



● INFORME EJECUTIVO DE GESTIÓN
● SECRETARÍA DISTRITAL DE COMUNICACIONES

ENERO – SEPTIEMBRE 2017



ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA



BARRANQUILLA
CAPITAL
DE VIDA



BARRANQUILLA – OCTUBRE 10 DE 2017

1

MISIÓN



Luego del proceso de modernización aplicado a la estructura orgánica y funcional de la Alcaldía Distrital de Barranquilla, con el objeto de mejorar nuestros procesos y procedimientos, promover la eficiente y eficaz administración de los recursos públicos y contribuir al cumplimiento de las metas propuestas en el plan de desarrollo vigente, la oficina de Comunicaciones pasó a convertirse en la secretaría distrital de Comunicaciones, 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



De igual forma, el reciente proceso de transformación y modernización institucional, desarrollado mediante la expedición del decreto 0941 de 2016, determinó las funciones de la nueva dependencia de la siguiente manera:

FUNCIONES PRIMARIAS	FUNCIONES SECUNDARIAS
<p>Diseñar y ejecutar las estrategias de comunicación para la Administración Distrital Central.</p>	<p>Realizar investigaciones sectoriales para orientar el desarrollo de la Política de Comunicaciones de la Administración Central Distrital.</p>
	<p>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.</p>
	<p>Diseñar y establecer canales de comunicación con las diferentes Secretarías, Oficinas y entidades descentralizadas, para identificar sus necesidades en materia de divulgación y comunicación.</p>
	<p>Posicionar la marca ciudad a través del diseño y ejecución de estrategias para promocionar a Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión.</p>
	<p>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.</p>
	<p>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.</p>
	<p>Verificar el cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en los aspectos de su competencia.</p>
	<p>Brindar el soporte de comunicaciones requerido para la realización de las audiencias públicas de rendición de cuentas.</p>

FUNCIONES PRIMARIAS	FUNCIONES SECUNDARIAS
Gestionar y administrar los canales, herramientas y medios de comunicación institucionales.	Gestionar la información institucional para garantizar el acceso del público externo e interno a la información pública del distrito de Barranquilla.
	Vigilar el cabal cumplimiento de la imagen corporativa definida, garantizando unidad de criterio en su aplicación.
	Direccionar, gestionar y producir contenidos digitales para la operación y mantenimiento de los sitios web y las redes sociales institucionales y ejecutar estrategias para el posicionamiento digital de la gestión distrital.
	Garantizar la aplicación de los principios de publicidad, transparencia y visibilidad de la gestión pública.
	Gestionar el registro de los archivos de audio, video, impresos e informaciones periodísticas relacionadas con la Administración Distrital.
Las demás inherentes a la naturaleza y funciones de la dependencia.	



Asimismo, la citada reestructuración institucional de la Alcaldía adscribió a la Secretaría de Comunicaciones la Oficina de Prensa del Despacho del Alcalde, 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 internamente en Grupos Internos de Trabajo, así:

Fortalecimiento institucional



4 EJECUCIÓN DEL PLANE DE ACCIÓN 2017 POR ÁREAS FUNCIONALES



4.1 Grupo interno de trabajo 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.

En armonía con lo anterior, este grupo de trabajo ha ejecutado las siguientes acciones con corte al 30 de septiembre de 2017:

- Desarrollo de ocho (8) campañas institucionales internas: Nueva estructura, La Fiesta es de Todos, Más Bienestar, Revístete de Amor, Somos Éticos, "Vamos a Controlarlo", Mi info resguardo y Temporada Carnation.
- Desarrollo de guías y manuales institucionales: Actualización de Guía de Estilo Institucional, actualización de la Guía de Crisis, diseño del Manual de Rendición de Cuentas, rediseño del Código de Ética, rediseño del Manual de Calidad. De igual manera, se produjeron dos folletos para bienestar: estrés y conflictos. En la actualidad estamos trabajando en el proceso de revisión y actualización del Manual de Estilo y su socialización con los enlaces de Comunicación de las diferentes secretarías y dependencias para su posterior publicación.
- Actualización diaria de las herramientas de comunicación internas que hacen parte de la estrategia Todos Contamos: más de 700 publicaciones referentes a temas de interés general interno.
- Inducción y reinducción a los nuevos funcionarios sobre el tema de marca y estrategia de comunicación interna 'Todos Contamos': 5 capacitaciones realizadas con un impacto a cerca de 200 funcionarios nuevos.
- Producción y divulgación de boletines internos: se han editado y publicado a la fecha 18 boletines internos, con una periodicidad quincenal.
- Publicaciones impresas: dos publicaciones impresas se han realizado en lo corrido de la presente vigencia, cumpliendo así con el 100% de lo establecido para tal efecto en el plan de acción 2017.
- Mantenimiento del sistema integrado de gestión.
- Capacitación de los funcionarios en temas comunicacionales – Pae -: Gracias a estas capacitaciones fueron impactados con los talleres cerca de 200 funcionarios a través de 16 jornadas realizadas a la fecha, relacionadas con etiqueta empresarial, gramática y ortografía.

- Fortalecimiento y rediseño de la página web y ajustes para cumplimiento de la Ley de Transparencia.
- Organizaciones de reuniones generales del equipo para difundir temas de interés interno: 5 capacitaciones realizadas.
- Organización del II encuentro de Comunicación Gubernamental: "El reto de comunicar 24/7", dirigido a los comunicadores sociales que se desempeñan en temas de comunicación pública y de gobierno en diferentes entes territoriales y empresas privadas y públicas de la ciudad.

4.2 Grupo interno de trabajo Comunicación Informativa:

Durante el año 2017, la Secretaría 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 Alcaldía 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 personales.

Las principales acciones cumplidas con corte al 30 de septiembre de 2017 desde este grupo interno de trabajo, se explicitan a continuación:

- A la Secretaría de Comunicaciones le corresponde definir las estrategias de gestión de la información que permitan precisar los temas y acciones que se desarrollarán desde la Administración Distrital y la forma de llevarlas a cabo.

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 la acción de Comunicación Informativa trabajamos articuladamente con los diferentes comunicadores asignados a las secretarías y dependencias de la Alcaldía para estructurar los discursos y mensajes que cumplan a cabalidad los objetivos de una información clara, veraz y acorde a las pautas del Plan de Desarrollo Distrital.

- 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 los contenidos noticiosos que publican los medios de comunicación.

Para esta meta, desde Comunicación Informativa hemos logrado la **producción y divulgación de 603 boletines y comunicados de prensa.**

Asimismo, la **elaboración de 12 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.

- Convocar a los medios de comunicación externos para el cubrimiento de los eventos distritales es una de las acciones para la divulgación de nuestros contenidos: en este período hicimos 88 convocatorias a eventos del alcalde y de las dependencias distritales.
- Es importante saber qué están pensando los barranquilleros y qué están publicando los medios de comunicación. Para ello desarrollamos una gestión de monitoreo y análisis de la información publicada en medios masivos de comunicación, registrados en 40 informes de la actividad semanal.
- Toda esta gestión debe quedar registrada en los soportes adecuados. La Secretaría de Comunicaciones coordina el registro fotográfico y de video de las actividades de las secretarías y dependencias distritales, organizando los archivos correspondientes, que sirvan de apoyo a la divulgación en medios de comunicación.
- Es evidente que el objetivo final de 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, su tabulación y el análisis correspondiente.

4.3 Grupo interno de trabajo Marca y Publicidad

Es misión de este grupo interno de trabajo, 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 institución 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.

De la mano con la Unidad institucional, se participa en la planificación, diseño, ejecución y control de campañas especialmente dirigida al público interno de la Alcaldía (empleados y contratistas), y activación interna de las creadas para otros públicos de interés.

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.

4.3.1 Publicidad en medios externos

A través de campañas institucionales específicas, la Secretaría de Comunicaciones canaliza mensajes dirigidos a la comunidad en general o a públicos determinados, según los objetivos buscados, utilizando para ello los medios de comunicación ATL o activaciones BTL.

En este sentido, se han diseñado, conceptualizado y ejecutado un total de 32 campañas de enero a septiembre de 2017; y a través de un ejercicio unificado de la pauta publicitaria fue posible potencializar el alcance e impacto de las campañas de las distintas secretarías y dependencias de la Alcaldía de Barranquilla.

Estas 32 campañas son:

1. 10% Descuento en pago de derecho de tránsito
2. La fiesta es de todos – Carnaval 2017
3. 10% Descuento impuesto predial
4. Somos todas – Día de la mujer
5. Te la ponemos más fácil – Domiciliación de pagos
6. Todos al parque
7. Descuento a Morosos 60%
8. Águale la fiesta al mosquito Aedes
9. No sea un mal parqueado
10. Barranquilla 204 años
11. Semana sana
12. 5% Descuento impuesto predial
13. Vacúnate contra la homofobia y transfobia
14. Prevención riesgos en temporada de lluvias
15. Utiliza el Whatsapp del espacio público
16. Predial – Tu único interés
17. Siembra Barranquilla
18. El peatón es el número 1
19. Derechos de tránsito sin intereses
20. Tus llaves son la salida
21. Predial La ciudad te cumple
22. Si pegas me pegas
23. Predial Ref. Gracias
24. Descuento morosos 40%
25. Mitos y realidades – tercera edad
26. Fanfest
27. Tú tranquilo (prevención accidentes de tránsito)
28. Tu cuento ambiental
29. Barranquijazz
30. Ojo a las señales de tránsito
31. Día del turismo y patrimonio
32. Policía del cuadrante

Cada una de ellas implica investigación, diseño, elaboración de plan de medios, elaboración de presupuestos, distribución de pauta, supervisión y control.

4.3.2 Presencia de marca

Para garantizar la correcta presencia de la marca Alcaldía de Barranquilla en los diferentes escenarios donde sea necesario, hacemos presencia y/o asesoría a las distintas dependencias del Distrito.

Datos importantes sobre presencia de marca, a corte 30 de Septiembre:

- Se han atendido 379 eventos, con un promedio de 1,38 eventos diarios.
- Se impactaron más de 180.000 personas en estos eventos, sólo de forma presencial. Esto, sin incluir eventos del Carnaval de Barranquilla, en los que el impacto de la marca es de más de 1.000.000 de personas.

4.4 Grupo Interno de trabajo Gestión Administrativa

El Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para entidades del Estado (MCPOI) desarrolla una clasificación de los campos de actuación de la comunicación en las organizaciones, que a la vez corresponden a cuatro especializaciones de la práctica comunicativa en las entidades públicas: la comunicación corporativa, la comunicación informativa, comunicación para la interacción y comunicación organizacional, pero define su actuación en dos de estos escenarios: la comunicación organizacional y la comunicación informativa, y propone un enfoque para la Rendición de Cuentas a la sociedad.

Así las cosas, rendir cuentas directamente al mandante es un acto político que responde al derecho-deber que tiene el ciudadano de exigirle al administrador público que muestre el resultado de su gestión. De esta manera, la Rendición de Cuentas a la sociedad contiene un alto componente ético que concierne a categorías como la responsabilidad y la transparencia, así como un innegable componente político que tiene que ver con la justicia y el reconocimiento de la obligación que compete al servidor público de establecer relaciones comunicativas claras y eficaces con la sociedad. **Rendir cuentas implica, entonces, evidenciar la gestión y supone reconocer la obligación de demostrarla y justificarla durante el tiempo de su vigencia y no solamente al finalizar el mandato, es decir, de mostrarla de manera pública y permanente.**

Como tendencia marcada y progresiva, los alcaldes y gobernadores de América Latina están utilizando de manera creciente las redes sociales, así como sus respectivas entidades territoriales. En este escenario Latinoamérica se destaca, pues es la región donde más se utilizan estas herramientas, según mostró un estudio del laboratorio de ideas GobAPP del Banco Interamericano de Desarrollo.

De acuerdo con este análisis del BID, la mayoría de las grandes ciudades en América Latina han institucionalizado el uso de redes sociales en la administración pública y cuentan con estructuras formales para manejarlas. Así, el 97,6 por ciento de las entidades tienen una cuenta oficial de Facebook, el 90,2 por ciento tiene una cuenta en YouTube, y el 85,4 por ciento tiene una cuenta en Twitter. Cuatro de cada cinco alcaldes tienen cuentas en Twitter, y casi la misma proporción en Facebook.

En este contexto, el grupo interno de trabajo encargado de la Gestión Administrativa de la Secretaría Distrital de Comunicaciones ha asumido las siguientes gestiones en 2017:

- Ejecución de un proceso permanente de Rendición de cuentas a través de la implementación y desarrollo de estrategias digitales permanentes para las redes sociales del alcalde y la Alcaldía Distrital, en coordinación con todas las cuentas institucionales de las diferentes dependencias.
- Publicación periódica de los actos administrativos distritales en la Gaceta Distrital, y certificación de los mismos a solicitud de parte interesada.
- Atención de PQRS. A la fecha, la secretaría distrital de Comunicaciones ha atendido el 100% de los derechos de petición recibidos, así como el trámite de 500 solicitudes y 126 propuestas.
- Definición, ejecución y seguimiento a la Política y el Plan de Comunicaciones del Distrito de Barranquilla, en el marco de la normatividad vigente.

4.5 Oficina de Prensa Alcalde

Corresponde a la Oficina de Prensa el acompañamiento permanente de las actividades y agenda institucional del alcalde de Barranquilla, y adicionalmente se le ha encomendado la labor de direccionar la producción del programa de televisión institucional "Barranquilla Capital de Vida", que a la fecha acumula el siguiente registro de actividades:

- 34 programas emitidos en el canal regional Telecaribe.
- 39 videos institucionales producidos.
- 14 transmisiones en streaming de eventos institucionales.

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

Cordialmente,

DIANA ACOSTA MIRANDA
Secretaria Distrital de Comunicaciones

