



La equidad es de todos

Prosperidad Social

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2022

GIT	Objetivo	Público Objetivo (Audiencias)	Estrategia	Tácticas	Indicadores construidos / Indicadores monitoreados y controles implementados	Responsable	Canales	Observaciones	Fecha
ESTRATEGIA COMUNICACIÓN INTERNA	Crear compromiso e incrementar el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la entidad y su función social.	Funcionarios y contratistas en las regiones y nivel nacional	Fortalecer la cultura organizacional y comunicar con segmentación de audiencias.	1.Capacitación en comunicación para el desarrollo y uso de herramientas de comunicación en las regiones. 2.Crear campaña de cultura corporativa. 3. Cambio de avisos institucionales en fachadas.	Número de sesiones realizadas	Grupo de Comunicaciones Estratégicas- Apoya Equipo de diseño.	Visitas a regionales y Teams	Las sesiones ya están estructuradas para media jornada.	Marzo a diciembre de 2022
	Fortalecer el proceso de comunicación interna desde las diferentes áreas a los servidores.	Funcionarios	Asesorar la formulación e implementación de estrategias de divulgación de servicios y programas internos.	1.Diseñar e implementar campañas internas para fechas especiales. 2.Realizar acompañamiento permanente a las áreas y procesos internos. 3. Apoyar los procesos de contratación relacionados. 4.Coordinar y articular la producción de piezas comunicativas con el equipo de diseñadores y el grupo digital.	Número de asesorías realizadas.	Grupo de Comunicaciones Estratégicas- Apoya Equipo de diseño.	Reuniones	Al trabajar por procesos se requiere definir los mecanismos de articulación con los diferentes grupos, mediante corresponsalías y/o procedimientos.	Marzo a diciembre de 2022
	Mejorar la efectividad y eficacia en la comunicación al público interno.	Funcionarios y contratistas en las regiones y nivel nacional	Construir indicadores de efectividad y eficacia y realizar seguimiento y monitoreo a los mismos.	1.Realizar análisis periódico de la efectividad y eficacia de las comunicaciones por cada canal implementado.	Indicadores construidos / indicadores monitoreados y controles implementados	Grupo de Comunicaciones Estratégicas.		*Se solicitó en el PIC capacitación en Big data.	Al finalizar cada trimestre durante 2022
	Comunicar de forma creativa a través de nuevos formatos y canales.	Funcionarios y contratistas en las regiones y nivel nacional	Diseñar y divulgar nuevos productos de comunicación interna para canales digitales y fortalecer los existentes.	1. Crear y divulgar productos audiovisuales para canales internos. 2. Retomar y potenciar las carteleras digitales internas como canal de información. 3. Producir y distribuir dos (2) boletines internos semanales. 4.Actualizar de forma permanente la Intranet para aumentar tráfico interno y promover interacción con Funcionarios. 5. Generar contenidos para distribuir por Teams. 6. Realizar prueba piloto de grupo de Whatsapp para divulgación de mensajes institucionales.	Productos realizados/productos leídos, vistos y compartidos.	Grupo de Comunicaciones Estratégicas - Apoya Grupo de Gestión Digital.	Redes sociales, institucionales, Intranet,		Trimestral
ESTRATEGIA GESTIÓN DIGITAL	Posicionar la marca y divulgar las acciones, programas y proyectos realizados por Prosperidad Social encaminados a cumplir con la meta de superación de pobreza en Colombia.	Beneficiarios, público en general, medios de comunicación, academia, entidades gubernamentales, aliados y cooperantes.	Desarrollar campañas digitales que ayuden a la construcción de la marca, visibilidad y posicionamiento de la entidad.	- Difusión oportuna de la información a través de redes sociales. - Cubrimiento en tiempo real de eventos. - Brindar respuestas rápidas y oportunas a las consultas los grupos de valor.- Administración permanente y al día de redes sociales - Desarrollar contenidos con formatos más dinámicos y diferentes a los usuales. - Interactuar de forma más directa con las personas que tienen dudas en redes sociales. - Mejorar la articulación con entidades del sector y entidades del orden nacional	Alcance de publicaciones, clic en publicaciones, número de comentarios promedio en las publicaciones, número de me gusta y reacciones promedio en publicaciones al mes, número de comentarios promedio por post al mes.	GIT Gestión Digital	Facebook Twitter Instagram Youtube LinkedIn TikTok Página Web Email SoundCloud Spotify		Enero - Diciembre 2022
	Incrementar el alcance de las publicaciones sobre la gestión, programas y acciones que tiene la entidad a través de contenidos de calidad.		Fortalecer las conversaciones directas con las audiencias y potenciar la capacidad de respuesta en espacios streaming						
ESTRATEGIA PRENSA	1. Establecer fábricas de comunicación que fortalezcan los circuitos de información pública desde Prosperidad Social y aumenten el posicionamiento y cuidado reputacional de la entidad.	Internos: servidores públicos de la entidad, directores misionales, jefes de oficina, directores regionales, coordinadores de Grupos, contratistas (monitoreo, plan de medios, logística), operadores y gestores contratados para ejecución de programas y grupos de comunicación Estratégica y de Gestión Digital. Externos: entidades del sector de la Inclusión Social y la Reconocimiento; Presidencia de la República; periodistas de los medios de comunicación tradicional, nacionales y regionales; organismos de control; otras entidades del orden nacional y departamental; operadores de los programas en región en convenio con la entidad; operadores financieros de los programas de transferencias; beneficiarios de los programas; aliados; comunidades indígenas y afrodescendientes acompañadas; víctimas de desplazamiento forzado retornadas o reubicadas atendidas por S o la Unidad de Víctimas; familias en condición de pobreza o vulnerabilidad; líderes de opinión; estudiantes del SENA y de universidades públicas en condición de pobreza o vulnerabilidad; familias en lista de espera de Ingreso Solidario, Jóvenes en Acción y Colombia Mayor; universidades en convenio para ejecutar Jóvenes en Acción; el SENA; Redugraria; líderes de Familias en Acción; alcaldías; enlaces municipales, academia...	-Cubrimiento periódico -Paquetes para medios con testimonios recientes y declaraciones de validadores -Gestión y producción de contenidos de diferentes géneros y formatos en medios convencionales -Fortalecimiento de la relación con los Directivos de los medios y los periodistas que nos cubren -Definición de mensajes clave para los voceros. Temas: transferencias monetarias, gestión y articulación de la oferta, víctimas y enfoque Diferencial, inclusión productiva y grandes logros de Gobierno	Boletines periodísticos publicados y gestionados /publicaciones en medios	Grupo de Prensa	Internos: correo institucional, carteleras digitales, papel tapiz, boletín interno diario, Intranet en articulación con el Grupo de Gestión Estratégica)	Externos: medios masivos de comunicación convencional nacional y regional en todos sus niveles, página web, micrositios institucionales, blog, redes sociales (Facebook, Flickr y LinkedIn en articulación con el Grupo de Gestión Digital), grupo de periodistas en WhatsApp, sitio web de Presidencia y sus grupos en WhatsApp, Sitios web y redes entidades del sector.	De enero a diciembre de 2022	
	2. Diseñar e implementar herramientas para incidir positivamente en cómo cuentan los medios a la entidad y en cómo la percibe y la valora la ciudadanía y los beneficiarios de los programas.		-Planes por Direcciones, "Construcción colectiva de conceptos y formatos con la participación de beneficiarios. (Plan específico para Jóvenes en Acción) -Campañas de prensa en el marco de hitos y conmemoraciones. (Definición mes a mes) -Fortalecimiento de mensajes a través de WhatsApp (podcast para beneficiarios, noticiero digital y noticias semanales para varias audiencias).	Diagnóstico base imagen Prosperidad Social/ Medición imagen Prosperidad Social	Grupo de Prensa			De mayo a noviembre de 2022	
ESTRATEGIA EVENTOS	Realizar gestión, acompañamiento y apoyo en la planeación y realización de eventos institucionales en las diferentes regiones del país	Beneficiarios de programas, público general y medios de comunicación.	Potenciar los eventos institucionales como mecanismo de difusión del quehacer y la oferta institucional y posicionamiento de la entidad.	1.Realizar avanzadas para consolidar la información sobre el evento a realizar y gestionar los riesgos de cada actividad. 2. Gestionar y apoyar la producción de cada evento.	Número de eventos, realizados/número de asistentes sensibilizados informados	Equipo eventos		Los responsables de los eventos son las direcciones misionales, ordenadoras del gasto y las direcciones regionales en territorio.	Febrero a diciembre de 2022