Impreso el 4/10/2020 8:51:17 a.m.

Datos básicos

01 - Datos básicos del proyecto

Nombre

Implementación DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN AMBIENTAL PARA LA DIVULGACIÓN INTERINSTITUCIONAL Y APREHENSIÓN CIUDADANA AL SECTOR AMBIENTAL . Valledupar

Código BPIN

Sector

Tecnologías de la información y las comunicaciones

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 02/10/2020 09:19:15

Identificador: 320831

Formulador:

Contribución a la política pública

01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

Plan

(2018-2022) Pacto por Colombia, pacto por la equidad

Estrategia Transversal

3007 - VII. Pacto por la transformación digital de Colombia: Gobierno, empresas y hogares conectados con la era del conocimiento

Linea

300701 - 1. Colombia se conecta: masificación de la banda ancha e inclusión digital de todos los colombianos

Programa

2399 - Fortalecimiento de la gestión y dirección del Sector Comunicaciones

02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial / Plan de Vida

Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial / Plan de Vida

Plan de Desarrollo Departamental: “Lo hacemos Mejor 2020-2023”

Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

 Eje Estratégico IV: Sostenibilidad Ambiental y Adaptabilidad.

Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

La RUTA DEL FUTURO -

03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Plan de Acción: Restauración Ecológica Integral del Cesar: “Por la Resiliencia Climática y la sostenibilidad económica Territorial” 2020-2023.

Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

 Línea Estratégica del PGAR:
 Gestión para el Fortalecimiento Institucional Integral:

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

 PROGRAMA: 9.2 : Comunicación ambiental inteligente:

Identificación y descripción del problema

Problema central

Débil e insuficientes estrategias de comunicaciones institucionales interna y externa de CORPOCESAR

Descripción de la situación existente con respecto al problema

Desde hace muchos años, Corpocesar tiene una debilidad en materia de comunicación e imagen corporativa en el departamento del Cesar, ya que sus funciones misionales no logran llegar a un público masivo ni traspasar fronteras regionales, es decir, que el accionar de la Corporación muy poco se ve reflejado a nivel nacional ante la falta de espacios informativos, que lo promuevan.

La Corporación Autónoma Regional del Cesar CORPOCESAR NO CUENTA con un Plan de Medios que permita la contratación de cuñas, comerciales, publirreportajes, entrevistas en los diferentes medios de comunicación (radio, prensa escrita, televisión, portales digitales) con los que se puedan subsanar todas las carencias que se tienen en materia de comunicaciones externas, que se ven reflejadas en la baja difusión de los programas, estrategias, planes, iniciativas, acciones y proyectos que se generan desde la Corporación, imagen poco favorable sobre el accionar de la misma causando en ocasiones inconformidad en las comunidades ante el desconocimiento o la falta de información que tienen sobre las funciones misionales de la Corporación.

Corpocesar no cuenta con un diseñador gráfico que pueda generar productos para publicitar las diferentes campañas de educación ambiental que se realizan, para elaborar pendones o tarjetas virtuales para las notas que se están publicando en sus redes sociales de la entidad, entre otras necesidades de ese tipo con las que cuenta la Corporación.

En la actualidad se cuenta con las redes sociales Twitter @corpocesar, Instagram : Corpocesar y Facebook: Corpocesar, lo mismo que su página web: www.corpocesar.gov.co que han sido fundamentales a la hora de informar sobre las acciones de la Corporación, sin embargo, es preciso la contratación del Plan de Medios teniendo en cuenta que la tecnología no tiene una amplia cobertura en la región, que cuenta con una extensa zona rural, deseosa de conocer las actividades y programas que desarrolla la entidad.

Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

Desde el año 2017 en la Corporación Autónoma Regional del Cesar se han ejecutado Planes de Medios a través de un operador que se encarga de contratar cuñas, mensajes comerciales, entrevistas, publirreportajes, en noticieros, informativos, programas independientes de radio y televisión, lo mismo que portales web, personal encargado de diseños y piezas publicitarias, con el fin de cumplir con la divulgación y promoción de programas, actividades, campañas ambientales y toda información que se genere al interior de la Corporación. Para 2020 la Corporación ha destinado recursos por el orden de los cien millones de pesos ($100.000.000) para la ejecución de dicho Plan de Medios

01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Baja difusión y promoción de imagen corporativa de Corpocesar de la gestión ambiental en el departamento	**1.1** : Insuficientes instrumentos de difusión de la comunicación institucional
	1.4 Baja imagen institucional Corporativa
	1.2 Pocos Espacios institucionales gestionados en Televisión regional y local.
	1.3 Escasez de personal idóneo en materia de diseño gráfico

02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Desconocimiento de la comunidad sobre la función misional de la corporación.	**1.1** Poca confianza institucional de la comunidad en la gestión ambiental
	1.2 Escasos contenidos digitales en materia de comunicaciones.

Impreso el 4/10/2020 8:51:18 a.m.

Identificación y análisis de participantes

01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
Actor: Nacional **Entidad:** Ministerio De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones - Unidad Administrativa Especial Comisión De Regulación De Telecomunicaciones **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Implementar la política de transparencia y el manual de gobernabilidad.	gobierno en linea y transparencia .
Actor: Departamental **Entidad:** Cesar **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** Mejorar la comunicación institucional y la interacción de la entidad con la comunidad.	respuesta oportuna a tramites y respuesta en materia de comunicación externa y externa.
Actor: Municipal **Entidad:** Valledupar - Cesar **Posición:** Cooperante **Intereses o Expectativas:** comunicación institucional transversal	habilitar nue vos y mas eficaces canales de comunicación interno y externo. elevar la imagen institucional

02 - Análisis de los participantes

con la nación , el departamento y el municipio a través de la estrategia de comunicación institucional .

Población afectada y objetivo

01 - Población afectada por el problema

Tipo de población

Personas

Número

571.068

Fuente de la información

DANE CENSO POBLACIONAL 2018

Localización

Ubicación general	Localización específica
Región: Caribe **Departamento:** Cesar **Municipio:** Valledupar **Centro poblado:** Urbano **Resguardo:** Kogui-malayo-arhuaco	todos los 25 municipios del Cesar

02 - Población objetivo de la intervención

Tipo de población

Personas

Número

571.068

Fuente de la información

CENSO DANE 2018

Localización

Ubicación general	Localización específica	Nombre del consejo comunitario
Región: Caribe **Departamento:** Cesar **Municipio:** Valledupar **Centro poblado:** Urbano **Resguardo:** Kogui-malayo-arhuaco	LOS 25 municipios del Cesar	

03 - Características demográficas de la población objetivo

Características demográficas de la población objetivo

Clasificación	Detalle	Número de personas	Fuente de la información
Género	Masculino	300.000	CENSO DANE 2018
	Femenino	271.068	CENSO DANE 2018

5. Objetivos específicos

01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

Problema central

Débil e insuficientes estrategias de comunicaciones institucionales interna y externa de CORPOCESAR

Objetivo general – Propósito

Mejorar y fortalecer las estrategias de comunicaciones institucionales interna y externa de CORPOCESAR

Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Plan de comunicaciones implementado	**Medido a través de:** Número **Meta:** 25 **Tipo de fuente:** Documento oficial	informe de actividades con evidencias

02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
Causa directa 1 Baja difusión y promoción de imagen corporativa de Corpocesar de la gestión ambiental en el departamento	Fortalecer la difusión y promoción de la imagen corporativa de Corpocesar de la gestión ambiental en el departamento
Causa indirecta 1.1 : Insuficientes instrumentos de difusión de la comunicación institucional	Aumentar los instrumentos de difusión de la comunicación institucional
Causa indirecta 1.2 Pocos Espacios institucionales gestionados en Televisión regional y local.	Gestionar Espacios institucionales en Televisión regional y local.
Causa indirecta 1.3 Escasez de personal idóneo en materia de diseño gráfico	Contratar personal idóneo en materia de diseño gráfico
Causa indirecta 1.4 Baja imagen institucional Corporativa	mejorar la imagen institucional

Alternativas de la solución

01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar	Si	Completo

Evaluaciones a realizar

Rentabilidad:	Si
Costo - Eficiencia y Costo mínimo:	Si
Evaluación multicriterio:	No

Alternativa 1. fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Estudio de necesidades

01 - Bien o servicio

Bien o servicio

Comunicación y cultura ciudadana para desincentivar el uso de productos plástico de un solo uso e icopor.

Medido a través de

Número

Descripción

Elementos publicitarios entregados a proyectos productivos

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2019	1,00	0,00	1,00
2020	1,00	1,00	0,00
2021	1,00	1,00	0,00
2022	1,00	1,00	0,00
2023	1,00	1,00	0,00

Bien o servicio

Consecución de reportes de la gestión a través de ASOCARS y entidades adscritas al sector.

Medido a través de

Número

Descripción

Generaci´pn de apoyo y acompañamiento inter institucional

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2019	1,00	0,00	1,00
2020	1,00	1,00	0,00
2021	1,00	1,00	0,00
2022	1,00	1,00	0,00
2023	1,00	1,00	0,00

Bien o servicio

implementación de acciones para el uso inteligente de las redes sociales para la promoción de medidas de concienciación ambiental y comunicaciones de eventos y acciones

Medido a través de

Número

Descripción

Elementos de difusión generados para educación ambiental

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2019	1,00	0,00	1,00
2020	1,00	1,00	0,00
2021	1,00	1,00	0,00
2022	1,00	1,00	0,00
2023	1,00	1,00	0,00

Bien o servicio

Planeación, gestión y optimización del plan de medios (radio, TV, prensa, etc)

Medido a través de

Número

Descripción

alianzas estratégicas para El Posicionamiento Institucional

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2019	0,00	1,00	-1,00
2020	1,00	1,00	0,00
2021	1,00	1,00	0,00
2022	1,00	1,00	0,00
2023	1,00	1,00	0,00

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Análisis técnico de la alternativa

01 - Análisis técnico de la alternativa

Análisis técnico de la alternativa

Llevaremos a cabo campañas de comunicación institucional y cultura ciudadana para desincentivar el uso de productos plástico de un solo uso e icopor , asi mismo lograr la Consecución de reportes de la gestión a través de ASOCARS y entidades adscritas al sector. Uso inteligente de las redes sociales para la promoción de medidas de concienciación ambiental y comunicaciones de eventos y acciones. Planeación, gestión y optimización del plan de medios (radio, TV, prensa, etc)

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Localización de la alternativa

01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
Región: Caribe **Departamento:** Cesar **Municipio:** Valledupar **Centro poblado:** Urbano **Resguardo:** Kogui-malayo-arhuaco **Latitud:** **Longitud:**	Todos los 25 municipios impactados por la estrategia.

02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,
Comunicaciones,
Disponibilidad de servicios públicos domiciliarios (Agua, energía y otros),
Factores ambientales,
Medios y costos de transporte

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Cadena de valor de la alternativa

Costo total de la alternativa: $ 1.200.000.000,00

1 - Objetivo específico 1 **Costo:** $ 1.200.000.000

Fortalecer la difusión y promoción de la imagen corporativa de Corpocesar de la gestión ambiental en el departamento

Producto	Actividad
1.1 Servicios de información implementados **Medido a través de:** Número de sistemas de información **Cantidad:** 1,0000 **Costo:** $ 1.200.000.000	**1.1.1** Comunicación y cultura ciudadana para desincentivar el uso de productos plástico de un solo uso e icopor. **Costo:** $ 320.000.000 **Etapa:** Inversión **Ruta crítica:** Si
	1.1.2 Consecución de reportes de la gestión a través de ASOCARS y entidades adscritas al sector. **Costo:** $ 240.000.000 **Etapa:** Inversión **Ruta crítica:** Si
	1.1.3 Uso inteligente de las redes sociales para la promoción de medidas de concienciación ambiental y comunicaciones de eventos y acciones **Costo:** $ 240.000.000 **Etapa:** Inversión **Ruta crítica:** Si
	1.1.4 Planeación, gestión y optimización del plan de medios (radio, TV, prensa, etc) **Costo:** $ 400.000.000 **Etapa:** Inversión **Ruta crítica:** Si

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Actividad 1.1.1 Comunicación y cultura ciudadana para desincentivar el uso de productos plástico de un solo uso e icopor.

Periodo	Materiales
0	$80.000.000,00
1	$80.000.000,00
2	$80.000.000,00
3	$80.000.000,00
Total	**$320.000.000,00**

Periodo	Total
0	$80.000.000,00
1	$80.000.000,00
2	$80.000.000,00
3	$80.000.000,00
Total	

Actividad 1.1.2 Consecución de reportes de la gestión a través de ASOCARS y entidades adscritas al sector.

Periodo	Mano de obra no calificada
0	$60.000.000,00
1	$60.000.000,00
2	$60.000.000,00
3	$60.000.000,00
Total	**$240.000.000,00**

Periodo	Total
0	$60.000.000,00
1	$60.000.000,00
2	$60.000.000,00
3	$60.000.000,00
Total	

Actividad 1.1.3 Uso inteligente de las redes sociales para la promoción de medidas de concienciación ambiental y comunicaciones de eventos y acciones

Periodo	Mano de obra calificada
0	$60.000.000,00
1	$60.000.000,00
2	$60.000.000,00
3	$60.000.000,00
Total	**$240.000.000,00**

Periodo	Total
0	$60.000.000,00
1	$60.000.000,00
2	$60.000.000,00
3	$60.000.000,00
Total	

Actividad 1.1.4 Planeación, gestión y optimización del plan de medios (radio, TV, prensa, etc)

Periodo	Mano de obra no calificada
0	$100.000.000,00
1	$100.000.000,00
2	$100.000.000,00
3	$100.000.000,00
Total	**$400.000.000,00**

Periodo	Total
0	$100.000.000,00
1	$100.000.000,00
2	$100.000.000,00
3	$100.000.000,00
Total	

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Análisis de riesgos alternativa

01 - Análisis de riesgo

	Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Probabilidad e impacto	Efectos	Medidas de mitigación
1-Propósito (Objetivo general)	Asociados a fenómenos de origen biológico: plagas, epidemias	contagio por covid 19.	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 4. Mayor	Se interrumpe la estrategia e comunicación	agilizar los tiempos de contratación
	Asociados a fenómenos de origen tecnológico: químicos, eléctricos, mecánicos, térmicos	falta de conectividad	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 4. Mayor	se dificulta que la comunicación institucional sea demorada , no llegue a todos los destinatarios.	Utilizar todos los medios de comunicación posibles (radio , tv , prensa , portales virtuales.
2-Componente (Productos)	Administrativos	demoras en la contatación del plan de medios	**Probabilidad:** 5. Casi seguro **Impacto:** 4. Mayor	incumplimiento en el cronograma de actividades.	agilizar la etapa pre contractual y contractual en los tiempos mínimos.
3-Actividad	Asociados a fenómenos de origen humano no intencionales: aglomeración de público	incumplimiento en los reportes de noticias y actividades de la CORPORACIÓN.	**Probabilidad:** 4. Probable **Impacto:** 4. Mayor	NO se puede informar en tiempo real las actividades y convocatorias.	planear mejor la estrategia y apoyarse en todos los medios posibles.

Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Ingresos y beneficios alternativa

01 - Ingresos y beneficios

Fortalecimiento de la imagen institucional y misional de la Corporación.

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Número

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
0	142.000,00	$5.000,00	$710.000.000,00

La implementación de estrategias de comunicación masivas con énfasis en la educación y gestión ambiental, a través de la implementación de campañas que generen mensajes de conciencia y cultura ambiental en las comunidades.

Tipo: Beneficios

Medido a través de: Número

Bien producido: Otros

Razón Precio Cuenta (RPC): 0.80

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
0	142.000,00	$3.000,00	$426.000.000,00

02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total
0	$1.136.000.000,00	$1.136.000.000,00

Alternativa 1

Flujo Económico

01 - Flujo Económico

P	Beneficios e ingresos (+)	Créditos(+)	Costos de preinversión (-)	Costos de inversión (-)	Costos de operación (-)	Amortización (-)	Intereses de los créditos (-)	Valor de salvamento (+)	Flujo Neto
0	$908.800.000,0	$0,0	$0,0	$219.200.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$689.600.000,0
1	$0,0	$0,0	$0,0	$219.200.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$-219.200.000,0
2	$0,0	$0,0	$0,0	$219.200.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$-219.200.000,0
3	$0,0	$0,0	$0,0	$219.200.000,0	$0,0	$0,0	$0,0	$0,0	$-219.200.000,0

Indicadores y decisión

01 - Evaluación económica

Indicadores de rentabilidad			Indicadores de costo-eficiencia	Indicadores de costo mínimo	
Valor Presente Neto (VPN)	Tasa Interna de Retorno (TIR)	Relación Costo Beneficio (RCB)	Costo por beneficiario	Valor presente de los costos	Costo Anual Equivalente (CAE)
Alternativa: fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar					
$163.118.586,01	-2,34 %	$1,22	$1.305,77	$745.681.413,99	$53.704.255,71

Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Servicios de información implementados	$745.681.413,99

03 - Decisión

Alternativa

fortalecer integralmente el proceso interno y externo de comunicación institucional de Corpocesar

Indicadores de producto

01 - Objetivo 1

1. Fortalecer la difusión y promoción de la imagen corporativa de Corpocesar de la gestión ambiental en el departamento

Producto

1.1. Servicios de información implementados

Indicador

1.1.1 Sistemas de información implementados

Medido a través de: Número de sistemas de información

Meta total: 1,0000

Fórmula:

Es acumulativo: No

Es Principal: Si

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	1,0000	1	1,0000
2	1,0000	3	1,0000

Indicador

1.1.2 Disponibilidad del servicio

Medido a través de: Porcentaje

Meta total: 25,0000

Fórmula:

Es acumulativo: Si

Es Principal: No

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	10,0000	1	5,0000
2	5,0000	3	5,0000
		Total:	25,0000

Indicadores de gestión

01 - Indicador por proyecto

Indicador

Boletines Publicados

Medido a través de: Número

Código: 0400G086

Fórmula: Número de informes publicados en un tiempo t0

Tipo de Fuente: Documento oficial

Fuente de Verificación: informe final de actividades con evidencias

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
0	1	1	1
2	1	3	1
		Total:	**4**

Indicador

Campañas de comunicación interna implementadas

Medido a través de: Número

Código: 0400G091

Fórmula: conteo

Tipo de Fuente: Documento oficial

Fuente de Verificación: reportes de las actividades comunicadas en la estrategia

Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
0	1	1	1
2	1	3	1
		Total:	**4**

Esquema financiero

01 - Clasificación presupuestal

Programa presupuestal

2399 - Fortalecimiento de la gestión y dirección del Sector Comunicaciones

Subprograma presupuestal

0400 INTERSUBSECTORIAL COMUNICACIONES

Impreso el 4/10/2020 8:51:22 a.m.

02 - Resumen fuentes de financiación

Etapa	Entidad	Tipo Entidad	Tipo de Recurso	Periodo	Valor
Inversión	Corporación Autónoma Regional Del Cesar (Corpocesar)	Corporaciones-SGR	Asignaciones directas	0	$300.000.000,00
				1	$300.000.000,00
				2	$300.000.000,00
				3	$300.000.000,00
				Total	$1.200.000.000,00
	Total Inversión				$1.200.000.000,00
Total					**$1.200.000.000,00**

Resumen del proyecto

Resumen del proyecto

Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
Objetivo General	Mejorar y fortalecer las estrategias de comunicaciones institucionales interna y externa de CORPOCESAR	**Plan de comunicaciones implementado**	**Tipo de fuente:** Documento oficial **Fuente:** informe de actividades con evidencias	**medidas de bioseguridad y aislamiento, utilizar otros medios alternativos de comunicación**
Componentes (Productos)	1.1 Servicios de información implementados	**Sistemas de información implementados**	**Tipo de fuente:** Documento oficial **Fuente:** informe mensual y final de actividades del proyecto.	**estudio de mercado actualizado**
Actividades	1.1.1 - Comunicación y cultura ciudadana para desincentivar el uso de productos plástico de un solo uso e icopor.(*) 1.1.2 - Consecución de reportes de la gestión a través de ASOCARS y entidades adscritas al sector.(*) 1.1.3 - Uso inteligente de las redes sociales para la promoción de medidas de concienciación ambiental y comunicaciones de eventos y acciones(*) 1.1.4 - Planeación, gestión y optimización del plan de medios (radio, TV, prensa, etc)(*)	**Nombre: Boletines Publicados** **Unidad de Medida: Número** **Meta: 4.0000** **Nombre: Campañas de comunicación interna implementadas** **Unidad de Medida: Número** **Meta: 4.0000**	**Tipo de fuente:** **Fuente:**	**mejor conectividad**

(*) Actividades con ruta crítica