

MATRIZ ESTRATÉGICA PLAN DE COMUNICACIONES CORPOURABA 2022

El presente Plan Estratégico de Comunicaciones de la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá –CORPOURABA-, se construyó mediante la ejecución de un concienzudo y acucioso trabajo preliminar, a través del cual se recaudaron insumos que nos ayudaron a efectuar un detenido análisis sobre la realidad comunicacional de la organización, identificando las necesidades existentes en materia de comunicación interna y externa.

Dichos insumos se recolectaron a partir de las observaciones, solicitudes y recomendaciones planteadas en diversas reuniones y espacios de interacción sostenidos entre el comunicador de CORPOURABA y la Directora General de la entidad, con los distintos integrantes del Consejo Directivo, funcionarios y contratistas de la Corporación Ambiental.

Igual de trascendentales fueron las observaciones, análisis y conceptos expresados en distintos escenarios, por diferentes miembros o actores de la comunidad sobre su percepción asociada a la imagen y a la dinámica de la institución en materia de comunicaciones.

Lo que tenemos en nuestras manos es un instrumento de planeación ambicioso y completo, en el que se relacionan en forma detallada y precisa, las actividades a ejecutar dirigidas tanto a públicos internos como externos, con sus objetivos, estrategias, responsables, recursos, presupuestos, fechas de ejecución, medios, frecuencia, metas y variable de control.



JUSTIFICACIÓN: CORPOURABA, en cumplimiento de su misión institucional, elaboró a través de su Oficina de Comunicaciones el presente Plan Estratégico de Comunicaciones, para establecer y consolidar una hoja de ruta que propenda por la utilización adecuada y eficiente de la comunicación interna y externa de la entidad. Se hace imperante la necesidad de implementar e institucionalizar esta estrategia de Comunicaciones para mejorar los flujos de interacción con los públicos de interés para dar cumplimiento a la política de comunicación pública de la institución.

OBJETIVO GENERAL: Estructurar una adecuada estrategia comunicacional mediante la definición de acciones informativas y educativas orientadas a públicos internos y externos, para promover la participación comunitaria en procesos ambientales y fortalecer la imagen corporativa de CORPOURABA.	Plan de Acción Institucional 2020 - 2023	Línea estratégica No. 6	Programa No. 1	Indicadores	Proyecto
	"Desde el páramo hasta el mar, construimos el desarrollo sostenible regional".	Educación ambiental, participación y conflictos socioambientales	Educación ambiental, participación comunitaria y comunicaciones	1. Numero de boletines piezas informativas, comunicaciones, actualización vallas y avisos producidas. 2. Numero de programas radiales y televisivos. 3. Número de mensajes de redes sociales. 4. Boletín digital producido. 5. Numero de campañas internas de información y comunicación.	Fortalecimiento de la gestión comunicacional de la Corporación

COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	Responsables	Recursos	Presupuesto / Valor unitario	Presupuesto / Valor total	Periodicidad		Medio	Frecuencia	Meta	Variable de control
							Fecha inicial	Fecha Final				
		Diseñar y difundir piezas gráficas exaltando logros y fechas especiales que involucren a CORPOURABA o a uno o varios de sus miembros.					4-ene-22	30-dic-22	Digital	Según la ocasión	25	Imágenes diseñadas y difundidas
	Utilizar herramientas visuales físicas que tengan contenidos informativos y educativos visuales de interés para el personal interno.	Actualizar carteleras institucionales, en articulación con otras áreas internas de la entidad.					24-ene-22	30-dic-22	Digital	Mensual	12	Carteleras actualizadas
	Compartir a los públicos internos, la información que se produce y se da a conocer a los públicos externos a través de diferentes herramientas comunicacionales.	Enviar piezas gráficas, boletines de prensa, videos y las diferentes publicaciones alusivas a la entidad que se generan para informar a los públicos externos, en las redes sociales, correos electrónicos, listas de difusión y grupos de whatsapp.		Computador, software y personal de apoyo en diseño	\$0	\$0	24-ene-22	30-dic-22	Digital	Según la producción de los contenidos generados en las redes sociales y demás herramientas comunicacionales establecidas para los públicos externos.	175 contenidos informativos y educativos compartidos a públicos internos a través de diferentes herramientas	Material multimedial producido y difundido

Motivar y comprometer al personal interno en la adopción de hábitos o acciones orientadas a generar bienestar y sostenibilidad.	Promover campañas educativas e informativas, transmitiendo dichos mensajes a través de diferentes herramientas comunicacionales.	Producir contenidos en diferentes formatos multimediales, sobre campañas internas o propias de la entidad y difundirlas a través de correos electrónicos, aplicaciones y demás herramientas al alcance para hacer llegar a públicos internos.	Computador, software y personal de apoyo en diseño	\$0	\$0	27-ene-22	30-dic-22	Digital	Ocasional	5 campañas promovidas y difundidas.	Productos comunicacionales generados
9. Fortalecer la comunicación interna y orientar al personal de la entidad en la realización de acciones que contribuyan a la generación de contenidos informativos dirigidos a públicos externos.	Generar espacios interactivos de capacitación sobre temas comunicacionales	Realizar y promover reuniones virtuales con el personal interno, para brindar inducciones sobre temas puntuales relacionados con la comunicación interna y externa.	Computador, software y personal de apoyo en diseño	\$4.000.000	\$4.000.000	7-abr-22	30-dic-22	Virtual	Ocasional	4	Reuniones y capacitaciones realizadas

COMUNICACIÓN EXTERNA

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD	Responsables	Recursos	Presupuesto / Valor unitario	Presupuesto / Valor total	Periodicidad		Medio	Frecuencia	Meta	Variable de control
							Fecha inicial	Fecha Final				
Producir y difundir material educativo e informativo dirigido a los diferentes sectores de la comunidad	Generar productos multimediales estéticamente diseñados, y divulgarlos por diferentes medios de comunicación y herramientas comunicacionales de uso masivo como redes sociales, página Web y la aplicación WhatsApp.	Diseñar y difundir PIEZAS GRÁFICAS EDUCATIVAS asociadas con la protección y sostenibilidad ambiental		Computador, software y personal de apoyo en diseño		\$ 4.100.000	26-ene-22	30-dic-22	Digital	Según la ocasión	60	Imágenes diseñadas y difundidas
		Diseñar y difundir PIEZAS GRÁFICAS INFORMATIVAS sobre eventos, sucesos y situaciones de interés general.					24-ene-22	30-dic-22	Digital	Según la ocasión	60	Imágenes diseñadas y difundidas
		Producir, diseñar y divulgar BOLETÍN INFORMATIVO que resuma cifras y avances de gestión de CORPOURABA	Computador, software y personal de apoyo en diseño	\$2.000.000	\$2.000.000	20-jun-22	30-dic-22	Digital	Único	1	Boletín digital externo diseñado y difundido	
		Producir y divulgar VIDEOS con variados contenidos relacionados con la Corporación Ambiental	Computador, software, personal contratista de apoyo externo	\$850.000	\$51.000.000	30-ene-22	30-dic-22	Digital	Según la necesidad	100	Videos realizados	

		<p>Producir, diseñar y difundir un periódico institucional con el resumen de la gestión adelantada durante la presente vigencia por parte de CORPOURABA</p>
		<p>Producir y divulgar AUDIOS con variados contenidos de entrevistas, mensajes y avisos, relacionados con el quehacer misional de CORPOURABA.</p>
Motivar y a la ciudadanía a adoptar hábitos orientados a generar bienestar y sostenibilidad.	Promover campañas educativas e informativas mediante la generación y divulgación de variados contenidos multimediales	<p>Producir a través de contenidos gráficos o en diferentes formatos, campañas internas o propias de la entidad y difundirlas a través de correos electrónicos, aplicaciones y demás herramientas al alcance para hacer llegar a públicos externos.</p>
Informar oportunamente a la ciudadanía sobre las diferentes decisiones administrativas de interés general que se adopten en la Corporación con base en directrices internas y externas.	Utilizar herramientas de comunicación disponibles para informar masivamente a la ciudadanía	<p>Difundir a través de redes sociales y medios de comunicación disponibles, resoluciones, decretos, normas y demás actos administrativos y decisiones que se relacionen con la prestación del servicio</p>
Facilitar y promover la divulgación sobre hechos noticiosos e información de interés general, a través de medios	Generar espacios que les permitan a los medios de comunicación regional, nacional e internacional conocer,	<p>Redacción y difusión de boletines y comunicados de prensa</p>
		<p>Realización de ruedas de prensa con la directora y funcionarios de la Corporación, según la situación y tema abordado.</p>
		<p>Realización de entrevistas con la directora y funcionarios, según la situación y tema abordado.</p>

recopilación de la información por parte del Comunicador y contratación de diseño e impresión.	\$13.500.000	\$13.500.000	15-dic-22	30-dic-22	Digital	1	1	Periódico Virtual o impreso realizado
Computador, software, personal contratista de apoyo externo	\$200.000	\$20.000.000	2-feb-22	30-dic-22	Digital	Según la necesidad	120	Audios realizados.
Computador, software y personal de apoyo en diseño	\$0	\$0	7-feb-22	30-dic-22	Digital	Ocasional	5	Productos comunicacionales generados
Computador con internet	\$0	\$0	7-ene-22	30-dic-22	Digital	Ocasional	16	Actos administrativos difundidos
Equipo de cómputo - internet	\$0	\$0	26-ene-22	30-dic-22	Digital - impreso	Semanal	60 boletines de prensa elaborados y difundidos	Boletines elaborados
Logística disponible	\$0	\$0	5-feb-22	30-dic-22	Medios impresos, radiales, televisivos y cibermedios.	Ocasionalmente	7 ruedas de prensa en el año.	Archivo fotográfico y audiovisual de los encuentros.
Logística disponible	\$0	\$0	26-ene-22	30-dic-22	Medios impresos, radiales, televisivos y cibermedios.	Ocasionalmente	25 entrevistas realizadas en el año a directora y personal de la Corporación.	Archivo fotográfico y audiovisual de los encuentros.

masivos de comunicación	ampliar noticias de interés y difundirlas	Generar el programa radial VOCES AMBIENTALES y otros espacios similares radiales informativos y educativos, en varias emisoras.	Comunicador	Emisoras de la región	\$208.363	\$60.000.000	1-mar-22	30-dic-22	Radio	Ocasionalmente	85 espacios radiales generados en varias emisoras de la región.	Archivo fotográfico y audiovisual de los encuentros.
		Generar espacios televisivos informativos y educativos		Canales de televisión producción externa de apoyo	\$800.000	\$16.000.000	4-feb-22	30-dic-22	Televisión	Ocasionalmente	24 espacios generados en varios canales de televisión de la región.	Archivo fotográfico y audiovisual de los encuentros.
Generar, promover y fortalecer espacios de interacción y retroalimentación entre CORPOURABA y la ciudadanía en general.	Publicar contenidos variados a través de las redes sociales, aplicaciones y plataformas digitales con que cuenta CORPOURABA, y generar en ellos espacios de interacción.	Publicar en FACEBOOK contenidos propios y compartir información de relevancia de autoridades ambientales del orden regional, departamental y nacional	Equipo de cómputo con internet y contratista de apoyo para generación de contenidos	\$6.000.000	\$36.000.000	10-ene-22	30-dic-22	Plataformas digitales	Diario	Realizar 1.200 publicaciones Aumentar de 8,621 a 10.000 el número de seguidores.	Facebook activo actualizado con número de seguidores proyectados	
		Actualizar noticias, anuncios y gráficos en PÁGINA WEB	Equipo de cómputo con internet y contratista de apoyo para generación de contenidos	\$0	\$0	21-ene-22	30-dic-22		2 veces por semana	35 actualizaciones de noticias y anuncios gráficos en Página web	Página Web actualizada	
		Almacenar y difundir videos informativos y educativos de la Corporación a través del CANAL DE YOUTUBE	Equipo de cómputo con internet y contratista de apoyo para generación de contenidos	\$0	\$0	1-feb-22	30-dic-22		Según producciones de videos	100 videos almacenados en el canal de Youtube	Red social existente y actualizada	
		Publicar en INSTAGRAM contenidos propios con imágenes e información de relevancia relacionada con el quehacer misional de CORPOURABA.	Equipo de cómputo con internet y contratista de apoyo para generación de contenidos	\$0	\$0	7-ene-22	30-dic-22		Diario	Realizar 300 publicaciones Aumentar de 2.208 a 2.750 el número de seguidores.	Instagram activo y actualizado con número de seguidores proyectados	
		Publicar en TWITTER contenidos propios con imágenes e información de relevancia relacionada con el quehacer misional de CORPOURABA.	Equipo de cómputo con internet y contratista de apoyo para generación de contenidos	\$0	\$0	2-ene-22	30-dic-22		Diario	Realizar 500 publicaciones Aumentar de 10.512 a 11.600 el número de seguidores.	Twitter activo y actualizado con número de seguidores proyectados	

