PROPUESTA DE GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

La Gestión de Comunicaciones del programa IRACA ZONA I, corresponde a un proceso determinante para llevar a cabo con éxito cada una de sus fases. Por tanto, se incluyen procesos para garantizar que la generación, la recopilación, la distribución, el almacenamiento, la recuperación y la disposición final de la información del proyecto sean adecuados y oportunos, con el fin de crear un puente entre los diferentes involucrados en el programa, incluyendo y conectando diferentes entornos culturales y organizacionales, diferentes niveles de experiencia, y perspectivas e intereses diversos en la fase de ejecución del programa.

La construcción del plan de Comunicaciones del programa IRACA Zona I, se realizará de acuerdo al contexto social e intereses de los actores involucrados, con el fin de establecer una **estrategia de comunicación** asertiva y efectiva que garantice el cumplimiento de las actividades de comunicación establecidas en el anexo técnico IRACA, así como también que promueva espacios de participación activa de los actores involucrados.

ALCANCE METODOLOGICO

Con el desarrollo de esta propuesta se busca construir modelos de comunicación sólida que ayude, como instrumento para tener información clara, concisa y oportuna para atender las metas, expectativas, tareas, revisiones, retroalimentación y el asesoramiento requerido durante el programa para promover el éxito y la transparencia del mismo.

El desarrollo del Plan de Comunicación del proyecto, funcionará como un mecanismo o herramienta, que pueda difundir adecuadamente sus objetivos, sus componentes y su modelo de ejecución, además de las metas, mientras que los actores involucrados articularan el proceso comunicativo con su capacidad de influencia en las localidades.

Estas acciones se ejecutarán mediante el diseño de una **estrategia de comunicación** que permita generar un intercambio progresivo y creciente con los actores involucrados, cumpliendo a cabalidad con los objetivos y procesos establecidos. Los coordinadores del proyecto y profesionales de campo pasarán la mayor parte del tiempo interactuando con los miembros del equipo en campo y los interesados en el proyecto.

Para el desarrollo de la estrategia, resulta fundamental identificar a los interesados y analizar sus niveles de interés, expectativas, importancia e influencia y con ello determinar el nivel y momento de participación, a fin de maximizar las influencias positivas y mitigar los impactos negativos potenciales.

Dentro del proceso de comunicaciones se identifican las siguientes entradas y salidas:

ENTRADAS	TÉCNICA Y HERRAMIENTAS	SALIDAS
1. Plan de gestión de las comunicaciones	1. Tecnología de la información	1. Comunicaciones del proyecto
2. Solicitud de Información	2. Modelos de comunicación	2. Actualizaciones al POA y/o cierre del proyecto
3. Informes de desempeño	3. Sistema SION	3. Actualizaciones a los documentos del proyecto.
4. Plan Dirección del proyecto	4. Presentación de informes de desempeño	4. Información del desempeño del trabajo
5. Registro de problemas	5. Sistema de gestión de la información	5. Solicitud de cambios
	6. Juicio de expertos	6. Actualización al POA para la dirección del proyecto
	7. Reuniones y comités IRACA	7. Actualización a los documentos del proyecto

Ilustración 1 Control de la Gestión de las Comunicaciones

Por otra parte, en la gestión de las comunicaciones se llevará un riguroso seguimiento a la planificación, gestión y control de las comunicaciones. En la Figura 2, se observan los parámetros más relevantes dentro de cada proceso.

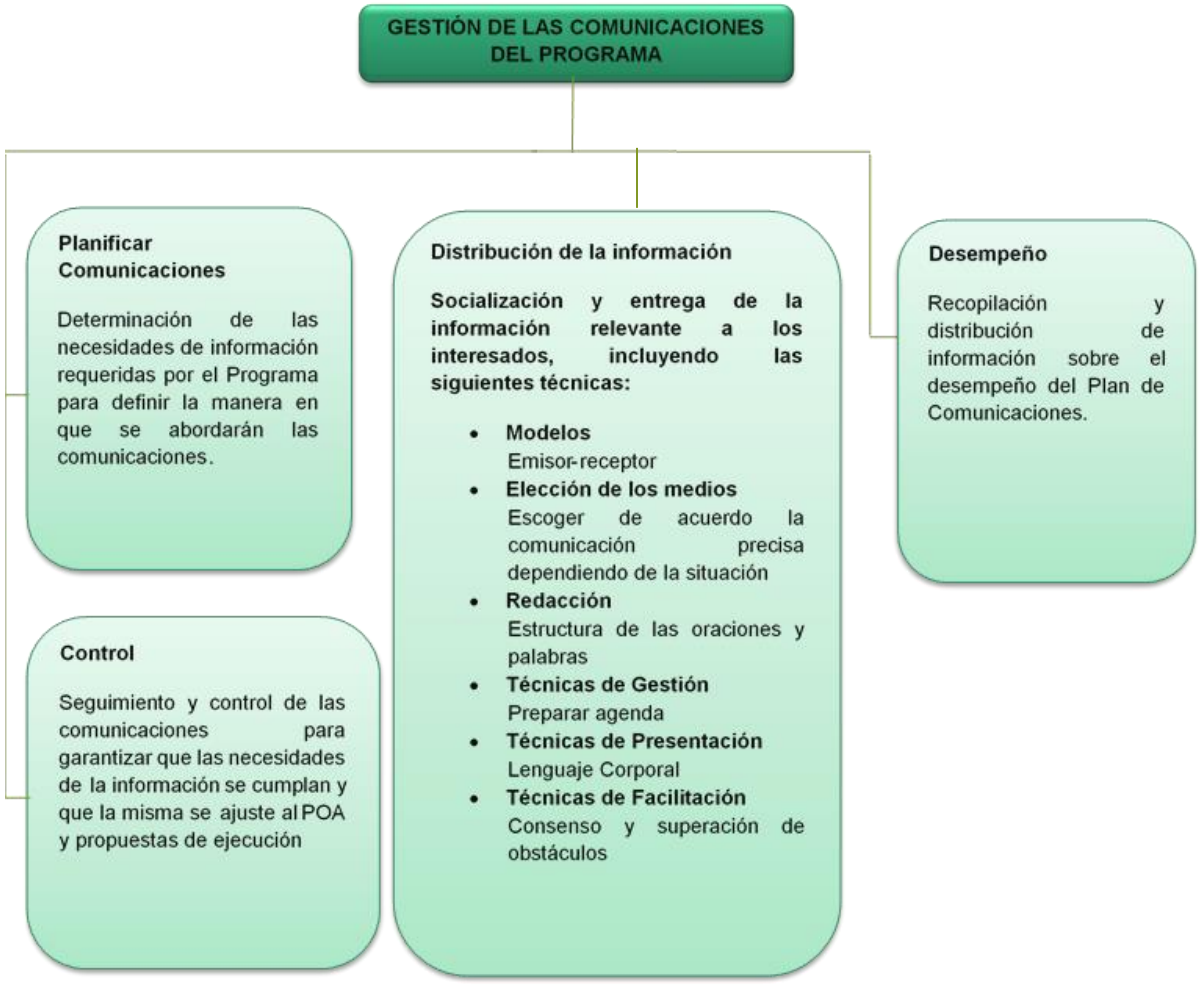


Ilustración 2 Planificación, Control y Desempeño en la Gestión de las Comunicaciones

De acuerdo a lo planteado por el Departamento Administrativo para la Prosperidad Social, referente a la propuesta de comunicaciones, se tiene establecida la meta de que "*Cuando se piense en superación de pobreza, se piense en Prosperidad Social*", esto a través de unos objetivos trazados y un mensaje claro: "*Prosperidad Social ayudará a 3.5 millones de colombianos a salir de la pobreza extrema*".

El actual protocolo de comunicaciones estará de la mano con los manuales y políticas de comunicaciones de Prosperidad Social, y se aplicara al programa IRACA en sus diferentes componentes, los cuales se relacionan a continuación:

Seguridad Alimentaria	Fortalecimiento Social y Comunitario	proyectos productivos comunitarios	Proyectos de financiamiento complementarios
			
Facilitar el acceso a alimentos para el autoconsumo promoviendo las formas propias de producción e intercambio.	Fortalecer la integración comunitaria, contribuyendo a la integridad étnica cultural y social.	Promover la generación de ingresos para mejorar las competencias socioeconómicas.	Impulsar o fortalecer proyectos productivos comunitarios.

De acuerdo a lo establecido contractualmente, se establecen unos canales de comunicación oficial, los cuales se indican a continuación:

ProsperidadCol ProsperidadCol Prosperidad.Social www.prosperidadsocial.gov.co

Para un efectivo control y cumplimiento de las diferentes actividades del programa, se desarrollará una matriz de responsabilidades RACI, que permitan un seguimiento tanto a las actividades como a los profesionales responsables de cada una de ellas, así como también una efectiva comunicación. Todos los documentos generados estarán dentro del Sistema de Información SION, además por cumplimiento de la política Cero Papel, dichos documentos serán de acceso y transferencia digital, en los casos que sea posible.

Matriz de Asignación de Responsabilidades (RACI)

Roles / Responsabilidades: R: Responsable, A: Aprobador, C: Consultado, I: Informado

Actividad		Roles / Responsabilidades					
ID	Actividad	Documento	Presentación	Responsable	A	C	I
1	Inicio del proyecto	Acta de constitución	1 vez	Representante Legal			
2	Planificación	POA	2 Veces: Inicial y la final, en esta última se incluyen todas las actualizaciones	Equipo coordinador			
		Informes para desembolso	3 veces	Equipo coordinador			
3	Desarrollo y avances del proyeco	Informes de gestión	Mensual / Quincenal	Profesionales y Gestores de campo y Equipo Coordinador			
		Indicadores de desempeño					
		Compromisos de comités IRACA					
4	SEM (seguimiento y monitorieo) Mejora continua	Propuestas de ejecución por parte de los Comités	Semanal	Equipo coordinador			
		Productos de seguimiento y monitoreo	Semanal	Profesional SEM			

Tabla 1 Roles y responsables

Rol / Responsabilidad	Descripción
R	**Responsable:** Este rol es el que realiza (ejecuta) el trabajo asociado con la actividad, lo habitual es que cada actividad tenga un solo "R", si existe más de uno es recomendable subdividir la actividad.
A	**Aprobador:** Es el encargado de aprobar (firmar), el trabajo realizado, a partir de esa aprobación, este se vuelve responsable por la actividad. Como regla general debe existir un solo "A" por actividad. Este rol es quien asegura que se ejecutan las tareas, por ejemplo Líderes de área técnica, área de gestión de proyecto, entre otros.
C	**Consultado:** Posee alguna información o capacidad que se necesita para mantener el trabajo. Se le informa y consulta información, de manera bidireccional con el responsable y/o aprobador.
I	**Informado:** Rol que debe ser informado sobre el progreso y los resultados del trabajo. En este caso la comunicación es unidireccional (se le da información pero no se recibe información).

Tabla 2 Descripción de la responsabilidad

Dentro del Plan de Comunicaciones del programa IRACA, se incluyen los siguientes elementos:

ELEMENTOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES	
Diagnóstico Contexto social	Constituye la base de la estrategia de comunicación, se tendrá en cuenta aspectos étnicos, culturales, socioeconómicos, ambientales y sociales de cada una de las poblaciones focalizadas de los departamentos de Cauca, Nariño, Vichada y Guanía, con el fin de hacer un análisis exhaustivo que permita llevar a cabo una estrategia 100% efectiva.
Audiencias y Publico objetivo	Resguardos Indígenas, Cabildos y Consejos comunitarios, que en total suman 5.280 familias. Las Audiencias serán realizadas en presencia de las autoridades étnicas.
Hitos comunitarios	Participación en mercados campesinos
	Trueques
	Ruedas de Negocios
	Asistencia técnica dirigida a la actividad agropecuaria.
	Socialización de proyectos.
	Entrega de recursos en general
	Comités de control social.
Medios y canales de difusión	Redes sociales de la UT Prosperidad IRACA Z1.
	Pautas publicitarias
	Entrega de material en los canales de difusión de Prosperidad Social
Construcción de mapa público de intereses	Identificar las relaciones comunitarias, los diferentes roles de actores ambientales, económicos, comerciales, sociales, políticos e institucionales, académicos y principalmente su influencia en el territorio, con sus respectivos intereses en proyectos relacionados con los tres componentes del programa.

Contenidos del PEC (Plan estrategico de comunicación)	Lanzamiento y cierre del convenio en todas sus áreas dirigido a públicos de interés Dos (2) talleres de comunicación y fotografía para el equipo técnico y los participantes que aseguren corresponsalía en territorio. Un (1) video testimonial Un (1) taller de periodismo en cada región Monitoreo de medio de comunicaciones, nacionales y locales. Parrilla de contenidos mensuales Cubrimiento de medios digitales y tradicionales durante los hitos de la ruta operativa del programa Memorias del Proyecto Historias de vida escritas de las familias participantes. Tres (3) videos de historias de vida en alta calidad
Proyección de piezas comunicativas	Documentación de talleres Piezas para el desarrollo de encuentros Portafolio Kit Participativo Parrilla de contenidos Piezas para el desarrollo de las visitas Piezas para los espacios comunitarios y de articulación. Memorias del programa Videos
Métodos de transmisión de información	Modelos emisor-receptor Elección del medio Estilo de redacción Técnicas de presentación Gestión de reuniones, agenda Técnicas de facilitación y conciliación
Técnicas de comunicación	Correo electrónico Llamadas (Celular) Videoconferencias Publicaciones web Sistema SION (Gestor de Recursos). Base de datos de acceso compartido (GDrive). Distribución de documentos impresos.

Proceso de Gestión en las Comunicaciones	El equipo coordinador, llevará un registro de polémicas y/o dificultades y documentará las inquietudes que hayan sido abordadas y cerradas. Solicitudes de cambio Aprobadas Acciones correctivas aprobadas

Tabla 3 Elementos del plan de comunicaciones

En la Figura 3, se observan los diferentes procesos que alimentarán la gestión de comunicaciones y sus principales productos.

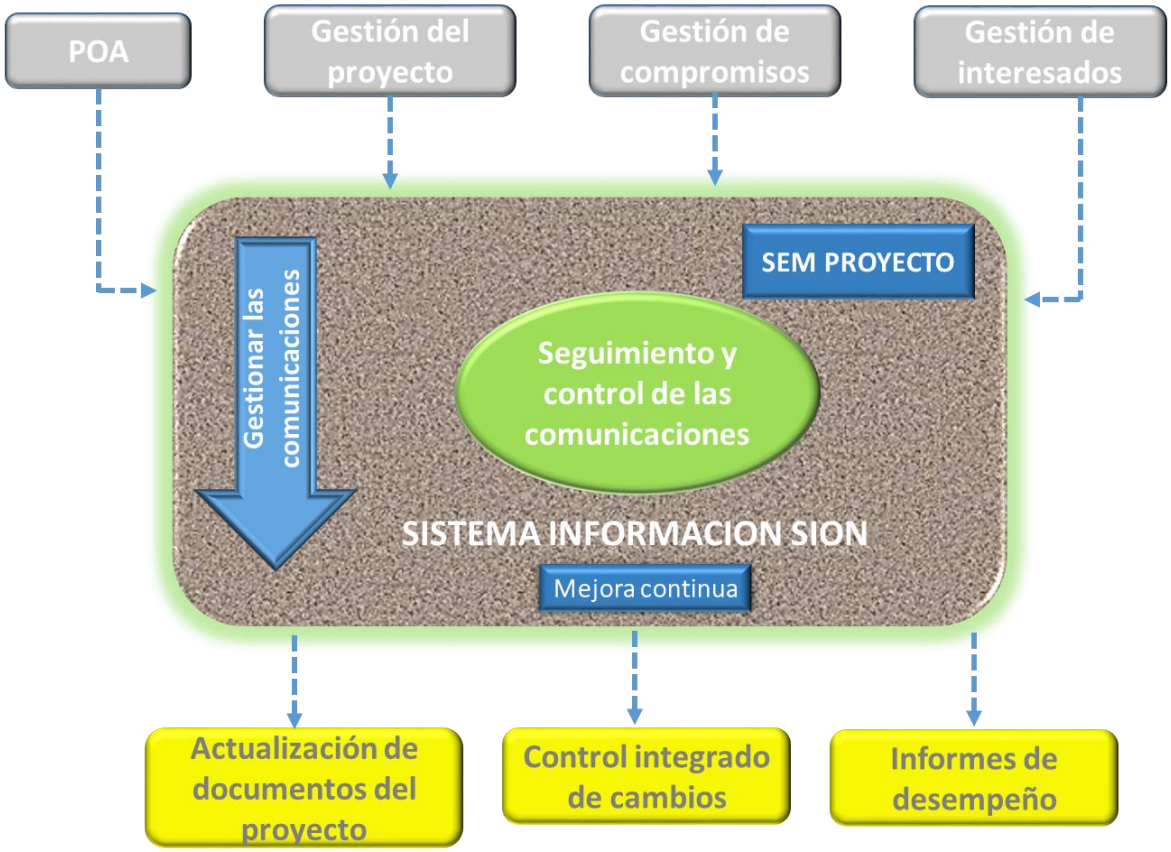


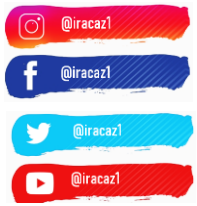
Tabla 4 Procesos Gestión de las comunicaciones

En marco a la ejecución de las actividades del convenio, adicional a lo anteriormente planteado se realizarán las siguientes actividades:

- Análisis de contexto social para la comunicación.
- Mapa de públicos de interés, mapa de medios informales, locales y medios propios.
- Mapa de mensajes a comunicar por público.
- Mapa de riesgos comunicativos.
- Base de datos de líderes de opinión locales y regionales.
- Memorias del programa que incluya material recolectado, piezas elaboradas, reporte de medios e informe de ejecución de la estrategia.
- Parrilla de mensajes de texto para ser enviados a los participantes según hitos de los programas.

- Base de datos de influenciadores digitales.
- Recopilación y suministro constante de material audiovisual y fotográfico sobre el desarrollo de los programas en territorio.
- Historias de vida escritas de las familias participantes.
- 1 video testimonial tipo storytelling, donde se recojan historias que den cuenta del antes, durante y después de la intervención del programa IRACA, de una duración de hasta 7 minutos, grabado, editado en full HD (1920X1080). Grabado con cámaras profesionales y óptica, y sonido grabado con micrófonos. Debe ser finalizado y colorizado con con música libre de derechos de autor y entregado en MP4 y/o formato mov, prorest H264.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES CONFORME AL ANEXO TÉCNICO Y DESARROLLO DEL CONVENIO.



Obligación	Meta	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
Caracterización diagnóstica de la comunicación en territorio del desarrollo del Programa que incluye:	4																																																			
Lanzamiento y cierre del convenio en todas sus áreas: Operativa, comunicativa y financiera dirigido a públicos de interés para transmitir logros del proyecto.	100%																																																		
Parrilla de contenidos mensuales donde se detallen y despliegen los contenidos periódicos por lo diversos medios propios, regionales y nacionales de acuerdo con los pilares de comunicación de DPS	13																																																	
Monitoreo de medios de comunicación	5																																																	

nacionales y locales en donde se realiza el programa y en los que se publiquen informaciones sobre el programa.	
Realización como mínimo de 2 talleres de comunicación y fotografía para el equipo técnico y los participantes que aseguren corresponsalía en territorio.	2
Cubrimiento de medios digitales y tradicionales durante los HITOS de la ruta operativa del programa: Eventos de trueques, mercados campesinos, ruedas de negocios asistencia técnica en la labor agropecuaria	100%
Entrega de las memorias del programa que incluya material	2

recolectado, piezas elaboradas, reporte de medios e informe de ejecución de la estrategia.																																																					
Entrega de 3 videos de historias de vida de participantes del Programa, cumpliendo con las especificaciones de PS.	3																																																				
Entrega como mínimo de un video de alta calidad que cuente la historia de una persona o población impactada.	1																																																				
Realización de 3 inmersiones de periodistas nacionales a la región intervenida para generar divulgación del proyecto.	3																																																				
Construir una base de datos de influenciadores digitales y realizar un evento de	1																																																				

sensibilización frente a los objetivos del programa para apoyar la estrategia de comunicación digital.	
Recopilación y suministro constante de material audiovisual y fotográfico del desarrollo de los programas en territorio.	100%
Construir una base de datos de servicios ofertados por los participantes, que contenga directorio de contactos pertinentes para el desarrollo del Programa: emprendedores, servicios ofertados, empresas locales, que incluya nombre del negocio, oferta, datos de contacto y ubicación geográfcia para hacer	1

compartidos con empresas.	
Programar y elaborar mensajes de texto para ser enviados a los participantes según hitos de los programas. (El envío lo realizará Prosperidad Social según tiempos establecidos).	100%
Realizar un evento de cierre del Programa con diferentes públicos de interés para presentar los resultados de éste.	1
Diseño y elaboración de piezas gráficas publicitarias (Pendones)	
Diseño de piezas gráficas pubicitarias (Kit de gestores).	4

Tabla 5 Cronograma de ejecución estrategia de comunicación

PAOLA ANDREA PINZÓN AGUDELO
Representante Legal