 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA AMB

PLAN DE COMUNICACIONES 2023



 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

TABLA DE CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO GENERAL	3
2.	OBJETIVOS	4
	Objetivo general	4
	Objetivos específicos	4
3.	GRUPOS DE INTERÉS	5
4.	LÍNEAS GENERALES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	6
5.	EQUIPO DE COMUNICACIONES	8
6.	PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL	9
	Producción estratégica	11
	Herramientas plan de difusión medios externos	13
7.	PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA	14
	Producción estratégica	14
	Herramientas plan de difusión medios internos	15
8.	Indicadores	16
	Estrategia de seguimiento y evaluación al Plan de Comunicaciones General	

	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

1. INTRODUCCIÓN

La confianza y la credibilidad en las instituciones públicas se refleja en sus acciones comunicativas por ser abiertas y transparentes, más cercanas a los ciudadanos.

El Área Metropolitana de Bucaramanga, como entidad pública, que planifica y ejecuta proyectos enfocados en el bienestar de los habitantes del territorio de su esquema asociativo, tiene el compromiso de garantizar a sus públicos y entes de control, un acceso transparente y eficaz a la información .


En ese sentido, el propósito principal de la gestión de comunicaciones de la entidad es : “coordinar, diseñar, administrar y formular las políticas de comunicación estratégica y organizacional de la entidad; participar en la formulación de los procesos de educación, para propender cultura ciudadana en sus componentes de movilidad, medio ambiente y planificación territorial, en cumplimiento de los planes y proyectos del AMB”.

Actualmente, es la segunda área metropolitana mejor posicionada en todo el país, lo cual es un buen indicador de la visibilización de su gestión y la promoción de mejores conductas sociales.

Para la vigencia del 2023, el Plan Estratégico de Comunicaciones estará enfocado en evidenciar los logros y alcances de su plan de acción. También convertir a la entidad en un centro de desarrollo de información metropolitana.

Dicho plan se ejecutará a través de redes sociales y plataformas virtuales propias, con el complemento de la ejecución de un Plan de Medios en canales de difusión externos y plataformas virtuales, comerciales y/o comunitarios, de cobertura en el territorio.

A partir de lo anterior, se plantean las siguientes estrategias y acciones para responder a estos grandes propósitos de comunicación.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>


2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Potenciar el reconocimiento del Área Metropolitana de Bucaramanga como entidad pública transparente al servicio de los ciudadanos, posicionando su imagen institucional como un ente gubernamental fundamental en la planificación y desarrollo de los cuatro municipios que conforman su esquema territorial.

2.2. Objetivos específicos

- ❖ Estructurar el equipo de comunicaciones de la entidad cuya función sea producir contenidos informativos que fortalezcan la presencia institucional y respondan a los requerimientos del Plan de Acción del Área Metropolitana, para la vigencia del año 2023.
- ❖ Diseñar y poner en marcha un Plan de Comunicaciones Digital (prensa, radio, televisión, redes sociales y plataformas virtuales) dirigido a los diferentes públicos, y sirva como puente institucional del AMB hacia la comunidad
- ❖ Estructurar un plan de comunicación interno para fortalecer la interrelación con los servidores públicos y contratistas, que lleve a alinear la visión, misión y valores de la entidad.
- ❖ Formular mecanismos de comunicación que generen espacios de participación ciudadana y permitan una retroalimentación con los diferentes grupos de interés

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

3. GRUPOS DE INTERÉS

- Ciudadanía en general del área metropolitana.
- Autoridades locales - Alcaldías de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.
- Entes territoriales y organizaciones de carácter público.
- Gremios y organizaciones de carácter privado.
- Medios de comunicación, periodistas, y líderes de opinión.
- Funcionarios del Área Metropolitana de Bucaramanga.
- Contratistas y proveedores del Área Metropolitana de Bucaramanga.

4. LÍNEAS GENERALES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS


4.1. Imagen institucional: Potenciar el reconocimiento de la entidad en todo el territorio y en el ecosistema digital, divulgando en distintos formatos y contenidos su quehacer en función del servicio a la comunidad.

Acciones a implementar:

- Elaborar un plan de medios con la pauta para el posicionamiento de imagen y gestión de la entidad
- Crear alianzas con entidades estratégicas del orden público y privado, con el propósito de divulgar la gestión realizada en conjunto. (organismos de tránsito, Alcaldías...)
- Posicionar la visibilidad, a través de los medios de comunicación, de la labor del Director, desde sus capacidades técnicas, su competencia y su gestión.

4.2. Catastro Multipropósito: Poner a conocimiento de la ciudadanía en general el servicio de catastro en un lenguaje comprensible, accesible, con información de valor que le permita entender en función de qué se realiza esta gestión y todas las modalidades de acceso para radicar los diferentes trámites. Así mismo, facilitar a los medios de comunicación, academia, e instituciones, los aspectos técnicos de interés concernientes al desarrollo urbanístico y económico de la región para expandir el concepto de enfoque multipropósito.

Acciones a implementar:

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

- Diseñar una campaña de difusión y socialización de la plataforma de citas virtuales para trámites y solicitudes de catastro.
- Hacer pedagogía ciudadana sobre catastro multipropósito y la facultad del AMB como gestor catastral, (responder documento de preguntas frecuentes sobre catastro).
- Divulgar y socializar la Ruta de Atención al Usuario y guía para radicar solicitudes, productos y trámites catastrales
- Publicar los mapas con información económica de interés para la comunidad (focalización de las empresas, empleo y desarrollo urbanístico)
- Informar sobre los trámites, certificados y trámites de catastro con el formato de ABC.
- Divulgar y socializar el Open Data y sistema de información geográfico -SIG-.

4.3. Gestión ambiental: Visibilizar las acciones medioambientales por las que propende la entidad para generar conciencia y mejores hábitos que contribuyan al desarrollo sostenible de la región.


Acciones a implementar:

- Difusión de actividades de Cultura Ambiental Metropolitana (sembratonos AMB, jornadas de limpieza)
- Socialización de las obras y proyectos liderados por la entidad: vías, Parques Metropolitanos, Retazos Urbanos.
- Continuación implementación estrategia comunicativa de Parques BGA (convenio interadministrativo con la Alcaldía de Bucaramanga).
- Promoción de jornadas de recolección de residuos posconsumo (Punto Limpio Metropolitano AMB)
- Informes de la Red de monitoreo de calidad del aire.

4.4. Movilidad y Transporte: Diseño de campañas enfocadas en visibilizar las acciones y estrategias de la Subdirección de Transporte del AMB para promover una movilidad sostenible en el territorio.

Acciones a implementar:

- Promoción de la plataforma de registro y caracterización de actores viales: 'EnTaxi' (tarjeta amarilla de taxistas), plataforma de registro de motociclistas.
- Articular estrategias de comunicación con los organismos de tránsito y colectivos para la promoción de la Movilidad Legal y Segura.
- Impulsar estrategia del uso de la bicicleta y fomento del uso del transporte público
- Divulgar el impacto de las jornadas de día sin carro y sin moto metropolitanos.
- Socializar la normativa de tránsito orientadas a promover la cultura vial

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

4.5. Participación ciudadana: Proponer un plan de participación ciudadana para incorporar en el Menú Participa, siguiendo los lineamientos de Función Pública; utilizando un formato inclusivo y accesible para los públicos con alguna condición de discapacidad.

Acciones a implementar:


- Publicar periódicamente en los medios internos y externos la estrategia de participación ciudadana y convocar la interacción con el menú.
- Añadir un cronograma o calendario con las actividades de participación ciudadana definidas en la Estrategia de Participación, la Estrategia de rendición de cuentas, el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (PAAC) y demás eventos que involucren el contacto con la ciudadanía.
- Rediseñar los módulos de participación al ciudadano para que sean dinámicos y promuevan una mejor interacción con el ciudadano.
- Se establecerán espacios planificados y periódicos de divulgación para rendir cuentas a la ciudadanía del Plan de Acción 2023.

4.6. Proyectos y Planes Metropolitanos: Dar a conocer el Plan Estratégico Metropolitano de Ordenamiento Territorial y los proyectos que lo componen.

- Plan Integral de Desarrollo Metropolitano
- Centro de pensamiento y proyectos urbanos.
- Hechos Metropolitanos

Compromiso con la información institucional a comunicar


Las subdirecciones que en desarrollo de sus funciones, requieran una estrategia o actividad de comunicación, deberán realizar la solicitud al equipo de comunicaciones, este por ser el encargado de generar los contenidos, piezas y documentos a divulgar, podrá solicitar a otras dependencias de la entidad o a otras entidades, insumos necesarios para la producción de la información.

	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

5. EQUIPO DE COMUNICACIONES

Para ejecutar una línea estratégica de comunicación externa es importante contar con un equipo de comunicaciones con la capacidad de unificar la línea comunicativa que quiere transmitir la entidad y sea a su vez el grupo de prensa que genere constante información como insumo a los diferentes medios de comunicación:

- *Jefe de comunicaciones y prensa:* responsable de crear el plan estratégico de comunicaciones 2023 y a su vez del cumplimiento de las metas e indicadores del mismo. Coordinar la edición y publicación del material a divulgar en los diferentes medios. Realizar cubrimiento diario de la acción institucional de la entidad.
- *Comunicador/a profesional:* especializado/a en el manejo informativo hacia la comunidad online (Community Manager); quien a su vez será el profesional de apoyo en la creación de estrategias digitales.
- *Practicante de comunicación 1:* apoyo al contenido multiformato de las comunicaciones externas, encargado/a de desarrollar la estrategia comunicativa del programa ambiental de 'Parques BGA' y Parques Metropolitanos.
- *Practicante de comunicación 2:* apoyo al contenido multiformato de las comunicaciones externas, encargado/a de desarrollar contenidos para la estrategia comunicativa de posicionamiento de la identidad del AMB.
- *Practicante académica:* apoyo en la redacción de noticias institucionales, boletines de prensa y elaboración de guiones para la producción de videos y piezas gráficas.
- *Realizador audiovisual:* profesional que contará con equipos de filmación, fotografía y edición para la producción y postproducción de los diferentes contenidos audiovisuales propuestos por el equipo.
- *Diseñador/a gráfico/a:* responsable de la creación de la línea gráfica y manual de identidad corporativa. También, de diseñar piezas gráficas para los diferentes canales informativos.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

6. PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Tiene como objetivo proponer una estrategia online y offline para ejecutar, el cual consta de un diagnóstico inicial sobre el panorama con que cuenta la entidad y las acciones emprendidas para fortalecer las existentes.

El propósito es posicionar y difundir el Plan de Acción del Área Metropolitana, a través de los medios de comunicación masivos a nivel local y regional, así como en los medios alternativos y redes sociales de información.

Es importante corroborar y actualizar permanentemente este proceso informativo con los requerimientos establecidos a través del Modelo Estándar de Control Interno (MECI), y su impacto en la Rendición de cuentas, que permita ratificar el compromiso de la entidad con la transparencia.

Panorama de la página web y redes sociales

➤ Página web www.amb.gov.co


Se generan publicaciones de las noticias y eventos a través de un carrete, adicionalmente vincula la página con sus redes sociales, como complemento noticioso.

Se actualiza periódicamente la información que requiere dar a conocer. Además, cumple con los estándares del Sistema Informativo exigido por el Gobierno Nacional, entre los que se destaca gobierno y transparencia (indicaciones, normatividad, datos históricos, entre otros), información institucional y enlaces a los entes de control.

En cuanto al diseño y la presentación de la información, es de fácil acceso y muestra la identidad organizacional. La información en general para la ciudadanía está bien estructurada, muestra canales de comunicación claros.

Estrategia posicionamiento de la página web

- ➔ Apoyar la actualización de la información dispuesta
- ➔ Mejorar el diseño gráfico (banners de inicio, íconos en general)
- ➔ Actualizar fotografías
- ➔ Implementar un botón específico de prensa y noticias (actualmente están en el botón participa)
- ➔ Alimentar las secciones de Noticias Metropolitanas, Comunicados y Blog Metropolitano

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

➤ **Twitter**

Actualmente cuenta 23 mil seguidores evidenciando un potencial crecimiento en sus estadísticas. Es la red social más antigua de la entidad, lo cual refleja mayor interacción en las publicaciones

La cuenta @AreaMetroBga aparece en más de 50 listas de temas relacionados con Bucaramanga, medios, opinión, infraestructura, noticias, entre otras categorías, lo cual fortalece su alcance.

➤ **Facebook**


Presenta contenido noticioso e informativo para sus 5.6 mil seguidores. En esta red social se debe concentrar el radar comunicativo de la entidad, puesto que es la de mayor consumo en el país y en ella se congregan la mayor cantidad de público objetivo.


➤ **Instagram**

Red social de mayor alcance de la entidad, cuadruplica su número de seguidores que supera los 2.600, con un rango de edad entre los 25 y 34 años. La narrativa audiovisual ha funcionado como estrategia comunicativa de mayor impacto.

➤ **Youtube**

El canal Área Metropolitana de Bucaramanga cuenta con solo 104 seguidores, sin embargo, sus videos son de hace más de tres años, por lo que la información que allí radica está desactualizada.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small></p>	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

6.2. Producción estratégica

ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	ACTIVIDAD	ACCIONES A IMPLEMENTAR	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZAC	RESPONSABLE
Atraer y fidelizar los públicos objetivos estratégicos de la entidad	Posicionamiento digital de la marca institucional AMB a través de la Página WEB y las redes sociales	Duplicar la visibilidad y alcance de las cuentas oficiales de la entidad en las redes sociales	Definir una línea gráfica del material que circula a través de los medios que tiene el AMB	<p>Asignar una paleta de colores (institucionales) que va ligado a una plantilla para cada tipo de información Ej: Plantilla color rojo temas de movilidad; y así sucesivamente con cada uno de los temas de la entidad.</p> <p>Crear todos los recursos gráficos necesarios para la creación de contenidos multiformatos, acorde con la línea gráfica establecida.</p>	Febrero 2023	Marzo 2023	Diseñadora gráfica
			Elaborar un calendario editorial con los objetivos trazados y asignados a cada miembro del equipo de comunicaciones	<p>Crear una parrilla de programación semanal para la planificación de contenidos, alineados con la líneas generales, con previa coordinación y aprobación de la Dirección General.</p> <p>Hacer seguimiento del cumplimiento del calendario editorial con metas e indicadores.</p>	Enero 2023	Diciembre 2023	Jefe de Comunicaciones
			Implementar mensajes automatizados	<p>Crear una serie de respuestas automáticas generalizadas, en base a un previo barrido de preguntas más frecuentes que manifiestan los ciudadanos a través de las redes sociales de la entidad.</p> <p>Hacer seguimiento de la retransmisión de las PQRS de las redes sociales a los responsables de dar insumos para la contestación oportuna al ciudadano.</p>	Enero 2023	Diciembre 2023	Community Manager Jefe de Comunicaciones




PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

CÓDIGO: DIE-FO-014

FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA


VERSIÓN: 01

			Caracterización de usuarios y comunidad online	Revisar periódicamente las estadísticas y la caracterización de seguidores	Enero 2023	Diciembre 2023	Community Manager
Creación de contenidos en los diversos formatos requeridos para la página web y redes sociales	Visibilizar las actividades, alcance y desarrollo de metas del Plan de Acción 2023	Fortalecer el reconocimiento de la imagen de la entidad, que la ciudadanía en general identifique las funciones de la entidad.	Creación de un personaje institucional para fortalecer la imagen de la entidad y hacer más dinámica	Diseñar el personaje metropolitano que se convierta en el interlocutor de la cultura institucional de la entidad.	Marzo 2023	Abril 2023	Diseñadora Gráfica Realizador audiovisual Jefe de comunicaciones
			Publicación de contenidos audiovisuales sobre programas y actividades contenidos en el Plan de Acción y estrategia de posicionamiento de la entidad.	Planificar la producción y posproducción de videos spots para cada una de las líneas generales planteadas. (2-3) semanales, 165 en el año.	Febrero 2023	Diciembre 2023	Realizador audiovisual
			Divulgar piezas gráficas diarias con contenido de interés, publicitario de los diferentes temas estratégicos del Plan de Acción	Atender las necesidades de publicación orgánica de las redes sociales y requerimientos de diseño que puedan ser solicitados internamente.	Enero 2023	Diciembre 2023	Diseñadora gráfica

 ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small>	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

6.1. Herramientas plan de difusión medios externos


- *Prensa:* avisos institucionales, de publicación trimestral, sobre programas y actividades contenidas en el Plan de Acción 2023
- *Radio:* cuñas radiales, de publicación diaria, sobre programas y actividades contenidas en el Plan de Acción 2018 (126 impactos mensuales)
- *Cápsulas informativas,* de publicación diaria en días hábiles, sobre programas y actividades contenidas en el Plan de Acción 2018 (22 publicaciones por mes, para un total de 132 publicaciones en el semestre).
- *Televisión:* comerciales de televisión, de publicación diaria, sobre programas y actividades contenidas en el Plan de Acción 2023 (2 comerciales diarios y entrevistas al director y/o voceros institucionales).
- Videos spot de televisión, de 60 segundos de duración cada uno, de publicación semanal, sobre programas y actividades contenidas en el Plan de Acción 2023 (50 videos spot, para publicar en el año).

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>	<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>	<p>VERSIÓN: 01</p>

7. Plan de comunicación interna


El objetivo del plan de comunicación interno es fortalecer la línea estratégica '**Soy Metropolitano**' que se ha venido gestionando.

ESTRATEGIA	OBJETIVO	META	ACTIVIDAD	ACCIONES A IMPLEMENTAR	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZAC	RESPONSABLE
Acompañar a las diferentes subdirecciones de la entidad para la promoción y divulgación de las actividades y acciones que apunten al cumplimiento de los objetivos estratégicos.	construcción de sentido de pertenencia de los funcionarios, contratistas y en general, todos los colaboradores.	Divulgar y generar la apropiación de la misión, visión, valores, y metas, para contribuir en la consecución de los objetivos del plan de comunicaciones externo.	Realizar un sondeo en cada subdirección del conocimiento del Plan de Acción.	Aplicar encuestas dinámicas e interactivas a los funcionarios y contratistas de la entidad sobre los lineamientos y metas proyectadas en el Plan de Acción.	Febrero de 2023	Marzo de 2023	Jefe de comunicaciones
				Divulgar el Plan de Acción en carteleras, boletín interno, correo electrónico y bpm	Enero de 2023	Diciembre de 2023	Jefe de comunicaciones
			Apoyar en la implementación de un Plan Institucional de capacitación sobre atención al ciudadano	Realizar campañas de sensibilización de los procesos de atención al ciudadano y compromiso con la transparencia y las políticas anticorrupción. Realizar una caracterización de usuarios de la entidad a fin de hacer buen uso del tratamiento de datos personales para la promoción de los servicios.	Enero de 2023	Diciembre de 2023	Todas las dependencias Soporte AMB Comunicaciones
Unificar lineamientos desde cada una de las subdirecciones para establecer una sola línea	Consolidar la imagen corporativa del AMB	Trabajar articuladamente con las dependencias de la entidad en la formulación de	Proponer estrategias comunicativas para la divulgación de la gestión de la entidad de manera interna y externa	Instalar carteleras internas ubicadas en sitios estratégicos de la entidad para socializar información general de interés específico para los funcionarios, contratistas, y el público en general.	Enero de 2023	Diciembre de 2023	Equipo de comunicaciones

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</p>	<p>PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO</p>		<p>CÓDIGO: DIE-FO-014</p>				
	<p>FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</p>		<p>VERSIÓN: 01</p>				
<p>comunicativa para difundir en los medios internos y externos de la entidad.</p>		<p>estrategias y acciones que fortalezcan la identidad de la entidad.</p>		<p>Definir el Manual de Vocería con las directrices gerenciales de vocería para el manejo ante los medios masivos de comunicación.</p>	<p>Enero de 2023</p>	<p>Diciembre de 2023</p>	<p>Jefe de comunicaciones</p>
				<p>Apoyar la logística requerida para el cumplimiento de las labores misionales de la entidad y así mismo, la participación en eventos académicos, gremiales e institucionales convocado por otras instituciones.</p>	<p>Enero de 2023</p>	<p>Diciembre de 2023</p>	<p>Equipo de comunicaciones</p>
				<p>Solicitar a cada dependencia el material P.O.P. requerido para la difusión de sus actividades y campañas.</p>	<p>Enero de 2023</p>	<p>Diciembre de 2023</p>	<p>Comunicaciones Secretaría General</p>

7.1. Herramientas plan de difusión de comunicación interna:

- Elaboración semanal de boletines de prensa con información estratégica a interés de ser ampliamente difundida (55 boletines de prensa en el año)
- Planeación y realización de ruedas de prensa, envío de información específica según temática.
- Desarrollo de una agenda semanal o quincenal, para generación de espacios para la entidad en medios de comunicación (Free Press).
- Revisión permanente de la información del AMB en los medios; su impacto, y con ello las acciones de mejoramiento necesarias

 ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORIDABLANCA - GIRÓN - PIEDECUESTA</small>	PROCESO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	CÓDIGO: DIE-FO-014
	FORMATO DE POLÍTICAS Y PLANES ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA	VERSIÓN: 01

8. Indicadores

- ✓ Cumplir con la elaboración 100% de los contenidos solicitados por las diferentes dependencias.

Esto implica la elaboración de:

- ✓ Un boletín interno semanal para difusión de los temas de interés tales como capacitaciones, jornadas especiales, temas de seguridad y salud en el trabajo, cursos entre otros, que se enviarán vía BPM, plataforma interna.

Meta: Construcción y difusión de 50 boletines internos.

- ✓ Apoyo en el desarrollo de actividades de bienestar institucional que promuevan los valores corporativos y el sentido de pertenencia con la entidad, así como el mejoramiento de procesos de atención al ciudadano.

Meta: 7 actividad de bienestar durante la vigencia para públicos internos de la entidad.

8.1. Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones

El seguimiento al presente Plan requiere información que permita establecer el cumplimiento de sus objetivos, iniciativas y metas. Esa información puede obtenerse a través de los indicadores de seguimiento y evaluación, como herramienta que evalúa la planeación y la gestión de comunicaciones.

El seguimiento se realizará de la siguiente manera:

- La revisión, seguimiento y definición de estrategias de cumplimiento del plan de comunicaciones estará a cargo del equipo de comunicaciones. La ejecución del plan se hará en coordinación con las diferentes subdirecciones y grupos de trabajo, según las iniciativas definidas.
- El seguimiento y resultados del Plan Estratégico de Comunicaciones será reportado en un informe trimestral a la Secretaría General y Asesor Corporativo.

