

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Secretaría Distrital de Comunicaciones
2024-2027



ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA

Tabla de contenido

Introducción

- 1. Diagnóstico de la gestión de comunicaciones y nuevas tendencias**
- 2. Proceso de gestión de la comunicación**
- 3. Contexto estratégico de la comunicación distrital**
- 4. Objetivos**
 - 4.1 Objetivo general
 - 4.2 Objetivos específicos
- 5. Alcance del Plan**
- 6. Política de Comunicación**
 - 6.1 Compromiso con la comunicación interna
 - 6.2 Compromiso con la comunicación externa
 - 6.3 Compromiso con la comunicación audiovisual

6.4 Compromiso con la comunicación corporativa

6.5 Compromiso con la comunicación digital

7. Estrategias

7.1 Estrategia de Comunicación Interna

7.2 Estrategia de Comunicación Externa

7.3 Estrategia de Comunicación Audiovisual

7.4 Estrategia de Comunicación Corporativa

7.5 Estrategia de Comunicación Digital

8. Público objetivo

8.1 Público interno

8.2 Público externo

9. Mapa de audiencias

10. Normograma

Introducción

La comunicación es un factor clave en la gestión del gobierno local y la toma de decisiones. En este contexto, la Secretaría Distrital de Comunicaciones está comprometida con la tarea de comunicar de manera amplia, oportuna y efectiva los avances que registra el cumplimiento del Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027, 'Barranquilla a otro nivel', para que la ciudadanía esté informada y pueda participar activamente en la vida pública.

En armonía con lo anterior, el Plan Estratégico de Comunicaciones 2024-2027 tiene como objetivo principal establecer líneas estratégicas integrales y coordinadas para la gestión del proceso liderado por la Secretaría de Comunicaciones, contribuyendo a visibilizar la gestión de gobierno y fortalecer su percepción positiva, generando además un entorno de confianza y cercanía con la comunidad barranquillera.

Este plan se fundamenta en la comprensión de la comunicación como un proceso estratégico bidireccional que requiere la participación activa de la ciudadanía, los medios de comunicación y la propia institución. Por

lo tanto, se enfoca en la creación de un espacio de diálogo y participación, en el que la comunidad pueda acceder a la información, expresar sus opiniones y sugerencias, y participar en la formulación de políticas y programas.

A través de sus componentes, se busca contribuir al fortalecimiento de la imagen y la reputación de la Alcaldía de Barranquilla, mejorar la calidad y accesibilidad de la información, y aumentar la participación ciudadana en la gestión de gobierno distrital. De igual manera, está orientado a establecer alianzas y colaboraciones con otros actores de la sociedad, para lograr los objetivos y metas del Plan de Desarrollo Distrital 2024-2027.

En este instrumento de planeación se definen las estrategias, objetivos y acciones estratégicas que se implementarán hasta la vigencia 2027, para lograr los objetivos misionales de la Secretaría de Comunicaciones.

1. Diagnóstico de la gestión de comunicaciones y nuevas tendencias

La gestión de la comunicación en la Alcaldía de Barranquilla se destaca por impactar de manera positiva a las audiencias mediante la divulgación permanente de los avances y logros del gobierno local, así como de los beneficios y alcance de la oferta distrital de servicios. Durante los últimos quince años, los ciudadanos han calificado la imagen y la gestión del alcalde mayor de la ciudad en los primeros lugares de favorabilidad, de acuerdo con las encuestas de percepción ciudadana realizadas por reconocidas empresas y consultoras especializadas.

De igual manera, gracias a los avances en infraestructura que privilegian los espacios para la contemplación y el disfrute de su riqueza y diversidad natural, como el Gran Malecón, el Ecoparque Ciénaga de Mallorquín y el entorno turístico de las playas de Puerto de Mocho, aunados a las estrategias y campañas de promoción de la ciudad, Barranquilla se ha posicionado como una urbe atractiva para la inversión nacional y extranjera, y como creciente destino de interés para el turismo cultural, gastronómico, de eventos, negocios y más recientemente de naturaleza.

El carácter de los mensajes transmitidos a sus públicos externos e internos es directo y sencillo, con un fuerte énfasis en la utilización de las redes sociales y plataformas digitales, en consideración a las ventajas que representa la inmediatez de su difusión en tiempo real, sin descuidar la utilidad y alcance de otros medios convencionales y alternativos.

Con la finalidad de mantener y afianzar la línea estratégica de comunicar con efectividad para generar confianza, cercanía e interlocución con los grupos de interés, en armonía con los propósitos misionales y los compromisos institucionales consignados en el Plan de Desarrollo 2024-2027, es necesario considerar las tendencias de comunicaciones analizadas y evaluadas por expertos e instituciones gubernamentales que documentan el desarrollo de experiencias exitosas.

En la actualidad, la manera en que la gente consume noticias, información y contenidos ha experimentado una transformación significativa. Investigaciones recientes confirman el aumento constante

del uso de redes sociales a nivel mundial y local, lo que refleja el creciente interés de la juventud por diversas plataformas digitales. Además, la brevedad de los mensajes ha vuelto a ser una característica dominante en la comunicación en línea, mientras que el video se ha convertido en una fuente principal de noticias y los chats han emergido como una plataforma conversacional para contacto directo.

En este contexto, los *influencers* y creadores de contenido han surgido como los nuevos 'líderes de opinión' en las comunidades digitales. Su capacidad para generar contenido atractivo y relevante les ha convertido en una fuente valiosa de información y entretenimiento para millones de personas. Al colaborar con ellos, las instituciones públicas como la Alcaldía de Barranquilla pueden alcanzar efectos sinérgicos en proyectos en los que considere que pueden ser un medio eficaz. Sin embargo, es importante apelar a las voces expertas en aquellos asuntos en que la Alcaldía requiera pronunciarse y fijar una postura oficial, para asegurar que la información se transmita de manera precisa y confiable.

La escucha social es asumida como un factor clave para identificar conductas, percepciones y climas de opinión, con la finalidad de tomar decisiones basadas en datos, diseñar productos y campañas que sean empáticas y bien recibidas por las audiencias objetivo, logrando conectar con sus emociones y necesidades, apelando al lenguaje propio de los grupos de interés.

En cuanto a los contenidos, se enfatiza la importancia de adoptar un enfoque sencillo, claro y adaptable para comunicarse de manera efectiva con públicos diversos. Este enfoque debe ser inclusivo, considerando las necesidades y características de cada grupo, y debe ser planificado con

base en la segmentación de usuarios. Los diseños deben ser ajustados a la cosmovisión de la audiencia y difundidos a través de las cuentas institucionales, así como de mensajes directos entregados en encuentros presenciales e intencionales.

La comunicación debe ser flexible y adaptarse a diferentes canales y formatos para llegar a la audiencia objetivo. Esto implica utilizar los medios periodísticos internacionales, nacionales y regionales, tanto convencionales como digitales, para llegar a una audiencia más amplia. Además, se deben utilizar los canales de contacto directo con el ciudadano con ayuda de las TIC, para responder a las necesidades y preguntas de la audiencia. El posicionamiento de la marca también es fundamental para conectar con las personas, y se debe lograr a través de estrategias de *marketing* que permitan innovar constantemente y mejorar la comunicación.

La Secretaría de Comunicaciones reconoce la importancia de diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales efectivas que propicien experiencias significativas y llamados a la acción, fortaleciendo de esta manera la marca y consolidando una reputación estable, a través del mantenimiento de una imagen positiva y coherente en el tiempo.

La transparencia y el acceso a la información pública son fundamentales para crear una relación de confianza entre la Administración y la ciudadanía. En este contexto, todos los canales de comunicación institucional -incluyendo la sede electrónica- deben ser herramientas eficaces para proporcionar información clara y oportuna sobre los servicios y programas de la Administración, así como sobre los resultados y avances de la gestión distrital.

2. Proceso de gestión de la comunicación

La comunicación es un proceso estratégico fundamental en la Alcaldía Distrital de Barranquilla, debido a que desempeña un papel clave en el direccionamiento institucional. La gestión de este proceso se encuentra a cargo de la Secretaría de Comunicaciones junto con la Secretaría Privada y la Oficina de Protocolo y Relaciones Públicas. Como líder del proceso, la Secretaría de Comunicaciones opera en el marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, específicamente en la dimensión de Información y Comunicación, a partir de una planificación integral que permite adaptar las acciones según los cambios del entorno y coordinar esfuerzos con las diferentes dependencias y entidades distritales.

Esta función estratégica es fundamental para la implementación de los Sistemas de Gestión de la entidad, el cumplimiento de los requisitos normativos, la medición de la percepción ciudadana y la mejora continua. En esta perspectiva, la gestión de la comunicación fortalece la capacidad de la entidad para transmitir información y mensajes claros, precisos y coherentes a sus diversos públicos, incluyendo a la ciudadanía, los funcionarios, los aliados y grupos de interés.

Secretaría Distrital de Comunicaciones



La Secretaría Distrital de Comunicaciones es la dependencia responsable de definir, implementar y evaluar la política pública y estrategias de comunicaciones del Distrito de Barranquilla, ajustándose a los principios de participación, transparencia y publicidad para generar confianza y fomentar la interlocución con los grupos de interés, en armonía con los propósitos misionales y los compromisos institucionales definidos en el Plan de Desarrollo 2024-2027, 'Barranquilla a otro nivel'.

También es competencia de la secretaría dirigir estrategias y/o herramientas que permitan una comunicación bidireccional con los clientes internos, con el objetivo de mejorar los procesos y fomentar una cultura organizacional y el empoderamiento de los colaboradores en relación con los propósitos y objetivos misionales.

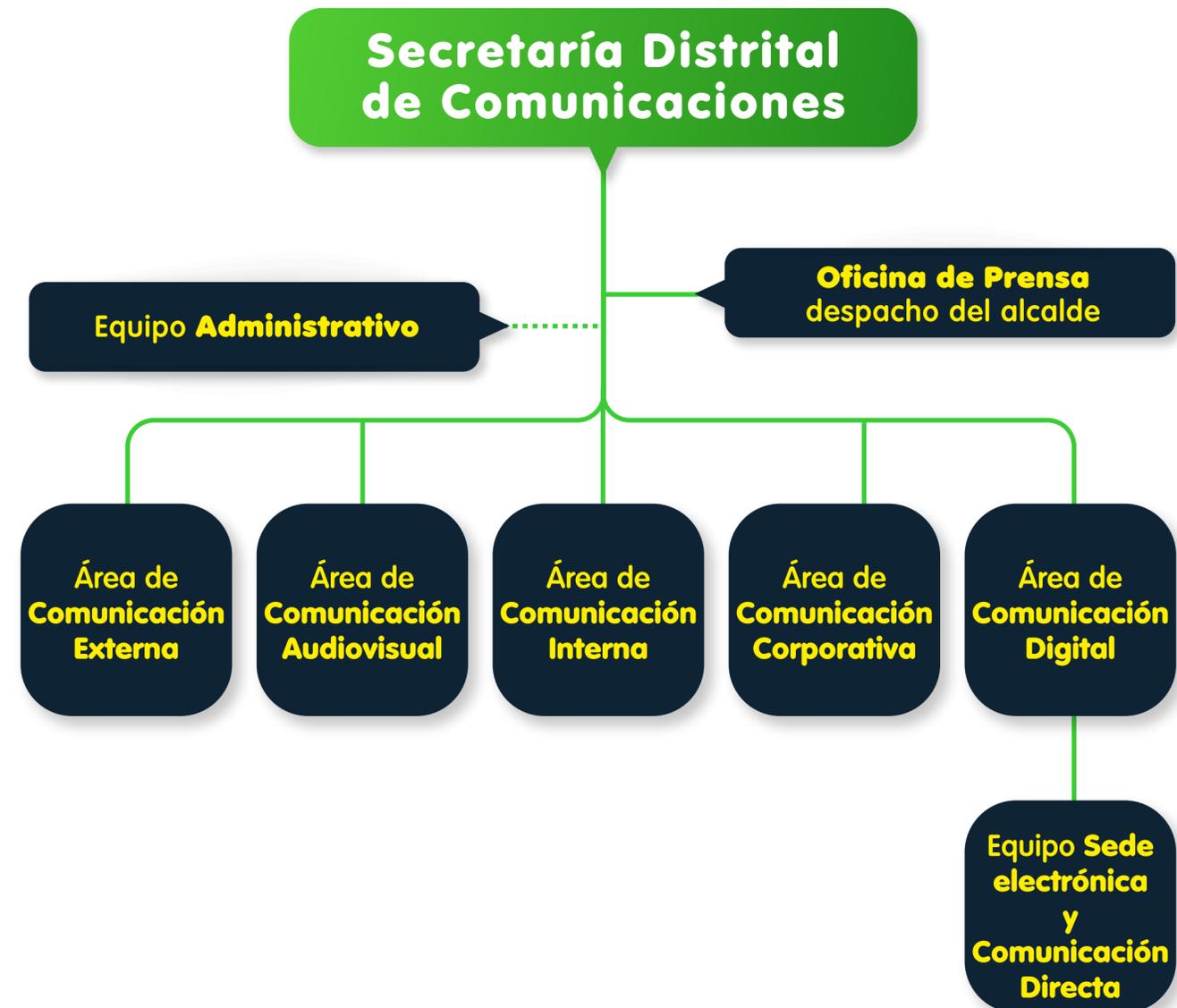
Finalmente, tiene como función primaria dirigir la generación y publicación de contenidos informativos institucionales de interés para los diversos públicos externos, a través de los medios adecuados, como la sede electrónica, redes sociales y plataformas digitales, publicaciones impresas, medios masivos y otros canales de comunicación.

Estructura interna

En el marco de su competencia funcional y según lo establecido en el Decreto Acordal 0801 de 2020, la Secretaría Distrital de Comunicaciones tiene a su cargo la Oficina de Prensa del Despacho del Alcalde, que se encuentra bajo su autoridad y responsabilidad.

Para cumplir con los indicadores y metas establecidos en el Plan de Desarrollo 2024 – 2027 ‘Barranquilla a otro nivel’, la secretaría se organiza en las áreas de trabajo que se describen a continuación:

Figura 1
Estructura Funcional de la Secretaría de Comunicaciones





• **Oficina de Prensa:**

Ejerce labores de comunicación propias del despacho del alcalde, acompañando de manera permanente las actividades y eventos con presencia del mandatario. Adicionalmente, mantiene al alcalde informado sobre los contenidos difundidos por los distintos medios de comunicación y establece relaciones cercanas con los clientes y partes interesadas de la entidad, promoviendo la comunicación efectiva y la colaboración.



• **Equipo Administrativo:**

Acompaña la gestión de la información y la planificación de los procesos internos, proporcionando apoyo técnico y administrativo, fomentando la colaboración y la coordinación entre las diferentes áreas de trabajo, y aportando insumos para la toma de decisiones. Adicionalmente, gestiona la atención de las PQRSD a cargo de la Secretaría Distrital de Comunicaciones, el diseño, publicación periódica, archivo digital y certificación de la Gaceta Distrital, y apoya el seguimiento a los planes de acción anuales de la dependencia.



• **Área de Comunicación Externa:**

Asume el diseño y ejecución de estrategias de comunicación efectivas para promover la imagen y la reputación de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, fomentar la rendición de cuentas y destacar sus fortalezas y logros, a través de un flujo permanente de contenidos informativos hacia el público externo. Para lograr estos objetivos, realiza la planeación de los contenidos informativos y coordina la difusión de los hechos noticiosos con los enlaces de comunicación de las dependencias y entes descentralizados distritales. Adicionalmente, realiza un monitoreo constante de la cobertura mediática y sigue de cerca la percepción pública sobre la entidad, con el fin de ajustar y mejorar las estrategias de comunicación en función de los resultados obtenidos.



• **Área de Comunicación Audiovisual:**

Proporciona soporte a la comunicación institucional gestionada por la Secretaría Distrital de Comunicaciones, a través de la producción de contenido audiovisual de alta calidad que refleje la imagen y la misión del Distrito de Barranquilla, asegurando el registro y seguimiento de los avances de la gestión distrital, las actividades destacadas de la agenda de ciudad, la creación de contenidos audiovisuales para medios externos, internos, sede electrónica, plataformas digitales y para promoción de ciudad.



• **Área de Comunicación Corporativa:**

Asesora a las dependencias distritales en el cumplimiento de la imagen corporativa institucional de conformidad con los lineamientos impartidos por la Administración a través del Manual de Identidad Visual, y acompaña la gestión para la correcta presencia de marca de la Alcaldía Distrital de Barranquilla en los diferentes escenarios y espacios donde el alcalde y sus secretarios de despacho realicen presencia institucional. Adicionalmente, participa en el diseño y ejecución de las campañas, estrategias y acciones de comunicación orientadas a promover la imagen y reputación de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, la oferta distrital de servicios y el posicionamiento de Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión nacional y extranjera.



• **Área de Comunicación Interna:**

Participa en el diseño, implementación y evaluación de las estrategias, acciones y herramientas de comunicación que permiten establecer una interacción de doble vía con los clientes internos en armonía con el Plan de Desarrollo 2024-2027, integrar a los servidores públicos para mantenerlos informados y alineados con los objetivos institucionales, y establecer canales de comunicación con las dependencias distritales para atender sus necesidades en materia de divulgación y comunicación.



- **Área de Comunicación Digital:** Es la encargada de diseñar, implementar y gestionar las estrategias de comunicación digital institucional, con el fin de aumentar la visibilidad y la participación ciudadana en las redes sociales y en la sede electrónica de la Alcaldía Distrital de Barranquilla. Desarrolla la creación y publicación de contenidos relevantes y atractivos, así como la gestión permanente de las cuentas de redes sociales institucionales, con el objetivo de construir una imagen coherente y positiva de la Alcaldía Distrital de Barranquilla. De igual manera, esta área trabaja en estrecha colaboración con todas las dependencias y entidades descentralizadas del Distrito de Barranquilla, para garantizar la coherencia y la eficacia de las estrategias de comunicación digital institucional.
 - **Equipo de Sede Electrónica y Comunicación Directa:** Gestiona las estrategias, procesos, tareas y metodologías necesarias para optimizar los contenidos de la plataforma web con sujeción a la normatividad vigente en materia de accesibilidad y transparencia. Se encarga de coordinar y supervisar la actualización permanente de los contenidos informativos de la sede electrónica de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, así como de los microsítios a cargo de las diferentes dependencias distritales. Adicionalmente, participa en la implementación y desarrollo de estrategias institucionales de comunicación directa en diversas plataformas digitales.

3. Contexto estratégico de la comunicación distrital

El Acuerdo Distrital No. 006 del 24 de mayo de 2024, “por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Territorial Barranquilla a otro Nivel 2024-2027”, incorpora en su artículo 23.1.1. el proyecto Implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones Institucionales, precisando que este instrumento de planeación marcará “el inicio de una hoja de ruta integral que definirá las estrategias y acciones que se llevarán a cabo durante el cuatrienio, proyectando el horizonte y alcance de las actividades, metas e indicadores definidos en los planes de acción anuales”.

El Plan de Desarrollo 2024-2027 destaca que el Plan Estratégico de Comunicaciones Institucionales no solo establecerá una guía detallada para la ejecución de tareas, sino que también asegurará una alineación precisa de los objetivos estratégicos con la misión de la entidad. De esta manera, a través de la programación de actividades y la definición clara de responsabilidades a cargo de los equipos de trabajo de la Secretaría Distrital de Comunicaciones, se garantizará una gestión eficiente y orientada hacia metas específicas.

Al establecer un Plan Estratégico con un horizonte de cuatro años, la Secretaría de Comunicaciones dispondrá de una herramienta fundamental para cumplir con los indicadores del proceso que lidera, establecidos en el Plan de Desarrollo Distrital, implementando un modelo de comunicación eficaz y efectivo para impactar a los diversos públicos y grupos de interés de la Alcaldía de Barranquilla.

De igual manera, la implementación de este plan permitirá realizar un seguimiento anual detallado de las metas, actividades e indicadores de gestión, posibilitando ajustes estratégicos necesarios para la adaptación dinámica a cambios y desafíos en el entorno institucional y comunicativo.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Definir estrategias de comunicación efectiva para generar confianza y fomentar la interlocución y transparencia con los grupos de interés, externos e internos de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, en armonía con los propósitos misionales y los objetivos trazados en el Plan de Desarrollo 2024-2027 'Barranquilla a otro nivel', para fortalecer la visibilidad de la gestión y la imagen institucional de la Alcaldía.

4.2 Objetivo Específicos

- Formular estrategias efectivas de comunicación externa para mejorar la visibilidad de la gestión del gobierno local, promover la participación ciudadana, la transparencia, acompañar los procesos de rendición de cuentas, generar confianza y fomentar la interlocución con los diversos públicos y grupos de interés del Distrito de Barranquilla.
- Definir estrategias de comunicación que reflejen la visión, misión y valores de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, orientadas al fortalecimiento de los procesos institucionales, al fomento de la cultura organizacional y el empoderamiento de los colaboradores.
- Formular estrategias y acciones de mercadeo institucional, gestión y presencia de marca, orientadas a difundir ampliamente la oferta distrital de servicios, visibilizar la gestión, fortalecer la imagen institucional, posicionar a Barranquilla como ciudad destino atractiva para la inversión, y mejorar la percepción pública de la Alcaldía de Barranquilla.
- Definir estrategias de comunicación basadas en el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación, orientadas a la creación permanente de contenidos de calidad para las redes sociales, la sede electrónica y demás canales digitales institucionales, para visibilizar la gestión de gobierno distrital, promover la transparencia, la participación ciudadana, la rendición de cuentas y la resolución oportuna de consultas.
- Aportar los insumos misionales y estratégicos para la definición y ejecución de planes de acción anualizados, con indicadores de desempeño y metas claras que permitan medir el éxito de las estrategias de comunicación.

5. Alcance del Plan

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2024-2027 es la hoja de ruta que orientará la construcción, ejecución y evaluación de la política y las estrategias de comunicación interna y externa del Distrito de Barranquilla, en el contexto de los planes de acción anuales implementados por la Secretaría de Comunicaciones, con el propósito de generar confianza e interlocución con los diversos públicos y grupos de interés, en armonía con los propósitos misionales y los compromisos institucionales definidos en el Plan de Desarrollo vigente.

Este plan estará sujeto a las revisiones y/o modificaciones que se requieran, a partir de eventuales cambios en la estructura orgánica y funcional de la entidad.

6. Política de Comunicación

El propósito de la Política de Comunicación de la Alcaldía Distrital de Barranquilla es garantizar la efectividad, transparencia y accesibilidad de las comunicaciones internas y externas para mantener una interacción cercana con las partes interesadas, promover la participación ciudadana, acompañar el proceso de rendición de cuentas y fortalecer la confianza en la gestión del gobierno local.

Esta política aplica para todos los servidores de la Alcaldía de Barranquilla y sus entidades descentralizadas.

Para cumplir los lineamientos institucionales de esta política, se establecen los siguientes compromisos:



6.1 Compromiso con la comunicación interna

Fomentar hacia el interior de la entidad una comunicación cercana, transparente y respetuosa, basada en los valores institucionales y alineada con su misión, para promover el sentido de pertenencia y compromiso entre todos los colaboradores, así como el cumplimiento de los objetivos, planes, estrategias y proyectos de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.



6.2 Compromiso con la comunicación externa

Diseñar y ejecutar estrategias y acciones de comunicación informativa eficaces, que permitan visibilizar de manera clara y oportuna los avances y logros de la gestión distrital en el contexto del plan de desarrollo. Para lograrlo, implementará canales y mecanismos adecuados que aseguren la difusión continua de información actualizada, accesible y comprensible para la ciudadanía, fomentando la transparencia, la rendición de cuentas permanente y la participación ciudadana.



6.3 Compromiso con la comunicación audiovisual

Gestionar los procesos creativos y logísticos necesarios para la producción de los contenidos y piezas audiovisuales requeridos por la Alcaldía Distrital de Barranquilla, garantizando su calidad técnica, accesibilidad, criterios de inclusión alineados con la identidad institucional, así como el cumplimiento de la normatividad aplicable en materia de derechos de autor, protección de datos y uso de imágenes de terceros.



6.4 Compromiso con la comunicación corporativa

Asesorar, gestionar y acompañar las estrategias de comunicación corporativa, mercadeo y publicidad que brindan soporte al desarrollo de las campañas institucionales de promoción, divulgación e información de la oferta de servicios, programas y proyectos de la Administración distrital, de posicionamiento y promoción de Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión; así como las acciones orientadas a garantizar la correcta presencia de marca y el cumplimiento de la imagen institucional.



6.5 Compromiso con la comunicación digital

Diseñar, ejecutar y acompañar las estrategias y acciones basadas en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, para visibilizar a través de las redes sociales, sede electrónica y las diversas plataformas digitales institucionales, los avances y logros de la gestión distrital en el contexto del plan de desarrollo; promoviendo la transparencia, la rendición de cuentas permanente, la participación ciudadana y una comunicación cercana y confiable.

7. Estrategias

7.1 Estrategia de Comunicación Interna

Fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los colaboradores con la Alcaldía Distrital de Barranquilla para lograr la coherencia institucional y promover una comunicación cercana y efectiva, a través de la implementación de mecanismos de sensibilización y participación que permitan a todos los colaboradores sentirse parte activa del funcionamiento de la entidad territorial, independientemente de su nivel o tipo de contratación.

Objetivos

- Difundir información institucional precisa, clara y oportuna que brinde a los colaboradores de la Alcaldía de Barranquilla la confianza y el conocimiento necesario para desempeñar cabalmente su papel como servidores públicos.
- Administrar y gestionar diferentes canales de información innovadores, que incluyan formatos y productos atractivos que promuevan la interacción y conversación permanente con los grupos de interés internos.

Acciones

- a. Gestionar la planificación, conceptualización, elaboración y difusión de contenidos informativos que fomenten una comunicación bidireccional con los colaboradores, a través de productos alineados con la visión, misión, objetivos y estrategias discursivas de la Administración distrital, que les permitan mantenerse informados sobre la gestión realizada por la Alcaldía.
- b. Apoyar y asesorar a las diferentes dependencias en la creación de campañas y activaciones internas, brindándoles orientación en la elaboración de conceptos, mensajes, productos y su publicación en los distintos canales internos de comunicación.
- c. Garantizar la socialización y difusión permanente de información institucional de interés relativa a los manuales, guías y formatos oficiales de la Alcaldía para efectos de su cabal cumplimiento, a la gestión administrativa e implementación de los sistemas de gestión.
- d. Fomentar la identidad corporativa, el sentido de pertenencia, la cercanía y la confianza de los colaboradores, a través de la implementación de acciones de comunicación y colaboración que promueven la participación activa y la responsabilidad compartida, consolidando una visión conjunta de los propósitos y objetivos de la Administración distrital.

7.2 Estrategia de Comunicación Externa

Garantizar la amplia divulgación de contenidos informativos de interés para los diferentes públicos de la Alcaldía de Barranquilla, enfocados en la ejecución y avances del plan de desarrollo, así como en los resultados y logros de la gestión del gobierno distrital, a través de su difusión y publicación en los medios de comunicación masiva, con el propósito de fomentar la confianza ciudadana, promover la transparencia, rendición de cuentas y fortalecer la imagen institucional.

Objetivos

- Incrementar la cobertura y visibilidad mediática de la Alcaldía Distrital de Barranquilla a través de la difusión permanente de contenidos institucionales y noticias relevantes sobre la ejecución del plan de desarrollo y los resultados de la gestión de gobierno distrital.
- Contribuir al mejoramiento de la percepción pública sobre la Alcaldía de Barranquilla y su gestión de gobierno, la confianza ciudadana, la percepción de transparencia y la rendición de cuentas, a través de la publicación de información relevante, precisa y oportuna en los canales oficiales de comunicación del ente territorial.
- Gestionar a través de la Oficina de Prensa las labores de comunicación propias del Despacho del Alcalde.

Acciones

- a. Gestionar la planificación, conceptualización, elaboración y difusión de contenidos informativos multiformato para los medios de comunicación masiva, con fundamento en el portafolio de servicios distritales, los avances de los programas y proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo, así como en la agenda del despacho del alcalde y el calendario de actividades programadas por las diferentes dependencias y entidades distritales.
- b. Establecer canales de interacción con las diferentes dependencias y entidades distritales para identificar sus necesidades en materia de comunicación, y asesorarlas en el manejo efectivo de la información destinada a los medios de comunicación masiva.
- c. Implementar mecanismos de monitoreo de medios que permitan establecer indicadores de percepción, alcance e impacto de la comunicación informativa generada por la Administración distrital.
- d. Mantener un relacionamiento sólido, constructivo y estratégico con los medios de comunicación y periodistas, a través de la atención oportuna de sus consultas y requerimientos de información.

7.3 Estrategia de Comunicación Audiovisual

Producir contenidos visuales y sonoros que comuniquen de manera efectiva los logros del gobierno distrital y los avances que registra la ejecución de los programas y proyectos contemplados en el plan de desarrollo, con el propósito de generar un impacto positivo en los diversos públicos objetivo, apelando a las emociones, captando la atención de los medios de comunicación y estableciendo una conexión auténtica con la audiencia para cumplir los objetivos misionales.

Objetivos

- Garantizar la disponibilidad permanente de contenidos audiovisuales que faciliten la transmisión de información relevante para los diversos públicos, destacando los avances y la ejecución de los programas y proyectos de la Alcaldía de Barranquilla, los cuales serán difundidos a través de los canales y medios institucionales.

Acciones

- a. Conceptualizar, planificar y producir contenidos audiovisuales de alta calidad, como videos y fotografías, que reflejen información relevante y atractiva sobre los avances de los proyectos y programas institucionales, así como sobre la agenda del gobierno local y las actividades realizadas por las dependencias y entidades descentralizadas de la Alcaldía de Barranquilla.
- b. Garantizar el uso adecuado de la imagen institucional en los contenidos y piezas audiovisuales, con la finalidad de mantener y reforzar la identidad visual de la Alcaldía.

7.4 Estrategia de Comunicación Corporativa

Gestionar la ejecución de campañas institucionales de promoción, divulgación e información relativas a los programas y proyectos de la Administración distrital, para fortalecer el reconocimiento, reputación y percepción positiva de la gestión, contribuyendo al posicionamiento y promoción de Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión.

Objetivos

- Gestionar y acompañar el diseño y ejecución de campañas institucionales orientadas a visibilizar la gestión del gobierno distrital, consolidar su reputación y la percepción ciudadana positiva, mediante la amplia divulgación de contenidos e información sobre la oferta distrital de servicios y los avances registrados por los programas y proyectos contemplados en el plan de desarrollo.
- Contribuir al posicionamiento de Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión, a través de campañas de promoción del territorio y apropiación ciudadana.
- Asesorar la correcta presencia de marca de la Alcaldía Distrital de Barranquilla y el cumplimiento de la imagen corporativa reglamentada en el Manual de Identidad Visual de la entidad.

Acciones

- a. Asesorar y acompañar la conceptualización, planificación y desarrollo de procesos creativos, la gestión publicitaria y de mercadeo, así como las demás acciones de comunicación que sustentan la ejecución de las campañas institucionales de promoción, divulgación e información de los programas y proyectos contemplados en el plan de desarrollo.
- b. Apoyar y asesorar a las diferentes dependencias y entidades distritales en materia de presencia de marca y cumplimiento de la imagen corporativa institucional, de conformidad con el Manual de Identidad Visual y los lineamientos impartidos por la Administración, garantizando unidad de criterio en su aplicación en todas las piezas, contenidos y acciones de comunicación.

7.5 Estrategia de Comunicación Digital

Gestionar la divulgación de contenidos informativos de interés para los diferentes públicos de la Alcaldía de Barranquilla, enfocados en la ejecución y avances del plan de desarrollo, así como en los resultados y logros de la gestión del gobierno distrital, en la sede electrónica y diversas plataformas digitales, mediante una comunicación dinámica, innovadora y relevante con formatos variables.

Objetivos

- Incrementar la visibilidad y accesibilidad de la información relacionada con la ejecución y avances del plan de desarrollo, y los resultados de la gestión del gobierno distrital, a través de la optimización de contenidos y actualización permanente de la sede electrónica y las plataformas digitales de la Alcaldía de Barranquilla.
- Contribuir al mejoramiento de la percepción pública sobre la Alcaldía Distrital de Barranquilla y su gestión de gobierno, de la confianza ciudadana, la percepción de transparencia y la rendición de cuentas, a través del aprovechamiento de las ventajas ofrecidas por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para generar una comunicación cercana y fomentar la participación ciudadana.

Acciones

- a. Promover la innovación en las estrategias digitales orientadas a mejorar el alcance, la visibilidad y efectividad de las comunicaciones distritales.
- b. Gestionar la creación permanente de contenidos digitales para comunicar de manera transparente, eficaz y oportuna la gestión de gobierno distrital, las campañas institucionales y los avances de los programas, proyectos e iniciativas del Distrito, verificando la correcta implementación de las directrices internas y las estrategias digitales previamente definidas.
- c. Implementar mecanismos de monitoreo y análisis de las conversaciones digitales que permitan identificar necesidades, tendencias, preguntas frecuentes de la comunidad y posibles crisis, para gestionar respuestas oportunas y adecuadas por parte de la Administración distrital, fortaleciendo la interacción con sus públicos objetivos y optimizando la atención de las demandas y requerimientos de los ciudadanos en línea.
- d. Establecer canales de interacción con las diferentes dependencias y entidades distritales para coordinar, alinear y actualizar las estrategias de comunicación digital conforme a las actividades programadas, e implementar iniciativas de capacitación y empoderamiento dirigidas al equipo digital y enlaces de comunicación.
- e. Mantener un relacionamiento sólido, constructivo y estratégico con los medios de comunicación, influencers, clientes corporativos y grupos de interés, a través de colaboraciones, alianzas y la atención oportuna de sus consultas y requerimientos de información.
- f. Fomentar la Transparencia y Acceso a la Información Pública de la sede electrónica de la Alcaldía de Barranquilla.

8. Público objetivo



Barranquilla cuenta con una población de **1.334.509 habitantes**

Distribuida de la siguiente manera:



51,9% son mujeres



48,1% son hombres



El **44%** de la población es adulta entre **(27-59 años)**



El **20%** es infancia y adolescencia entre **(6-18 años)**



El **16%** lo ocupa la vejez **(60 + años)**



El **13%** lo ocupa la juventud entre **(19 - 26 años)**



El **8%** lo ocupa la primera infancia entre **(0 - 5 años)**



El **5,3%** de la población es étnica



Se identificaron concentraciones poblacionales coincidentes en las localidades Suroccidente, Suroriente y Metropolitana, donde confluyen personas con dificultad para realizar alguna actividad y adultos mayores. Hay mayor densidad de personas con esta condición en Suroccidente y Metropolitana, mientras que en Suroriente se observa una alta concentración de personas afrocolombianas.



Las cifras mencionadas se refieren al Diagnóstico Poblacional y Estructura Demográfica del Plan de Desarrollo 2024-2027, 'Barranquilla a otro nivel', que se basa en información estadística del DANE y proyecciones y retroproyecciones de población municipal para el periodo 1985-2019 y 2020- 2035, con base en los datos del Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018.



El diseño de las estrategias de comunicación debe estar dirigido a toda la población, pero con enfoque diferencial en estos segmentos sociodemográficos, de manera armoniosa con el alcance e impacto de los proyectos emblemáticos del Plan de Desarrollo. Esto permitirá abordar las necesidades específicas de cada grupo, y aportar desde el proceso de comunicaciones a la construcción de un futuro más inclusivo y equitativo para todos los barranquilleros.

8.1 Público interno

Se considera como público interno a los funcionarios de la alta dirección, servidores públicos (funcionarios de planta, por provisionalidad, libre nombramiento y remoción),

contratistas de prestación de servicios, cooperativas prestadoras de servicios, sindicatos, proveedores, acreedores, entidades descentralizadas.

8.2 Público externo

Como público externo destacamos la comunidad residente en las cinco localidades de la ciudad, instituciones y entidades estatales con injerencia en la gestión de gobierno distrital (Presidencia de la República, ministerios, Congreso de la República, Asamblea del Atlántico, Gobernación del Atlántico, Concejo de Barranquilla, alcaldías municipales del área metropolitana), instituciones eclesiásticas y religiosas (Arquidiócesis, grupos religiosos), autoridades militares y de policía (Ejército Nacional, Armada Nacional, Policía Nacional, Fuerza Aérea), entidades de Control (Contraloría, Procuraduría, Personería), sector educativo y cultural (instituciones educativas oficiales y privadas, instituciones técnicas, tecnológicas y universitarias, asociaciones de

padres, núcleos educativos, gobierno escolar, bibliotecas, centros de documentación, casas de cultura, Consejo Distrital de Cultura), sector empresarial (Cámara de Comercio, asociaciones de empresarios, asociaciones de comerciantes, comerciantes en general, agremiaciones, inversionistas), organizaciones de base social (juntas de acción comunal, organizaciones comunitarias y barriales, madres comunitarias, organizaciones no gubernamentales, fundaciones sociales, comunitarias, emprendimientos, grupos de tercera edad, veedurías, agremiaciones, comités barriales, Consejo Distrital de Juventud, Consejo Territorial de Planeación, Mesa Distrital de Víctimas, turistas), medios de comunicación y organizaciones internacionales, entre otros.

9. Mapa de audiencias

De acuerdo con los productos que se diseñan desde las áreas de comunicación externa e interna, se clasifican los públicos como se observan en la siguiente tabla:

Tabla 1
Mapa de Audiencias

Área	Productos	Frecuencia	Públicos
Comunicación Externa	Boletines de prensa	Diario/según la necesidad	Medios de comunicación
	Noticia en breve	Según la necesidad	Medios de comunicación
	Redes sociales (X, Instagram, Facebook).	Diario	* Medios de comunicación Ciudadanía Líderes de opinión de comunidades
	Sede electrónica	Diario	Todas las audiencias
	Videos institucionales	Según la necesidad	* Ciudadanía * Empresas del sector
	Programa institucional	Semanal	Ciudadanía
	Mensajes de texto	Semanal	Ciudadanía
	Elementos de presencia de marca	Según la necesidad	Ciudadanía

	Productos	Frecuencia	Públicos
	Planes de medios	Según la necesidad	Medios de comunicación de alcance local, regional, nacional, según el plan de medios establecido
	Campañas externas y piezas publicitarias	Según la necesidad	Ciudadanía
Comunicación Interna	Boletín informativo	Quincenal	* Funcionarios * Proveedores * Familiares de funcionarios Contratistas * Entidades descentralizadas
	Micronoticiero	Semanal	
	Personaje destacado	Quincenal	
	Aquí te lo explico	Según la necesidad	
	Campañas internas	Según la necesidad	
	Activaciones internas	Según la necesidad	
	Apartado en la sede electrónica	Quincenal/ Según la necesidad	
	Gaceta Distrital	Según la necesidad	
	Manuales y guías	Según la necesidad	
	Piezas informativas	Según la necesidad	
	Toque institucional	Semanal	

10. Normograma

La normatividad más destacada sobre la gestión de la comunicación, se incluye en la siguiente tabla:

Tabla 2

Normograma Asociado a la Gestión de la Comunicación

Nombre del Proceso: Gestión de la Comunicación			
Jerarquía de la Norma	Título de la Norma y Fecha	Descripción	Artículo(s)
Ley	057 de 1985	La Nación, los departamentos y los municipios incluirán en sus respectivos Diarios, Gacetas, o Boletines Oficiales todos los actos gubernamentales y administrativos que la opinión deba conocer para informarse sobre el manejo de los asuntos públicos y para ejercer eficaz control sobre la conducta de las autoridades, y los demás que según la ley deban publicarse para que produzcan efectos jurídicos.	Artículo 1°
Constitución Política de Colombia	Constitución Política de Colombia de 1991	Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.	Artículo 2°

Jerarquía de la Norma	Título de la Norma y Fecha	Descripción	Artículo(s)
Acuerdo del Concejo	29 de 1993	"Por el cual se crea la Gaceta Distrital de Barranquilla"	Todos
Ley	918 de 2004	"Por la cual se adoptan normas legales, con meros propósitos declarativos, para la protección laboral y social de la actividad periodística y de comunicación a fin de garantizar su libertad e independencia profesional".	Artículos 5 y 6.
Acuerdo del Concejo	001 de 2009	Por medio del cual se establece la rendición de cuentas públicas del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla.	Todos
Ley	1273 de 2009	Por medio del cual se crea un nuevo bien jurídico tutelado denominado: De la protección de la información y de los datos." y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones.	Todos
Ley	1581 de 2012	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Todos
Ley	1680 de 2013	Por la cual se garantiza a las personas ciegas y con baja visión, el acceso a la información, a las comunicaciones, al conocimiento y a las tecnologías de la información y de las comunicaciones.	Todos
Ley	1712 de 2014	Por medio de la cual se crea la Ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.	Todos
Decreto reglamentario	2573 de 2014	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones.	Todos
Decreto	943 de 2014	Por el cual se actualiza el Modelo Estándar de Control Interno (MECI).	Todos

Jerarquía de la Norma	Título de la Norma y Fecha	Descripción	Artículo(s)
Ley	1755 de 2015	Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.	Todos
Sentencia Corte Constitucional	T-230 del 7 de julio de 2020	Las entidades estatales que manejen redes sociales bidireccionales asumen la posibilidad de que algún ciudadano formule por esa vía una solicitud que reúna los requisitos de una petición, la cual debe ser tramitada, como lo dispone el CPACA, en desarrollo del artículo 23 de la Constitución	Toda la sentencia
Decreto distrital	0801 del 7 de diciembre de 2020.	"Por el cual se adopta la estructura orgánica de la Administración Central del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla"	Artículos 49 y 50
Resolución Distrital	002 del 18 de enero de 2021.	Por medio de la cual se actualiza el reglamento del ejercicio del derecho de petición y su trámite interno en la Alcaldía del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla.	Todos
Ley	2345 del 30 de diciembre de 2023.	Por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.	Todos
Decreto	0509 del 5 de junio de 2024	Por medio del cual se adopta el Manual de Identidad Visual (MIV) del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla, en cumplimiento de la Ley 2345 de 2023.	Todos



ALCALDÍA DE BARRANQUILLA



**SECRETARÍA DISTRICTAL DE COMUNICACIONES
2024-2027**