

INFORME EJECUTIVO DE GESTIÓN

SECRETARÍA DISTRITAL
DE COMUNICACIONES
ENERO - SEPTIEMBRE DE 2020



ALCALDÍA DE BARRANQUILLA / Soy BARRANQUILLA

1. MISIÓN

La Secretaría Distrital de Comunicaciones fue creada por disposición del decreto 0941 de 2016, como resultado del proceso de modernización aplicado a la estructura orgánica y funcional de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, con el objeto de mejorar los procesos y procedimientos, en aras de contribuir al cumplimiento de las metas propuestas en el plan de desarrollo vigente y en los respectivos planes institucionales de acción, con la siguiente misión:

MISIÓN DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE COMUNICACIONES: Garantizar la interacción del distrito de Barranquilla con sus públicos internos y externos en términos de oportunidad y veracidad, generando espacios para el acceso a la información pública, con sujeción a los principios de transparencia, visibilidad y publicidad que rigen los actos de los entes territoriales, promoviendo la confianza ciudadana en la gestión pública.

2. FUNCIONES

La Secretaría Distrital de Comunicaciones tiene a su cargo el desarrollo de las siguientes funciones primarias y secundarias:



FUNCIONES PRIMARIAS	FUNCIONES SECUNDARIAS
Diseñar y ejecutar las estrategias de comunicación para la Administración Distrital Central.	Definir, ejecutar y realizar seguimiento a la Política y el Plan de Comunicaciones del Distrito de Barranquilla, en el marco de la normatividad vigente.
	Realizar investigaciones sectoriales para orientar el desarrollo de la Política de Comunicaciones de la Administración Central Distrital.
	Diseñar, implementar y controlar mecanismos de monitoreo a fin de establecer indicadores de información y opinión pública sobre la política y acciones del Alcalde y demás autoridades distritales.
	Diseñar y establecer canales de comunicación con las diferentes Secretarías, Oficinas y entidades descentralizadas, para identificar sus necesidades en materia de divulgación y comunicación.
	Posicionar la marca ciudad a través del diseño y ejecución de estrategias para promocionar a Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión.
	Diseñar las estrategias y herramientas que permitan una comunicación de doble vía con los clientes internos, para brindar información orientada a mejorar los procesos internos y a generar sentido de pertenencia con la Institución.
	Direccionar y ejecutar la construcción y desarrollo de conceptos creativos para la ejecución de campañas institucionales de promoción, divulgación e información de los programas y proyectos de la administración.
	Verificar el cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en los aspectos de su competencia.
Gestionar y administrar los canales, herramientas y medios de comunicación institucionales.	Brindar el soporte de comunicaciones requerido para la realización de las audiencias públicas de rendición de cuentas.
	Gestionar la información institucional para garantizar el acceso del público externo e interno a la información pública del distrito de Barranquilla.



De igual manera, la Oficina de Prensa del Despacho del alcalde se encuentra adscrita a la Secretaría Distrital de Comunicaciones, con las siguientes funciones específicas:

FUNCIONES PRIMARIAS	FUNCIONES SECUNDARIAS
Ejercer labores de comunicación propias del despacho del Alcalde, en el marco de sus competencias.	Articular con la Oficina de Protocolo las actividades de la agenda del Alcalde que requieran el apoyo de acciones de comunicación e informar lo pertinente a la secretaría de Comunicaciones.
	Acompañar permanentemente las actividades y eventos con presencia del alcalde de Barranquilla, generando la información para los diferentes grupos de interés, que se difunde a través de la Secretaría de Comunicaciones.
	Mantener informado al Alcalde sobre el contenido del material difundido por los distintos medios de comunicación, tanto en el campo de la información como en el de opinión.
Las demás inherentes a la naturaleza y funciones de la dependencia.	

3. ESTRUCTURA

Atendiendo las responsabilidades asignadas, la Secretaría de Comunicaciones se organizó en Grupos Internos de Trabajo, así:

Fortalecimiento institucional



4. EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN 2020 POR ÁREAS FUNCIONALES

4.1. Grupo interno de trabajo de Comunicación Institucional:

El propósito del grupo interno de trabajo **Comunicación Institucional** es mantener bien informado al público interno sobre programas, proyectos y actividades provenientes de todas las dependencias que sean de interés para todos los funcionarios de los diversos niveles jerárquicos y contratistas de diversas modalidades, vinculados a la Administración. Adicionalmente, es el equipo encargado de desarrollar los temas institucionales internos y los relativos al sistema integrado de gestión.

4.1.2. Gestión desarrollada por el Grupo Interno de Trabajo de Comunicación Institucional

Con corte al 30 de septiembre de 2020, este grupo de trabajo ha ejecutado las siguientes acciones:

4.1.2.1. Desarrollo de campañas internas

Se han realizado un total de 13 campañas dirigidas al público interno de la aldea de Barranquilla (funcionarios de planta y contratistas):



1. **Enero:** Equipo 'Soy Barranquilla'.
2. **Febrero:** Abre tu corazón, haz tu donación. Los migrantes son nuestros hermanos.
3. **Marzo:** Prevención de Infección Respiratoria Aguda-IRA.
4. **Marzo-junio:** Soy Solidario.
5. **Marzo - agosto:** La web es tu mejor aliada.
#BarranquillaNoBajaLaGuardia.
6. **Marzo- abierta:** Servimos con calidad.
7. **Mayo-junio:** El autocontrol, también desde casa.
8. **Junio-julio:** Los servidores públicos somos calidad.
9. **Julio:** Creatón, idea de comunicación.
10. **Agosto:** Mi Semana.
11. **Agosto- septiembre:** Todos juntos somos Alcaldía.
12. **Septiembre:** Semana de la Integridad.
13. **Septiembre:** Conectemos nuestros sentimientos.

4.1.2.2. Actualización y fortalecimiento de medios internos

Realización de **354 publicaciones** referentes a campañas internas, cumpleaños de los funcionarios, actividades realizadas de manera previa a la emergencia sanitaria, el micronoticiario 'Te Contamos 3', videos alusivos a los personajes de los boletines internos, entrevistas, publicaciones sobre consejos en tiempos de pandemia, información sobre los canales internos de la Alcaldía, piezas de campañas externas, postales de fechas especiales, reuniones y capacitaciones realizadas de manera virtual, cubrimiento de 'Mi Semana', piezas sobre pago del impuesto predial y cumpleaños de la ciudad, entre otras.

4.1.2.3. Medición de percepción de la comunicación interna

Para efectos de medición de la satisfacción del público interno se han realizado 34 sondeos de los servicios que ofrece **Todos Contamos Soy Barranquilla** a las diferentes dependencias, aplicados de manera efectiva en las siguientes dependencias:



1. **La Secretaría de Planeación:** Diseño y publicación de la feria inmobiliaria interna.
2. **Fonedisba:** Divulgación de información en INFO.
3. **Equipo de trabajo de la Primera Dama:** Elaboración, diseño, ejecución y divulgación de la campaña 'Abre tu corazón, haz tu donación. Los migrantes son nuestros hermanos'.
4. **La Secretaría de Gestión Humana:** cubrimiento del evento del Día de la Mujer.
5. **Equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Secretaría de Gestión Humana:** Diseño y divulgación de información en INFO, boletines, redes sociales internas y Te Contamos 3.
6. **Promotores éticos:** Diseño y divulgación del mensaje 'Soy ético, soy solidario, soy Barranquilla', en boletín interno y en redes sociales.
7. **Equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Secretaría de Gestión Humana:** Diseño y divulgación de información en INFO, boletines, redes sociales internas y Te Contamos 3.
8. **Fonedisba:** Divulgación de información en INFO y Te Contamos 3.
9. **Promotores éticos:** Diseño y divulgación de mensaje ético 'Responsabilidad social' en el boletín y en redes sociales.
10. **Equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Secretaría de Gestión Humana:** Diseño y divulgación de información en INFO, boletines, redes sociales internas y Te Contamos 3.
11. **Fonedisba:** Divulgación de información en INFO sobre asamblea ordinaria virtual.
12. **Promotores éticos:** Diseño y divulgación del mensaje ético 'Respeto' en el boletín y redes sociales.
13. **Gerencia de Control Interno de Gestión:** Diseño, ejecución y divulgación de la campaña "El autocontrol, también desde casa".
14. **Fonedisba:** Adelanto de prima navidad y pieza sobre asamblea virtual.
15. **Secretaría de Gestión Humana:** Equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo.
16. **Promotores éticos:** Mensaje de ética.

17. **Gerencia de Control Interno de Gestión:** Auditorías.
18. **Secretaría de Gestión Humana:** Escuelas deportivas.
19. **Secretaría de Recreación y Deportes:** Escuelas deportivas.
20. **Promotores éticos:** Video ética.
21. **Secretaría de Gestión Humana:** Soy Solidario.
22. **Oficina de Sistemas:** video sobre Microsoft Teams.
23. **Secretaría de Gestión Humana:** Equipo de Seguridad y Salud en el Trabajo.
24. **Promotores éticos:** Actividades éticas.
25. **Promotores éticos:** Mensaje ético.
26. **Secretaría de Gestión Humana:** Mi Semana.
27. **Promotores éticos:** Mensaje ético.
28. **Secretaría de Gestión Humana:** Bus de la felicidad.
29. **Gerencia de Control Interno de Gestión:** Teletrabajo.
30. **Secretaría de Gestión Humana:** SST – Protocolos de bioseguridad.
31. **Gerencia de Control Interno de Gestión:** Gestión del conocimiento.
32. **Secretaría de Gestión Humana y Gerencia de Control Interno de Gestión:** Convocatoria grupo de investigadores.
33. **Fonedisba:** Taller de Redes Sociales.
34. **Promotores éticos:** Semana de la Integridad.

4.1.2.3. Generación de sentido de pertenencia con la Marca Ciudad y motivación comportamientos ciudadanos y de transformación en los funcionarios

Con el propósito de fortalecer el sentido de pertenencia del público interno hacia la Marca Ciudad, atendiendo su condición de servidores públicos y principales multiplicadores por excelencia de los valores corporativos institucionales, se llevaron a cabo las actividades relacionadas a continuación:

1. Campaña 'Los servidores públicos somos calidad', con énfasis en las cualidades de los funcionarios distritales.

2. Campaña 'Todos juntos somos Alcaldía', con el de propósito sensibilizar a los funcionarios de la Alcaldía Distrital de Barranquilla sobre la importancia de ser replicadores de las buenas noticias locales, en especial los contenidos generados desde la administración.
3. Video para la inducción y reinducción de los funcionarios de la Alcaldía, relativo al funcionamiento de la entidad y su marca corporativa.

4.1.2.4. Producción y divulgación de boletines y contenidos internos

A la fecha, este grupo de trabajo ha producido 18 boletines internos emitidos con la siguiente periodicidad:

- **Enero:** No. 1
- **Febrero:** No. 2 y No. 3
- **Marzo:** No. 4 y No. 5.
- **Abril:** No.6 y No.7
- **Mayo:** No.8, No.9 y No.10
- **Junio:** No.11 y No.12
- **Julio:** No.13 y No. 14
- **Agosto:** No.15 y No.16
- **Septiembre:** No.17 y No.18

A través de los boletines internos se han difundido 6 mensajes éticos relacionados con valores institucionales como la responsabilidad social, el respeto, el trabajo en equipo, la honestidad y amabilidad.

El apoyo al trabajo institucional de los promotores éticos se ha reforzado además con acciones comunicacionales específicas, entre las cuales se destaca la publicación del video sobre principios y valores éticos (21 de julio), la charla virtual sobre 'Ser espiritual en tiempos de pandemia' (23 de julio), la charla virtual sobre fortalecimiento de los principios y valores del Código de integridad (29 de julio), el diseño y socialización de la sopa de letras 'Descubramos nuestros valores' (14 de agosto), la charla virtual sobre comportamientos que debemos asumir durante la situación de emergencia (26 de agosto) y el diseño y socialización del Crucigrama 'Pruébate' (28 de agosto).

De otra parte, el Grupo de trabajo de Comunicación Institucional ha producido y emitido en las redes internas de la Alcaldía un total de 35 clips (uno



por semana), mediante los cuales se han abordado diferentes temáticas de gran interés para los servidores y contratistas distritales. La realización de estos materiales se ha llevado a cabo con la participación de los enlaces de comunicación de las diferentes dependencias y entidades descentralizadas.

Adicionalmente, se han realizado cinco (5) jornadas de formación en temas comunicacionales, un video institucional para la inducción y reinducción de los funcionarios de la Alcaldía y un inventario de los medios de comunicación internos y externos con los que cuenta la Alcaldía para divulgar información de interés, con la periodicidad de su actualización y el tipo de información a publicar.

4.1.2.5. Producción y divulgación de manuales o guías institucionales

Con la finalidad de facilitar las gestiones y tareas a cargo de los servidores distritales y la estandarización de trámites institucionales, la Secretaría Distrital de Comunicaciones ha diseñado y/o socializado las siguientes guías internas:

1. Guía de estilo de marca (Diseñada y socializada).
2. Guía para firma de correo electrónico (Diseñada y socializada).
3. Guía para el Teletrabajo (Diseñada y pendiente de socialización).
4. Guía para ingresar como organizador a una reunión en Microsoft Teams (Diseñada y socializada).
5. Guía para ingresar como invitado a una reunión en Microsoft Teams (Diseñada y socializada).
6. Guía para agendar reunión en Microsoft Teams (Diseñada y socializada).
7. Guía para compartir pantalla en Microsoft Teams (Diseñada y socializada).

4.1.2.6. Apoyo y seguimiento a los procesos de gestión de Calidad

❖ Este grupo interno de trabajo es el encargado de las acciones de mantenimiento de los SGC, SGA y MIPG al interior de la dependencia, reali-

zando el debido seguimiento periódico a los indicadores del proceso: calidad, mejora, anticorrupción, riesgos, plan de acción y plan de desarrollo.

De igual manera, trabaja de manera permanente por el mejoramiento archivístico de la dependencia, mediante la conservación documental de archivos de gestión y archivo central al 90%, según lo establece la Ley General de Archivo y las tablas de retención documental.

4.2. Grupo interno de trabajo Comunicación Informativa:

En el periodo enero-septiembre del año 2020, la Secretaría Distrital de Comunicaciones de la Alcaldía de Barranquilla ha venido cumpliendo su misión de acompañar y visibilizar la gestión diaria de las diferentes secretarías y dependencias de la Administración Distrital, con una labor de Comunicación Informativa, desde la cual generamos la información necesaria para la difusión y socialización permanente de los planes, programas, proyectos y eventos del Distrito de Barranquilla, asegurando además su proyección y presencia mediática.

Este es un ejercicio basado en la generación de la transparencia para garantizar la participación ciudadana y el control social en las decisiones de la gestión institucional, a través del suministro de información, de su difusión o divulgación, pero también de la interlocución directa con los ciudadanos, usuarios, organizaciones sociales, proveedores y grupos de interés.

Esta misión es hoy en día mucho más importante si tenemos en cuenta que desde el ejercicio de gobierno, ya no solo necesitamos interactuar con los medios de comunicación tradicionales, sino con una red cada día más amplia de canales digitales en los cuales cada ciudadano toma la palabra a cada instante en múltiples redes sociales desde sus teléfonos móviles y dispositivos electrónicos.

Según el comportamiento mostrado por las acciones de monitoreo de prensa que realizamos, la generación de contenidos se replica en los medios tradicionales a través de entre 15 y 90 publicaciones por día, lo que indica que diariamente los ciudadanos conocen de primera mano cómo está actuando la Administración Distrital.

Este año, debido a la emergencia sanitaria generada por la propagación



del coronavirus COVID-19 se fortaleció la generación de contenidos externos, orientada a brindar información mucho más veraz, oportuna y oficial para que la ciudadanía estuviera en sintonía con las medidas adoptadas por la Administración y así poder avanzar en cada una de las fases en las que se ha desarrollado la pandemia.

4.2.1. Gestión desarrollada por el Grupo Interno de Trabajo de Comunicación Informativa

Las principales acciones cumplidas con corte al 30 de septiembre de 2020 desde este grupo interno de trabajo, se explicitan a continuación:

4.2.1.1. Definición Estrategias de Comunicación Informativa

A la Secretaría de Comunicaciones le corresponde definir las estrategias de gestión de la información que permitan precisar los temas y acciones que se desarrollan desde la Administración Distrital y la forma de comunicarlos con eficiencia y efectividad.

En este ejercicio de comunicar las acciones de gobierno es primordial tener un discurso claro, afín a los lineamientos institucionales y del servicio a la comunidad. Por ello, desde el área de Comunicación Informativa trabajamos articuladamente con los diferentes comunicadores asignados a las secretarías y dependencias de la Alcaldía, con el propósito de definir y alinear los discursos y mensajes para cumplir a cabalidad el objetivo de difundir una información clara, veraz y acorde a las pautas del Plan de Desarrollo Distrital.

4.2.1.2. Elaboración y difusión de boletines, comunicados e informes

Una de las tareas clave es producir y divulgar contenidos a través de boletines, comunicados e informes especiales para medios de comunicación, señalando el enfoque institucional frente a cada tema, de manera que sea posible incidir en la agenda pública y los contenidos noticiosos que publican los medios de comunicación.

Para avanzar en esta meta, desde Comunicación Informativa hemos logrado la producción y divulgación de **763 boletines y comunicados de prensa**.



Asimismo, la elaboración de **18 informes especiales** para medios de comunicación, que solicitan tener información precisa sobre los avances de diferentes programas, proyectos y servicios de la Alcaldía, siendo así la fuente de información oficial que les permite construir artículos, textos, revistas, informes especiales, documentales, programas, entre otros.

4.2.1.3. Convocatoria de medios a eventos distritales

Con la finalidad de asegurar la presencia de los medios de comunicación externos que realicen el cubrimiento de los eventos distritales y la amplia divulgación de nuestros contenidos, se han realizado a la fecha **26 convocatorias a eventos** del alcalde y de las diferentes dependencias distritales.

4.2.1.4. Monitoreo y Análisis de información en medios masivos

Teniendo en cuenta la gran importancia de saber qué están pensando los barranquilleros y qué están publicando los medios de comunicación, el grupo de trabajo de Comunicación Informativa desarrolla una gestión de monitoreo y análisis de la información publicada en medios masivos de comunicación, que con corte a 30 de septiembre de 2020 se encuentra registrada en 30 informes.

4.2.1.5. Gestión del archivo gráfico y audiovisual de la gestión distrital

La información y los soportes gráficos y audiovisuales de la gestión del gobierno distrital deben quedar registrados en los soportes adecuados. La Secretaría Distrital de Comunicaciones coordina el registro fotográfico y de video de las actividades de las diferentes secretarías y dependencias distritales, organizando los archivos correspondientes, que sirvan de apoyo a la divulgación en medios de comunicación.

4.2.1.6. Medición de satisfacción ciudadana con el proceso de comunicación

Es evidente que el objetivo final de todo nuestro trabajo es generar satisfacción en los ciudadanos. Por eso, medimos anualmente la satisfacción del cliente externo con relación al proceso de comunicación. Esto lo hacemos con el diseño de instrumentos adecuados, su aplicación, tabulación y el análisis correspondiente.



4.2.1.7. Atención de peticiones, quejas, reclamos y solicitudes por medios digitales

El Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS) es una herramienta fundamental para conocer las inquietudes y manifestaciones de los diversos grupos de interés, y a partir de allí fortalecer el servicio y orientar la gestión institucional hacia la excelencia operativa.

Con respecto a la atención de PQRS, la Sentencia T-230 de 2020 de la Corte Constitucional determinó lo siguiente: “Al respecto, se considera que, si bien es constitucional y legalmente admisible que las entidades definan los canales autorizados para el trámite de solicitudes ciudadanas, lo cierto es que, en concordancia con la regulación amplia contenida en el CPACA sobre el derecho de petición, cuando una entidad hace uso de redes sociales, como Facebook, debe tener presente que ellas también constituyen un medio idóneo para el ejercicio del citado derecho, de carácter electrónico, dado que permiten una comunicación bidireccional con los usuarios. Lo anterior, siempre que la solicitud se realice en términos respetuosos, se trate de una de las expresiones que suponen el ejercicio de tal derecho, y se pueda identificar al originador del mensaje, así como determinar que este aprueba su contenido”.

La Secretaría Distrital de Comunicaciones tiene a su cargo la administración de los siguientes medios de atención virtual:

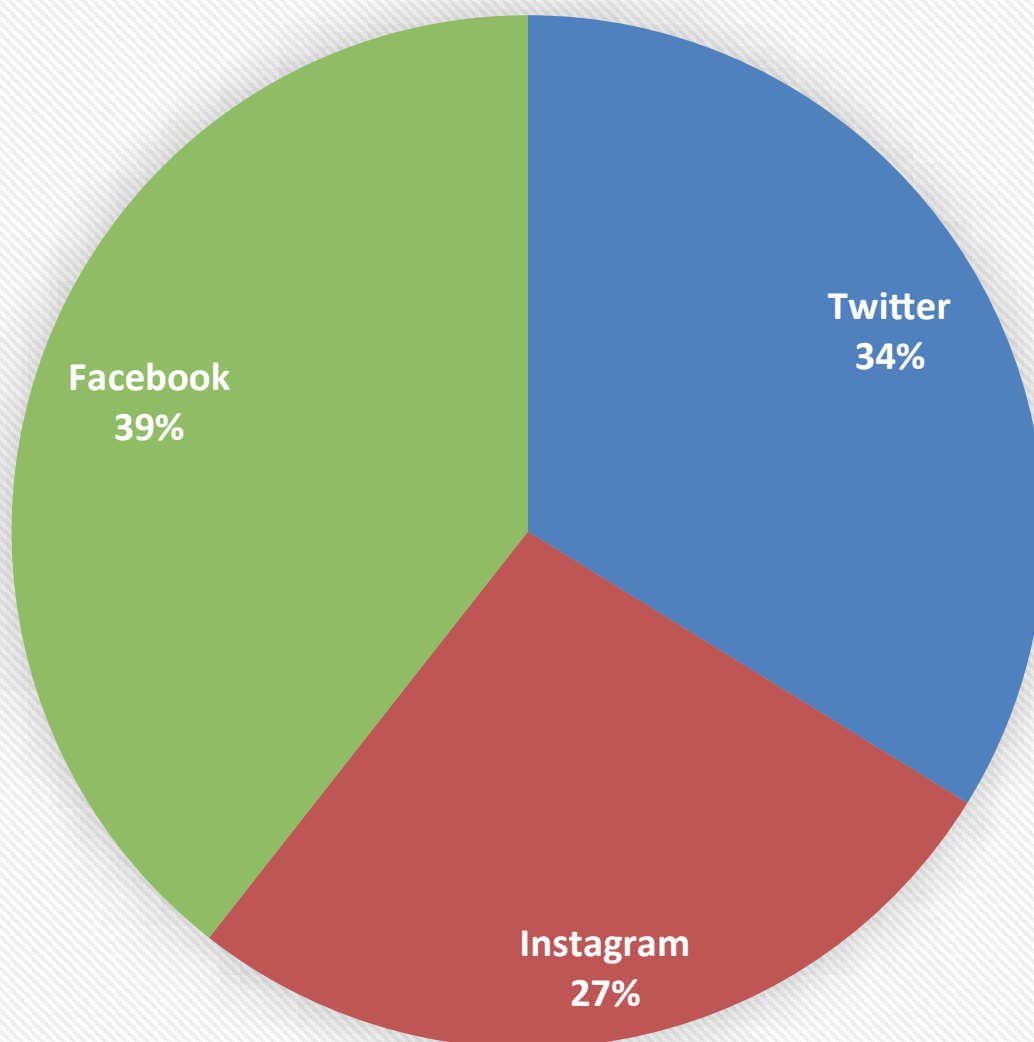
En consecuencia, se ha dispuesto un equipo de trabajo conformado por los responsables de redes sociales institucionales y los enlaces de comunicaciones de cada una de las Secretarías y Oficinas del Distrito para la atención y resolución de PQRS en la presente vigencia, y en especial, durante la emergencia sanitaria nacional generada por la propagación del coronavirus COVID-19.

A continuación se detallan las estadísticas de atención de PQRS en los canales digitales administrados por la Secretaría Distrital de Comunicaciones:

Estadísticas

Enero a 22 de septiembre de 2020
Alcaldía de Barranquilla

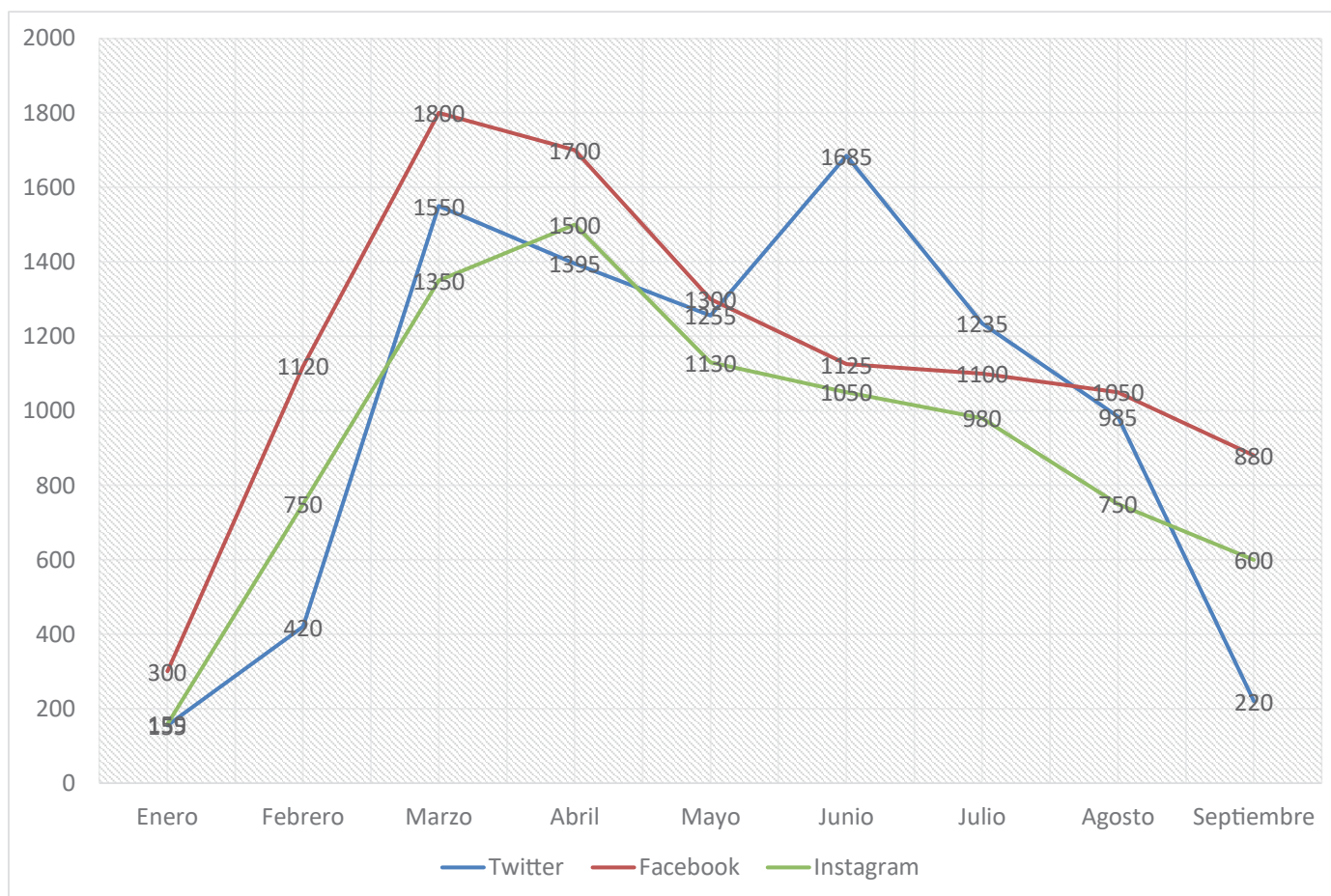
PQR x Red



Número de respuestas por mes

Enero a 22 de septiembre de 2020

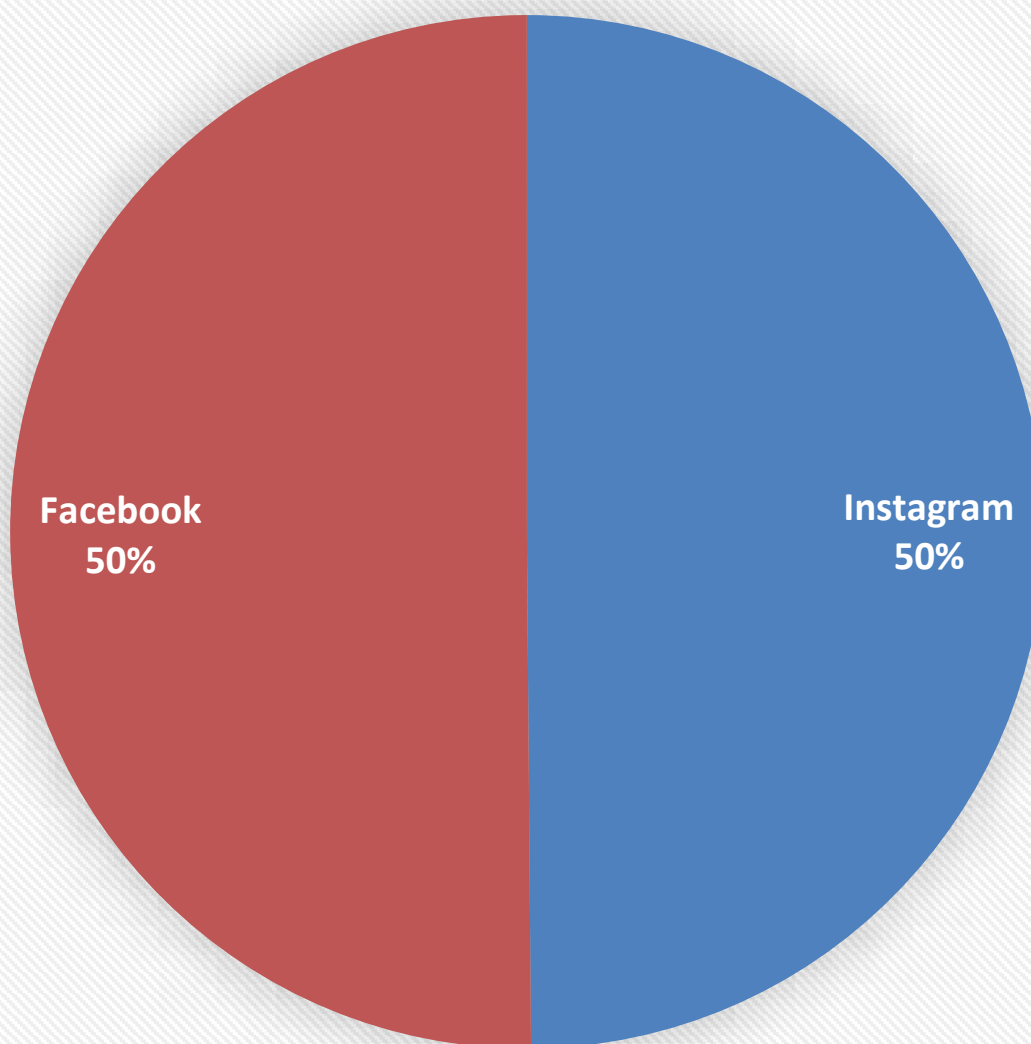
Alcaldía de Barranquilla



Estadísticas

Enero a 22 de septiembre de 2020
Jaime Pumarejo

PQR x Red



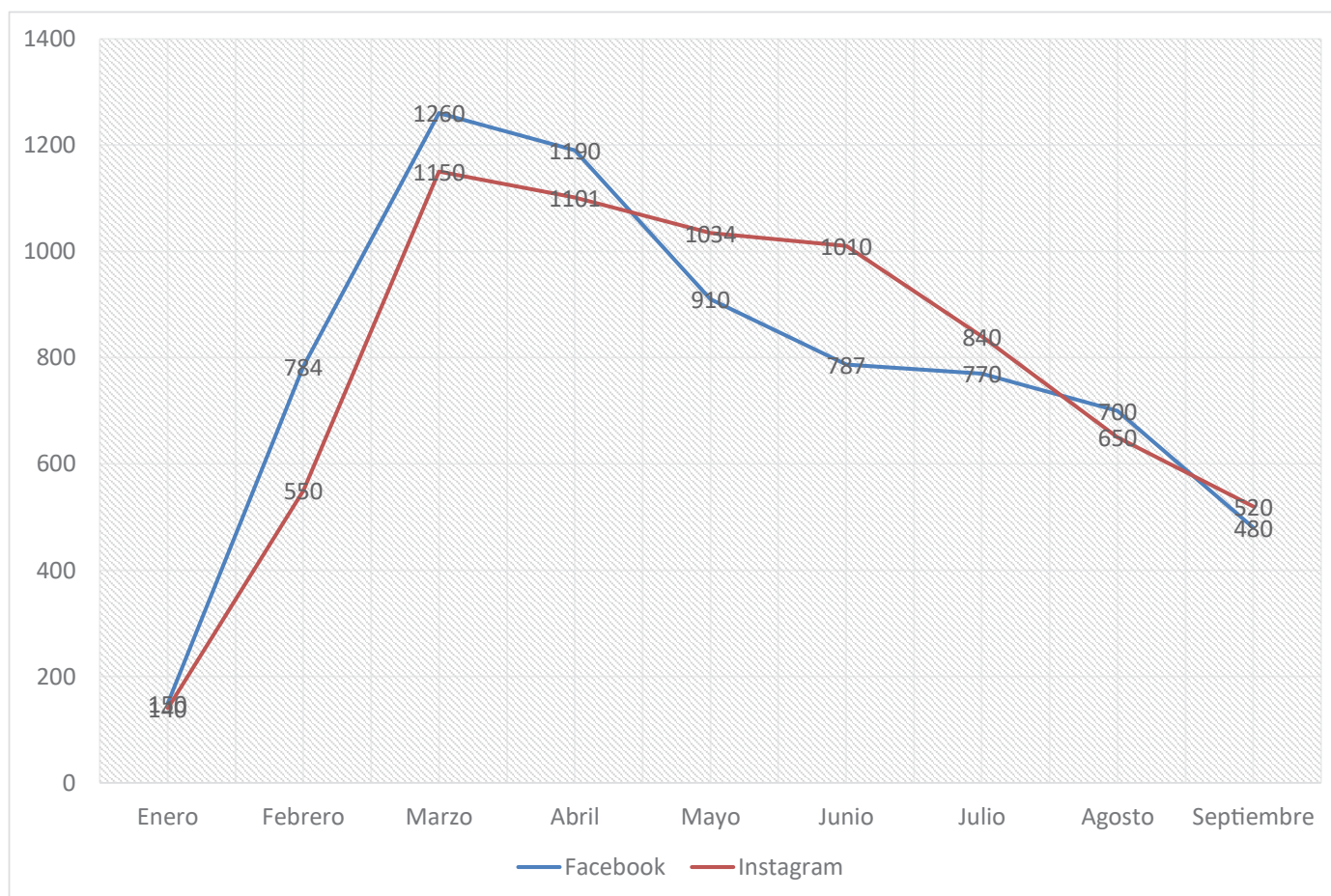
■ Instagram ■ Facebook



Número de respuestas por mes

Enero a 22 de septiembre de 2020

Jaime Pumarejo



De igual manera, en el marco de la gestión de medios digitales institucionales, habilitamos al servicio de la ciudadanía el correo de atención a noticias falsas verdadomentira@barranquilla.gov.co con los siguientes objetivos:

- Verificar información con fuentes oficiales.
- Resolver dudas de ciudadanos.
- Reportar cuentas falsas que incitaban al miedo y a la desinformación.

4.2.1.8. Creación de nuevos productos informativos digitales

A lo largo de 2020 creamos diferentes productos informativos digitales para llevar información verificada, oficial y segura a toda la ciudadanía barranquillera:

- Cursos pa' la casa.
- El PodCast.
- Barranquilla en breve.
- Uno a uno con el alcalde.
- Uno a uno con el secretario.

4.2.1.9. Creación del sitio web CORONAVIRUS

Para efectos de atender la creciente necesidad de información de la ciudadanía sobre el alcance, evolución e impacto de la emergencia sanitaria por propagación del coronavirus COVID-19, la Secretaría Distrital de Comunicaciones dispuso la creación de la sección CORONAVIRUS en la página web oficial de la Alcaldía Distrital de Barranquilla:

<https://www.barranquilla.gov.co/>

<https://www.barranquilla.gov.co/salud/coronavirus>

A través de este sitio web los barranquilleros pueden acceder en cualquier momento a información de interés y datos relevantes sobre la atención de la emergencia sanitaria en la ciudad, tales como:

- Reporte diario de casos
- Mapa por localidades
- Resultados de pruebas COVID-19
- Preguntas frecuentes



- Decretos
- Permisos
- Beneficios
- Recomendaciones

4.2.1.10. Fortalecimiento de la gestión de comunicación a través de procesos y herramientas TIC

A partir de la implementación de las nuevas posibilidades y herramientas que ofrecen en la actualidad las TIC, la Secretaría Distrital de Comunicaciones ha ejecutado a 30 de septiembre de 2020 las siguientes acciones:

- Caracterización de base de datos de contribuyentes del Impuesto Predial para el diseño de una campaña publicitaria microsegmentada para el recaudo de este tributo.
- Análisis comparativo de publicaciones en prensa y medios digitales en los últimos años, relativo a contenidos sobre el Impuesto Predial.
- Diseño de presupuesto publicitario digital para campaña de recaudo de Impuesto Predial.
- Diseño de instrumento, aplicación de encuesta y análisis de resultados del estudio de percepción de los comerciantes del centro de la ciudad, en el marco del concurso universitario LAB ciudades BID 2020 Barranquilla.
- Informes diarios de percepción de la ciudadanía sobre la gestión de la administración distrital frente a la pandemia generada por el COVID-19.
- Diseño de una estrategia de comunicación omnicanal para la Alcaldía de Barranquilla.
- Estructuración y puesta en marcha de un mecanismo de atención a los ciudadanos vía telefónica, para atender sus requerimientos e inquietudes con relación al COVID-19 en Barranquilla.
- Diseño de CRM para registro, tratamiento y análisis de información de los ciudadanos respecto a temáticas relacionadas con el COVID-19.
- Análisis y tratamiento de información recolectada por caminantes de la salud en Barranquilla.

- Se atendió a 18.454 ciudadanos sobre temáticas relacionadas con el COVID-19 en el transcurso de la pandemia.
- Disminución del tiempo de espera de los ciudadanos en las llamadas sobre COVID-19 de 5:18" a 3:18", gracias en gran medida a la adopción de un IVR para la automatización de respuestas.
- Envío de 270.627 sms y realización de 101.642 llamadas automáticas a los ciudadanos para brindarles información sobre mecanismos de prevención del COVID-19.

4.3. Grupo interno de trabajo Marca y Publicidad

La misión de este grupo interno de trabajo es diseñar, orientar y supervisar las acciones de promoción de la Alcaldía de Barranquilla como marca propia, de su gestión en cumplimiento del Plan de Desarrollo vigente, y como entidad que genera confianza entre los ciudadanos de Barranquilla.

La estrategia y política trazada por la Secretaría de Comunicaciones tiene incidencia directa sobre la construcción de concepto de imagen favorable del alcalde y de la Alcaldía.

En armonía con lo anterior, este grupo interno de trabajo desarrolla sus acciones en el siguiente contexto:

- Acompaña la política y la estrategia general de comunicaciones de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.
- Acompaña la política de Comunicaciones internas y externas de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.
- Diseña, implementa y evalúa el Plan General de Mercadeo dependiendo de los intereses y prioridades de las políticas de Gobierno.
- Conduce y refuerza el liderazgo y las relaciones interinstitucionales de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.

A 30 de septiembre de 2020, este grupo de trabajo ha priorizado las siguientes acciones:

- Creación, diseño y difusión de una campaña en medios convencionales, virtuales y alternativos, como un medio efectivo y estratégico para dar a conocer a la ciudadanía la importancia de cancelar a

tiempo los impuestos distritales, a partir del desarrollo que se ha venido generando en la ciudad. Por causa de la declaración de emergencia sanitaria, la campaña se orientó además a contarle a la ciudadanía que, además de estar al día con sus obligaciones, al pagar sus impuestos también ayudan para que la Alcaldía pueda afrontar estos difíciles momentos, dado que el Distrito obtiene por esta vía recursos fundamentales para la atención de la pandemia.

- Adopción de la nueva marca “Soy Barranquilla”; desarrollo del manual de estilo y assets que guiarán su implementación durante el cuatrienio. Apoyo permanente a todas las dependencias con diseños de piezas bajo los lineamientos del manual.
- Planificación, coordinación y ejecución de acciones para socializar y visibilizar el alcance e impacto del desarrollo de la asamblea de gobernadores del BID entre la ciudadanía, no solo para que conocieran más acerca del mismo, sino para que se apropiaran de él y fuesen anfitriones ideales, participando y generando sentido de pertenencia y orgullo por todo lo que esta gran oportunidad brindaría a la ciudad. Debido a la suspensión y posterior aplazamiento del evento del evento para 2021, se replantearon acciones por ejecutar.
- Acompañamiento en la conceptualización y ejecución de la estrategia de comunicaciones que acompañó el proceso de construcción del Plan de Desarrollo 2020-2023 y las diversas campañas institucionales alusivas al mismo.
- Realización del diseño, conceptualización y ejecución de eventos de divulgación para comunicar a la ciudadanía los avances obtenidos en la ejecución del Plan Distrital de Desarrollo 2020-2023, en aras de promover permanentemente la participación y la construcción colectiva con la comunidad.
- Disposición, ejecución y control de un sistema de monitoreo de medios.
- Operación y acompañamiento de marca en eventos propios y de otras entidades en los que fuese necesario tener presencia institucional.
- Rotación de pauta en medios de alcance local, regional, nacional e internacional, incluyendo especiales en medios como Caracol social, Blu Radio, El Tiempo, Semana Sostenible y La República, entre otros. Incluye pauta relacionada con COVID-19 y las medidas

de prevención adoptadas por el Distrito.

- Realización de actividades de BTL para reforzar los mensajes del Distrito hacia la ciudadanía. Incluye activaciones relacionadas con prevención del COVID-19.

3.2.1. Gestión de publicidad en medios externos (Medios ATL y activaciones BTL)

Con corte al 30 de septiembre de 2020, se han realizado 46 campañas institucionales, conforme a la siguiente relación:

- 1) Ideas por Barranquilla
- 2) Promoción Barranquilla sede de la Asamblea de Gobernadores del BID
- 3) Predial 10% (con ajuste de fechas por COVID-19 hasta mayo)
- 4) Soy fiesta, soy Barranquilla
- 5) Tránsito 10% de descuento sobre el impuesto de rodamiento
- 6) Soy Bilingüe
- 7) Feria VIS
- 8) Prevención de riesgos por fuertes brisas
- 9) Coronavirus / Inicio pandemia. Barranquilla no baja la guardia y Soy Solidario
- 10) Día de la Mujer
- 11) Predial solidario Descuento 10%
- 12) Covid-19 - No te vistas que no vas pa la calle
- 13) Covid-19 - Fuerza Barranquilla
- 14) Prevención de violencia contra la mujer en aislamiento
- 15) Dulce Semana Santa
- 16) Cumpleaños Barranquilla
- 17) Semana de los niños
- 18) Bienestar de primera
- 19) Predial Tercera fase Descuento 10% extendido



- 20) Covid-19 - #DependeDeTi
- 21) Mi casa, mi hogar
- 22) Día de las madres
- 23) Prevención de riesgos por temporada de Lluvias
- 24) Prevención de riesgos por temporada de huracanes
- 25) Día de la no homofobia
- 26) Impulsa un logro
- 27) Predial cuarta fase Mensaje de agradecimiento Dcto 5%
- 28) Predial Quinta fase Beneficio Contribuyente Moroso Decreto 678
- 29) Covid-19 - #DependeDeTodos
- 30) Covid-19 - Adulto Mayor
- 31) Barranquilla Abre segura
- 32) Mes del orgullo gay
- 33) Jóvenes imparables
- 34) Día del padre
- 35) Full Calor
- 36) Covid-19 – Estrategia +60
- 37) Recicla por Barranquilla
- 38) Conmemoración del día de la independencia de Colombia
- 39) Covid-19 - Estigma
- 40) Mes de la Juventud
- 41) Covid-19 - Abierto / Cerrado
- 42) Covid-19 – Línea única para temas relativos al coronavirus
- 43) Semana Andina de prevención de embarazo en adolescentes
- 44) Covid-19 - Si Me Relajo
- 45) Aquí nos Encontramos
- 46) Soy Tu Centro

A través de la unificación de la pauta y su conducto, se coordinaron y potencializaron las campañas de las distintas secretarías, para maximizar su impacto y alcance. No obstante, es menester precisar que, por causa de la pandemia, se redujo la publicidad en impresos y la realización de acciones y activaciones de tipo presencial.

Las campañas con mayores niveles de difusión fueron las relacionadas con el covid-19 y el recaudo del impuesto predial, así como los beneficios dispuestos por el Gobierno nacional a través del decreto legislativo 678 de 2020, con ocasión de la emergencia sanitaria.

3.2.2. Gestión de la presencia de marca del Distrito

Desde el grupo interno de trabajo de Marca y Publicidad se ha prestado apoyo en el aseguramiento de la efectiva presencia de marca en 126 eventos, discriminados así:

- 53 eventos presenciales (enero 1 a marzo 12 de 2020).
- 26 eventos presenciales (julio 1 – septiembre 22)
- 47 eventos virtuales (marzo 13 a septiembre 22 de 2020) – Incluidas alocuciones del alcalde y altos funcionarios.

Este número de eventos corresponde a un promedio de 0,47 diarios, durante los cuales se ha impactado a más de 75.000 personas, sólo de forma presencial. Lo anterior, sin incluir los eventos del Carnaval de Barranquilla (organizados por todos los operadores) en los cuales el impacto de la marca fue mayor, alcanzando a más de 1.000.000 de personas.

3.2.3. Gestión de la marca ciudad

Luego de avanzar en la definición de los atributos diferenciales de la imagen de la ciudad y los argumentos comunicativos para promocionarla, así como de los valores emocionales y racionales de la marca (Brand Feeling), se realizó la adopción e Implementación de la marca ciudad que ha servido de base para el diseño y ejecución de estrategias para el posicionamiento diferenciado y especializado de Barranquilla, así como de las gestiones de mercadeo, promoción y venta del destino que se apoyan en la producción y amplia difusión de contenidos y piezas de comunicación institucionales (video, medios digitales, prensa, radio e impresos) planificadas y diseñadas con el objetivo de posicionar a Barranquilla como una urbe atractiva para la inversión nacional y extranjera, competitiva y destino de



viajes, eventos y negocios, que incluyen además el branding e identidad visual institucional y los productos pop que han acompañado el ejercicio de promoción de ciudad.

De igual manera, para lograr estos objetivos se desarrollan acciones que involucran los entornos académicos; alianzas con proyectos de ciudad; visitas y envío de información a medios de comunicación, gremios y otros grupos de interés del distrito, para dar a conocer de manera más amplia la marca ciudad; la participación del Distrito en foros, ferias o eventos con potencial de atracción de inversión y negocios; actividades de activación de la marca ciudad y rotación de pauta en medios de alcance local, regional, nacional e internacional, con especiales periodísticos y/o piezas institucionales, con énfasis en las ventajas competitivas de la ciudad.

4.4. Oficina de Prensa Alcalde

Corresponde a esta Oficina de Prensa ejercer labores de comunicación propias del despacho del alcalde, en el marco de sus competencias, cumpliendo las siguientes funciones específicas:

- Articular con la Oficina de Protocolo las actividades de la agenda del alcalde que requieran el apoyo de acciones de comunicación e informar lo pertinente a la secretaría de Comunicaciones.
- Acompañar permanentemente las actividades y eventos con presencia del alcalde de Barranquilla, generando la información para los diferentes grupos de interés, que se difunde a través de la Secretaría de Comunicaciones.
- Mantener informado al alcalde sobre el contenido del material difundido por los distintos medios de comunicación, tanto en el campo de la información como en el de opinión.

A 30 de septiembre de 2020, esta dependencia ha realizado las siguientes actividades:

4.4.1. Acompañamiento a las actividades del alcalde

La Oficina de Prensa ha acompañado 273 actividades del alcalde de Barranquilla, brindando el soporte de comunicaciones requerido para la generación de información con destino a los diferentes grupos de interés,



canalizada a través del área de Comunicación Informativa de la Secretaría Distrital de Comunicaciones.

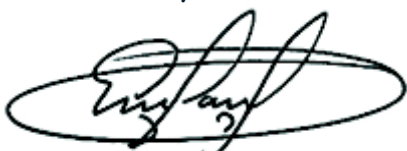
4.4.2. Gestión de contenidos audiovisuales institucionales

La Secretaría Distrital de Comunicaciones implementó dos nuevos productos audiovisuales cuya conceptualización y producción se encuentra a cargo de la Oficina de Prensa:

- **El Podcast.** Espacio informativo que aborda semanalmente temas de gran interés ciudadano con la participación de funcionarios distritales que atienden las inquietudes e interrogantes planteadas por la ciudadanía en los canales digitales de atención e interacción. A 30 de septiembre registra 14 emisiones.
- **Barranquilla en Breve.** Informativo Institucional semanal de corta duración, diseñado en un formato que permite brindarles a los barranquilleros un completo reporte de la gestión de gobierno distrital en los últimos siete días previos a cada emisión. A 30 de septiembre registra 14 emisiones.
- **Soy Barranquilla TV.** Programa de televisión institucional con periodicidad semanal, transmitido por el canal regional Telecaribe con una duración de 30 minutos. En este espacio se entrega información amplia y precisa sobre el avance de los programas y proyectos definidos en el Plan de Desarrollo vigente. A 30 de septiembre registra 9 emisiones.
- Producción de 19 videos institucionales.
- Realización de 65 transmisiones en streaming en los canales digitales institucionales.

Se suscribe el presente Informe Ejecutivo de Gestión para su radicación y presentación ante el Honorable Concejo Distrital de Barranquilla.

Cordialmente,



MIGUEL LOZANO ARIZA

Secretario Distrital de Comunicaciones.