

PLAN ANUAL OPERATIVO 2021



NOVIEMBRE, 2020

PLAN ANUAL OPERATIVO 2021

1. Introducción

Con el fin de cumplir lo establecido en el plan quinquenal se genera el plan anual operativo 2021, con la inclusión de objetivos, metas e indicadores en los planteamientos de cada una de las áreas que conforman la parte administrativa del Colegio. De la misma manera el detalle del presupuesto que sustenta cada actividad.

En los últimos años el Colegio ha perdido capacidad financiera por la disminución en los ingresos por el timbre de ley, que constituían, en el pasado, el principal ingreso, pero que por la disminución de la demanda de servicios publicitarios ha decrecido de manera significativa. Lo anterior establece entonces, la necesidad de conseguir ingresos frescos que permitan mantener la operatividad administrativa.

La metodología sobre la que se sustenta el seguimiento y control del plan 2021 será la de cuadro de mando integral, (Balanced Score Card), con estrategias bajo cuatro perspectivas centrales:

- ✓ Financiera, usualmente la más vinculada a la estructura formal.
- ✓ Del cliente, integrada tanto a la calidad del servicio requerida por el cliente interno, como por el cliente externo.
- ✓ De los procesos de la organización: Administración, finanzas, ventas, servicio al cliente, logística, proveeduría, informática, recursos humanos.
- ✓ De Recursos Humanos, por medio del aprendizaje y crecimiento, que puedan realizar efectivamente los procesos que la organización requiere, para brindar la calidad del servicio que le permita alcanzar las metas financieras.

Lo anterior con la idea central que se genere entre perspectiva y áreas una relación causal para el cumplimiento de los objetivos establecidos para el año 2021.

El planteamiento general estará sustentado en dos objetivos o ejes transversales: Incremento de ingresos y contención del gasto.

2. Áreas operativas

2.1 Contabilidad

Area estratégica	Objetivo Estratégico (resultado deseado)	Acciones para alcanzar los resultados	Responsable	Indicador	Meta (MCI)
Financiero	Gestionar la correcta recaudación del timbre	Plan de cobranza constante y continuo mediante correos electrónicos y llamadas telefónicas. Identificación de nuevos entes recaudadores	Contabilidad	Seguimiento entes recaudadores habituales al mes Búsqueda nuevos entes recaudadores al año.	Contactarlos al 100% cada mes (11) 6 nuevos recaudadores al año.
	Tener un procedimiento de cobranza eficiente	Plan de cobranza constante y continuo mediante un abanico de medios de cobro incorporando aparte de los canales tradicionales nueva tecnología, como las transferencias sinpe móvil, whatapp, mensajes	Cobros	Procedimiento de cobro correcto donde se contacte al colegiado desde que tenga una cuota vencida	Contactar el 100% de los colegiados que al menos muestren una cuota vencida.
			Proyección		
	Lograr conectividad en línea en primera instancia con entidades tal como, el Banco de Costa Rica y el Banco Nacional	Establecer convenios de conectividad en línea en primera instancia con entidades tal como, el Banco de Costa Rica y el Banco Nacional	Contabilidad	Convenios firmados con entidades bancarias	Al menos dos canales de conectividad en línea
	Disminuir la Morosidad	Plan de cobranza constante y continuo que permita un mayor acercamiento Colper - colegiado dándole soluciones reales mediante arreglos de pago	Cobros	Generar nuevos incentivos de arreglos de pago	Bajar la morosidad al menos un 5 %
	Elaborar estados Financieros al día	Automatización de procesos que permitan menos dependencia de movimientos manuales, y a la vez la incorporación de las normas internacionales de información financiera	Contabilidad TI	Optimización y readecuación del sistema contable en el Sibú	Contar con el 100% de las adecuaciones solicitadas en el sistema Sibú
	Tener un módulo de presupuesto	Generar el requerimiento con los cambios que se consideren necesarios para incorporarlos en el sistema.	Contabilidad y TI	Módulo presupuestario que se convierta en un verdadero control interno a priori de las transacciones que desarrolla el Colper.	Primer semestre año 2021.
Contener gastos	Generar acciones que tiendan a la contención de ciertos gastos	Contabilidad	Revisión de partidas para contención	Al menos un 5% de contención	

2.2 Proveeduría

Area estratégica	Objetivo Estratégico (resultado deseado)	Acciones para alcanzar los resultados	Responsable	Indicador	Meta (MCI)
Financiero	<p>Gestionar de forma efectiva las cotizaciones en servicios, suministros e insumos de la organización.</p> <p>Ejecutar exitosamente Investigaciones de mercado de precios, calidad y tiempos de entrega.</p> <p>Contener gasto</p>	<p>Revisión constante de registro de proveedores.</p> <p>Conocimiento de las necesidades institucionales y de la oferta según proveedores</p> <p>Compras anuales y alianzas con proveedores para negociaciones.</p>	Proveeduría	<p>*Registro de proveedores actualizado y al día.</p> <p>Encuesta de necesidades institucionales anuales</p> <p>Carteles anuales procesos de consumo según demanda Diversificar la cartera de proveedores inscritos con al menos 10 nuevos oferentes.</p>	<p>100% de proveedores actualizados. Ingreso exitoso de al menos 24 formularios de proveedores anualmente.</p> <p>Lista de familias de suministros anual.</p> <p>3 carteles para compra de suministros al año, no más allá de noviembre.</p> <p>40% de nuevos proveedores contratados.</p>
Cliente	<p>Atender solicitudes de insumos del cliente interno.</p> <p>Cumplir con las solicitudes y tiempos requeridos de cotizaciones o procesos formales de Adquisición.</p>	<p>Revisión de solicitudes y establecimiento de procesos de contratación al día conforme las solicitudes presentadas.</p> <p>Promulgación a nivel interno de los procesos de proveeduría.</p>	Proveeduría	<p>Al menos 12 Procesos de compra publicados anualmente.</p> <p>Tramitación de al menos 5 requisiciones internas mensualmente.</p>	100% de Requisiciones Internas Procesadas.
Procesos	<p>Mantener al día los procesos de presentación de facturas por contratos adquiridos.</p> <p>Reducción en tiempos de elaboración carteles.</p>	<p>Establecimiento de un control semanal de prioridades conforme a los objetivos y fines institucionales.</p>	Proveeduría	<p>Solicitud de pagos 1 vez por semana.</p> <p>Cuadro con solicitudes recibidas</p>	<p>100% de presentación de pagos a financiero.</p> <p>Cuadros semanales con las solicitudes.</p>

Recurso Humano	*Establecer de forma permanente jornadas laborales con teletrabajo parcial.	Listado de labores teletrabajables Control de seguimiento de labores ejecutadas	Proveeduría	*Presentación de 2 Bitácoras por mes, con alcances generales	24 bitácoras completadas.

2.3 Tecnología de la información

Área estratégica	Objetivo Estratégico (resultado deseado)	Acciones para alcanzar los resultados	Responsable	Indicador	Meta
Financiero	Negociar de forma eficaz la adquisición de servicios o equipo en precio, calidad y tiempo. Modernizar al Colper en tendencias de mercado de TI. Crear alianzas con empresas, que permita intercambiar bienes y servicios	Solicitar a las empresas demos de los servicios o equipo en tiempo real, para hacer valoraciones y comparaciones. Revisión y sondeo de tendencias de mercado de TI para buscar diferentes proveedores de tecnología en el mercado a las que les podamos comprar a menores precios. Contactar a diferentes empresas para ofrecer los servicios y realizar alianzas de trabajo.	TI	Comparativa de las cotizaciones donde compruebe un mejor precio o servicio. Estudios de mercado sobre entornos de tecnología Lista de posibles empresas	Al menos contactar y probar 3 proveedores al año. Tener 2 estudios al año, 1 por semestre. 2 Alianzas por año, 1 por semestre
Cliente	Mejorar proceso de atención a las solicitudes de clientes internos y colegiados. Crear alianzas para cursos virtuales por medio del CECI, para clientes internos y Colegiados.	Crear herramientas apps o formularios digitales para solicitud y seguimiento de los requerimientos internos y externos. Coordinación con Micitt y otros proveedores para cursos gratuitos	TI	Procesos digitalizados Listado de cursos a ofrecer	3 procesos digitalizados Al menos 3 cursos al año
Procesos	Mejorar procesos y servicios	Identificación de equipos obsoletos, con más de 4 años de antigüedad y proceder a la sustitución. Digitalizar a la institución tanto interna como externamente, centralizando toda la información en files digitales que permita el acceso al total de la misma cuando se requiera.	TI	Inventario de equipos obsoletos Documentación digitalizada	Cambio de al menos 6 computadores y 25 teléfonos

	Proteger la información del Colegio	<p>Iniciar un proceso para ser una institución libre del uso de papel.</p> <p>Renovar las licencias adquiridas y potenciar las herramientas de trabajo. Adobe Creative Office 365 Bussines McAfee Enterprice con administrator</p> <p>Contar con políticas de Cyber seguridad, lograr poner un muro informático que permita la seguridad de datos valiosos de la institución</p>		<p>Reducción de consumibles</p> <p>Negociación con proveedores para disminución de precios en al menos un 20%</p> <p>Creación de políticas de Cyber seguridad</p>	100% de la red protegida.
Recurso Humano	Capacitar al personal en aspectos de TI	Realizar una lista de necesidades	TI	Capacitaciones impartidas	Al menos 2 cursos al año con evaluación de los mismos.

2.4 Proyección Institucional

Área estratégica	Objetivo Estratégico (resultado deseado)	Acciones para alcanzar los resultados	Responsable	Indicador	Meta (MCI)
Financiero	Brindar beneficios a los colegiados actuales.	Creación de alianzas con comercios de diferentes industrias, con el fin de ofrecer promociones especiales y nuevos beneficios a los asociados.	Proyección Institucional	Cantidad de alianzas creadas con comercios, con el fin de ofrecer promociones especiales y nuevos beneficios a los asociados.	4 nuevas alianzas creadas con comercios en el 2021, con el fin de ofrecer promociones especiales y nuevos beneficios a los asociados.
	Aumentar los ingresos por concepto de nuevas colegiaturas.	Ejecución de campañas en redes sociales (orgánicas y con pauta) que insten a los profesionales de la comunicación a unirse al Colper (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn).	Proyección Institucional	Cantidad de campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021	4 campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021
				Alcance de las campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021	10.000 personas alcanzadas en campañas para instar a los profesionales de la comunicación a unirse al Colper, ejecutadas en redes sociales en el 2021.
				Cantidad de profesionales de la comunicación colegiados en el 2021.	10% de aumento de profesionales de la comunicación colegiados en el 2021, respecto a los colegiados en el 2020.
	Aumentar los ingresos por concepto de patrocinios.	Participación en ferias y actividades universitarias, con el fin de dar a conocer la misión del Colper y sus beneficios, a estudiantes que están próximos a graduarse (de carreras de Comunicación).	Proyección Institucional	Cantidad de ferias y actividades universitarias en las que el Colper participe.	12 ferias y actividades universitarias en las cuales participe el Colper en el 2021.
				Cantidad de estudiantes recién graduados colegiados en el 2021.	5% de aumento de estudiantes recién graduados colegiados en el 2021, en relación con el 2020.
	Creación de un plan de patrocinios (económico, material y humano) por actividad y a modo "paquete" (incluye capacitaciones y actividades anuales).	Proyección Institucional	Dinero recibido por concepto de patrocinios.		10% de aumento de dinero recibido por concepto de patrocinios con relación al año 2020.
	Presentación del plan a empresas aliadas y prospectos de aliados del Colper (reuniones virtuales y presenciales).				

	Aumentar los ingresos por concepto de pauta.	Creación de un plan de pauta para espacios físicos y medios de comunicación del Colper. Presentación del plan a empresas aliadas y prospectos de aliados del Colper (reuniones virtuales y presenciales).	Proyección Institucional	Dinero recibido por concepto de pauta.	10% de aumento de dinero recibido por concepto de pauta, con relación al año 2020.
	Aumentar los ingresos por concepto de alquileres (Centro de Recreo, Rancho Grande, Centro de Formación Profesional, estudio de grabación, auditorio, salón y oficentro).	Ejecución de campañas en redes sociales (orgánicas y con pauta) y Programmatic, para dar a conocer los espacios de alquiler del Colper. Invitación a universidades (docentes y estudiantes) a utilizar las instalaciones del Colper y a realizar exposiciones (literatura, arte, música) en el Colper.	Proyección Institucional Proyección Institucional	Dinero recibido por concepto de alquileres.	10% de aumento de dinero recibido por concepto de alquileres, con relación al año 2020.
Ciente	Informar a los colegiados acerca de los beneficios que ofrece el Colper.	Ejecución de campañas en redes sociales (orgánicas y con pauta) para dar a conocer los beneficios del Colper (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn).	Proyección Institucional	Cantidad de campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer los beneficios del Colper.	12 campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer los beneficios del Colper.
				Alcance de las campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer los beneficios del Colper.	10.000 personas alcanzadas en cada campaña para dar a conocer los beneficios del Colper, ejecutadas en redes sociales en el 2021.
		Ejecución de campañas de e-mail marketing con promociones especiales para los colegiados.	Proyección Institucional	Cantidad de correos masivos enviados con promociones especiales para los colegiados.	52 correos masivos enviados con promociones especiales para los colegiados en el año 2021 (uno por semana).
		Ejecución de campañas de e-mail marketing para dar a conocer los nuevos beneficios del Colper a sus asociados.		Cantidad de correos masivos enviados para dar a conocer los nuevos beneficios del Colper a sus asociados, en el 2021 (uno por mes).	
	Apoyar a los profesionales de la comunicación en el ejercicio laboral o académico, mediante la capacitación y actualización constante, de manera presencial, o virtual.	Aplicación de encuestas on-line para conocer los intereses de los stakeholders del Colper, en materia de capacitación.	Proyección Institucional	Cantidad de encuestas aplicadas.	3 encuestas anuales (1 cada trimestre del año).
		Ejecución de capacitaciones presenciales y/o virtuales (Zoom, Facebook Live) con reconocidos expertos nacionales en temas de tendencia mundial (capacitaciones serán obtenidas por convenios y patrocinios).		Cantidad de capacitaciones presenciales y/o virtuales brindadas a los colegiados (de acuerdo a sus intereses) ejecutadas en el 2021.	12 capacitaciones presenciales y/o virtuales ejecutadas, con temáticas de interés de los colegiados, en el 2021 (cada capacitación será de mínimo 2 sesiones y de máximo sesiones).
		Envío de invitación de capacitaciones a universidades, medios y empresas de comunicación.	Proyección Institucional	Cantidad de participantes en las capacitaciones.	15 colegiados participando en cada capacitación ejecutada en el 2021.
		Ejecución de programa La Red 4.0 durante el 2021.	Proyección Institucional	Cantidad de participantes de universidades, medios y empresas de comunicación en las capacitaciones.	5 personas (de universidades, medios o empresas de comunicación) participando en las capacitaciones ejecutadas en el 2021.
		Proyección Institucional	Cantidad de grupos de La Red 4.0 en el 2021.	6 grupos capacitados según filosofía de La Red 4.0 ejecutadas en el 2021.	

	Evaluación on-line de las capacitaciones.		Cantidad de encuestas aplicadas y respondidas.	85% de opiniones favorables en las evaluaciones on-line de las capacitaciones de La Red 4.0.
Aumentar la participación de los diferentes stakeholders del Colper en actividades anuales como la Semana de la Comunicación, el Aniversario del Colper y los Premios de la Comunicación.	Planeación, ejecución y evaluación de actividades académicas y de entretenimiento, ya sean virtuales o presenciales, de acuerdo a los intereses y preferencias de los comunicadores.	Proyección Institucional	Ejecución de las actividades de acuerdo a su planeación.	100% de la ejecución de las actividades corresponde a lo establecido en su planeación.
	Planeación y ejecución de los Premios de la Comunicación, con premios de acuerdo a los intereses y preferencias de los comunicadores.	Proyección Institucional	Cantidad de encuestas aplicadas y respondidas.	85% de opiniones favorables en las evaluaciones on-line de las actividades.
		Proyección Institucional	Ejecución de los Premios de la Comunicación de acuerdo a su planeación.	100% de la ejecución de la actividad de acuerdo a su planeación.
	Ejecución de campañas en redes sociales (orgánicas y con pauta) para dar a conocer las actividades anuales del Colper (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn).	Proyección Institucional	Cantidad de encuestas aplicadas y respondidas.	75% de opiniones favorables en las evaluaciones on-line de la actividad.
		Proyección Institucional	Cantidad de campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer los beneficios del Colper.	1 campaña ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer cada actividad anual del Colper.
	Envío de información de las actividades mediante e-mail marketing.	Proyección Institucional	Alcance de las campañas ejecutadas en redes sociales en el 2021, para dar a conocer las actividades anuales del Colper.	10.000 personas alcanzadas en cada campaña de actividades anuales del Colper, ejecutada en redes sociales en el 2021.
		Proyección Institucional	Cantidad de correos masivos enviados acerca de las actividades anuales del Colper.	15 correos masivos enviados acerca de actividades anuales del Colper en el 2021.
	Promoción de las actividades en la página principal del sitio web del Colper.	Proyección Institucional	Cantidad de banners colocados en la página principal del sitio web del Colper en el 2021, para promocionar las actividades anuales.	1 banner colocado en el sitio web del Colper en el 2021, para cada actividad anual.
	Invitación a profesionales a brindar capacitaciones y exponer casos de éxito en el Colper.	Proyección Institucional	Cantidad de invitaciones hechas a profesionales para que brinden capacitaciones en el Colper.	4 capacitaciones impartidas por profesionales en el Colper, realizadas en el 2021.
		Proyección Institucional	Cantidad de invitaciones hechas a profesionales para que expongan casos de éxito en el Colper.	3 exposiciones de casos de éxito en el Colper, realizadas en el 2021.
	Invitación a profesionales a publicar sus artículos en los medios de comunicación del Colper.	Proyección Institucional	Cantidad de artículos de profesionales publicados en medios del Colper.	3 artículos de profesionales publicados en medios del Colper por mes en el 2021.
	Publicación en las redes sociales del Colper, de casos de éxito expuestos en las redes entes aliados (se compartirán las publicaciones hechas por las empresas en sus redes).	Proyección Institucional	Cantidad de casos de éxito publicados en las redes del Colper, de entes aliados.	12 casos de éxito publicados en las redes del Colper, de entes aliados durante el 2021.
	Ser un referente en materia de comunicación y libertad de prensa en Costa Rica.	Proyección Institucional	Realización de pronunciamientos oficiales, de manera rápida y oportuna (redes, sitio web y en prensa) acerca de temas nacionales e internacionales (que por su naturaleza, lo ameriten).	Cantidad de pronunciamientos oficiales publicados de manera rápida y oportuna (redes, sitio web y en prensa).

Procesos		Desarrollo de foros y conversatorios, acerca de temas de actualidad, interés nacional e internacional.		Cantidad de foros y conversatorios realizados.	12 foros y conversatorios de temas de actualidad, desarrollados en el 2021.
		Realización de gestión de prensa (envío de comunicados junto con material audiovisual y gira de medios).	Proyección Institucional	Cantidad de acciones de gestión de prensa realizadas.	4 acciones de gestión de prensa realizadas en el 2021.
		Creación de alianzas entre el Colper y empresas u organizaciones de la industria de la comunicación, universidades públicas y entes públicos o privados.		Cantidad de alianzas entre el Colper y empresas u organizaciones de la industria de la comunicación, universidades públicas y entes públicos o privados.	6 alianzas generadas en el año 2021 entre el Colper y empresas u organizaciones de la industria de la comunicación, universidades públicas y entes públicos o privados.
		Participación del Colper en actividades de comunicación públicas y privadas relacionadas con la comunicación.	Proyección Institucional	Cantidad de actividades de comunicación públicas y privadas relacionadas con la comunicación en las cuales participa el Colper.	6 actividades de comunicación públicas y privadas relacionadas con la comunicación, en las cuales participe el Colper en el 2021.
		Realización de reuniones con medios de comunicación, con el objetivo de incluirlos en el programa Sello de Garantía.		Cantidad de reuniones con medios de comunicación, con el objetivo de incluirlos en el programa Sello de Garantía.	12 reuniones con medios de comunicación, con el objetivo de incluirlos en el programa Sello de Garantía en el 2021.
		Reestructuración del medio Primera Plana, con el fin de crear un semanario cuyos contenidos sean noticias acerca de las diferentes ramas de la comunicación y artículos de opinión acerca de la realidad nacional e internacional.	Proyección Institucional	Cantidad de medios de comunicación inscritos en el programa Sello de Garantía.	6 medios de comunicación inscritos en el programa Sello de Garantía en el 2021.
		Reestructuración del blog, con el fin de que su contenido sea más variado y extenso, así como más atractivo visualmente.		Reestructuración de Primera Plana, de acuerdo al plan establecido.	100% de objetivos cumplidos de acuerdo al plan de establecido para Primera Plana en el 2021.
		Ejecución de campañas en redes sociales (orgánicas y con pauta), Google Ads y mediante Programmatic, para dar a conocer los medios de comunicación del Colper.	Proyección Institucional	Reestructuración del blog acorde a las tendencias actuales.	100% de objetivos cumplidos de acuerdo al plan de reestructuración del blog.
	Cantidad de notas publicadas de acuerdo a temáticas aprobadas.	52 notas publicadas de acuerdo a temáticas aprobadas, en el 2021.			
Recurso Humano	Aumentar el nivel de engagement de los colaboradores con el COLPER.	Informar a los colaboradores acerca de aspectos relevantes y de actualidad del Colper (logros, retos, cambios, nuevos servicios, convenios, patrocinios) mediante una comunicación interna fluida a través de un grupo de WhatsApp de colaboradores, un boletín interno, y una pizarra.		Cantidad de aspectos relevantes del Colper comunicados a sus colaboradores a través de un grupo de WhatsApp de colaboradores, un boletín interno, y una pizarra.	12 aspectos relevantes del Colper comunicados a sus colaboradores en el 2021.
				Cantidad de visualizaciones y visitas a los medios de comunicación del Colper como resultado de las campañas digitales.	10% de aumento de visualizaciones y visitas a los medios de comunicación del Colper en el 2021 con respecto al 2020.

Cada una de las actividades planteadas posee una partida en el presupuesto 2021 aprobado.