

Introducción	2
Objetivos	2
Estrategia	2
Base de datos de comunicaciones	5
Mapeo de actores relevantes en Gobierno Abierto	5
Lista de entidades	5
Lista de Organizaciones de Sociedad Civil	6
Lista de ciudadanía	6
Lista de expertos	6
Lista de canales de comunicación	7
Listado de mensajes	7
Seguimiento del proceso de co-creación	7
Valoración de tácticas: Estrategia de comunicaciones y metodología IV Plan AGA	8
1.1 Campaña 1: Priorización de temáticas	8
1.1.2 Consulta ciudadana	8
Audiencia	8
Productos	8
Difusión	9
1.1.3 Criterios de calidad o atributos mínimos	9
Productos	9
Difusión	9
1.1.5 Preparación de insumos temáticos	9
Audiencia	9
Productos	9
Difusión	10
1.2 Campaña 2: Identificación y priorización de problemáticas	10
Talleres	10
Audiencia	10
Productos	10
Difusión	10
1.3 Campaña 3: Selección de acciones que se incluirán en el Plan	11
Audiencia	11
Productos	11
Difusión	11
1.4 Campaña 4: Co-creación Plan	11
Audiencia	11
Productos	11
Difusión	12

Campaña 5: Seguimiento del Plan	12
Mensajes en redes sociales y correos electrónicos	12
Redes sociales de AGA	12
Hashtags	12
Imágenes de plantillas	12
Parrilla de mensajes	12
Correos electrónicos	13
Programar publicaciones en redes sociales	13
Portal web	13
¿Cómo va el Plan?	13
Google Analytics	13
Participa	13

Los productos que se proponen en este plan de comunicaciones serán compartidos en la carpeta https://drive.google.com/drive/folders/10oU5YSVidP5C8mi6K1F_27phz8KRZmmm

Introducción

Este plan de comunicaciones responde a una estrategia de fortalecimiento e involucramiento de la ciudadanía en la formulación del IV Plan de Acción Nacional de Estado Abierto de Colombia a través de una serie de campañas que dan lugar a una priorización de temáticas, a la identificación de las problemáticas de las temáticas priorizadas, así como en la co-creación de los compromisos.

Este documento pretende ser una hoja de ruta que traza el cómo, el cuándo y la manera en que dicho Comité de Estado Abierto se va a relacionar con la ciudadanía y las entidades públicas con el fin de cumplir los objetivos de participación plena de la sociedad civil en el ejercicio de co-creación e implementación del IV Plan.

Además, pretende ser una estrategia abierta de todos los pasos del proceso de co-creación y seguimiento del Plan, a través de la apertura de las bases de datos de seguimiento y la difusión de todos los pasos de la metodología ya establecida para este fin.

Objetivos

Fortalecer el involucramiento ciudadano en las diferentes etapas del proceso de co-creación del IV Plan de Acción Nacional de Estado Abierto de Colombia a través de la divulgación constante de información y la invitación a los diferentes actores de participar activamente en cada una de las campañas.

Estrategia

Este plan de comunicaciones busca generar un involucramiento de los diferentes actores (entidades, ciudadanía, organizaciones de sociedad civil) en los procesos de co-creación

del Plan en sus diferentes etapas. Debe tenerse en cuenta la presente estrategia para abarcar eficientemente los objetivos del Plan.

Esta estrategia incluye la publicación de todos los pasos metodológicos de la co-creación y seguimiento del Plan, por lo tanto se publicará en la portal web de AGA este documento, la base de datos de seguimiento, y todas las estrategias de campaña que se darán a conocer a continuación.

El componente de comunicaciones para el seguimiento del IV Plan de Acción depende de la estrategia de medición que desarrollará el consultor una vez haya pasado el proceso de co-creación.

Es importante tener en cuenta que cualquier estrategia cuenta con los siguientes componentes:

- Audiencias: Perfiles o agrupaciones de personas que harán parte del proceso de co-creación.
- Medios y canales: Por dónde se difundirá la información.
- Mensajes y Piezas: Contenido específico que se va a difundir a través de los medios y canales.
- Tiempos: Momentos clave en la ejecución de la estrategia.
- Campañas: Un conjunto de tácticas de comunicación limitadas en el tiempo con un objetivo específico.

Teniendo en cuenta los diferentes grupos de valor, es decir las audiencias que harán parte del proceso de co-creación, esta estrategia propone:

- Involucrar a la ciudadanía general (no especializada en temas de gobierno abierto) en la campaña 1 de consulta ciudadana, y en brindarle información que pueda ser útil para conocer todo el proceso de co-creación del Plan.

Estas acciones se realizarán a través de la difusión de información en las redes sociales de AGA y los miembros del Comité, y por medio de la portal web de AGA. Con el fin de que la ciudadanía esté al tanto de los proceso que se lleva a cabo.

- Involucrar a la sociedad civil organizada (especializada en los temas tratados en la co-creación) en la campaña de priorización de temáticas, los talleres de identificación y priorización de problemáticas, y la co-creación del Plan.

Estas acciones serán realizadas a través de canales directos como el contacto a través de correo electrónico o llamadas telefónicas. Con el fin de tener una voz de sociedad civil experta y especializada en las diferentes temáticas trabajadas por la Alianza.

- Involucrar entidades públicas en toda la estrategia de consulta ciudadana, talleres de identificación y priorización de problemáticas y co-creación del Plan.

Estas acciones serán realizadas a través de canales directos como el contacto a través de correo electrónico o llamadas telefónicas. Con el fin de que los actores principales de esta co-creación (los organismos públicos) conozcan de primera mano el proceso y sean directamente partícipes de la co-creación de los compromisos que asumirán en la implementación del Plan.

La estrategia de comunicaciones parte de la recopilación de información necesaria para cubrir cada uno de los componentes anteriores, para esto se crea la **Base de datos de seguimiento del proceso de co-creación**, que servirá para mantener a la mano toda la información de comunicaciones para la ejecución de las diferentes campañas.

El siguiente paso en la implementación de la estrategia de comunicaciones es la definición de las campañas, para esto se debe tener en cuenta los siguiente:

- Claridad en los tiempos de implementación de los proyectos
- Claridad sobre recursos disponibles (equipo, tiempos, herramientas)
- Objetivos de comunicación de cada una de las campañas (si se quiere difundir información o invitar a participar)

Para la ejecución de la estrategia es necesario contar con las herramientas y los recursos a disposición, la información lo más completa posible de la base de datos de comunicaciones, y sobre todo la definición de las campañas.

Teniendo en cuenta cada una de las estrategias que se quieren dar a conocer, se podría proponer un paso a paso de acuerdo con los canales y medios explicados en cada una de las campañas de este documento.

Redes sociales	Correo electrónico	Publicación portal web AGA
1. ¿Cuál es el objetivo de comunicar la información? (se invitará a la ciudadanía, se comunicará información, entre otros)	1. ¿Cuál es el objetivo de comunicar la información? (se invitará a la ciudadanía, se comunicará información, entre otros)	1. ¿Cuál es el objetivo de comunicar la información? (se invitará a la ciudadanía, se comunicará información, entre otros)
2. Realizar piezas gráficas e infografías de acuerdo a lo establecido en la propuesta de campaña.	2. Escribir en la parrilla de mensajes de la base de datos, el tipo de información que se va a brindar en el correo electrónico.	2. Escribir la información que se publicará en la portal web de AGA.

<p>3. Completar la parrilla de mensajes que contendrá la fecha presupuestada de publicación, el mensaje y las imágenes o videos que pueda contener</p>	<p>3. Determinar a qué personas se les va a enviar el correo electrónico, de acuerdo con la lista de comunicaciones donde se encuentran los contactos clave en el proceso de co-creación.</p>	<p>3. Publicar la información en la portal web de AGA.</p>
<p>4. De acuerdo con las fechas establecidas, publicar en las redes sociales de AGA y de los miembros del Comité.</p>	<p>4. Enviar los correos electrónicos pertinentes a los contactos seleccionados.</p>	

Base de datos de comunicaciones

Mapeo de actores relevantes en Gobierno Abierto

Listado de entidades del Estado colombiano y organizaciones de sociedad civil que han tenido iniciativas relacionadas con Gobierno Abierto en Colombia, relacionados con Planes nacionales pasados, y otras iniciativas que no necesariamente están relacionadas directamente con la Alianza por el Gobierno Abierto.

Esta identificación se realizará antes de la puesta en marcha de las diferentes campañas de comunicaciones de información en el marco de la co-creación del IV Plan de Acción, y se publicará en la portal web de AGA. Esta servirá como insumo para realizar las listas de entidades y organizaciones de sociedad civil que tengan posibles compromisos en el IV Plan, o que puedan participar activamente en el proceso de co-creación del mismo. Además permitirá tener un panorama general sobre las iniciativas en Gobierno Abierto impulsadas por diversos actores en el país.

Lista de entidades

Entidades del Estado colombiano que tengan funciones o intereses en temas de gobierno abierto (o que sean potenciales entidades con compromisos) y que puedan participar activamente de los ejercicios de co-creación del IV Plan. Además que ayuden a replicar información que se necesite comunicar.

La lista debe contener:

- Nombre de la entidad.

- Temáticas trabajadas en la entidad¹.
- Rol de la entidad².
- Nombre de contacto de persona (s) de la entidad.
- Número de contacto de persona (s) de la entidad.
- Correo de contacto de persona (s) de la entidad.

Lista de Organizaciones de Sociedad Civil

Organizaciones de sociedad civil que tengan experiencia o interés en temas de gobierno abierto y que puedan participar activamente de los ejercicios de co-creación del IV Plan, además que ayuden a replicar información que se necesite comunicar.

La lista debe contener:

- Nombre de la OSC.
- Temáticas trabajadas en la OSC³.
- Nombre de contacto de persona (s) de la OSC.
- Número de contacto de persona (s) de la OSC.
- Correo de contacto de persona (s) de la OSC.

Lista de ciudadanía

Ciudadanía especializada en asuntos de gobierno abierto y que pueda estar dispuesta a replicar la información que en la co-creación del IV Plan se necesite comunicar.

La lista debe contener:

- Nombre de la persona.
- Temáticas en las que está interesada (o podría estar interesada) la persona⁴.
- Número de contacto de la persona.
- Correo de contacto de la persona.

Lista de expertos⁵

Expertos que puedan brindar información y consultoría acerca las áreas de política establecidas en el IV Plan.

La lista debe contener:

- Nombre de la persona.
- Temáticas de experticia de la persona.
- Número de contacto de la persona.
- Correo de contacto de la persona.

¹ Una vez priorizadas las temáticas de la consulta ciudadana, realizar el cruce de información.

² Variable categórica que indica que la entidad es miembro del Comité, interesado en AGA, participante de AGA,

³ Una vez priorizadas las temáticas de la consulta ciudadana, realizar el cruce de información.

⁴ Una vez priorizadas las temáticas de la consulta ciudadana, realizar el cruce de información.

⁵ Esta lista se realizará una vez se determinen las áreas de política que se abordarán en el IV Plan.

Lista de canales de comunicación

Todos los canales por los cuales se publicará información sobre el proceso de co-creación. En ella se agrega: publicaciones en instagram, publicaciones en twitter, correos electrónicos, grupos de whatsapp de entidades públicas, entre otros.

Debe contener:

- Nombre del canal.
- Temática del canal (si aplica), por ejemplo un grupo de whatsapp de organizaciones de sociedad civil sobre temas ambientales.
- Los mensajes que se envían a través de ese canal.

Listado de mensajes

Son todos los mensajes que se envían en redes sociales, correos electrónicos u otros medios.

Debe contener:

- Contenido del mensaje.
- Canal en el que se envía el mensaje (por ejemplo: post en instagram, correo electrónico).
- Fecha de envío del mensaje
- Imágenes que acompañan el mensaje.

Seguimiento del proceso de co-creación

Una gran base de datos que compila toda la información relacionada con las acciones de co-creación del IV Plan, incluye:

- Los criterios de calidad establecidos por el IRM.
- Las temáticas priorizadas por OGP.
- La relación con las ODS.
- Las temáticas priorizadas en la campaña 1, y por lo tanto una serie de sub temáticas establecidas por el Comité AGA.
- Los comentarios (o demandas) ciudadanos en relación con sus necesidades de Estado abierto.
- Los posibles compromisos que pueden tener las entidades públicas que pueden participar del IV Plan.
- El mapeo de actores relevantes en Gobierno Abierto.
- La lista de entidades que tengan funciones o intereses en temas de gobierno abierto (o que sean potenciales entidades con compromisos) y que puedan participar activamente de los ejercicios de co-creación del IV Plan.
- La lista de Organizaciones de sociedad civil que tengan experiencia o interés en temas de gobierno abierto y que puedan participar activamente de los ejercicios de co-creación del IV Plan, además que ayuden a replicar información que se necesite comunicar.

- La lista de ciudadanía especializada en asuntos de gobierno abierto y que pueda estar dispuesta a replicar la información que en la co-creación del IV Plan se necesite comunicar.
- La lista de canales de comunicación en los cuales se publicará información sobre el proceso de co-creación.
- La lista de todos los mensajes (parrilla de mensajes) que se envían en redes sociales, correos electrónicos u otros medios.

Esta base de datos permitirá tener un panorama general del proceso de co-creación ya que tendrá todos los pasos de la metodología y la campaña de comunicaciones para sistematizar toda la información que se recopilará en este proceso.

Se hará pública en la portal web de AGA con el fin de que la ciudadanía esté al tanto de los pasos que se están siguiendo en la co-creación.

Valoración de tácticas: Estrategia de comunicaciones y metodología IV Plan AGA

1.1 Campaña 1: Priorización de temáticas

1.1.2 Consulta ciudadana

Audiencia

La audiencia de esta fase es ciudadanía en general que pueda estar interesada en temáticas de gobierno abierto, aunque no tenga conocimientos especializados en ello. La invitación a participar se realizará a través de redes sociales, y los resultados se darán a conocer a través de la portal web y piezas gráficas difundidas a través de redes sociales. Esto se hace con el fin de dar un espacio para que personas que no tienen (y aquellas que sí) conocimiento pleno en temas de gobierno abierto puedan dar a conocer sus opiniones sobre diversos temas que le interesen.

Productos

- Piezas gráficas de invitación a participar en la consulta.
- Documento con visualizaciones de datos sobre los resultados de la consulta.
- Publicación de los resultados de la consulta en la portal web de AGA.
- Piezas gráficas (con visualizaciones de datos) para redes sociales que muestren los resultados de la consulta.
- Incluir en la base de datos de seguimiento del proceso de co-creación los principales resultados de la consulta.

Difusión

- Mensajes a través de redes sociales invitando a la ciudadanía a participar en la consulta.
- Publicación de los resultados (piezas gráficas) de la consulta en las redes sociales de AGA y del Comité.
- Envío de un correo electrónico a quienes respondieron la consulta ciudadana con los resultados de la misma.

1.1.3 Criterios de calidad o atributos mínimos

El propósito de estas acciones de comunicación es dar a conocer información a ciudadanía, organizaciones de sociedad civil y entidades públicas que puedan estar interesadas en conocer los criterios que se tomarán en cuenta para la creación y seguimiento de los compromisos del Plan. Esto se realizará a través de piezas explicativas en redes sociales y post de seguimiento en la portal web de AGA.

Productos

- Infografía explicativa.
- Post sobre criterios de calidad y atributos mínimos en la portal web de AGA.
- Incluir en la base de datos de seguimiento del proceso de co-creación los criterios de calidad establecidos por el Comité.

Difusión

- Correo masivo a entidades, miembros de sociedad civil, entre otros explicando los criterios de calidad.
- Publicación de la infografía en las principales redes sociales de AGA y miembros del Comité.

1.1.5 Preparación de insumos temáticos

Audiencia

Quienes respondieron la consulta ciudadana y aquellas personas que a pesar de no responder la consulta, tienen interés por la co-creación del IV Plan. Estas acciones se darán a conocer mediante correos electrónicos enviados a actores relevantes en Gobierno Abierto ya priorizados por el Comité. Esto puesto que expresaron su interés por conocer las temáticas trabajadas en el Plan.

Productos

- Correo de invitación para participar de los insumos temáticos.
- Incluir en la base de datos de seguimiento del proceso de co-creación, las temáticas determinadas para la co-creación.

Difusión

- Correo invitando a participar de los insumos a expertos en cada una de las áreas temáticas priorizadas.
- Correo invitando a participar de los insumos a organizaciones de sociedad civil en cada una de las áreas temáticas priorizadas.

1.2 Campaña 2: Identificación y priorización de problemáticas

Talleres

Audiencia

Entidades y organizaciones de sociedad civil interesadas o con experiencia trabajando las problemáticas de cada taller. Las invitaciones a los actores priorizados se realizarán mediante correo electrónico, y los resultados se divulgarán a través de la portal web y por correo electrónico a quienes participaron. Esto se realiza con el fin de que actores considerados relevantes para cada temática puedan participar de los talleres y proponer insumos para el Plan.

Productos

- Carta de invitación dirigida a entidades públicas a los talleres para la co-creación del Plan.
- Carta de invitación dirigida a OSC a los talleres para la co-creación del Plan.
- Correo de invitación de los talleres.
- Correo a participantes de cada taller con las principales conclusiones del mismo.
- Post sobre el transcurso y conclusiones de cada uno de los talleres en la portal web de AGA.
- Piezas gráficas informativas sobre las principales conclusiones de cada taller.
- Incluir en la base de datos de seguimiento del proceso de co-creación los resultados de las propuestas de los participantes en los talleres.
- Realizar una serie de *Facebook Live* que permitan resolver dudas ciudadanas y divulgar información sobre Estado Abierto de manera fácil y accesible para cualquiera.

Difusión

- Enviar correo de invitación a los talleres y contactar por teléfono a las entidades que pueden tener una incidencia en cada temática trabajada en la construcción del Plan.
- Enviar correo de invitación a los talleres y contactar por teléfono a las OSC que pueden tener una incidencia en cada temática trabajada en la construcción del Plan.
- Enviar correo de invitación a los talleres y contactar por teléfono a los expertos que pueden tener una incidencia en cada temática trabajada en la construcción del Plan.
- Enviar correo de invitación a los talleres a las entidades que pueden tener una incidencia en cada temática trabajada en la construcción del Plan.
- Enviar correo a participantes de cada taller con las conclusiones del mismo.

- Publicar fotografías y frases del transcurso del taller en las redes sociales de AGA y el comité.
- Publicar en redes sociales de AGA y miembros del comité las piezas gráficas de las conclusiones de cada taller.

1.3 Campaña 3: Selección de acciones que se incluirán en el Plan

Audiencia

Entidades y sociedad civil interesada en la co-creación del IV Plan. En esta etapa se realizarán labores de divulgación de información relevante para ciudadanía, sociedad civil y entidades públicas, con el fin de que a través de correo electrónico, redes sociales y publicaciones en la portal web de AGA puedan informarse del proceso de selección y construcción del Plan.

Productos

- Infografía explicativa del proceso.
- Infografía de los resultados de la priorización de cada acción.
- Post sobre los resultados de la priorización de acciones y la metodología tentativa de realización de tales acciones.

Difusión

- Correo masivo a entidades, miembros de sociedad civil, entre otros, explicando el proceso de priorización de las acciones y metodología tentativa de realización de dichas acciones.
- Publicación de la infografía en las principales redes sociales de AGA y miembros del Comité.

1.4 Campaña 4: Co-creación Plan

Audiencia

Entidades y sociedad civil interesada en la co-creación del IV Plan. En esta etapa se realizarán labores de divulgación de información relevante para ciudadanía, sociedad civil y entidades públicas, con el fin de que a través de correo electrónico, redes sociales y publicaciones en la portal web de AGA se dé a conocer todo el proceso de co-creación.

Productos

- Realizar un listado con el contacto de sociedad civil, academia y sector privado con afinidad en cada una de las acciones que se incluirán en el Plan.
- Piezas gráficas con información constante sobre los avances del proceso de co-creación del Plan.
- Posts de seguimiento de la co-creación del IV Plan. Al menos un post semanal con información de cada temática priorizada.

Difusión

- Correo de invitación a sociedad civil, academia y sector privado a participar en la co-creación de acciones que se incluirán en el Plan.
- Publicación en redes sociales con piezas gráficas que contengan información constante sobre los avances del proceso de co-creación del Plan.
- Concretar reuniones virtuales a través de correo electrónico con entidades responsables de los compromisos y expertos en la temática.

Campaña 5: Seguimiento del Plan

El componente de comunicaciones para el seguimiento del IV Plan de Acción depende de la estrategia de medición que desarrollará el consultor una vez haya pasado el proceso de co-creación.

Mensajes en redes sociales y correos electrónicos

Redes sociales de AGA

En todos los eventos y presentaciones de AGA es necesario mostrar e invitar a seguir las redes sociales, ya que así es como la ciudadanía y las entidades se pueden ir informando sobre las actividades y avances del Plan.

Hashtags

Se busca que todas las publicaciones en redes sociales tengan los siguiente hashtags:

#IVPlandeAcción #EstadoAbierto #cocreemos #HaciaUnEstadoAbierto
#PorUnGobiernoAbierto #GobiernoAbiertodeColombia #UneteAlPlanAGA
#GobiernoAbierto #OpenGov #CumpleConElPlanAGA #OpenGovernment

Imágenes de plantillas

Se habilitará una serie de plantillas para redes sociales en google slides https://docs.google.com/presentation/d/1mao_XTd7YkC5G5jL9sfcOZa7907paMd_orYkwtvAMol/edit

De tal manera que cada miembro puede modificar los textos y tener disponibles las imágenes que se publicarán en redes sociales.

Parrilla de mensajes⁶

Se realizará una parrilla de mensajes que contendrá la fecha presupuestada de publicación en redes sociales, el mensaje y las imágenes o videos que pueda contener.

⁶ Esta parrilla de mensajes es la misma Lista de mensajes que se encuentra en la sección Base de datos de marketing ubicada en este mismo documento.

Correos electrónicos⁷

Crear plantillas de contenidos de correos electrónicos que se pueden enviar de forma masiva en plataformas como Mailchimp o de manera más reducida a pocas personas.

Es ideal que estos correos se enlacen con las bases de datos de listas de entidades, OSC, ciudadanía y expertos, para tener el completo registro sobre los mensajes que se le envían a cada actor involucrado en el proceso de co-creación.

Programar publicaciones en redes sociales

Existen herramientas como Buffer que permiten programar los textos e imágenes que se publicarán en una hora determinada en una fecha determinada en Twitter, Instagram y Facebook.

Portal web

Se espera que este portal web contenga toda la información, de los avances del Plan, de manera que la información resultante de este proceso sea transparente y pueda ser consultada por la ciudadanía.

¿Cómo va el Plan?

Esta sección (en vez de la llamada “blog”) contiene publicaciones sobre los avances del IV Plan, donde se incluirá:

- La metodología de con-creación del IV Plan
- Este documento de Estrategia de comunicaciones
- La base de datos de seguimiento del proceso de co-creación que se actualizará de manera simultánea a la ciudadanía a medida que se hagan cambios en ella.
- Los posts de seguimiento de las diferentes campañas ya mencionadas en este proceso.

Google Analytics

Permite realizar análisis del tráfico en la portal web, para saber detalles tales como: Cuántas personas revisan un post, desde qué parte del país o el mundo, cuánto tiempo se queda alguien en un post, entre otras.

Participa

Esta sección de la portal web permite que la ciudadanía con algún tipo de experiencia o experticia en los temas trabajados en la co-creación del Plan, puedan dejar comentarios sobre asuntos que quieran ser tenidos en cuenta para la construcción de los compromisos.

La idea es que las personas con interés por participar, creen una cuenta con su correo electrónico y puedan ser contactados a través de este medio con el fin de dar seguimiento a

⁷ Estos correos electrónicos son contenidos en la Lista de mensajes que se encuentra en la sección Base de datos de marketing ubicada en este mismo documento.

sus comentarios. Es ideal que los comentarios sean publicados y puedan ser vistos por los usuarios del portal.

La sistematización de los comentarios agregados en el portal, se realizará en la base de datos de seguimiento del proceso de co-creación.