



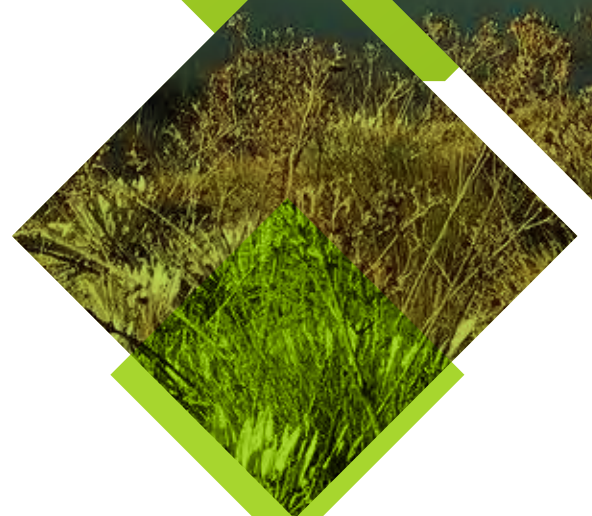
Corpoboyacá



Plan Estratégico de Comunicaciones

2 0 2 0 - 2 0 2 3

Tiempo de pactar la paz con la Naturaleza



Tunja
2020 - 2023



HERMAN AMAYA
Director General

YESICA MORENO PARRA
Gestión Comunicaciones



Contenido

1. Presentación	3
2. Antecedentes	4
3. Objetivo General	5
4. Objetivos Específicos	5
5. Indicadores de Proceso:	6
6. Descripción Plan Estratégico de Comunicación	7
7. Política de Comunicación	8
8. Lineamientos Estratégicos	9
9. Línea Informativa	10
10. Componente Digital	11
11. Componente Audiovisual y Radial	12
12. Componente Mediático	13
13. Matriz de comunicaciones	17
14. Actividades y metas anuales Gestión Comunicaciones 2020 - 2023	20
15. Evaluación y seguimiento.	21
16. Estándar de comparación.	21



1) Presentación

El Plan de Comunicaciones de la **Corporación Autónoma Regional de Boyacá (Corpoboyacá) 2020-2023**, “Tiempo para pactar la paz con la naturaleza”, se construye bajo la guía fundamental de una comunicación institucional asertiva para fortalecer la imagen corporativa y dar visibilidad a los principales proyectos que se realicen en los municipios de la jurisdicción.

Por esta razón, Gestión de Comunicaciones de Corpoboyacá, asumirá un papel fundamental en la creación y diseño de estrategias de comunicación, donde la difusión de actividades institucionales contribuya al fortalecimiento de la imagen de la Corporación entre comunidades y actores interesados en los proyectos ambientales que se realicen en el departamento.

De igual manera, reforzar canales internos de comunicación para conectar entre sí la dirección, subdirecciones y oficinas territoriales de la entidad con el objetivo de transmitir mensajes estratégicos de manera correcta y eficaz. La comunicación interna es clave para generar identidad corporativa, participación y motivación en los servidores públicos, como también para facilitar los procesos laborales y la atención al público.

2) Antecedentes

El Plan de Comunicaciones 2016 - 2019, que acompañó la hoja de ruta durante este tiempo, dio prioridad la comunicación interna y los procesos administrativos de la corporación. Por esta razón, surge la necesidad de estudiar y evidenciar el alcance de las noticias que generó Corpoboyacá y que tuvieron trascendencia en los medios de comunicación regionales y nacionales.

Las noticias más relevantes sobre la **Corporación Autónoma Regional de Boyacá** en ese periodo, según la relevancia de los buscadores de internet fueron:

1) "Mecanismo de reducción de gases de efecto invernadero tiene la firma de Corpoboyacá". (Septiembre de 2019, La FM)

Se trata de una "bolsa regional" en donde las industrias puedan realizar transacciones e intercambio de unidades de carbono.

2) "Capturan cuatro personas por presunta corrupción en Corpoboyacá". (Octubre 2018, Caracol Radio) Se trata de un funcionario actual y dos extrabajadores de la Corporación Autónoma Regional de Boyacá.

3) "Corpoboyacá y SENA crean aplicación para incentivar el ecoturismo" (Noviembre 2019, RCN Radio) En el aplicativo encontrarán rumbos turísticos, senderos, especies endémicas y sugerencias de hoteles cercanos.

4) "Presidencia entrega premio de Alta Gerencia a Corpoboyacá". (Diciembre 2019, RCN Radio) El galardón fue entregado por su proceso de descontaminación del aire en el Valle de Sogamoso.

5) "La Serranía de las Quinchas bajo amenaza" (Abril de 2017, Semana Sostenible) "En la Serranía de las Quinchas el agua viene de todas partes y su voz marca el ritmo de vida de quienes visitan el sector. Este Parque Natural Regional lleva 8 años sin plan de manejo ambiental y las mineras y los cultivos ilícitos están al acecho."

6) "Investigan obra de hotel cerca al Lago de Tota de familiares de alcalde de Aquitania". (W Radio, Agosto de 2019) La W conoció que se adelantan indagaciones preliminares contra varios funcionarios de la administración de Cuitiva por presunta irregularidad en el otorgamiento en la licencia.

7) "Tota: otra laguna que será un estercolero" (Marzo de 2017, El Tiempo) La periodista Salud Hernández, escribió esta columna de opinión hablando sobre degradación de la Laguna de Tota.

Ante este panorama registrado en medios nacionales de gran difusión, el **Plan Estratégico de Comunicaciones 2020-2023** busca implementar nuevas estrategias para la difusión y mejoramiento de la imagen corporativa, como también el fortalecimiento de los procesos de divulgación de las actividades y planes que desarrolla la entidad en los municipios de la jurisdicción.

Por otra parte, es necesario consolidar la difusión de información y la participación de las comunidades en los proyectos y actividades que se realizarán en los 87 municipios correspondientes a Corpoboyacá, atendiendo a las dinámicas sociales y de ubicación geográficas que requieran estrategias de comunicación actualizadas que permitan llegar a más ciudadanos.

3) Objetivo General

Fortalecer y dinamizar la información emitida por la Corporación Autónoma Regional de Boyacá mediante la difusión oportuna y eficaz del mensaje en los diferentes medios de comunicación y plataformas digitales, promoviendo la educación ambiental y proyectos estratégicos de manera planificada y participativa.

4) Objetivos Específicos

- 1)** Diseñar e implementar estrategias de comunicación con medios para lograr una óptima difusión de la imagen institucional y de los proyectos realizados.
- 2)** Crear y poner en marcha un comité de crisis para hacer frente a situaciones que requieran acciones decisivas.
- 3)** Diseñar y ejecutar el plan de medios anual de comunicación adoptado por la entidad en coordinación con la dirección, subdirecciones y oficinas territoriales de la Corporación.
- 4)** Definir y desarrollar el plan anual de publicaciones de Corpoboyacá.
- 5)** Brindar apoyo y lograr una correcta difusión de los programas, proyectos y actividades que adelante cada una de las subdirecciones de la Corporación en cumplimiento de su misión institucional.
- 6)** Buscar y emplear medios tradicionales, alternativos e independientes para realizar programas ambientales y estrategias de difusión de proyectos de Corpoboyacá.

5) Indicadores

• **Indicadores de Proceso:**

La realización de las acciones previstas en el Plan de Comunicaciones, elaborado según la vigencia en la que se vayan a ejecutar, deberá contar con recursos que obedecerán al cumplimiento de las metas incluidas en el POA. Cada una de las acciones previstas en el Plan de Medios se encuentran sujetas al presupuesto asignado por la entidad y las subdirecciones. Una vez aprobado por la **Dirección General de Corpoboyacá**, tendrá tiempos de ejecución y deberá ser concertado para acciones específicas que requiera cada uno de los procesos.

• **Indicadores de resultado:**

Los indicadores de resultado se podrán medir y evaluar una vez finalizada la vigencia para la cual fue diseñado el Plan de Medios de la Corporación, por tal razón, se requerirán evidencias de seguimientos a las publicaciones, diseños y divulgación de las acciones de la entidad. Los procesos de auditoría que adelanta Corpoboyacá, serán los encargados de visualizar si las metas planteadas en el **Plan Estratégico de Comunicación** y **Plan de Medios** se cumplieron según lo acordado para la vigencia en curso.

• **Indicadores de valor agregado:**

El Plan Estratégico de Comunicaciones, tendrá como valor agregado contar historias de personas a las que Corpoboyacá les transforma la vida mediante proyectos ambientales en beneficio de la naturaleza y sus territorios. Así mismo, lograr que las campañas y noticias que genera la entidad tengan trascendencia regional.

6) Descripción Plan Estratégico de Comunicación

Este proyecto comunicativo busca priorizar y direccionar las comunicaciones de la **Corporación Autónoma Regional de Boyacá** mediante la divulgación de contenidos e información que generan la dirección, subdirección y oficinas territoriales mediante un enfoque comunitario y participativo, con el cual se llegará al mayor número de ciudadanos posibles en la jurisdicción de Corpoboyacá.

Para desarrollar a cabalidad esta iniciativa, se requieren recursos para vincular a los profesionales idóneos en comunicaciones, producción audiovisual, fotografía, marketing digital, desarrollo web y diseño gráfico; además de los equipos y elementos técnicos necesarios para garantizar un adecuado cumplimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones, **“Tiempo para pactar la paz con la naturaleza”**. Asimismo, se implementará una correcta divulgación de los mensajes institucionales en los medios de comunicación nacionales y regionales, lo cual demanda una asignación de recursos encaminada a promover la educación ambiental y proyectos estratégicos de la corporación.

Por esta razón, el proyecto tendrá un componente digital, el cual cumplirá un papel fundamental e irá dirigido a las comunidades mediante las plataformas digitales con las que cuenta la corporación como Facebook, Instagram, Twitter, canal de Youtube y página web de Corpoboyacá, y que también estará directamente relacionado con la producción audiovisual y radial para llegar a la mayor cantidad de personas y municipios que hacen parte de la jurisdicción.



7) Política de Comunicación

La transparencia es la base para desarrollo de las comunicaciones de la Corporación Autónoma Regional de Boyacá, por lo cual el **Plan Estratégico de Comunicaciones** tendrá políticas claras y concretas con el fin de garantizar estrategias para la participación ciudadana, la educación ambiental y el uso responsable de la imagen de Corpoboyacá.

- 1) La imagen de Corpoboyacá debe llevarse con respeto y uniformidad en todas las publicaciones e información que salga desde la entidad, respondiendo a las directrices de la dirección, previa revisión de Gestión de Comunicaciones y al manual de identidad gráfica planteado.
- 2) Se debe garantizar la circulación de la información de proyectos y actividades de la Corporación para la participación ciudadana.
- 3) Con el fin de hacer un correcto uso y divulgación de los proyectos, actividades, decisiones y noticias de la Corporación, toda la información saldrá desde de los canales oficiales de comunicación como página web, redes sociales, ruedas de prensa o funcionarios autorizados.
- 4) Se promoverá de manera interna el correcto uso de la imagen de la Corporación, como también la visibilización de las noticias entre los funcionarios de la entidad.
- 5) Toda la información que salga dirigida a medios de comunicación y opinión pública deberá ser aprobada por Gestión de Comunicaciones o la dirección de Corpoboyacá.
- 6) La relación con medios de comunicación será mediada por Gestión de Comunicaciones, esta deberá ser únicamente para temas que relacionen a la **Corporación Autónoma Regional de Boyacá** y sus subdirecciones.

8) Lineamientos estratégicos

Se propone una estrategia integral de trabajo que permita mejorar el impacto de la comunicación pública mediante una correcta difusión de la información corporativa en las diferentes plataformas y medios de comunicación. Las propuestas estarán encaminadas a la generación de contenidos, al fortalecimiento y a la transformación positiva de la opinión pública en temas ambientales correspondientes de la corporación.

Esta iniciativa estará conformada por seis actividades de divulgación masiva con el fin de lograr el mayor alcance de personas posible en los municipios de la jurisdicción, a continuación, su descripción:

1) Comunicación externa y gestión de medios:

En este apartado, se buscará el acercamiento con medios de comunicación nacionales, regionales y alternativos, como también con agentes de la sociedad civil, gremios locales y organizaciones sociales para lograr un mayor alcance de las estrategias comunicativas de la Corporación.



2) Comunicación digital para las comunidades:

Lograr que las comunidades tengan acceso a la información de interés producida desde la entidad, mediante canales digitales de manera oportuna, eficaz y transparente sobre la gestión institucional. Esto se logrará a través de las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, canal de Youtube y página web de Corpoboyacá, garantizando su actualización e interacción permanente.



3) Producción audiovisual:

Se implementarán estrategias audiovisuales que contribuyan a la proyección de la Corporación en concordancia con la imagen institucional.



4) Producción radial:

Se realizará un programa radio denominado '**Acciones Sostenibles**', el cual será transmitido por la emisora de la Gobernación de Boyacá, 95.6 f.m. Un espacio de acercamiento entre la Corporación, campesinos y líderes ambientalistas que hacen parte de nuestra jurisdicción.

**Nota: Nos ceñimos a las políticas de la emisora de la Gobernación de Boyacá y las excepciones que consideren pertinentes, sobre todo para las fechas de enero, semana santa, diciembre y días festivos.*



5) Comunicación interna:

La comunicación interna es clave para generar identidad corporativa, participación y motivación en los funcionarios públicos, como también para facilitar los procesos laborales y la atención al público. Se reforzarán canales internos de comunicación para conectar las diferentes subdirecciones de la entidad y transmitir mensajes estratégicos de la Corporación de manera correcta y eficaz.



6) Protocolo para eventos de la Corporación:

Unificar concepto e imagen de la Corporación en los diferentes eventos que se realicen, teniendo en cuenta los elementos básicos y necesarios para cada actividad como uso de pendones y presentación visual y auditiva de calidad cuando se requiera.



9) Línea Informativa

El mensaje emitido estará alineado con cada propósito de la Corporación incidiendo de manera positiva en el departamento, para lograr el entendimiento y aporte efectivo de los públicos de interés respecto a los temas ambientales. Igualmente, desde la trazabilidad de cada proceso, se generará confianza, identidad y transparencia.

Públicos internos de la Corporación :

- Consejo Directivo
- Directivos
- Asesores
- Administrativos y técnicos
- Contratistas y pasantes

Públicos intermedios de la Corporación :

- Ministerio de Hacienda
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Departamento Nacional de Planeación
- Departamento Administrativo de la Función Pública
- Contraloría
- Procuraduría
- Gobernación de Boyacá



Públicos externos de la Corporación :

- Entes territoriales
- Colegios
- Universidades
- Instituciones Públicas Departamentales
- Sector privado y gremios
- Comunidad en general
- Medios de comunicación: medios regionales, comunitarios y alternativos
- Congreso de la República
- Organizaciones no gubernamentales
- Corporaciones autónomas
- Entidades financieras
- Públicos con formación ambiental y/o conocimiento corporativo
- Líderes de opinión
- ONG
- Comunidad U'wa

Medios/Herramientas:

- Redes sociales (Twitter, Facebook, Youtube e Instagram).
- Página web de Corpoboyacá.
- Programa de radio.



10) Componente Digital

Para hacer una correcta divulgación de las estrategias, noticias y proyectos de Corpoboyacá por las plataformas digitales, se crearán mensajes estratégicos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos misionales de la Corporación, consolidando una imagen institucional positiva al interior y exterior de la entidad, además gestionando contenido que permita la participación de la ciudadanía como la dirección, subdirecciones y las oficinas territoriales.

En este orden de ideas, Gestión de Comunicaciones velará por la promoción y divulgación permanente de servicios, fechas conmemorativas y programas a través de los diferentes canales de comunicación virtual:

• **Twitter: @Corpoboyaca**



Contenidos en tiempo real, que sean concisos, claros, creativos y que generen participación en las redes sociales de la entidad. Del mismo modo, se resaltará la biodiversidad y la riqueza en los ecosistemas, para que las personas conozcan sus territorios. En eventos claves y noticias relevantes se construirán estrategias digitales para difundir contenidos durante el día, acompañado de fotos, videos, testimonios, infografías entre otras piezas que se consideren.

• **Facebook**



La información que se publicará será más dinámica con un lenguaje fresco y claro. Cuando la actividad lo amerite, se publicarán álbumes, videos e infografías y se etiquetará a las entidades o personas que tienen conexión o participación directa.

• **Instagram**



Se publicarán historias con posters e imágenes de la entidad. Durante el día se difundirá contenido que logre cautivar al público y generar conciencia sobre los ecosistemas, biodiversidad y riqueza natural. Asimismo, se posicionará lema institucional *"Tiempo para pactar la paz con la naturaleza"* #AccionesSostenibles, con el propósito de ser tendencia o ganar seguidores en el tiempo.

• **YouTube**



Se compartirán en este canal los programas radiales, material audiovisual de temas específicos como Negocios Verdes, rendición de cuentas, grabaciones de eventos en vivo, entre otros. Igualmente se enlazará el link en las diferentes redes sociales para invitar a dar click y disfrutar del contenido.

• **Página Web**



El contenido online se estará actualizando permanentemente con el acontecer noticioso de la Corporación, serán comunicados de prensa y/o boletines con cifras, datos y entrecomillados, acompañados con una excelente fotografía, redactados con claridad y precisión, también se rotarán banners desde el portal principal con los eventos de gran convocatoria.



11) Componente audiovisual y radial

Se producirán contenidos audiovisuales los cuales estarán directamente relacionados con el componente digital propuesto, entre los cuales se encuentran las entrevistas, videos institucionales, cápsulas informativas, cubrimiento de eventos y transmisiones en vivo.

Por otra parte, se realizarán una serie de programas de radio **“Acciones Sostenibles”**, en los cuales las comunidades de los diferentes municipios podrán escuchar y participar con sus ideas, problemáticas y opiniones sobre sus territorios. El programa también estará enlazado con las redes sociales y se subirá al canal de Youtube como podcast.

12) Componente mediático

Gestión de Comunicaciones hará un acercamiento con los medios de comunicación regionales, promoviendo la producción, circulación y socialización de la información corporativa basándose en los principios de veracidad, transparencia e inmediatez.

Herramientas

Diálogo participativo

Actividades

- Ruedas de prensa
- Boletines de prensa y comunicados
- Gestión de free press
- Plan de medios para difusión de campañas corporativas
- **Alianzas mediáticas:** Hacer relaciones con medios de comunicación regionales y locales para difundir la información ambiental y fortalecer la imagen de la Corporación.
- **Encuentros de Periodismo Ambiental:** formar en el manejo de la información ambiental a los periodistas encargados de generar opinión pública en la jurisdicción.

♦ Producción, circulación y socialización de medios propios: "Noticias Corpoboyacá"

Herramientas

Noticias Corpoboyacá

Actividades

- Producción de boletín de noticias internas "Noticias Corpoboyacá".
- Programa radial para la ruralidad "Acciones Sostenibles"
- Producción de piezas visuales, audiovisuales y fotografías sobre campañas, proyectos, eventos e información de la Corporación.
- Difundir los encuentros con funcionarios de la Corporación que promuevan integración y que sean amigables con el ambiente.
- Difundir la elaboración de murales y campañas ambientales en zonas urbanas, rurales e instituciones educativas.

♦ Estrategia organizacional:

Teniendo en cuenta la misión y los valores institucionales, se propone un conjunto de iniciativas que promuevan el diálogo, la participación y un óptimo clima laboral, con el fin de evitar el rumor y que el mensaje institucional llegue de manera oportuna y clara a los servidores públicos, funcionarios, contratistas y practicantes de la entidad.

Herramientas	Actividades
Corponews	<ul style="list-style-type: none">• Publicación de contenidos internos que incluyan información sobre Plan de Bienestar.• Convocatorias internas de la Corporación.• Actividades de la dirección, subdirecciones y territoriales.• Compartir el contenido publicado por medios de comunicación, entidades y líderes de opinión que resalten el trabajo de la institución o sus funcionarios.
Correo institucional	<ul style="list-style-type: none">• Informar decisiones, actividades e información destacada para todos los funcionarios.

♦ Actividades de integración y participación: “Familia Corpo”

Herramientas	Actividades
Familia Corpo	<ul style="list-style-type: none">• Apoyo y difusión a las actividades del Plan de Bienestar Corporativo.• Apoyo y difusión: a eventos internos y fechas especiales.• Reconocimiento por cumpleaños por medio del correo institucional.• Acompañar algunas actividades de bienestar laboral.• Generar recordación de la filosofía corporativa.• Aplicación de marca a vehículos de Corpoboyacá con la imagen institucional.

♦ Estrategia Corporativa:

Actividades encaminadas al posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional, para visibilizar a la Corporación en eventos regionales, públicos y privados.

Herramientas	Actividades
Crear y diseñar alianzas estratégicas para fortalecer la educación ambiental.	<ul style="list-style-type: none">• Campañas en fechas especiales y ambientales durante el año, que incluya las temporadas de Semana Santa, vacaciones y navidad.
Relaciones públicas	Mediante la realización de encuentros y actividades se buscará el acercamiento con medios de comunicación regionales y alternativos, como también con agentes de la sociedad civil, gremios locales y organizaciones sociales para lograr un mayor alcance de las estrategias comunicativas de la Corporación.
Participación en eventos estratégicos	Hacer parte de las actividades del orden nacional y regional que promuevan la educación ambiental, las cuales sean de relevancia para los intereses de la Corporación y generen espacios de reflexión y participación ciudadana.

♦ Estrategia de movilización:

Generar espacios y herramientas desde lo comunicacional para movilizar a los habitantes de la jurisdicción de Corpoboyacá a generar una responsabilidad ambiental en beneficios de sus territorios.

Herramientas	Actividades
Campañas y eventos	<ul style="list-style-type: none">• Presencia institucional.• Celebraciones ambientales (DMA).• Campañas ambientales de sensibilización sobre temáticas de interés corporativo.
Articulación con oficinas territoriales	<ul style="list-style-type: none">• Acompañamiento a las territoriales para publicar y difundir la información que desde allí se genere.
Distinciones, premios, reconocimientos y selección en convocatorias ambientales	<ul style="list-style-type: none">• Difusión previa y sensibilización - Convocatoria.• Inscripciones.• Selección de nominados y ganadores - Eventos de nominación territorial - Evento central - Visibilización de ganadores.

13) Matriz de comunicaciones

Aspectos a comunicar	Responsables	A quién se le comunica	Cuándo comunica	Estrategia y medios
<ul style="list-style-type: none"> -Misionalidad de Corpoboyacá -Rendición de cuentas -Invitaciones -Eventos -Temas de interés general -Temas ambientales de coyuntura local y nacional. 	<p>Director general y subdirectores de Corpoboyacá</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<ul style="list-style-type: none"> -Días de trabajo para temporadas, fin de año y semana santa. -Cambios de sede 	<p>Líder del proceso Subdirección Administrativa y Financiera</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<ul style="list-style-type: none"> -Tramites -Operativos, seguimiento, control y vigilancia a los recursos naturales -Licenciamiento ambiental -Atención a PQR 	<p>Líder del proceso Subdirección de Administración de Recursos Naturales</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<p>Negocios verdes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Apicultura-Agroecología -Restauración ecológica- Boyacá Reverdece -Gestión Integral del recurso hídrico -Uso eficiente y ahorro del agua 	<p>Líder del proceso Subdirección de Administración de Recursos Naturales</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio

13) Matriz de comunicaciones

Aspectos a comunicar	Responsables	A quién se le comunica	Cuándo comunica	Estrategia y medios
<ul style="list-style-type: none"> -Cosechas de agua -Calidad Hídrica -Especies Invasoras -Compra de predios de interés hídrico -Ejecución de los planes de manejo de áreas protegidas -Concesiones de agua -Gobernanza del agua -Bosques Comunidades y aves -Conflicto con fauna silvestre -Especies amenazas de flora y fauna PGIRS-Jornada de residuos posconsumo 				
<p>LAGO DE TOTA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Monitoreos de calidad de agua - Instrumentos de planificación - Calidad de agua - Playa Blanca - Jornadas de limpieza - Manejo y control de la vegetación acuática - Preventiva Lago de Tota - Festivales - Jornadas de educación ambiental - Censo de aves 	<p>Director General, subdirectores y líderes de los procesos</p>	<p>Comunidad en general</p> <p>Entes de control</p> <p>Entidades territoriales Alcaldías: (Tota, Cuitiva, Aquitania)</p> <p>Universidades, MADS</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio

13) Matriz de comunicaciones

Aspectos a comunicar	Responsables	A quién se le comunica	Cuándo comunica	Estrategia y medios
<p>-Planes de manejo: Cortadera el Valle, DRMI Lago Sochagota, DRMI Bosque Seco. Palagua, Páramo Iguaque Merchán, Paramo Rabanal-río Bogotá. -Instrumentos de planificación del agua: PORH Lago de Tota, POMCA lago de tota. -Plan de manejo acuífero La Hoya PORH Carare Minero. -Concertación asuntos ambientales de los planes de ordenamiento territorial: Cuítiva, Santa Rosa, Muzo. -Seguimiento al plan de acción. Certificaciones de información geográfica SIG -Áreas protegidas -PIGGT -Crisis climática/Gestion del riesgo.</p>	<p>Líder del proceso Subdirección de Planeación y Sistemas de Información</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none">• Boletines de prensa• Lista de difusión por whatsapp• Página web de Corpoboyacá• Redes sociales de Corpoboyacá• Radio

13) Matriz de comunicaciones

Aspectos a comunicar	Responsables	A quién se le comunica	Cuándo comunica	Estrategia y medios
<ul style="list-style-type: none"> -Escuelas verdes -Murales -Gestión de Residuos Solidos -Huertas comunitarias -Seguimiento Ecología Política 1 y 2 -Ciudadano ecológico -Proyectos de educación ambiental comunitarios -Obras de teatro Ecosistemas estratégicos -Talleres de Paramos -Territorios libres de plástico -parques -Mesas de trabajo Embera-Ednobotanica -Dinamizadores ambientales -Encuentro de CIDEAS (Cada cuatro años) -Participación ciudadana 	<p>Líder del proceso Oficina de Participación y Cultura Ambiental</p>	<p>Comunidad en general</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<p>PAUNA Liberación de fauna silvestre Educación ambiental Gestión del riesgo Operativos de control y vigilancia Temas misionales de la corporación Quinchas</p>	<p>Oficinas territoriales de Soatá, Miraflores, Pauna y Socha Líderes del proceso</p>	<p>A Gestión de Comunicaciones de Corpoboyacá</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drive manejo e información de las oficinas territoriales • • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio

13) Matriz de comunicaciones

Aspectos a comunicar	Responsables	A quién se le comunica	Cuándo comunica	Estrategia y medios
<p>SOCHA Liberación de fauna silvestre Educación ambiental Gestión del riesgo Operativos de control y vigilancia Temas misionales de la corporación Resolución-Patios de acopio</p>	<p>Oficinas territoriales de Soatá, Miraflores, Pauna y Socha Líderes del proceso</p>	<p>A Gestión de Comunicaciones de Corpoboyacá</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drive manejo e información de las oficinas territoriales • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<p>MIRAFLORES Liberación de fauna silvestre Educación ambiental Gestión del riesgo Operativos de control y vigilancia Temas misionales de la corporación</p>	<p>Oficinas territoriales de Soatá, Miraflores, Pauna y Socha Líderes del proceso</p>	<p>A Gestión de Comunicaciones de Corpoboyacá</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drive manejo e información de las oficinas territoriales • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio
<p>SOATÁ Liberación de fauna silvestre Educación ambiental Gestión del riesgo Operativos de control y vigilancia Temas misionales de la corporación Recurso hídrico</p>	<p>Oficinas territoriales de Soatá, Miraflores, Pauna y Socha Líderes del proceso</p>	<p>A Gestión de Comunicaciones de Corpoboyacá</p>	<p>De acuerdo a la pertinencia y solicitud del director</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Drive manejo e información de las oficinas territoriales • Boletines de prensa • Lista de difusión por whatsapp • Página web de Corpoboyacá • Redes sociales de Corpoboyacá • Radio

14) Actividades y metas Anuales

Gestión Comunicaciones 2020 - 2023

Actividades	Metas
Diseñar y ejecutar un plan de medios anual	1 Plan de medios diseñado y ejecutado
Comunicar interna y externamente as estrategias de comunicación	5 Campañas diseñadas y ejecutadas
Producir material audiovisual, radial y digital	20 Productos realizados y emitidos
Diseñar piezas gráficas y material impreso	2000 Piezas gráficas diseñadas e impresas
Realizar e implementar Plan Corporativo e Redes Sociales	1 Plan Corporativo de redes sociales, realizado e implementado

15) Evaluación y Seguimiento

La evaluación y seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones, se realizará de conformidad con lo definido en el procedimiento "Formulación Plan Estratégico de Comunicaciones PEC" PCM-03 numeral 5, actividad 9, con base en la siguiente matriz y sus estándares de comparación.

Programa	Actividad	Meta vigencia	Resultado Meta vigencia		Fuente de verificación	Observaciones
				% de avance		

16) Estándar de Comparación

Rango % de avance		Calificación
I Semestre	II Semestre	
Más del 45% de las metas	Más del 90% de las metas	Satisfactoria
Entre el 40% y el 44.9% de las metas	Entre el 80% y el 89.9% de las metas	Media
Entre el 35% y el 39.9% de las metas	Entre el 70% y el 79.9% de las metas	Baja
Menos del 35% de las metas	Menos del 70% de las metas	Insatisfactoria



Corpoboyacá

Plan Estratégico de Comunicaciones

2 0 2 0 - 2 0 2 3

Tiempo de pactar la paz con la Naturaleza

www.corpoboyaca.gov.co

