

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2023

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Región Administrativa y de Planeación Especial (RAP-E) Región Central, es la hoja de ruta a implementar para la difusión de las actividades que desarrolla la entidad junto con sus territorios asociados: Bogotá, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima. En el documento se determinan los mensajes, públicos y canales de comunicación (internos y externos) que se emplean para visibilizar la gestión de la primera entidad pública supradepartamental del país.

Asimismo, y en aras de dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley 1712 de 2014 sobre Transparencia y Acceso a la Información, este plan busca garantizar que los distintos grupos de interés de la RAP-E conozcan, de manera clara, oportuna y veraz, las acciones y los resultados de la gestión de la entidad para el cumplimiento de sus objetivos misionales. Esto último, también tiene en cuenta las dinámicas globales, lo cual requiere que los mensajes sean amenos y cercanos pero también formales, donde no se genere sesgo.

De este modo, la RAP-E Región Central y su Asesoría de Comunicaciones tienen el compromiso de mostrar su gestión y el trabajo articulado con sus territorios asociados y los distintos grupos de interés; en ese orden de ideas, es necesario que se estructuren, diseñen y produzcan contenidos que contribuyan al fortalecimiento de su imagen e identidad corporativa, visibilicen sus programas y proyectos, y permita la interacción con los habitantes del centro del país.

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Equipo de comunicaciones con personal profesional y técnico para el cumplimiento del plan.
- Reconocimiento del gerente, Ricardo Agudelo Sedano.
- Buen relacionamiento de la Gerencia con los mandatarios de los territorios asociados.
- Los temas estratégicos de la entidad, hacen parte de la agenda pública nacional.
- Variedad de temas que permiten construir distintos contenidos en materia audiovisual y editorial.

OPORTUNIDADES

- Relaciones públicas del gerente, Ricardo Agudelo Sedano.
- Articulación con equipos de prensa de los territorios asociados y entidades a fin.
- Relacionamiento con los medios de comunicación (locales, regionales y nacionales)
- Gestionar colaboración con equipos de comunicación de entidades con las que se adelantan proyectos.
- Generar alianzas estratégicas con las emisoras de Interés público comunitario departamental en los territorios asociados.
- Crecimiento del alcance de las redes sociales.

DEBILIDADES

- Grupo de comunicaciones pequeño para el desarrollo de más productos audiovisuales y editoriales.
- Baja interacción con publicaciones en redes sociales (Facebook y YouTube)
- Bajo reconocimiento de la marca /o marcas de la entidad, como: Sumercé.
- No existe una base de datos de medios locales, regionales y nacionales.
- Secciones desactualizadas en la página web.
- Alta producción de contenidos emergentes, que no permiten una planeación y diseño más a detalle.
- Se usa siempre el mismo material fotográfico y audiovisual para la socialización de los proyectos estratégicos

AMENAZAS

- Difusión de información errónea o falsa.
- No cumplimiento de las metas y actividades de la Dirección de Planificación, Gestión y Ejecución de Proyectos.
- Baja periodicidad de eventos y acciones de la entidad.
- Exposición a hackers y robo de información en la página web de la entidad y las redes sociales.
- Falsos perfiles en redes sociales.
- No cumplimiento y/o uso del manual de imagen corporativa

ANTECEDENTES

(EVALUACIÓN DE LAS COMUNICACIONES 2022)

La Asesoría de Comunicaciones estructuró y aplicó una encuesta a funcionarios y contratistas de la entidad, durante el inicio de la actual vigencia, con el propósito de conocer sus opiniones, comentarios y sugerencias frente al uso y pertinencia de los medios de comunicación (internos y externos) a través de los cuales la RAP-E Región Central socializa las acciones que desarrolla.

Del cuestionario que fue aplicado a través de Microsoft Forms, en el que participaron 37 personas, se puede concluir que:

97%

de los encuestados **conocen los canales de comunicación** de la entidad.



El canal más usado para informarse es el grupo de **WhatsApp RAP-E NOTICIAS** seguido de las redes sociales, página web, y por último, el correo electrónico.



El termómetro de noticias es una herramienta a través de la cual el **92% de los servidores se informan a diario**. En el mismo sentido, destacan que la información compartida es útil.

www

El 80% de los participantes aseguran que **ingresan a la página web** de la entidad para consultar información.



En relación con la periodicidad de visitas a la página web de la entidad, el **43% de los encuestados afirma que ingresa al sitio web a diario**. Por su parte, el **39%** la consulta semanalmente y un **14%** una vez al mes. Asimismo, la encuesta reflejó que un **3%** de los colaboradores no ingresa al portal web.



La red social más seguida por los encuestados es **Twitter**, seguido de Instagram, Facebook, YouTube y TikTok, respectivamente.



El 98% de las personas que respondieron la encuesta, aseguraron que **leen el boletín mensual 'Región Central'** y resaltan la importancia del contenido del mismo.

OBJETIVOS

GENERAL:

Visibilizar la gestión de la RAP-E Región Central por medio de la formulación y el desarrollo de estrategias comunicativas, para garantizar la difusión de la información y la interacción con los distintos grupos de interés.

ESPECÍFICOS:

- Divulgar información oficial, de manera permanente y en tiempo real, en los diferentes canales de comunicación, con el fin de fortalecer la imagen institucional y la gestión que se desarrolla desde cada una de las áreas que conforman la entidad.
- Asesorar al equipo técnico de la entidad y la Gerencia en el diseño e implementación de campañas que permitan socializar las políticas, acciones, planes, programas y proyectos ejecutados por la RAP-E Región Central, que contribuyan al posicionamiento de la entidad.
- Fortalecer las comunicaciones internas orientadas al sentido de pertenencia con la entidad y las relaciones de diálogo entre los servidores públicos, en aras de avanzar en el cumplimiento de objetivos comunes.



DEFINICIÓN DE PÚBLICOS



Internos

Tanto funcionarios como contratistas de la RAP-E, se consolidan como el grupo de interés más cercano a la gestión de la entidad, serán también los principales voceros del quehacer diario. De allí la importancia de implementar actividades que les permitan conocer las apuestas y avances en el cumplimiento del Plan Estratégico Regional.

Externos

De manera permanente, la RAP-E Región Central deberá aunar esfuerzos por mantener informados a los mandatarios de sus territorios asociados (Bogotá, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima) así como a los integrantes del Gobierno Nacional, ministerios, Concejo de Bogotá y asambleas departamentales; medios de comunicación, opinión pública nacional, comunidad y entes de control, sobre los proyectos que diseña e implementa, en el marco del cumplimiento de la Estrategia de Rendición de Cuentas.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN



ESTRATEGIA 1

COMUNICACIÓN PERMANENTE.

Actividades:

Boletines de prensa y comunicados: Que den cuenta de las acciones desarrolladas por la entidad, así como los avances de sus proyectos. Estos contenidos además de ser publicados en el portal web oficial son enviados a los medios de comunicación (locales, regionales y nacionales), por ende, su contenido debe estar alineado a la agenda pública nacional. Mensualmente, se generarán mínimo de 8 boletines mensuales.

Contenidos gráficos y editoriales: Atendiendo a las tendencias de diseño para la actual vigencia: uso de tipografías experimentales, aplicación del estilo minimalista e inclusión social, así como del modo oscuro y el diseño 3D, las piezas y productos audiovisuales buscan simplificar la manera de entregar el mensaje y hacer que todos los grupos de interés puedan comprenderlo.

Agenda temas coyunturales: La creación y revisión de esta agenda sobre los temas coyunturales de impacto nacional y regional, enlazados con los hechos regionales y/o actividades que desarrolla la entidad, permitirá que la entidad se anticipe a los hechos noticiosos que marcan la agenda nacional en temas de interés, así mismo permite que la RAP-E Región Central se convierta en referente de opinión pública.

Infografías: La construcción y diseño de estas piezas, permitirá presentar los programas y proyectos que adelanta y ejecuta la entidad de forma clara, concisa y visual, buscando ser atractiva para los espectadores o público objetivo del presente Plan de Comunicaciones. Se realizarán 2 infografías mensuales.

Boletín 'Región Central' , contempla las siguientes secciones: 'Sabías que'; RAP-Egram; Frase del mes; Emprendimiento Región Central; Titulares del mes; Gestión RAP-E y su agenda. Este boletín es compartido a través de los diferentes canales de comunicación tanto internos (grupo de WhatsApp y pantalla interna) como externos (Emailing y publicación en portal web y redes sociales). El boletín será enviado el último día hábil de cada mes.

Corrección de estilo y gramática: La revisión de textos técnicos que son producidos por las diferentes dependencias de la entidad y que requieran ajustes gramaticales y sintácticos, deberán ser enviados a la Asesoría de Comunicaciones de la RAP-E Región Central, que hará la correspondiente verificación, para que los textos puedan entenderse de forma clara y concisa, dando cumplimiento a la normativa del idioma castellano, en materia de escritura, así como a los estándares de calidad y formatos establecidos por la entidad.

Free Press: Herramienta eficaz para difundir información clave de la entidad de manera que el público objetivo, los mandatarios y todas las personas relacionadas a la RAP-E Región Central, estén al tanto de los hechos que son noticia en la entidad. Esta permite la rentabilidad económica pues evita costos en publicidad, teniendo en cuenta el manejo de una base de datos de medios de comunicación, que permita visibilizar la gestión y labor de la entidad.

Al día con la Región Central: Con el objetivo de dar a conocer la gestión que se realiza en los territorios asociados a la RAP-E Región Central, sobre los hechos que enmarcan los ejes estratégicos y misionales de la entidad, diariamente se replicará en el sitio web: www.regioncentralrape.gov.co una (1) noticia destacada de Bogotá, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima. Esto también es un apoyo para los territorios asociados, pues sus acciones tienen mayor visibilidad.

Cubrimiento de eventos: La RAP-E Región Central, siendo una entidad pública de carácter supradepartamental, deberá velar por ofrecer y manejar información de manera verídica, confiable y, cuando se requiera, en tiempo real. Sin embargo, su agenda también deberá enlazarse con los eventos de los territorios asociados: Bogotá, Boyacá, Cundinamarca, Huila, Meta y Tolima, así como de otras entidades y/o organizaciones que tienen relación directa con su misionalidad.

Producción de piezas audiovisuales y sonoras.

- Cápsula Informativa: Con el propósito de presentar la noticia más importante de la entidad, durante la semana, en video. Este producto es compartido por las redes sociales y enviado a medios de comunicación, semanalmente.

-Reels y videos informativos: Con el objetivo de mantener actualizadas las redes de la entidad, en tiempo real, se generan reels que visibilizan los eventos que sean organizados o en los que participen funcionarios de la RAP-E Región Central. Su duración máxima será de 2:00”.

- Cápsulas Sonoras: A través de alianzas con las emisoras de interés público departamental y Distrital, se socializarán dos cápsulas informativas por semana, en las que se de cuenta de las actividades que desarrolla la Entidad o en las que participa, en aras de dar cumplimiento a sus objetivos estratégicos. Con esta acción, la Asesoría de Comunicaciones promueve el principio de transparencia y acceso a la información para todos los ciudadanos del centro del país.

ESTRATEGIA 2

INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES

Importancia de las redes sociales.

El auge actual de las redes sociales demanda que las entidades del estado administren adecuadamente sus perfiles, así como un portal web donde se socialicen la información que se produce de su gestión. En este plan se presentan las actividades a desarrollar en estos dos canales de comunicación externa con el propósito de fortalecer la credibilidad de la RAP-E frente a sus distintos grupos de interés.

Por ello, se determinan los factores necesarios a tener en cuenta, para que las publicaciones tengan un buen alcance y significativa interacción, por ejemplo: horas para publicar, tipo de imágenes o vídeos que acompañan, contenido interactivo, colaboración con otras entidades y públicos objetivos, entre otros. Así mismo, se deberá garantizar el cumplimiento de lo dispuesto en el Manual de Identidad Corporativa y el uso de un lenguaje claro e inclusivo así como el incumplimiento de las normas que protegen los derechos de autor.

Redes sociales de la RAP-E Región Central

La RAP-E Región Central cuenta con cinco (5) perfiles en diferentes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y TikTok, presentes como @laregioncentral. A través de cada una de las cuentas se socializa la gestión de la entidad, a través de contenido audiovisual, editorial o gráfico. Actualmente registra más de 13 mil seguidores.

Estos perfiles permiten visibilizar el cumplimiento de la misionalidad de entidad, bajos los principios de veracidad, oportunidad, en tiempo real y rendición de cuentas permanente, dando también cumplimiento de la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

Tipo de contenido a divulgar

A través del contenido difundido en las redes sociales de la RAP-E Región Central, el Equipo de Comunicaciones definirá y buscará innovar en cada una de sus publicaciones, velando por cuidar la imagen corporativa y evitando la difusión de contenidos cliché o monótonos que harían que la comunicación fuese obsoleta, aburrida o poco atractiva.

A partir de esta definición, puede afirmarse que los contenidos digitales tendrán la función de traducir simbólicamente la esencia de la entidad, permitiendo reconocer sus principales apuestas a corto, mediano y largo plazo.

En relación con lo anterior, los contenidos que se divulgarán durante la actual vigencia serán: reels, videos informativos, campañas internas y/o externas, trinos, infografías, fotografías, historias, contenido en vivo, actualizaciones de documentos específicos como artículos y comunicados, entre otros.

Alianzas estratégicas para la divulgación oportuna de contenido de interés y/o de entidades.

Mantener los índices de transparencia informativa es una tarea constante de las entidades, por ello, cuando el contenido a compartir en las redes sociales proviene de dos o más partes, es importante generar alianzas de contenido que permitan que se puedan replicar, compartir, editar e inclusive publicar de manera colaborativa, de modo que el ciudadano pueda entender con claridad de dónde proviene la información. Por esto último, la RAP-E Región Central trabaja de manera mancomunada con organizaciones y entidades de manera constante, algunas de ellas pueden ser: gobernaciones, alcaldías y secretarías de los territorios asociados, así como, ministerios, las otras RAP del país, entre otros.

Horarios de publicación

A partir de las estadísticas brindadas por las redes sociales, la RAP-E Región Central, para la actual vigencia, centrará sus esfuerzos en realizar publicaciones durante los siguientes horarios:

-  Twitter: Contenido dinámico a cualquier hora, no tiene una definición específica, pues esta red social es de inmediatez.
-  Facebook: Preferiblemente en horas de la mañana y/o después de las 17:00, este horario es por excelencia el favorito de los cibernautas y posibilita que la información llegue a una mayor audiencia.
-  TikTok: Si bien esta red social tiende a ser de inmediatez y dinámica, los expertos y las estadísticas del perfil @laregioncentral, demuestran que publicar contenido los días miércoles, jueves y viernes en horas de la tarde (desde las 15:30 hasta las 21:00) posibilita que la entidad tenga mayor alcance en esta plataforma.
-  Instagram: La red que mayor interacción genera en la actualidad, por algo es la de mayor auge para el contenido de la RAP-E Región Central, demanda realizar mínimo 5 publicaciones semanales rotando las horas de publicación entre los siguientes horarios:
 - Mañana: entre las 06:00 hasta las 10:05
 - Tarde: desde las 12:30 hasta las 17:00
 - Noche: desde las 21:00 hasta las 23:15
-  YouTube: La segunda red de mayor importancia a lo largo del planeta. En la cuenta oficial de la entidad se publican videos de los proyectos, trailers, entrevistas y fulles de noticias de duración superior a los 2:00" o aquellas que requieren ser enlazadas con publicaciones en la página web de la RAP-E. No posee un horario específico para realizar publicaciones debido a que tiende a ser variable todo el tiempo.

Campañas en redes sociales de la RAP-E Región Central

Para el año 2023, la RAP-E Región Central identificó como temas a posicionar en redes sociales los siguientes y para cada uno de ellos se propone el uso de numerales como:

-Abastecimiento alimentario (Sistema de Información Sumercé; Plan de Abastecimiento Alimentario, Compras Públicas, pérdidas y desperdicios, pequeños productores, entre otros) #SeguridadAlimentaria #AlimentosSeguros

-Turismo de naturaleza (Biciregión, Circuito BiciBogotá Región y Mesa Regional de Usos de la Bicicleta, etc) #ConDestinoAlCorazónDeColombia #TurismoEnDosRuedas #BiciRegión #PedaleandoPor

-Seguridad Hídrica (Estrategia de Páramos, Plan de Seguridad Hídrica, visor de seguridad hídrica, alianza Somos Agua) #SoyDefensorDePáramos #JuntosPorElAgua

-Transición energética #CambiandoElChip #FuturoSostenible #EnergíaRenovable

-Logística e infraestructura (corredores logísticos y sistema férreo) #RegiónCentralConectada

-Organizaciones sociales #RedDeOrganizacionesSociales #Comunales #JuntasDeLaRegión-Central

Estos componentes temáticos permiten incidir de manera directa en el público objetivo de la entidad, generando mayor afinidad con los proyectos que desde la RAP-E se ejecutan e implementan en los territorios asociados. Por ende, posibilitan una mayor credibilidad en la entidad así como el reconocimiento de la imagen corporativa de la misma.

Por lo anterior, es importante resaltar que las campañas se promueven en un primer momento de manera digital, sin embargo, se espera que puedan realizarse, con el apoyo de otras dependencias de la entidad, actividades presenciales que permitan la participación de los distintos grupos de interés, según sea el caso.

ESTRATEGIA 3

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Reconocimiento a funcionarios y contratistas: Cumpleaños, fechas especiales, condolencias. Todos aquellos elementos que generan cercanía y cohesión de equipo.

Taller de Voceros: El área de comunicaciones de la RAP-E Región Central realizará un encuentro con los líderes de los ejes estratégicos de la entidad, así como a los encargados de las diferentes áreas, que incluyan estrategias, herramientas y técnicas comunicativas con el objetivo de formar voceros de alto nivel, capaces de enfrentar espacios discursivos en medios de comunicación y eventos de participación.

Espacio mensual 'El Convite' desde la Asesoría de Comunicaciones de la RAP-E Región Central se realizará este encuentro ameno y dinámico, con el propósito de promover la apropiación de la imagen corporativa, los cinco ejes estratégicos y los seis territorios asociados. Su duración será de 30 minutos y podrán participar funcionarios y contratistas.

Termómetro de noticias: Con el objetivo de que el Equipo RAP-E (funcionarios y contratistas) conozcan las principales noticias de los territorios asociados a la Región Central, así como aquellas del orden nacional e internacional, que tienen relación directa con la misionalidad de la entidad, a diario, de lunes a viernes, se enviará el listado de los principales hechos. Esto permite al servidor público reconocer el panorama general y encontrar puntos en común o de posible articulación con las necesidades de la región y el país.

Actualización fondos de pantalla: como canal de comunicación interno en el que se socializan actividades institucionales o datos importantes que deben ser informados a los funcionarios y contratistas.

Pantalla interna: ubicada en la recepción de la entidad, allí serán socializadas las piezas audiovisuales elaboradas por el Equipo de Comunicaciones de la RAP-E, tales como reel con los ejes estratégicos y la animación del boletín mensual.

INDICADORES



Para el cumplimiento y evaluación del Plan de Comunicaciones 2023, se han trazado los siguientes indicadores de producto, que buscan cuantificar los productos editoriales, gráficos, sonoros y audiovisuales que se desarrollarán en la vigencia y que, a su vez, están alineados con las metas planteadas en el Plan Regional de Ejecución (PRE) así como en la matriz de seguimiento al cumplimiento del Plan de Acción Anual a cargo de la Oficina Asesora de Planeación Institucional.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR DE PRODUCTO ANUAL				INDICADORES DE PRODUCTO
		1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	
Divulgar información oficial, de manera permanente y en tiempo real, en los diferentes canales de comunicación, con el fin de fortalecer la imagen institucional y la gestión que se desarrolla desde cada una de las áreas que conforman la entidad.	COMUNICACIÓN PERMANENTE	30	45	45	30	150 contenidos editoriales producidos por la RAP-E Región Central difundidos en medios de comunicación, durante el 2023.
	MANEJO DE REDES	480	720	720	480	2400 publicaciones en los diferentes perfiles en redes sociales de la RAP-E Región Central

OBJETIVO	ESTRATEGIA	INDICADOR DE PRODUCTO ANUAL				INDICADORES DE PRODUCTO
		1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre	
Asesorar al equipo técnico de la entidad y la Gerencia en el diseño e implementación de campañas que permitan socializar las políticas, acciones, planes, programas y proyectos ejecutados por la RAP-E Región Central, que contribuyan al posicionamiento de la entidad.	COMUNICACIÓN PERMANENTE	66	99	99	66	330 piezas audiovisuales gráficas o sonoras para la comunicación digital externa e interna, durante la vigencia.
Fortalecer las comunicaciones internas orientadas al sentido de pertenencia con la entidad y las relaciones de diálogo entre los servidores públicos, en aras de avanzar en el cumplimiento de objetivos comunes.	FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.	Diseñar la campaña	Ejecutar la campaña	Ejecutar la campaña	Evaluación de la campaña	Diseñar, gestionar y ejecutar una campaña de comunicación interna.

PARA TENER EN CUENTA

- Las dependencias que en desarrollo de sus funciones requieran el apoyo del Equipo de Comunicaciones deberán realizar la solicitud a través del correo maria.blanco@regioncentralrape.gov.co o de manera directa con la Asesora de Comunicaciones. Para el cumplimiento de la solicitud, se podrá solicitar a otras dependencias de la entidad o a otras entidades, insumos necesarios para la producción de los contenidos.
- Se debe entender la comunicación y la información como bienes públicos, a los que se les confiere un carácter estratégico y se les orientará para el fortalecimiento y posicionamiento de la RAP-E Región Central.
- El equipo de comunicaciones y demás áreas de la entidad deberán identificar mecanismos y procesos que permitan garantizar que la información privilegiada, que es de reserva de la entidad, no sea publicada o conocida por terceros sin previa autorización de las áreas competentes.
- La información disponible en la página web es de carácter público. La RAP-E mantendrá actualizado su sitio web y sus redes sociales, atendiendo las disposiciones del Gobierno Digital, Seguridad Digital y Transparencia, Acceso a la Información Pública y lucha contra la Corrupción.
- En cada una de las piezas gráficas o audiovisuales y contenidos editoriales se empleará un lenguaje claro y sencillo. Se deberán omitir elementos o datos que generen confusión a los distintos grupos de interés.
- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española y las costumbres locales.
- Se deben evitar las abreviaturas. Si se necesita utilizar alguna, después de que se emplea por primera vez, deben ir referenciadas entre paréntesis. De igual manera, no se debe usar tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesario.
- Los términos en idiomas extranjeros deben evitarse. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben prestarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo, por ejemplo, el término en caracteres *itálicos*).
- Al usar siglas, de inmediato debe indicarse su significado.