

## **14. PLAN DE COMUNICACIÓN TRADIPAZ 2020 – 2021**

**“Comunicamos para que te muevas”**

### **1. PRESENTACIÓN**

Teniendo en cuenta que la comunicación estratégica nos permite gestionar integralmente la identidad e imagen de la organización desde el dialogo con sus públicos internos y externos a través de la generación del vínculo con su entorno cultural, social y político, nuestro plan de comunicación es estratégico porque lo que busca de acuerdo con la misión del proyecto asegurar el posicionamiento y el reconocimiento del mismo, contribuir con el fortalecimiento del sentido de pertenecía y la gestión institucional, la producción y gestión de medios que favorezca el relacionamiento efectivo con los grupos de interés, el apoyo de los procesos de cambio, y a la transmisión del conocimiento.

## 1. COMUNICACIÓN/INFORMACIÓN

### DRP



## 4. PROPÓSITO/OBJETIVO GENERAL

Lograr que a través del desarrollo de acciones de comunicación se contribuya a la construcción de sentido de pertenencia, confianza y compromiso al interior del proyecto, se visibilice y se


posicione para que sea reconocido en la comunidad, se genere acercamiento y generación de confianza ante nuestros grupos de interés, mejorar la imagen corporativa.


## 5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS


1. Desarrollar acciones comunicativas que garanticen el reconocimiento y posicionamiento de La Fundación TradiPaz por parte de la comunidad.
2. Mejorar el flujo de comunicación interna para que se fortalezcan el sentido de pertenencia y de apropiación de los miembros del equipo por el objetivo misional de la organización.
3. Elaborar mecanismos que permitan crear una red de aliados eficientes con el fin de fortalecer el trabajo colaborativo.

## 6. Audiencias de TradiPaz.

Es fundamental definir cuáles son las audiencias claves de la Fundación TradiPaz, personas o entidades quienes serán parte del proceso interno y/o externo de comunicación.

 Audiencias internas de TradiPaz. Directivos, beneficiarios, Docentes, personal de servicios generales, asesores, administrativos y contratistas.

 Audiencias intermedias de la TradiPaz. Padres de Familias de los beneficiarios.

 Audiencias externas de TradiPaz: Entes Territoriales, instituciones públicas departamentales, Instituciones educativas, empresa privada, comunidad, medios masivos de comunicación, Gobernación del Chocó, Alcaldías de Condoto y Quibdó, Organizaciones No Gubernamentales.

## 7. ESTRATEGIAS

### “PARA QUE LO SEPAN TODOS”

Es una estrategia de divulgación que busca dar a conocer la información de TradiPaz, utilizando los medios tradicionales masivos y no masivos; con el fin de llegar a un mayor número de audiencias y utilizando canales como: Teléfono móvil, televisión, radio, prensa local y perifoneo.

### “CONÓCETE Y PROYÉCTATE”

Es una estrategia pedagógica a través de la cual se realizarán capacitaciones virtuales y presenciales dirigidas a los funcionarios de TradiPaz, donde se informarán de manera pedagógica los deberes y derechos contemplados en el manual de funciones, se les hará entrega de una cartilla de dicho manual.

### “TEJIENDO REDES PARA QUE TE ESCUCHEN MÁS ALLÁ”

Esta estrategia nos permitirá reestructurar el mapa de aliados y establecer diálogos fluidos a través de diferentes medios, lo que permitirá establecer alianzas estratégicas que favorezcan y fortalezcan el trabajo colaborativo.

### “LANZATE A COMUNICAR”

TradiPaz por ser una organización nueva necesita de una estrategia de lanzamiento que le de visibilidad y la de a conocer ante todas sus audiencias, que le permita desarrollar acciones para captar públicos; esta se hará apoyada en las siguientes actividades:

- Escribir y enviar una nota de prensa de lanzamiento informativa a los medios de comunicación, así como establecer relaciones con periodistas.
- Lograr testimonios de periodistas e influenciadores.
- Utilizar la comunicación online como las redes sociales y páginas web.
- Por medio de Publicidad, afiches prensa, radio, tv, charlas, carteleras y perifoneo.

## ESTRATEGIAS DE COMUNICACION DE ACUERDO A LA AUDENCIA

Objetivos	Audiencias	Estrategia	Acción	Medios y Canales
Desarrollar acciones comunicativas que garanticen el conocimiento y visibilidad de la organización por parte de la comunidad.	Comunidad en general, beneficiarios de la Fundación  Beneficiarios directos.  Familias Comunidad en general  Medios masivos y alternativos los lideres sectoriales, legitimadores  Entidades gubernamentales y no gubernamentales	Para que lo sepan todos	Diseñar un slogan y logo que permita a TradiPaz ser identificada por sus audiencias  Asociación con influenciadores, Publicidad, prensa, radio, páginas web, tv, charlas, carteleras, perifoneo	Publicidad, prensa, radio, páginas web, tv, charlas, teléfono, carteleras  Reuniones, publicidad, extranet, Brochure, ruedas de prensa
Mejorar el flujo de comunicación interna para que se fortalezcan el sentido de pertenencia y de apropiación de los miembros del equipo por el objetivo misional del proyecto	Funcionarios de la Fundación TRADIPAZ	Conócete y proyéctate	Socialización del Plan de comunicaciones  Realizar capacitaciones virtuales y presenciales, donde se informe de manera pedagógica los deberes y derechos contemplados en el manual de funciones y entregar un folleto donde este impreso el manual de funciones	Comunicación interna: reuniones online, intranet, WhatsApp, correos electrónicos, teléfonos, informes, carteleras
Elaborar mecanismos que permitan crear una red de aliados eficientes con el fin de fortalecer el trabajo colaborativo.	Cooperación y fomento internacional y participación activa en redes sectoriales nacionales o internacionales  Agentes territoriales comunitarios entidades públicas/ privados con liderazgos positivos.  Institucionalidad públicos/privados de otros sectores	Tejiendo redes para que te escuchen más allá	Reestructurar el mapa de aliados y establecer diálogo fluido a través de diferentes medios, generar agendas que permitan establecer alianzas estratégicas que favorezcan y fortalezcan el trabajo colaborativo	Reuniones, extranet, Brochure comunicados, Brochure, comunicación directa vía telefónica

	transversales. (Educación, salud, turismo, secretaria de gobierno, desarrollo económico, seguridad			
Desarrollar acciones comunicativas que garanticen el conocimiento y visibilidad de la organización por parte de la comunidad.	Comunidad en general, beneficiarios del proyecto  Beneficiarios directos.  Familias Comunidad en general  Medios masivos y alternativos los lideres sectoriales, legitimadores  Entidades gubernamentales y no gubernamentales Cooperación y fomento internacional y participación activa en redes sectoriales nacionales o internacionales	Lánzate a Comunicar	Desarrollar acciones para gestionar públicos y recursos	Nota de prensa de lanzamiento a medios de comunicación  Testimonios de periodistas e influenciadores  Comunicación online como las redes sociales y páginas web.  Por medio de Publicidad, afiches prensa, radio, , tv, charlas, carteleras y perifoneo.

Cronograma Plan de Comunicación

8.CRONOGRAMA												
ACCIONES	ENE	FE B	MAR	ABR	MAY	JUN	JU	AGO S	SEPT.	OCTUB	NOV.	DIC
Diseño Slogan y logo												
Socialización del Plan de comunicaciones												
capacitaciones virtuales y presenciales para el equipo del proyecto												
Estrategia de Lanzamiento "Lanzale a Comunicar"												
Reestructuración del mapa de aliados y establecer diálogo												
Reunión con medios masivos y alternativas entidades gubernamentales y no gubernamentales												
Reunión con líderes sectoriales y legitimadores												

	<i>PRESUPUESTO DE EGRESOS (GASTOS)</i>	<i>TOTAL</i>
<i>RUBRO</i>	Valor unitario	Valor Total
<i>Equipo de Trabajo</i>		
<i>Honorario diseñadores, desarrolladores, programadores u otros (Profesional de comunicación social)</i>	\$2.000.000	\$24.000.000
<i>Difusión y Publicidad</i>		
<i>Diseño difusión y producción de piezas publicitarias</i>	\$5.000.000	\$5.000.000
<i>Pauta en medios</i>	\$5.000.000	\$5.000.000
<i>Producción y transmisión por radio y medios digitales</i>	\$5.000.000	\$5.000.000
<i>TOTALES</i>		
		\$39.000.000