

## Datos básicos

### 01 - Datos básicos del proyecto

#### Nombre

Fortalecimiento de los procesos de comunicación para el acceso de la información, en el municipio de Sabaneta, Antioquia

#### Tipología

General - MGA esquema SUIFPs

#### Código BPIN

2024056310019

#### Sector

Gobierno Territorial

Es Proyecto Tipo: No

Fecha creación: 18/06/2024 11:02:41

Identificador: 989169

Formulador Ciudadano: Elizabeth Vasco Ruiz

Formulador Oficial : Elizabeth Vasco Ruiz

## Contribución a la política pública

### 01 - Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

#### Plan

(2022-2026) Colombia Potencia Mundial de la Vida

#### Programa

4599 - Fortalecimiento a la gestión y dirección de la administración pública territorial

Transformación	Pilar	Catalizador	Componente
5. Convergencia regional	31. Bloque estratégico III 3. Bloque habilitador de la convergencia regional	05. Fortalecimiento institucional como motor de cambio para recuperar la confianza de la ciudadanía y para el fortalecimiento del vínculo Estado-Ciudadanía	b. Entidades públicas territoriales y nacionales fortalecidas

### 02 - Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

#### Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Antioquia Firme 2024 – 2027.

#### Estrategia del Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

Línea Estratégica 3. Inversión desde la Confianza.

#### Programa del Plan Desarrollo Departamental o Sectorial

3.1.3 Transformación Digital Antioquia.

### 03 - Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

#### Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Sabaneta, Una Ciudad al Siguiete Nivel 2024 – 2027.

#### Estrategia del Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Línea Estratégica 3. Hagamos que las cosas pasen por el desarrollo humano con inclusión social.

#### Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

Componente 3.3.1. Institucionalidad

Programa 3.3.1.1. Gestión Pública cercana y confiable para el fortalecimiento de la institucionalidad y el territorio.

### 04 - Instrumentos de planeación de grupos étnicos

#### Tipo de entidad

## Instrumentos de planeación de grupos étnicos

# Identificación y descripción del problema

## Problema central

Estrategias de comunicación implementadas con bajo alcance y poco efectivas.

## Descripción de la situación existente con respecto al problema

En la era actual, la comunicación efectiva es fundamental para el éxito de cualquier organización, y el gobierno no es la excepción. Una comunicación institucional deficiente puede tener un impacto negativo en la percepción de la imagen pública, la participación ciudadana, la transparencia y la gobernabilidad.

En el caso del municipio de Sabaneta, la Alcaldía enfrenta diversos desafíos en materia de comunicación institucional, los cuales afectan negativamente su relación con los stakeholders (ciudadanos, medios de comunicación, entidades gubernamentales y otros actores clave). Estos desafíos se manifiestan en:

- Baja participación ciudadana
- Bajo alcance
- Mecanismos de retroalimentación
- Falta de mecanismos adecuados para el monitoreo y evaluación de las estrategias de comunicación

## Magnitud actual del problema – indicadores de referencia

•Número de campañas de comunicación diseñadas y ejecutadas: 37 campañas institucionales.

Cantidad de la información difundida a los medios de comunicación y otros:

- Publicaciones en tótems y pantallas: 382
- Boletines de prensa: 333
- Publicaciones en Facebook: 4576
- Publicaciones en Instagram: 4560
- Mensajes enviados por listas en WhatsApp: 140
- Mensajes enviados por correo institucional: 176

Nivel de satisfacción de los ciudadanos con la comunicación institucional:

Índice de satisfacción del 75,25%, a través de encuestas de percepción realizadas a la comunidad se evidencia una actitud positiva respecto a las acciones realizadas desde la Administración, con un 41,75% de mejoramiento y un 33,50% sigue igual.

## 01 - Causas que generan el problema

Causas directas	Causas indirectas
1. Ausencia de una estrategia para el Plan de Marketing Digital	1.1 Paradigmas comunicacionales que no permiten la implementación de nuevas tendencias
	1.2 Insuficiente personal calificado
	1.3 Deficientes herramientas tecnológicas y ofimáticas
2. Bajo porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones	2.4 Falta de planeación estratégica de las dependencias de la alcaldía
	2.5 Ausencia de articulación de las diferentes dependencias para las solicitudes de información
3. Falta de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional	3.6 Ausencia de personal idóneo y capacitado
	3.7 Insuficientes herramientas tecnológicas y ofimáticas
	3.8 Insuficientes recursos financieros

## 02 - Efectos generados por el problema

Efectos directos	Efectos indirectos
1. Baja convocatoria y participación en algunos eventos organizados por la Alcaldía Municipal	1.1 Desperdicio de recursos invertidos en la realización de eventos.
2. Deterioro de la imagen pública	2.2 Baja índice de aprobación de la gestión por desconocimiento de avances y logros.

## Identificación y análisis de participantes

### 01 - Identificación de los participantes

Participante	Contribución o Gestión
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Comunidad</p> <p><b>Posición:</b> Beneficiario</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Mayor acceso a información transparente y relevante. Mejor participación en la toma de decisiones.</p>	<p>Participación eventos</p> <p>Interacciones en redes institucionales</p> <p>Acceder a la oferta institucional</p>
<p><b>Actor:</b> Municipal</p> <p><b>Entidad:</b> SABANETA - ANTIOQUIA</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Satisfacción de las necesidades de las partes interesadas Mejor coordinación interna, mayor efectividad en la implementación de políticas y proyectos Evidenciar los logros y la gestión institucional</p>	<p>Diseñar y ejecutar las estrategias de comunicación, gestionar relaciones con medios y comunidad.</p> <p>Recursos físicos, Recursos Humanos, Recursos Tecnológicos</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Medios de Comunicación</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Acceso a información confiable y oportuna, mejor colaboración con la administración municipal Obtener contenido de calidad para sus audiencias y fortalecer su relación con la Alcaldía</p>	<p>Multiplicadores de la información</p> <p>Recursos técnicos y humanos</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Colectivos organizados y veedores ciudadanos</p> <p><b>Posición:</b> Beneficiario</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Mejorar la calidad de vida Mayor acceso a los programas y proyectos Satisfacción de las necesidades</p>	<p>Mayor participación en procesos de gobernanza, mejor canalización de las necesidades comunitarias.</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Grupos políticos de oposición</p> <p><b>Posición:</b> Oponente</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Opacar y desvirtuar la gobernanza</p>	<p>Participar negativamente de los procesos institucionales</p> <p>Desinformar por medio de redes institucionales y alternas la gestión institucional</p>
<p><b>Actor:</b> Otro</p> <p><b>Entidad:</b> Funcionarios públicos</p> <p><b>Posición:</b> Cooperante</p> <p><b>Intereses o Expectativas:</b> Información clara, oportuna y veraz</p>	<p>Colaborar en la implementación de estrategias de comunicación, participar en capacitaciones y talleres.</p>

## 02 - Análisis de los participantes

Los procesos de comunicación de la Alcaldía de Sabaneta involucran a una amplia gama de actores que se ven afectados de diversas maneras. Es a través de la Dirección de Comunicaciones que se canaliza e informa todas las acciones de gobernanza que desde la Administración municipal impactan a la comunidad, por esto es fundamental comprender el papel y las perspectivas de cada participante, de cada público objetivo para diseñar estrategias comunicacionales efectivas que consideren las necesidades e intereses de todas las partes interesadas involucradas, para lograr el fortalecimiento de los procesos comunicativos garantizando el alcance deseado.

## Población afectada y objetivo

### 01 - Población afectada por el problema

#### Tipo de población

Personas

#### Número

91.861

#### Fuente de la información

Proyecciones DANE 2024

#### Localización

Ubicación general	Localización específica
<b>Región:</b> Andina <b>Departamento:</b> Antioquia <b>Municipio:</b> Sabaneta <b>Centro Poblado:</b> <b>Resguardo:</b>	

### 02 - Población objetivo de la intervención

#### Tipo de población

Personas

#### Número

74.258

#### Fuente de la información

80% de la población según la proyección DANE 2024

#### Localización

Ubicación general	Localización específica	Nombre del consejo comunitario
<b>Región:</b> Andina <b>Departamento:</b> Antioquia <b>Municipio:</b> Sabaneta <b>Centro Poblado:</b> <b>Resguardo:</b>		

## Objetivos específicos

### 01 - Objetivo general e indicadores de seguimiento

#### Problema central

Estrategias de comunicación implementadas con bajo alcance y poco efectivas.

#### Objetivo general – Propósito

Implementar estrategias de comunicación con un mayor impacto, alcance y altamente efectivas.

#### Indicadores para medir el objetivo general

Indicador objetivo	Descripción	Fuente de verificación
Estrategias de comunicación implementadas	<b>Medido a través de:</b> Número <b>Meta:</b> 3 <b>Tipo de fuente:</b> Informe	Documentos técnicos, informes de gestión de la dependencia.

## 02 - Relaciones entre las causas y objetivos

Causa relacionada	Objetivos específicos
<b>Causa directa 1</b> Ausencia de una estrategia para el Plan de Marketing Digital	Implementar la Estrategia del Plan de Marketing Digital
<b>Causa indirecta 1.1</b> Paradigmas comunicacionales que no permiten la implementación de nuevas tendencias	Eliminar los paradigmas comunicacionales que no permiten la implementación de nuevas tendencias
<b>Causa indirecta 1.2</b> Insuficiente personal calificado	Aumentar el personal calificado
<b>Causa indirecta 1.3</b> Deficientes herramientas tecnológicas y ofimáticas	Fortalecer las herramientas tecnológicas y ofimáticas
<b>Causa directa 2</b> Bajo porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones	Incrementar el porcentaje de acciones completadas en el Plan Estratégico de Comunicaciones
<b>Causa indirecta 2.1</b> Falta de planeación estratégica de las dependencias de la alcaldía	Promover la planeación estratégica de las dependencias de la alcaldía, alineadas al Plan Estratégico de Comunicaciones
<b>Causa indirecta 2.2</b> Ausencia de articulación de las diferentes dependencias para las solicitudes de información	Fomentar la articulación de las diferentes dependencias de la Administración Municipal
<b>Causa directa 3</b> Falta de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional	Aumentar el número de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional
<b>Causa indirecta 3.1</b> Ausencia de personal idóneo y capacitado	Contratar personal calificado
<b>Causa indirecta 3.2</b> Insuficientes herramientas tecnológicas y ofimáticas	Incrementar herramientas tecnológicas y ofimáticas
<b>Causa indirecta 3.3</b> Insuficientes recursos financieros	Aumentar los recursos financieros

## Alternativas de la solución

### 01 - Alternativas de la solución

Nombre de la alternativa	Se evaluará con esta herramienta	Estado
Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.	Si	Completo

#### Evaluaciones a realizar

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

**Alternativa 1. Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.**

**Estudio de necesidades**

**01 - Bien o servicio**

**Bien o servicio**

Estrategia del Plan de Marketing Digital implementada

**Medido a través de**

Número

**Descripción**

Estrategia del Plan de Marketing Digital implementada

**Descripción de la Demanda**

Estrategia de plan de marketing

**Descripción de la Oferta**

Estrategia de plan de marketing

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2020	0,00	1,00	-1,00
2021	0,00	1,00	-1,00
2022	0,00	1,00	-1,00
2023	0,00	1,00	-1,00
2024	1,00	1,00	0,00
2025	1,00	1,00	0,00
2026	1,00	1,00	0,00
2027	1,00	1,00	0,00

**Bien o servicio**

Porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones

**Medido a través de**

Número

**Descripción**

Porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones

**Descripción de la Demanda**

Plan Estratégico de Comunicaciones

**Descripción de la Oferta**

Plan Estratégico de Comunicaciones

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2020	0,00	100,00	-100,00
2021	0,00	100,00	-100,00
2022	0,00	100,00	-100,00
2023	0,00	100,00	-100,00
2024	60,00	100,00	-40,00
2025	70,00	100,00	-30,00
2026	80,00	100,00	-20,00
2027	90,00	100,00	-10,00

### Bien o servicio

Número de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional

### Medido a través de

Número

### Descripción

Establecer relaciones de confianza con los medios de comunicación y periodistas locales, departamentales y nacionales, para aumentar el número de publicaciones y hacer más visible la gestión y logros de la administración

### Descripción de la Demanda

Publicaciones requeridas por la administración en otros medios.

### Descripción de la Oferta

Publicaciones gestionadas en diferentes medios de comunicación

Año	Oferta	Demanda	Déficit
2020	0,00	340,00	-340,00
2021	0,00	340,00	-340,00
2022	0,00	340,00	-340,00
2023	0,00	340,00	-340,00
2024	70,00	340,00	-270,00
2025	150,00	340,00	-190,00
2026	240,00	340,00	-100,00
2027	340,00	340,00	0,00

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

## Análisis técnico de la alternativa

### 01 - Análisis técnico de la alternativa

#### Análisis técnico de la alternativa

1. Plan de Marketing Digital implementada

Planear y proyectar la hoja de ruta estratégica para posicionar y fortalecer la presencia de la Alcaldía Municipal de Sabaneta en redes sociales y medios digitales para asegurar que la comunidad esté informada acerca de la oferta institucional, tenga acceso y participe de la misma también para informar los actos de gobernanza que impactan el mejoramiento de la calidad de vida de los sabaneteños.

2. Número de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional, a través del fortalecimiento de las relaciones con medios locales, departamentales y nacionales además de la creación de contenido de valor y el acceso oportuno a la información que se genera desde la administración municipal se pretende aumentar la presencia Sabaneta una ciudad al siguiente nivel en estos medios.

3. Asegurar el máximo porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones, contratando el personal idóneo y calificado para desarrollar exitosamente cada una de las estrategias y actividades plasmadas en la hoja de ruta de la dirección de comunicaciones para este cuatrienio.

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

## Localización de la alternativa

### 01 - Localización de la alternativa

Ubicación general	Ubicación específica
<b>Región:</b> Andina <b>Departamento:</b> Antioquia <b>Municipio:</b> Sabaneta <b>Tipo de Agrupación:</b> <b>Agrupación:</b> <b>Latitud:</b> <b>Longitud:</b>	

### 02 - Factores analizados

Aspectos administrativos y políticos,  
Cercanía a la población objetivo,  
Comunicaciones

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

## Cadena de valor de la alternativa

**Costo total de la alternativa:** \$ 4.785.343.051,00

### 1 - Objetivo específico 1 Costo: \$ 597.227.484,00

Implementar la Estrategia del Plan de Marketing Digital

Producto	Actividad:
<p>1.1 Documentos de planeación (Producto principal del proyecto)</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de documentos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 597.227.484,00</p>	<p>1.1.1 Consolidar el documento final</p> <p><b>Costo:</b> \$ 597.227.484,00</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta Crítica:</b> Si</p>

### 2 - Objetivo específico 2 Costo: \$ 2.871.383.187,00

Incrementar el porcentaje de acciones completadas en el Plan Estratégico de Comunicaciones

Producto	Actividad:
<p>2.1 Documentos de política</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de documentos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 2.871.383.187,00</p>	<p>2.1.1 Elaborar el plan de comunicaciones</p> <p><b>Costo:</b> \$ 2.871.383.187,00</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta Crítica:</b> Si</p>

### 3 - Objetivo específico 3 Costo: \$ 1.316.732.380,00

Aumentar el número de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional

Producto	Actividad:
<p>3.1 Documentos de lineamientos técnicos</p> <p><b>Medido a través de:</b> Número de documentos</p> <p><b>Cantidad:</b> 1,0000</p> <p><b>Costo:</b> \$ 1.316.732.380,00</p>	<p>3.1.1 Adquisición de bienes y servicios</p> <p><b>Costo:</b> \$ 1.316.732.380,00</p> <p><b>Etapas:</b> Inversión</p> <p><b>Ruta Crítica:</b> Si</p>

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

### Actividad 1.1.1 Consolidar el documento final

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$120.304.818,00
1	\$154.677.621,00
2	\$167.567.424,00
3	\$154.677.621,00
<b>Total</b>	<b>\$597.227.484,00</b>

Periodo	Total
0	\$120.304.818,00
1	\$154.677.621,00
2	\$167.567.424,00
3	\$154.677.621,00
<b>Total</b>	

### Actividad 2.1.1 Elaborar el plan de comunicaciones

Periodo	Mano de obra calificada	Materiales
0	\$169.282.110,00	\$450.000.000,00
1	\$215.253.756,00	\$486.000.000,00
2	\$241.033.362,00	\$524.800.000,00
3	\$228.143.559,00	\$556.870.400,00
<b>Total</b>	<b>\$853.712.787,00</b>	<b>\$2.017.670.400,00</b>

Periodo	Total
0	\$619.282.110,00
1	\$701.253.756,00
2	\$765.833.362,00
3	\$785.013.959,00
<b>Total</b>	

### Actividad 3.1.1 Adquisición de bienes y servicios

Periodo	Mano de obra calificada
0	\$286.559.212,00
1	\$318.249.015,00
2	\$351.442.818,00
3	\$360.481.335,00
<b>Total</b>	<b>\$1.316.732.380,00</b>

Periodo	Total
0	\$286.559.212,00
1	\$318.249.015,00
2	\$351.442.818,00
3	\$360.481.335,00
<b>Total</b>	

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

## 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)	Operacionales	Incumplimiento en la ejecución de estrategias de comunicación altamente efectivas, con alto impacto y alcance	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 4. Mayor	Comunidad desinformada, escasa convocatoria en actividades y eventos realizados por la administración	Controles y seguimiento a la ejecución de las estrategias proyectadas.
2-Componente (Productos)	Financieros	No contar con el personal idóneo y calificado para la elaboración del Plan de Marketing	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 4. Mayor	Incumplimiento con los indicadores establecidos en el Plan de Desarrollo Sabaneta	Gestionar recursos y realizar una buena planeación de presupuesto.
	Operacionales	Disminuir presencia en medios de comunicación local, departamental y nacional	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 4. Mayor	Comunidad desinformada, baja convocatoria en actividades y eventos	Establecer relaciones de confianza con los medios de comunicación y periodistas
	Operacionales	Bajo porcentaje de cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones	<b>Probabilidad:</b> 3. Moderado  <b>Impacto:</b> 4. Mayor	Incumplimiento con los indicadores, estrategias y metas establecidas	Gestionar los recursos financieros, humanos, tecnológicos y ofimáticas para asegurar el cumplimiento de Plan Estratégico de Comunicaciones
3-Actividad y/o Entregable	Operacionales	Deficiencias en la investigación y análisis	<b>Probabilidad:</b> 1. Raro  <b>Impacto:</b> 4. Mayor	toma de decisiones estratégicas incorrectas en cuanto a canales de comunicación	Gestionar los recursos necesarios para contar con el personal idóneo y calificado para la elaboración del Plan de Comunicaciones.

**Alternativa:** Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.

## Ingresos y beneficios alternativa

### 01 - Ingresos y beneficios

Ahorro anual de las personas en desplazamientos al Centro Administrativo Municipal, al conocer la oferta institucional por medios digitales.

**Tipo:** Beneficios

**Medido a través de:** Pesos

**Bien producido:** Otros

**Razón Precio Cuenta (RPC):** 0.80

**Descripción Cantidad:** 100 Publicaciones al año con alcance de 1000 personas = 100.000

**Descripción Valor Unitario:** Valor del costo de transporte \$6.400 X 6 meses, teniendo en cuenta el incremento del IPC

Periodo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	35.000,00	\$38.400,00	\$1.344.000.000,00
2	37.000,00	\$39.600,00	\$1.465.200.000,00
3	39.000,00	\$40.800,00	\$1.591.200.000,00
4	41.000,00	\$42.000,00	\$1.722.000.000,00

### 02 - Totales

Periodo	Total beneficios	Total
1	\$1.344.000.000,00	\$1.344.000.000,00
2	\$1.465.200.000,00	\$1.465.200.000,00
3	\$1.591.200.000,00	\$1.591.200.000,00
4	\$1.722.000.000,00	\$1.722.000.000,00

Alternativa 1

Flujo

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	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$931.646.140,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-931.646.140,0
1	\$1.075.200.000,0	\$0,0	\$0,0	\$1.072.120.392,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$3.079.608,0
2	\$1.172.160.000,0	\$0,0	\$0,0	\$1.174.635.604,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$-2.475.604,0
3	\$1.272.960.000,0	\$0,0	\$0,0	\$1.183.230.131,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$89.729.869,0
4	\$1.377.600.000,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$1.377.600.000,0

## 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)
<b>Alternativa:</b> Diseñar, planear y ejecutar estrategias de comunicación para el público interno y externo de la administración municipal.					
\$114.310.015,36	12,26 %	\$1,03	\$51.409,69	\$3.817.580.877,44	\$29.388.242,70

### Costo por capacidad

Producto	Costo unitario (valor presente)
Documentos de política	\$2.142.201.427,32
Documentos de planeación (Producto principal del proyecto)	\$522.688.544,29
Documentos de lineamientos técnicos	\$1.152.690.905,84

## Indicadores de producto

### 01 - Objetivo 1

#### 1. Implementar la Estrategia del Plan de Marketing Digital

#### Producto

##### 1.1. Documentos de planeación (Producto principal del proyecto)

#### Indicador

##### 1.1.1 Documentos de planeación realizados

**Medido a través de:** Número de documentos

**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

## 02 - Objetivo 2

2. Incrementar el porcentaje de acciones completadas en el Plan Estratégico de Comunicaciones

### Producto

2.1. Documentos de política

### Indicador

2.1.1 Documentos de política elaborados

**Medido a través de:** Número de documentos

**Meta total:** 1,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	0,6000	1	0,7000
2	0,8000	3	0,9000

### 03 - Objetivo 3

3. Aumentar el número de publicaciones en medios de comunicación local, departamental y nacional

#### Producto

3.1. Documentos de lineamientos técnicos

#### Indicador

3.1.1 Documentos de lineamientos técnicos realizados

**Medido a través de:** Número de documentos

**Meta total:** 1,0000

**Fórmula:**

**Es acumulativo:** No

**Es Principal:** Si

#### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Meta por periodo
0	0,7000	1	0,8000
2	0,9000	3	1,0000

## Indicadores de gestión

### 01 - Indicador por proyecto

#### Indicador

Entidades coordinadas

**Medido a través de:** Número

**Código:** 4500G003

**Fórmula:** Sumatoria del número de entidades coordinadas

**Tipo de Fuente:** Informe

**Fuente de Verificación:** Seguimiento al Plan de Acción y Plan Indicativo.  
Rendición de cuentas.

#### Programación de indicadores

Periodo	Meta por periodo	Periodo	Valor
0	0,25	1	0,25
2	0,25	3	0,25
		<b>Total:</b>	<b>1,00</b>

## Esquema financiero

### 01 - Clasificación presupuestal

#### Programa presupuestal

4599 - Fortalecimiento a la gestión y dirección de la administración pública territorial

#### Subprograma presupuestal

1500 INTERSUBSECTORIAL DESARROLLO SOCIAL

## 02 - Resumen fuentes de financiación

Etapa	Entidad	Tipo Entidad	Tipo de Recurso	Período	Valor
Inversión	SABANETA	Municipios	Propios	0	\$1.026.146.140,00
				1	\$1.174.180.392,00
				2	\$1.284.843.604,00
				3	\$1.300.172.915,00
				Total	\$4.785.343.051,00
	Total Inversión				\$4.785.343.051,00
<b>Total</b>					<b>\$4.785.343.051,00</b>

## Resumen del proyecto

### Resumen del proyecto

Resumen narrativo	Descripción	Indicadores	Fuente	Supuestos
<b>Objetivo General</b>	Implementar estrategias de comunicación con un mayor impacto, alcance y altamente efectivas.	<b>Estrategias de comunicación implementadas</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> Documentos técnicos, informes de gestión de la dependencia.	<b>Estrategias de comunicación efectivas y con gran impacto</b>
<b>Componentes (Productos)</b>	1.1 Documentos de planeación (Producto principal del proyecto)	<b>Documentos de planeación realizados</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> Seguimiento al Plan de Acción y Plan Indicativo. Rendición de cuentas.	<b>Contratación de personal idóneo y competente para la elaboración del plan</b>
	2.1 Documentos de política	<b>Documentos de política elaborados</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> Seguimiento al Plan de Acción y Plan Indicativo. Rendición de cuentas.	<b>mayor lealtad de marca y a una mejor percepción entre los públicos objetivo más relevantes para la organización.</b>
	3.1 Documentos de lineamientos técnicos	<b>Documentos de lineamientos técnicos realizados</b>	<b>Tipo de fuente:</b> Informe <b>Fuente:</b> Seguimiento al Plan de Acción y Plan Indicativo. Rendición de cuentas.	<b>Comunicación abierta con la comunidad</b>
<b>Actividades</b>	1.1.1 - Consolidar el documento final(*)	<b>Nombre:</b> Entidades coordinadas <b>Unidad de Medida:</b> Número <b>Meta:</b> 1.0000	<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>	
	2.1.1 - Elaborar el plan de comunicaciones(*)		<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>	<b>Implementación más eficiente y efectiva de las estrategias de comunicación en el futuro</b>
	3.1.1 - Adquisición de bienes y servicios(*)		<b>Tipo de fuente:</b> <b>Fuente:</b>	

(\*) Actividades con ruta crítica