

**DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES TÉCNICAS INHERENTES A LA
EJECUCIÓN DEL PROYECTO "FORTALECIMIENTO DE LAS
HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN CARTOGRÁFICAS Y
TECNOLÓGICAS PARA EL DISTRITO DE BUENAVENTURA -
DEPARTAMENTO DE VALLE DEL CAUCA" IDENTIFICADO CON EL
CÓDIGO BPIN 2022761090121**

ESTRATEGIA DE MEDIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

**CONTRATO CP-PR-2023-088 CELEBRADO ENTRE ALIANZA PUBLICA
PARA EL DESARROLLO INTEGRAL -ALDESARROLLO Y
GEOMATICA MONCALEANO SÁENZ S.A.S.**

ABRIL

2024



GEOMATICA MONCALEANO SAENZ S.A.S.

NIT: 900.999.434 -5

Tabla de Contenido

1	GLOSARIO	3
2	INTRODUCCIÓN.....	5
3	OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	6
4	IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS Y SEGMENTACIÓN DE INTERESADOS.....	6
5	MEDIOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN.....	7
6	CONTENIDO A COMUNICAR.....	9

1 GLOSARIO

Boletines electrónicos: Correos electrónicos periódicos enviados a los interesados registrados, que contienen información actualizada sobre el proyecto y oportunidades de participación.

Canales de comunicación: Medios a través de los cuales se transmitirá la información a los interesados, como correo electrónico, redes sociales, sitios web, reuniones presenciales, entre otros.

Cartografía y visualizaciones geoespaciales: Herramientas utilizadas para representar información geográfica y datos relacionados con el proyecto de manera visual y comprensible.

Comunicación bidireccional: Enfoque de comunicación que fomenta el diálogo y la interacción entre el emisor y el receptor, permitiendo un intercambio de información y opiniones en ambas direcciones.

Comunicación externa: Interacción comunicativa con los interesados externos al proyecto, como la comunidad local, socios, organizaciones gubernamentales y otros actores relevantes.

Comunicación interna: Proceso de comunicación que se produce dentro de la organización o equipo de proyecto, asegurando una coordinación efectiva y una alineación en los mensajes y acciones.

Documentos informativos: Materiales que contienen información detallada sobre el proyecto, sus objetivos, alcance, actividades planificadas y beneficios esperados.

Estrategia de información y comunicación: Plan detallado que establece cómo se implementará la comunicación y difusión de información relevante en un proyecto.

Evaluación de impacto: Análisis sistemático y medición de los efectos y resultados alcanzados por la estrategia de información y comunicación, con el objetivo de determinar su efectividad y realizar ajustes si es necesario.

Evaluación de satisfacción: Medición del nivel de satisfacción de los interesados con respecto a la calidad, pertinencia y efectividad de la comunicación y la información proporcionada durante el proyecto.



Eventos y talleres: Reuniones organizadas para brindar información, responder preguntas y fomentar la participación de los interesados.

Folletos y brochures: Materiales impresos que resumen de manera concisa y visualmente atractiva la información más relevante del proyecto.

Indicadores clave de desempeño (KPI): Medidas utilizadas para evaluar el éxito o el rendimiento de la estrategia de comunicación, como alcance, participación, interacción, etc.

Informes de progreso y resultados: Documentos que resumen los avances, logros y resultados obtenidos durante el proyecto.

Informes de rendición de cuentas: Documentos que detallan el progreso, los resultados y la utilización de los recursos relacionados con la estrategia de información y comunicación, con el propósito de brindar transparencia y responsabilidad.

Interesados: Individuos, grupos u organizaciones que tienen un interés directo o indirecto en el proyecto y se verán afectados por sus resultados.

Materiales de capacitación: Recursos desarrollados para facilitar la comprensión y el uso de las herramientas y conceptos relacionados con el proyecto.

Mensajes clave: Ideas o conceptos principales que se desean transmitir a los interesados, resaltando los aspectos más importantes y relevantes del proyecto.

Monitoreo: Proceso de seguimiento continuo de la implementación de la estrategia de información y comunicación, para asegurar que se cumplan los objetivos y ajustar las acciones según sea necesario.

Participación: Involucramiento activo de los interesados en el proceso de comunicación y toma de decisiones, brindándoles la oportunidad de contribuir, expresar sus puntos de vista y participar en actividades relacionadas con el proyecto.

Plan de contingencia: Plan alternativo diseñado para manejar situaciones imprevistas o crisis de comunicación que puedan surgir durante el proyecto, permitiendo una respuesta rápida y efectiva.

Presentaciones y materiales audiovisuales: Recursos visuales, como videos o diapositivas, utilizados para transmitir información de manera efectiva.

Redes sociales: Plataformas en línea, como Facebook, Twitter e Instagram, utilizadas para difundir información, interactuar con los interesados y promover la participación.

Retroalimentación: Proceso de recibir comentarios, opiniones y sugerencias de los interesados sobre la estrategia de comunicación y el proyecto en general, con el fin de mejorar y ajustar en consecuencia.

Segmentación de interesados: Proceso de identificar y categorizar a los interesados en grupos específicos con características y necesidades similares, para adaptar la comunicación y asegurar una mayor efectividad.

Sitio web del proyecto: Plataforma en línea dedicada al proyecto, donde se publican noticias, actualizaciones y documentos relevantes.

2 INTRODUCCIÓN

El presente documento establece una estrategia de información y comunicación y divulgación de resultados, para el proyecto de fortalecimiento de herramientas de planificación cartográfica y tecnológica en Buenaventura. En un contexto global interconectado, una estrategia sólida es esencial para maximizar los beneficios del proyecto. Se destaca la importancia de una difusión efectiva de información y gestión de comunicaciones para alcanzar los objetivos.

La estrategia incluye identificar medios y canales adecuados para los diferentes públicos, utilizando medios tradicionales y digitales, y organizar eventos para discutir avances. Además, se adaptarán los mensajes a cada público para garantizar su comprensión y se fomentará la participación activa de los beneficiarios. La colaboración estrecha con todas las partes interesadas asegurará la relevancia de la estrategia y su mejora continua. En resumen, una estrategia de comunicación eficaz es clave para el éxito y sostenibilidad del proyecto.

3 OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Los objetivos principales de la estrategia de información y comunicación del proyecto. Estos objetivos incluyen.

1. Garantizar una comunicación clara y efectiva con todos los interesados involucrados en el proyecto.
2. Identificación de los grupos focales y segmentación de interesados.
3. Mantener informados a los interesados sobre el progreso del proyecto, logros y desafíos.
4. Generar un flujo constante de información y retroalimentación entre el equipo del proyecto y los interesados.
5. Mitigar y gestionar los riesgos de comunicación, como la falta de información o malentendidos.

4 IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS Y SEGMENTACIÓN DE INTERESADOS

Grupos focales son los segmentos específicos de la audiencia a los que se desea llegar con la estrategia de comunicación. Identificarlos permite diseñar mensajes y seleccionar medios más efectivos.

1. Funcionarios y contratistas Distrito Buenaventura
 - Oficina de Tecnología, Información y Comunicación
 - Oficina de Gestión del Riesgo y Atención de Desastres
 - Dirección Técnica Ambiental
 - Secretaría de Planeación y Desarrollo Territorial
 - Secretaría de Hacienda
 - Secretaría de Turismo
 - Secretaría de Infraestructura
 - Secretaría de Movilidad y Seguridad Vial

- Curadurías Urbanas.)
2. Comunidad
- Líderes comunitarios zona urbanas
 - Líderes comunitarios zona rural
3. Entidades adscritas, empresas privadas, organismos, canales regionales y gremios.
- Alianza pública para el desarrollo integral – ALDESARROLLO
 - Departamento Nacional de Planeación – DNP - Sistema General de Regalías – SGR
 - Geomática Moncaleano Sáenz SAS

5 MEDIOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

Una vez realizado el análisis de los canales de comunicación, se procederá a la selección de aquellos más adecuados para alcanzar a cada grupo de interesados. Es posible que se requiera la combinación de varios canales para abarcar a todos los destinatarios de la información de manera efectiva.

En la siguiente tabla se detallan los canales de comunicación y los medios específicos que se pueden emplear para cada uno de ellos. La implementación de estos canales se realizará con una periodicidad aproximada de tres meses.

Es crucial para el éxito del proyecto llevar a cabo tres niveles de socialización, asegurando así una comunicación efectiva y continua con todos los stakeholders:

- Primera etapa de socialización: Al inicio del proyecto, para informar y alinear a todas las partes interesadas sobre los objetivos y expectativas. Esta etapa es fundamental para establecer una base sólida de comprensión y compromiso.
- Segunda etapa de socialización: A mitad del proyecto, para revisar el progreso, mantener a todos los involucrados actualizados sobre los avances y cualquier cambio relevante. Esta fase permite mantener el impulso y abordar cualquier problema que haya surgido.

- Tercera etapa de socialización: Hacia la finalización del proyecto, para presentar los resultados, evaluar el cumplimiento de los objetivos y recoger feedback para futuros proyectos. Este último nivel asegura una conclusión clara y bien comunicada.

La tabla proporciona una guía para asegurar que cada canal de comunicación se utiliza de manera efectiva y en el momento adecuado, maximizando así la eficiencia y el impacto de nuestras comunicaciones a lo largo del ciclo de vida del proyecto.

Ilustración 1 Canales de comunicación

CANALES DE COMUNICACIÓN	MEDIO
Correo electrónico	<ul style="list-style-type: none"> - Correo institucional - Correo corporativo
Reuniones presenciales	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniones con la comunidad (urbana y rural) - Reuniones con entes gubernamentales
Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Twitter - Instagram - linkedin
Plataformas de colaboración en línea	<ul style="list-style-type: none"> - www.buenaventura.gov.co
Boletines informativos o reportes periódicos	<ul style="list-style-type: none"> - El Puerto
Canales de radio municipales	<ul style="list-style-type: none"> - Voces del pacifico - Radio policía nacional - RCN radio - El sol - Buenaventura estéreo
Medios no convencionales	<ul style="list-style-type: none"> - Voz a voz - Perifoneo

Fuente. Propia.

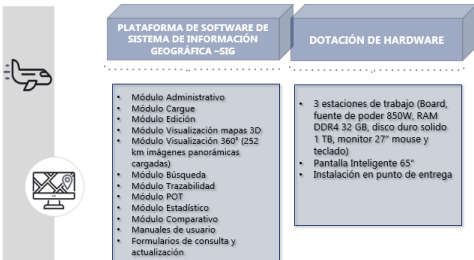
6 CONTENIDO A COMUNICAR

Se definirán los mensajes clave que se transmitirán a la audiencia, adaptando el lenguaje y el formato de acuerdo con sus características y necesidades, comunicando los avances en cada una de las etapas del proyecto. Elaborando materiales y contenidos relevantes, claros y atractivos, que promuevan la comprensión y la participación de los destinatarios, como se muestra a continuación.

Ilustración 2 Primera etapa socialización



ALCANCE - PLATAFORMA DE SOFTWARE DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICO -SIG



METODOLOGIA DE TRABAJO

Socialización del proyecto

La estrategia de información, comunicación y apropiación de la información geográfica del Distrito se realizará a través de reuniones, cuñas radiales, material de socialización, redes sociales.

Talleres capacitación

Los talleres de capacitación serán desarrollados una vez esté finalizada la plataforma de software geográfica y en especial de los módulos y herramientas contenidas en la misma.

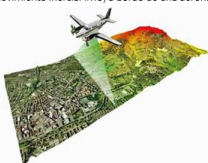
Las jornadas serán programas de forma presencial y/o virtualmente dependiendo de las necesidades del tema a abordar.



METODOLOGIA DE TRABAJO

Vuelos Fotogramétricos y toma datos Lidar

Se realiza con un sistema de cámara aérea digital métrica compuesto, además del sensor, de un dispositivo de navegación, plataforma giroestabilizada y un dispositivo de control de movimiento inercial IMU, a bordo de una aeronave



Control en campo

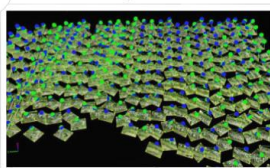
En función del diseño de vuelo se genera una proyección del los de puntos de control terrestre teniendo en cuenta la visibilidad, fuera de rango de interferencia electromagnéticas y los vértices deben abarcar toda el área



METODOLOGIA DE TRABAJO

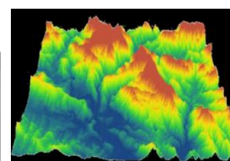
Aerotriangulación

Se cargan las coordenadas suministradas en el proceso de fotocontrol ubicando los puntos de forma manual y estereoscópica; los cuales se involucran para ajustar las orientaciones exteriores de los bloques



Procesamiento Lidar

Representación digital visual de los valores de altura con respecto al nivel medio del mar.



METODOLOGIA DE TRABAJO

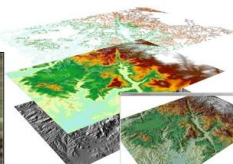
Ortofotomosaico

Con las ortofotos obtenidas se procesan en software especializados, donde de forma automática se realiza una elección preliminar de las imágenes útiles y define las líneas de corte para empalmar las ortofotos



Restitución y GDB

Representación digital visual de los valores de altura con respecto al nivel medio del mar.



METODOLOGIA DE TRABAJO

Plataforma de software de Sistema de Información Geográfica -SIG.

Mediante el uso de metodología ágil se comienza definiendo las funcionalidades básicas del proyecto garantizando la entrega continua de software de valor que se va mejorando de forma continuada en cada iteración.

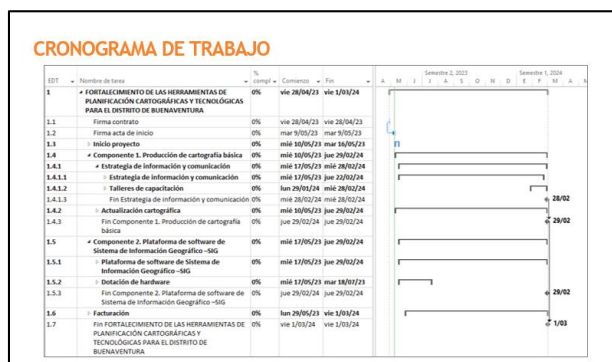
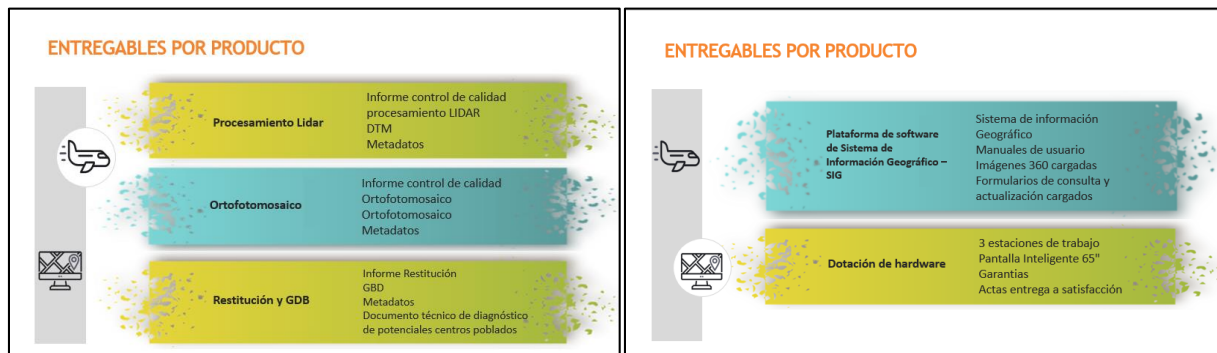


ENTREGABLES POR PRODUCTO



ENTREGABLES POR PRODUCTO





Fuente. Propia

Ilustración 3 Presentación Avance proyecto





*Dirección: Avenida El Dorado No. 68C-61 - oficina 822 Bogotá
Celular: 305 7106086 - Email: jemoncaleano@gmail.com*



GEOMATICA MONCALEANO SAENZ S.A.S.

NIT: 900.999.434 -5

Versión	Fecha Acción	Tipo de Modificación	Modificaciones	Elaboró	Revisó	Aprobó
01	Abril 2024	TI	Creación	Equipo Dirección proyectos	Director Proyecto	Director Proyecto

* TI-Texto Incluido, TE-Texto Eliminado, TM-Texto Modificado, TC-Texto Corregido, Ninguno