunicar,
pero también tenemos
**qué decir, quién lo dice,
cómo decirlo y a quién decirlo.**

 **Y un gran equipo
para lograrlo !**