



AGENCIA NACIONAL DE  
**MINERÍA**

---

# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES — 2023 —



# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES — 2023 —

## ÍNDICE

Introducción	2
Diagnóstico	2
Nuestra razón de ser	3
Objetivos estratégicos	4
Retos ANM	4
Organigrama ANM	4
Política de comunicaciones	5
Estructura del GAPCC	5
Comunicación externa	5
Comunicación interna	6
Objetivos específicos del plan estratégico de comunicaciones	7
Modelo de comunicación	8
Estructura e implementación	10
Proceso comunicacional	10
Componentes comunicacionales	11
Recurso humano	11



## 1. INTRODUCCIÓN

El principal pilar de la evolución en la historia de la humanidad ha sido el proceso de comunicación. Proceso que permite al hombre como individuo expresar sus necesidades, sus ideas, sus posiciones y organizar y difundir información o conocimientos para obtener lo que quiere o necesita. Actualmente, este proceso de evolución con la humanidad juega un papel importante y esencial en cualquier entidad, tanto es así que mantener una adecuada comunicación es un componente fundamental para que cualquier individuo y entidad pueda cumplir con su misión., su visión y la consecución de los objetivos de corto y largo plazo que se ha fijado.

Bajo esta premisa, a nivel institucional, el proceso de comunicación actual se analiza como cualquier otro proceso y, para su plena implementación es necesario desarrollar un plan estratégico que este orientado a los objetivos institucionales, definiendo las necesidades de comunicación de la organización, y sus objetivos de comunicación, así como las estrategias y tácticas diseñadas e implementadas para permitirle alcanzar estos objetivos mediante la utilización adecuada de todos los recursos a su disposición. A continuación, se describirá el proceso de elaboración del plan

estratégico de comunicación de la Agencia Nacional de Minería, pero como cualquier otro tipo de plan, este debe ser leído e interpretado desde la perspectiva de un proceso dinámico que siempre debe enfrentar el hecho de que su implementación depende de las circunstancias o Realizar los ajustes necesarios debido a cambios en las políticas institucionales y gubernamentales.

## 2. DIAGNÓSTICO

La Agencia Nacional de Minería, fue creada en el 2011, mediante el decreto 4134, donde determina su objetivo y estructura orgánica, como una entidad del estado colombiano, que trabaja por generar canales de atención especializada, que se encarga de los procesos de titulación, registro, asistencia técnica, fomento y promoción y vigilancia de las obligaciones emanadas de los títulos y solicitudes de las áreas mineras.

La Entidad cuenta 11 puntos de atención regional (PAR), 1 oficina satélite de servicios y atención ubicada en Ubaté, con proyección a ampliar más puntos en áreas donde no hay cobertura, con el fin de minimizar el impacto de los procesos, facilitando al ciudadano la accesibilidad y respaldo a sus solicitudes, esto sumado al punto de atención al ciudadano y radicación en Bogotá.

En su objeto primario, la Agencia Nacional de Minería esta creada para administrar integralmente los recursos minerales de propiedad del Estado, promover el aprovechamiento óptimo y sostenible de los recursos mineros de conformidad con normas pertinentes y en coordinación con las autoridades ambientales en los temas que lo requieran, lo mismo que hacer seguimiento a los títulos de propiedad privada del subsuelo cuando le sea delegada esta función por el Ministerio de Minas y Energía de conformidad con la ley.

En su estructura Organizacional está compuesta por estructura jerárquica, Presidencia, Oficina Asesora Jurídica, Oficina de Control Interno, Oficina de Tecnología e Información, y sus respectivas vicepresidencias de Contratación y Titulación, Seguimiento, Control y Seguridad Minera, Promoción y Fomento y Vicepresidencia Administrativa y Financiera.

Estos componentes como ente articulador de la minería en el territorio nacional funcionan en conjunto a gerencias que promueven el buen ejercicio de la minería en Colombia.

## 2.1. Nuestra razón de ser

### 2.1.2. Propósito ANM:

Aliados del desarrollo sostenible del país a través de la generación de valor, con una gestión moderna, transparente y eficiente de los recursos minerales de los colombianos.

### 2.1.3. Visión ANM:

Consolidarse en 2030 como un referente internacional en la gestión de los recursos mineros, su generación de valor y aporte al desarrollo sostenible.

### 2.2.3. Objetivos Estratégicos ANM:

## POSICIONAMIENTO



9. Consolidar el relacionamiento con los actores estratégicos de la minería.

10. Mejorar la percepción de la entidad y contribuir al mejoramiento de la imagen y al conocimiento del sector.

## EXCELENCIA OPERACIONAL



6. Promover la eficiencia en el desarrollo de las actividades mineras.

7. Contribuir a la prevención en materia de riesgos laborales, de seguridad y salvamento minero.

8. Aumentar el recaudo de ingresos por derechos económicos por el uso de recursos naturales.

3. Fomentar la aplicación de buenas prácticas geológico - mineras, sociales y ambientales.

4. Modernizar los procesos con un enfoque integral de servicio oportuno.

5. Generar valor agregado al seguimiento y control de la actividad minera.

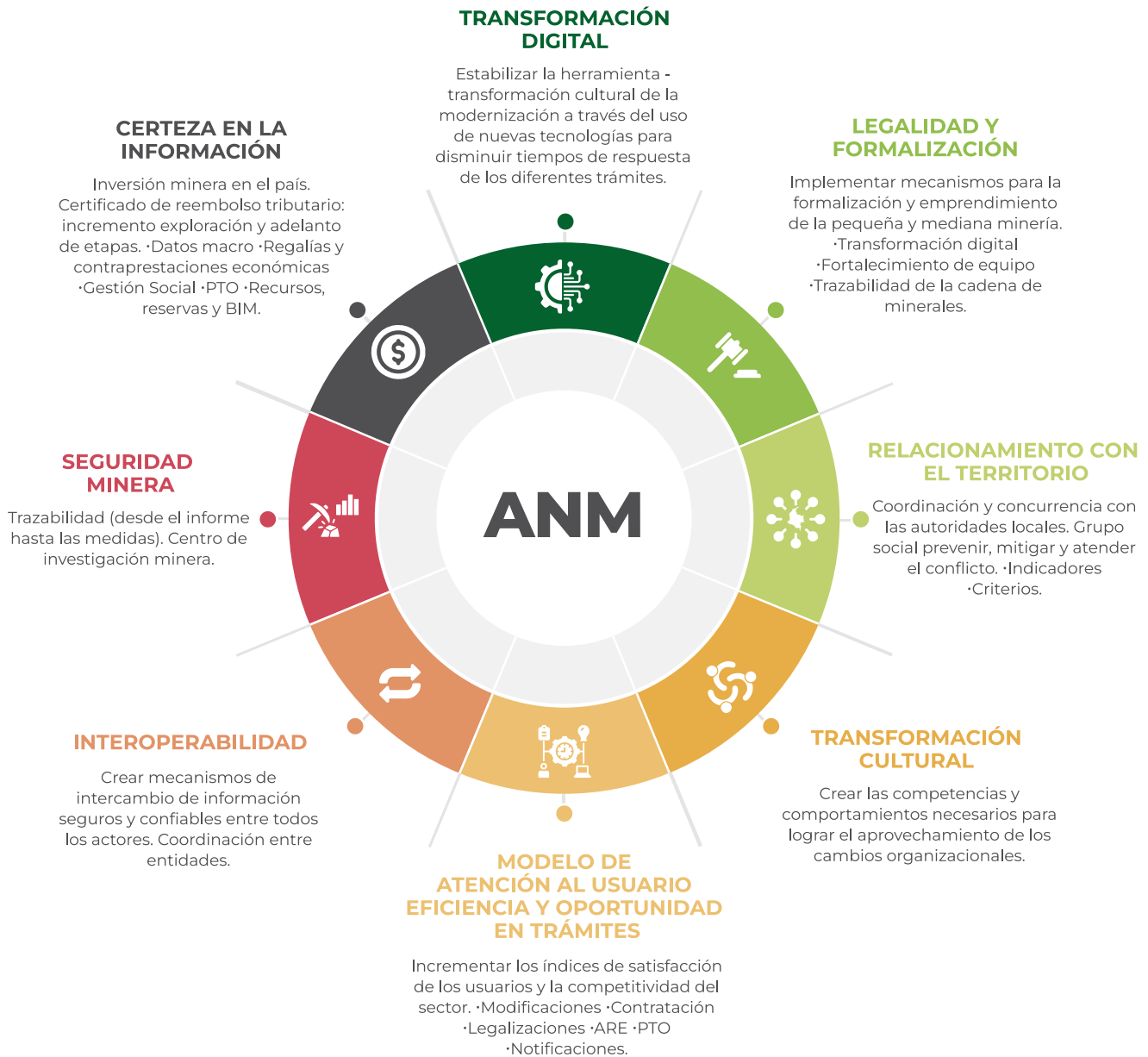
## APRENDIZAJE E INNOVACIÓN



1. Desarrollar una transformación cultural de innovación, conocimiento y transparencia.

2. Consolidar una transformación digital al servicio de las partes interesadas.

## 2.2.3. Retos ANM:



## 3. ORGANIGRAMA ANM

El presidente lidera, dirige, coordina, controla y evalúa la Agencia Nacional de Minería, y un equipo de trabajo que lo respalda. De la presidencia depende un grupo, tres oficinas, y cuatro vicepresidencias que son las responsables de ejecutar acciones con transparencia, eficiencia, responsabilidad ambiental, social y productiva, de los recursos mineros de Colombia. Los asesores del presidente y quienes acompañan su trabajo en la Agencia Nacional de Minería son:

·El Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones.

·Oficinas de Control Interno, Jurídica, Tecnología e Innovación.

·Las 4 vicepresidencias de Contratación y Titulación, de Seguimiento, Control y Seguridad Minera, de Promoción y Fomento y Administrativa y Financiera, son las que velan por la ejecución transparente del trabajo desarrollado en los 32 departamentos de Colombia.

A continuación, podrá consultar el siguiente enlace el cual lo va a direccionar al organigrama actualizado de la ANM:



Sin embargo, le compartimos el paso a paso para dirigirse al mismo enlace desde nuestro portal:

- 1** Ingrese a la página Web de la ANM: [www.anm.gov.co](http://www.anm.gov.co).
- 2** Seleccione la opción: Agencia
- 3** Seleccione la opción: Organigrama ANM, por esta ruta también podrá visualizar la estructura organizacional.

### 3.0 Política de Comunicaciones

Desde la ANM, bajo los preceptos proyectados desde el Ministerio de Minas y Energía

y el Gobierno Nacional, La presidencia de la ANM, en su política de comunicación declara su compromiso de gestionar la comunicación y difusión interna y externa bajo los principios del uso efectivo de la Información utilizada en el desarrollo de su misión amplia a disposición los servicios a la comunidad, estando comprometido con la gestión y circulación de la información a través de medios de comunicación eficaces, difundiendo información a sus grupos de interés de manera completa, oportuna, actualizada, clara, auténtica y confiable. La política de comunicaciones de la Agencia Nacional de Minería, está dirigida a sus servidores públicos, contratistas y demás personas naturales y jurídicas involucradas en sus procesos y programas a nivel nacional y regional.

### 3.1. Estructura del Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones:

La administración de la Agencia Nacional de Minería – ANM se encuentra a cargo de un presidente, instancia que tiene a su cargo dirigir, coordinar, controlar y evaluar la ejecución de las funciones a cargo de la ANM, así como adoptar las normas internas necesarias para el funcionamiento de la entidad, entre otros.

Dependen directamente de la Presidencia tres oficinas y un grupo:

1. Oficina Asesora Jurídica.
2. Oficina de Control Interno.
3. Oficina de Tecnología e Información.
4. Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones.

Dentro de la definición de los grupos internos de trabajo, el Grupo de Atención, Participación Ciudadana y Comunicaciones opera con una estructura de líneas temáticas de trabajo de la siguiente manera:

#### 3.1.1. Comunicación Externa:

Genera acciones de comunicación que contribuyan al buen posicionamiento de la imagen de la ANM, reforzando el estilo institucional para lograr un relacionamiento efectivo con sus diferentes públicos de interés externos cumpliendo las siguientes funciones:

1. Asesora la comunicación puntual y estratégica en la lectura, análisis, apoyo y propuestas de planes de medios informativos internacionales, nacionales y regionales que posicionen a la entidad, reforzando la permeabilidad de marca institucional, para lograr un relacionamiento efectivo con los diferentes públicos de interés externos cumpliendo funciones tacitas de manera funcional.

2. Ejecuta comunicados de prensa orientados a medios de comunicación y comunidad en general, informando avances y coyunturas mediáticas de la entidad.

3. Posicionar a la Agencia Nacional de Minería entre líderes de opinión como referente del sector minero a nivel Nacional, con mensajes claros y oportunos al público externo.

4. Desarrollar en sinergia institucional mensajes enfocados a la ciudadanía orientados a informar y generar contenido de valor con referentes al ejercicio de la minería en el territorio colombiano, en sus diferentes canales de atención externa como lo son la página Web y redes sociales.

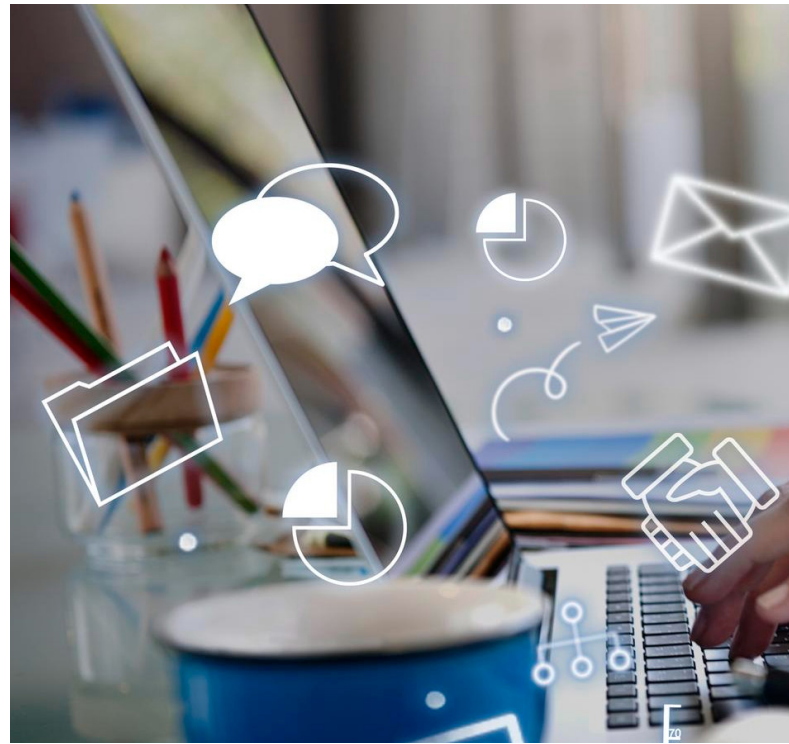
5. Asegurar que la ANM esté plenamente presente en los diferentes escenarios de relación con los grupos de interés, tendiente a desarrollar buenas prácticas de relaciones públicas para fortalecer la imagen de la institución y construir relaciones efectivas con públicos diversos.

6. Mantener actualizado el sitio web de la ANM y establecer los enlaces necesarios para brindar a los usuarios información institucional veraz, actual y completa respecto de sus consultas.

7. Proponer y realizar actividades de publicidad y difusión de los diferentes programas y actividades misionales de la entidad hacia públicos externos, con el objetivo de acercar a la ANM a sus beneficiarios y a la sociedad en general.

8. Velar por el correcto uso y aplicación de la imagen organizacional a través de lineamientos, logrando así unificar la imagen corporativa y el posicionamiento en los diferentes vínculos de comunicación.

9. Prestar servicios y atención al ciudadano a través del call center, medios virtuales acerca de los servicios y requerimientos a la ANM.



(puntos de atención regional PAR, punto satélite, punto de atención al ciudadano y radiación en Bogotá).

10. Mantener permanente monitoreo de las actividades mineras en el territorio colombiano como herramienta de apoyo a las reacciones mediáticas frente a las crisis.

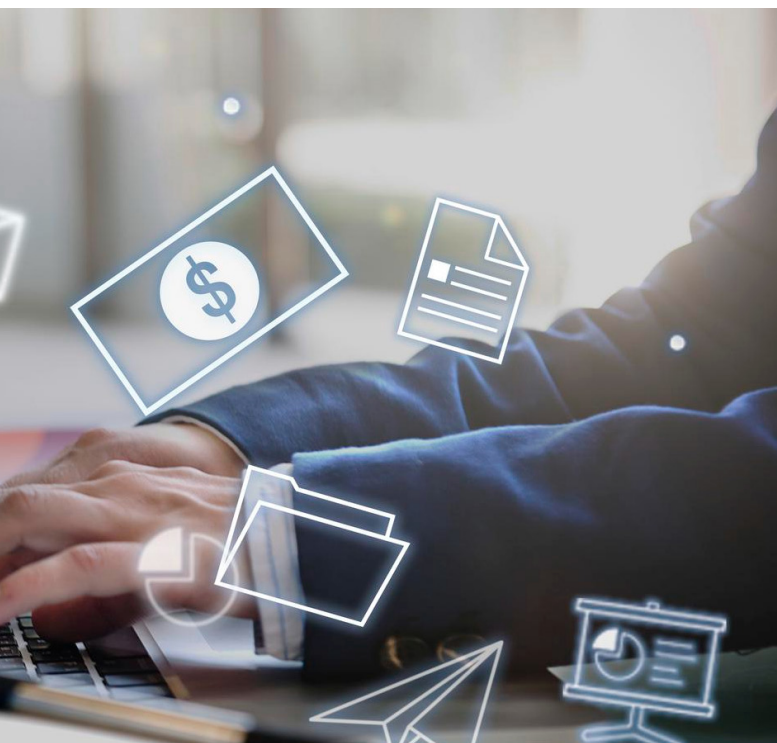
### **3.1.2. Comunicación Interna:**

Se encarga del manejo interno de las comunicaciones de la entidad, involucra a todos los colaboradores sobre las directrices de la ANM y profundiza el conocimiento de los programas de la entidad y la adopción de principios y valores a través de medios corporativos, ayudando a fortalecer la cultura organizacional.

En sus objetivos está el promover la imagen positiva al interior de la entidad, realizando las siguientes funciones:

1. Coordinar los planes de comunicación e información de los colaboradores de la ANM de acuerdo a los lineamientos propuestos con la presidencia de la entidad.

2. Coordinar, en conjunto con la presidencia y con la Vicepresidencia Administrativa y financiera, a través del grupo de Gestión del ta-



## 4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES



Generar y difundir información que ayude garantizar los derechos y la sostenibilidad del medio ambiente, en el ejercicio minero en territorio colombiano.

Inclusión de temas relacionados con la protección de los recursos naturales y garantía de los derechos de los titulares mineros, y demás actores en el ejercicio de la minería en Colombia.

Posicionar a la ANM como referente nacional e internacional en la gestión de los recursos mineros, su generación de valor y aporte al desarrollo sostenible.



lento Humano de la Entidad, los programas de comunicación e información dirigidos a los colaboradores de la ANM.

3. Diseñar, implementar y evaluar las estrategias de comunicación interna y relaciones públicas de la ANM, diseñadas para mejorar el clima y la cultura organizacional y complementar los programas de información y capacitación de recursos humanos en temas y áreas que los servidores de la ANM deben dominar colectivamente para optimizar su desempeño.

4. En coordinación con el Grupo de Gestión del Talento Humano, promover programas educativos integrados para promover la salud ocupacional y prevenir enfermedades y riesgos laborales a través de comunicados en boletines internos y Net Mailyng de la ANM.

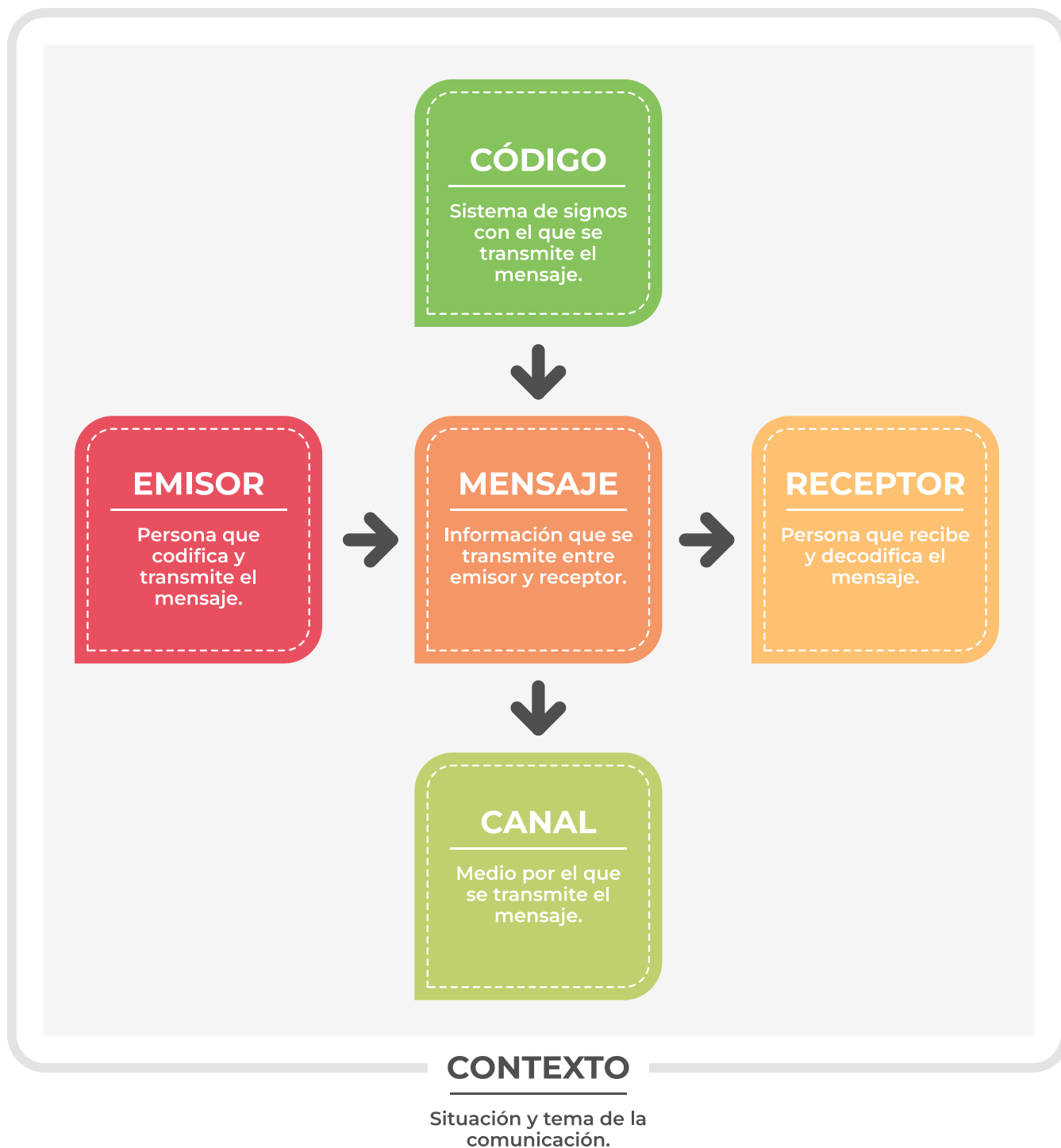
5. Mantener actualizada la intranet de la ANM y establecer los enlaces necesarios para brindar a los colaboradores información institucional veraz, actual y completa respecto de sus consultas.

6. Generar espacios de diálogo con la presidencia de la ANM a través de la iniciativa “un café con el presi” como herramienta de participación de los funcionarios y contratistas con la alta dirección.



#### 4.1 Modelo de comunicación

El presente Plan de Comunicaciones está basado en el modelo de comunicación de Harold Lasswell, el cual es un modelo descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos a partir de responder 5 interrogantes:



### ¿Quién es el emisor?

La ANM como agencia estatal de naturaleza especial, y traza un objetivo en administrar integralmente los recursos minerales de propiedad del Estado para promover su óptimo aprovechamiento y sostenibilidad de conformidad con las normas vigentes y en coordinación con las autoridades ambientales.

### ¿Cuál es el mensaje?

Acciones relacionadas con la gestión, programas y proyectos que adelanta la ANM, y su desempeño en temas relacionados con la gestión y promoción de la política del manejo y extracción de los minerales en el territorio colombiano, y velar por la protección y garantía de los recursos naturales en el ejercicio minero.

### ¿Por qué canal lo emite?

En función de la menor inversión y la mayor cobertura e impacto. Los canales son: (redes, comunicados de prensa, piezas digitales, infografías, cartelera virtual, página web).

### ¿Quién es el receptor?

En función de la audiencia específica identificada son los (servidores públicos, contratistas y demás personas naturales y jurídicas involucradas en sus procesos y programas a nivel nacional y regional, público en general, y usuarios de los servicios de la ANM y grupos de interés).

### ¿Qué efecto se espera del receptor?

Reconocimiento de la gestión de la entidad en cabeza de su presidente, teniendo como precedente una entidad que promueve buenas prácticas en el ejercicio de la minería propendiendo por el buen manejo de los recursos naturales impulsando la economía del sector minero energético a nivel nacional e internacional.

## 5. ESTRUCTURA E IMPLEMENTACIÓN

Con el fin de implementar adecuadamente la estrategia y delinear e implementar las tácticas necesarias para lograr los objetivos propuestos, el plan estratégico de comunicaciones propone una estructura funcional basada en contenidos y no en audiencias; Es decir, contenidos enfocados o relacionados con la gestión, pro-

gramas y proyectos de la Agencia Nacional de Minería, la gestión su desempeño, y temas relacionados con el sector minero energético del país. En este sentido, la estructura debe estar orientada a la producción de contenidos, siendo parte del proceso de producción la definición de canales y la identificación de audiencias (público objetivo) y sus necesidades de información sobre los contenidos producidos.

## 6. PROCESO

### PROCESO COMUNICACIONAL



### MEDIOS EXTERNOS

- ✓ Página web, redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn).
- ✓ Comunicados de prensa, ruedas de prensa, entrevistas, etc.
- ✓ Eventos, congresos, talleres, foros, capacitaciones y reuniones.
- ✓ Correos electrónicos, conmutador, línea telefónica nacional 018000, chatbot, SMS.
- ✓ Videos institucionales, carteleras digitales.
- ✓ Publicaciones e impresos.
- ✓ Presentaciones.
- ✓ Cartas, informes.

### MEDIOS INTERNOS

- ✓ Intranet, correo institucional.
- ✓ Boletín ANM Noticias.
- ✓ Reuniones, comités, eventos, celebraciones.
- ✓ Correo electrónico personales, genéricos y extensiones.
- ✓ Carteleras digitales.
- ✓ Publicaciones internas a través de diferentes canales.
- ✓ Manuales.
- ✓ Correos masivos.

## 7. COMPONENTES

Se tomará toda la información relacionada con la Agencia Nacional de Minería, su presidente y sus vicepresidencias en dos fuentes relacionadas a continuación:

### -Gestión

Programas y proyectos que adelanta la ANM en el territorio nacional como insumo para medios y usuarios que hacen uso de nuestros servicios, información proveniente de nuestros 11 puntos de atención, y punto de atención Bogotá y red de reporteros ANM.

### -Gestión y desempeño de las políticas propuestas por la presidencia de la ANM

Se tomará la información como fuente primaria a la secretaria Privada y la vicepresidencia administrativa y financiera y su grupo de planeación, para relacionar actividades, prioridades, objetivos en relación a las metas e indicadores propuestos para la vigencia. Cabe resaltar que al ser una entidad del orden nacional se responde en relación a las condiciones coyunturales y situaciones que requieran respuesta o exposición por parte de esta Agencia.

## 8. RECURSO HUMANO

La propuesta del plan estratégico de comunicaciones esta soportada en recurso humano para atender las necesidades comunicacionales de la entidad.

·Coordinación GAPCC



·Comunicación interna

2



Profesionales

·Comunicación Externa

4



Profesionales

·Comunicaciones transversales interna, externa

4



Profesionales

·Administrativos

3



Profesionales

·Servicios y atención

13

4

8

Puntos de atención presencial

Canal telefónico

Canal virtual





AGENCIA NACIONAL DE  
**MINERÍA**  
[www.anm.gov.co](http://www.anm.gov.co)