



50
Años

Rendición de Cuentas

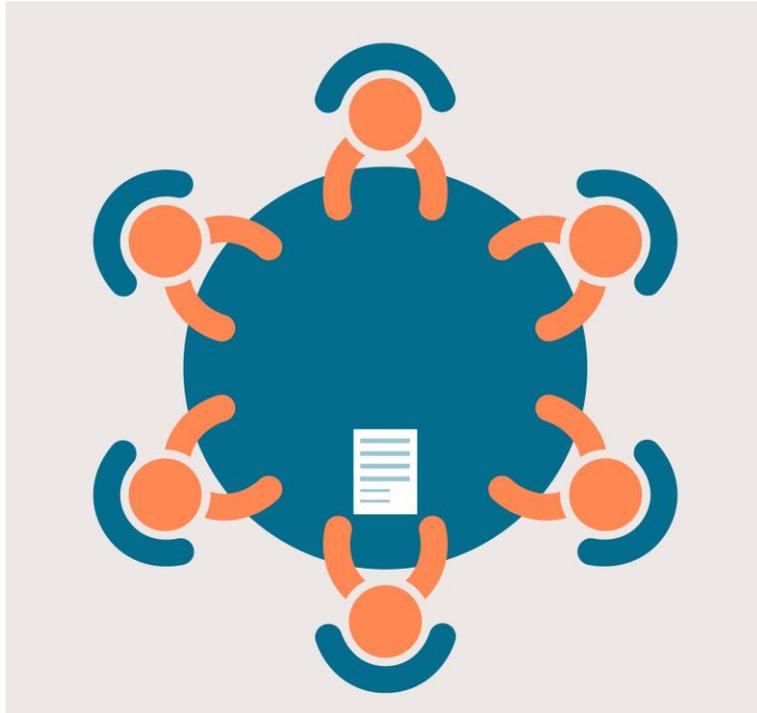
— Vigencia 2021 —

Estrategia de Comunicaciones
Proyecto de documento para aportes y comentarios

Foto: Kevin Andrés Ocampo - Guacamaya Verdiazul





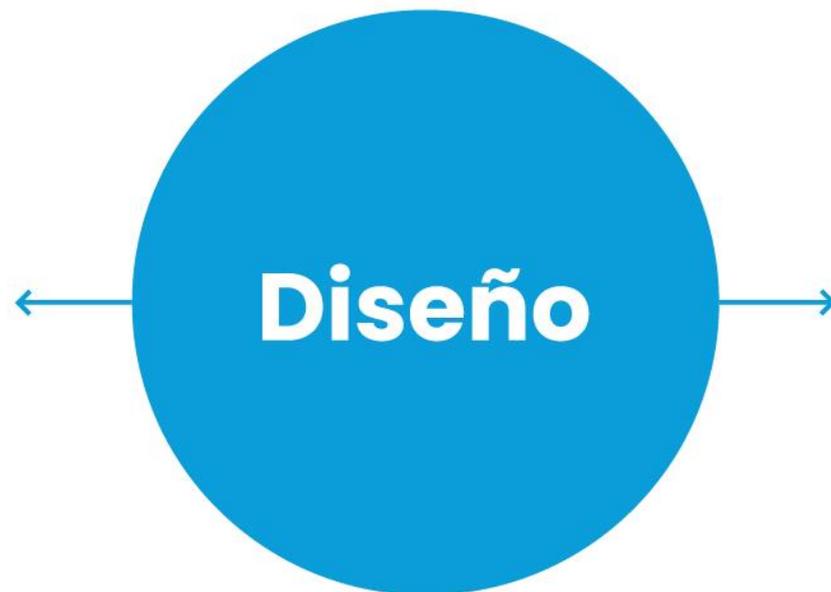


1. GRUPO LÍDER

Claudia Marcela Cardona
Diana Carolina Zuluaga
Sandra Burgos
Carlos Arturo Valencia
Lina Daza
Erika Londoño
Martha Inés Echeverry
Tatiana Carvajal
Alejandro Morales
Adriana Cutiva
Olga Quintero
Diana Lorena Gómez
Sandra Ceballos
Marcela Muñoz



1. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA
DE RENDICIÓN DE CUENTAS
COMPONENTE
COMUNICACIONES



Diseño

2. SOCIALIZACIÓN DE LA
ESTRATEGIA DE RENDICIÓN
DE CUENTAS
COMPONENTE
COMUNICACIONES



7. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS

OBJETIVO

Informar los avances y logros de CORPOCALDAS durante el periodo 2021

OTROS PROPÓSITOS

Habilitar los canales institucionales para interactuar con los grupos de interés.

Facilitar espacios para el relacionamiento con los diferentes públicos.

Desarrollar una estrategia que facilite el conocimiento de la gestión de Corpocaldas durante el 2021.



ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Elaboración del micrositio de la estrategia de RdC	Diseño de la nueva arquitectura e interfaz del micrositio, según la estrategia de RdC	Web y diseño	3 de marzo de 2022	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño de las piezas gráficas para la diagramación del micrositio. -Desarrollo de la nueva interfaz del micrositio, según la estrategia.
Publicación de la estrategia + estrategia de comunicaciones	Publicación del contenido de los borradores de la estrategia de rendición de cuentas y su estrategia de comunicaciones en el micrositio.	Web /Digital	15 de marzo	<ul style="list-style-type: none"> -Habilitación de la nueva versión del micrositio de la RdC. -Publicación de documentos.

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
	Sinergia digital invitando a realizar aportes y comentarios a los documentos.	Digital	15 de marzo 2022	Parrilla para redes sociales compuesta de 2 mensajes y 2 piezas. (pieza gráfica y video). 2 publicaciones en diferentes cuentas institucionales.
	Envió de mailing invitando a realizar aportes y comentarios a la estrategia de RdC	Web/ Digital	28 de marzo	-Envío de 2 mailing, segmentados (ciudadanos, veedurías, actores institucionales), uno semanal, a las bases de datos de la Corporación.

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Elaboración participativa de la estrategia de comunicaciones de RdC	Informe de comentarios recibidos en los canales institucionales de comunicaciones.	Web /Digital	31 de marzo	Entrega de un reporte que consolida los aportes y comentarios de los grupos de interés a la estrategia de comunicaciones.
Elaboración de documento definitivo de la Estrategia de RdC (diagramación)	Entrega de la estrategia diseñada.	Diseño	31 de marzo	-Entrega del documento diseñado.
Socialización de la estrategia definitiva de rendición de cuentas.	Publicación de la estrategia definitiva en el micrositio.	Web /Digital	31 de marzo	Publicación de la estrategia definitiva en el micrositio.
	Publicación de una nota informativa e invitación a conocer la estrategia definitiva.	Web /Digital	31 de marzo	Una publicación en el micrositio y en la página Web de CORPOCALDAS

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
	Sinergia digital invitando a todos a conocer la estrategia.	Digital	31 de marzo	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de una parrilla para redes sociales compuesta de 1 mensaje y 1 piezas. -Publicación en diferentes cuentas institucionales.
	Comunicación a los funcionarios de la Corporación para que conozcan la estrategia de la RdC.	Comunicación interna/Digital	31 de marzo	<ul style="list-style-type: none"> -Envío de un mailing a los integrantes del equipo CORPOCALDAS. -Remisión en el boletín interno a funcionarios.

EJECUCIÓN

Es el momento en que se ejecutan las acciones de publicación, difusión y comunicación de información, así como el desarrollo de espacios de diálogo con la participación de los grupos de valor y de interés.



ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Espacios de participación (Audiencia Pública)	Planeación organización de este espacio	Web/Digital	1 de marzo al 27 de abril de 2022	-Un paso a paso de la Audiencia Pública.
	Estrategia mediática para difusión de la Audiencia Pública	Web/Digital – Radio, televisión, prensa y plataformas web	25 de marzo al 27 de abril	-Una publicación en el micrositio y en los medios de comunicación
	Convocatoria: Publicación de aviso de prensa y un boletín de prensa informando el cronograma e invitando a participar a medios y a comunidad en general	Web/Prensa	25 de	-Una publicación en la página Web de CORPOCALDAS y el micrositio con el formulario de registro.
	Convocatoria: envío de mailing invitando a intervenir y asistir en la Audiencia Pública.	Web/Digital		-Envío de 2 mailing a las bases de datos de beneficiarios.

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Espacios de participación (Audiencia Pública)	Sinergia Digital			8 videos con validadores.
	Free Press con medios nacionales y regionales.	Web/Prensa		-Envío de un mailing a los medios de comunicación.
	Publicación del video de la audiencia en el canal de YouTube de CORPOCALDAS.	Web/Digital		-Publicación de un video en el canal de YouTube de CORPOCALDAS.
	Envío de mailing a los grupos de interés invitando a ver o repetir la audiencia pública.	Web/Digital		-Envío de 1 mailing a las bases de datos de los beneficiarios. - Anexar encuesta de satisfacción

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Espacios de participación (Foros y diálogos participativos virtuales)	Planeación y organización de estos espacios.	Web/Digital		-Un cronograma de los espacios que se publicaran en el micrositio.
	Publicación de estos eventos en el micrositio.	Web/Digital		-Una publicación en el micrositio. -Desarrollo de un formulario de inscripción.
	Convocatoria: Publicación de un boletín de prensa informando el cronograma e invitando a participar.	Web/Prensa		-Una publicación en la página Web de CORPOCALDAS y el micrositio con el formulario de registro.
	Convocatoria: sinergia digital invitando a participar en alguno de los espacios.	Web/Digital		Parrilla sobre los espacios y fechas de los espacios de rendición.

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Publicación de información para consulta y comentarios de la ciudadanía con temas relevantes definidos por cada área.	Publicación de temas de interés y temas transversales en el micrositio.	Web	3 de marzo	-Una publicación en el micrositio con la información de los 8 programas y el formulario para comentarios.
	Envío de mailing invitando a participar de este proceso.	Web /Digital	3 de marzo	-Envío de 8 mailing a las bases de datos de ciudadanos, veedurías y actores institucionales.
	Sinergia digital invitando a participar.	Digital		-Elaboración de una parrilla para redes sociales compuesta de 8 mensajes y 8 piezas. -24 publicaciones en diferentes cuentas institucionales.

ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
	Publicación en los canales de comunicación de CORPOCALDAS (Chat institucional, correo electrónico y Corpocaldas en Línea).	Digital		-2 publicaciones en cada canal de comunicaciones con una pieza y el enlace al micrositio.



**CONTROL INTERNO
PROCESO DE PARTICIPACIÓN**



SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN



Dentro de la evaluación y seguimiento se aplican cuatro propósitos:

- Seguimiento al desarrollo del trabajo del equipo líder y al desarrollo de la estrategia (insumos y actividades).
- Evaluación de las acciones propuestas en la estrategia de rendición de cuentas, tanto por los participantes como por el equipo líder.
- Seguimiento a los compromisos adquiridos en los espacios de rendición de cuentas con los grupos de valor y de interés.
- Evaluación de la contribución de la rendición de cuentas a la gestión de la entidad (resultados e impacto).



ACTIVIDAD	TÁCTICA	TIPO	FECHA	KPI
Plan de acción de mejora + Retroalimentación de resultados de la RdC a los grupos de interés.	Publicación del plan de acción de mejora en el micrositio.	Web/Digital		-Una publicación del plan de acción de mejora de la RdC.
	Sinergia digital invitando a consultar el plan de acción de mejora en el micrositio	Digital		-Desarrollo de 1 mensajes que contengan el enlace al micrositio principales redes sociales institucionales: Twitter, Facebook e Instagram.





GRACIAS



@corpocaldas



@corpocaldas



@corpocaldas



@corpocaldasoficial

