

# **Presentación Plan de Comunicación Estratégico 2014-2018**

May 26, 2015

## Objetivos del área

### Objetivo general

Dar a conocer toda la información producida por el Ministerio TIC y las iniciativas del Plan Vive Digital a toda la población colombiana a través de diferentes canales como internet, medios de comunicación, redes sociales y eventos en general.

### Objetivos específicos

Liderar y coordinar la estrategia de comunicaciones del Ministerio y del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Plan Vive Digital.

Definir el mensaje a divulgar de acuerdo con el logro que se quiere mostrar y cómo y en qué medios se quiere dar a conocer.

Apoyar a las áreas y dependencias en el diseño y desarrollo de estrategias, programas, planes y acciones de comunicación externa, digital e interna.

## Objetivos específicos

## Iniciativas estratégicas (no programas)

Comunicación externa.

- 1 Divulgar cada una de las políticas del Ministerio TIC, sus programa e iniciativas.

Comunicación interna

- 1 Brindar información oportuna y veraz a los funcionarios de la entidad sobre los avances del Ministerio, sus programa e iniciativas.

Comunicación Digital

- 1 Acercar a los ciudadanos a la oferta institucional del Ministerio TIC e interactuar con los distintos tipos de públicos a través de los activos digitales.

# Principales indicadores y resultados de iniciativas estratégicas

	Objetivos específicos	Principal indicador	Resultado 2010	Resultado 2014	Meta 2018
Area	<b>Comunicación Externa</b>	▪ Número de comunicados o boletines elaborados	N/A	272	720
		▪ Número de proyectos audiovisuales realizados y emitidos.	N/A	24	72
		▪ Número de transmisiones realizadas	N/A	3	9
		▪ Número de campañas diseñadas e implementadas	N/A	3	6
	<b>Comunicación Interna</b>	▪ Número de boletines publicados	N/A	22	168
		▪ Número de campañas de comunicación interna	N/A	4	12
		▪ Número de actualizaciones de la intranet al año		45	135
	<b>Comunicación Digital</b>	▪ Número de interacciones de los usuarios en redes sociales	N/A	N/A	15.750.000
		▪ Número de aplicaciones y/o servicios desarrollados.	N/A	4	9
		▪ Número de usuarios nuevos en las redes sociales	N/A	345.922	N/A

## Principales iniciativas estratégicas del área (máximo 5)

### Nombre Iniciativa 1:

Estrategia de Comunicaciones  
Ministerio TIC Y Vive Digital (aspa)



Divulgación y manejo de la información que produce el Ministerio en sus diferentes programas a nivel nacional (nombre proyecto de inversión)

### Proyecto 1:

- **Elaborar contenidos escritos.**
- **Producción y emisión de productos audiovisuales.**
- **Producción y transmisión de eventos del sector.**
- **Campañas de divulgación.**

**Nota:** Las estrategias deben corresponder a los objetivos del área anteriormente planteados

**Estado de avance:** (p.ej etapa de conceptualización, inicio de ejecución, estrategia madura, etc)

Proyecto	Presupuesto	Personas a cargo #	Indicador	Resultado 2014	Meta 2018
Contenidos Escritos	\$664.510.000	8	Número de comunicados o boletines elaborados	272	720
Proyectos Audiovisuales	\$2.610.400.000	12	Número de proyectos audiovisuales realizados y emitidos	24	72
Eventos sector	\$702.800.000	2	Número de transmisiones realizadas	3	9
Campañas	\$3.056.180.000	3	Número de campañas diseñadas e implementadas	3	6

## Principales iniciativas estratégicas del área (máximo 5)

### Nombre Iniciativa 1:

Estrategia de Comunicaciones  
Ministerio TIC Y Vive Digital (aspa)

○

Divulgación y manejo de la información que produce el Ministerio en sus diferentes programas a nivel nacional (nombre proyecto de inversión)

### Proyecto 2 :

- **Elaboración de boletines informativos.**
- **Actualización de noticias y eventos en la Intranet.**
- **Desarrollar campañas informativas.**

**Nota:** Las estrategias deben corresponder a los objetivos del área anteriormente planteados

**Estado de avance:** (p.ej etapa de conceptualización, inicio de ejecución, estrategia madura, etc)

Proyecto	Presupuesto	Personas a cargo #	Indicador	Resultado 2014	Meta 2018
Boletines informativos	\$70.400.000	1	Número de boletines publicados	22	168
Actualizaciones Intranet	\$59.600.000	1	Número de campañas de comunicación interna	45	135
Campañas informativas	\$30.120.000	1	Número de actualizaciones de la intranet al año	4	12

## Principales iniciativas estratégicas del área (máximo 5)

### Nombre Iniciativa 1:

Estrategia de Comunicaciones  
Ministerio TIC Y Vive Digital (aspa)

○

Divulgación y manejo de la información que produce el Ministerio en sus diferentes programas a nivel nacional (nombre proyecto de inversión)

### Proyecto 3:

- **Diseñar herramientas para la interacción con la ciudadanía.**
- **Divulgación y monitoreo en las redes sociales.**

**Nota:** Las estrategias deben corresponder a los objetivos del área anteriormente planteados

**Estado de avance:** (p.ej etapa de conceptualización, inicio de ejecución, estrategia madura, etc)

Proyecto	Presupuesto	Personas a cargo #	Indicador	Resultado 2014	Meta 2018
Herramientas de interacción	\$370.500.000	5	Número de aplicaciones y/o servicios desarrollados.	4	9
Redes sociales	\$435.490.000	1	Número de interacciones de los usuarios en redes sociales	N/A	\$15.750.000

# Organigrama área 2015

**Jefe Oficina Asesora de Prensa  
104516**

- Coordinadora Grupo de Divulgación  
202816
- Profesional Especializado  
202823
- Profesional Especializado  
202816
- Profesional Universitario  
204411
- Profesional Universitario  
204410
- Secretaria  
404411
- Auxiliar Administrativo  
404411

Estrategia Comunicación  
Estrategia Comunicación  
Área Administrativa  
Área Jurídica  
Diseñador  
Periodista  
Periodista  
Coordinador Digital  
Community Manager  
Webmaster  
Desarrollador

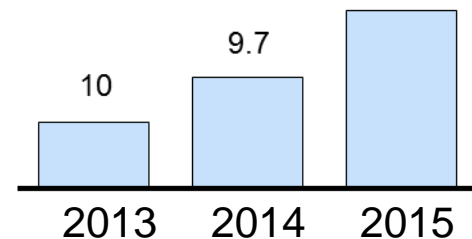
Director  
Productor General  
Realizador Videógrafo  
Productor Delegado  
Editor Conceptual  
Reportera Digital  
Youtuber  
Fotógrafo  
Camarógrafo  
Presentadora  
Influenciador TIC  
Gestor redes sociales

**Total personas planta: 8**  
**Total contratistas: 13**  
**total: 21**



**Evolución del presupuesto**

\$ Miles de Millones



**Distribución del presupuesto área**

\$ Miles de Millones

Actividad	Presupuesto 2014	Presupuesto 2015	% ejecución
Elaborar contenidos escritos	\$627.173.906	\$664.510.000	7.34
Producción y emisión de contenidos audiovisuales	\$2.398.692.759	\$2.610.400.000	32.38
Producción y transmisión de eventos del sector en donde participa la entidad	\$800.000.000	\$702.800.000	3.75
Desarrollar campañas de divulgación y coordinar eventos	\$4.976.065.699	\$3.056.180.000	0.80

PRESUPUESTO  
**Presupuesto**

<b>Actividad</b>	<b>Presupuesto 2014</b>	<b>Presupuesto 2015</b>	<b>% ejecución</b>
Elaboración de boletines informativos	\$63.159.522	\$70.400.000	0.87
Actualización de noticias y eventos en la intranet	\$33.658.096	\$59.600.000	0.74
Desarrollar campañas informativas	\$28.975.076	\$30.120.000	0.37
Diseñar herramientas para la interacción con la ciudadanía	\$224.888.437	\$370.500.000	4.61
Divulgación y monitoreo en las redes sociales	\$591.877.863	\$435.490.000	0
Elaboración de política de divulgación sectorial	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$9.744.491.358</b>	<b>\$8.000.000.000</b>	<b>50.78</b>

## Principales retos a la fecha

- Lograr que los colombianos reconozcan los objetivos del plan Vive Digital 2014-2018
- Que los colombianos reconozcan el liderazgo en tecnología del Ministerio TIC:  
“La tecnología es una herramienta para construir la paz, la equidad y fortalecer la educación”
- Que los colombianos reconozcan al Ministro TIC, David Luna como el líder que le lleva tecnología a la gente.

## Principales problemáticas a enfrentar

- Que los colombianos de estratos 1 y 2 conozcan los programas e iniciativas del Ministerio TIC.
- Que los ciudadanos, las empresas y gobiernos regionales conozcan al Ministro TIC, David Luna por su liderazgo e por el conocimiento de lo que la gente necesita.

## Indicadores

- Alcanzar el 5% de recordación espontánea de la marca Vive Digital en los colombianos de estratos 1 y 2 y las MiPymes (Sujeto a campañas de divulgación).
- Obtener un puntaje positivo en las encuestas que miden la percepción de los ciudadanos sobre los ministerios **y los ministros**.

## Principales logros a la fecha

- Posicionamiento de la gestión del Ministerio TIC y de la tecnología en la agenda pública.
- Ministerio TIC: Entidad con mayor influencia en redes sociales del gobierno.
  - Posicionamiento y regionalización de la marca **Vive Digital** en el país
- Credibilidad del plan Vive Digital gracias al uso y apropiación de las TIC en todas las regiones.
- El Ministerio TIC es ejemplo como entidad pública.
  - Unificación y articulación de las acciones de comunicación.
  - Creación de ficha de inversión para los temas de prensa y comunicaciones
  - Estructuración de la Oficina de Prensa y Comunicaciones del MinTIC
- Puntaje en las encuestas de percepción de los ciudadanos sobre la gestión del Ministro TIC.

## Pasos a seguir

- Definir el sello personal y los mensajes centrales del nuevo Ministro TIC acorde a los retos del Plan Vive Digital 2014-2018.
- Visibilizar los logros del Plan Vive Digital a través de experiencias e historias de beneficiarios. Lo que se comunica sucede y se comunica para la tía Matilde.
- Diseñar y ejecutar eventos que promuevan la apropiación del Plan Vive Digital 2014-2018 en todas las regiones del país y a nivel internacional.