INFORME EJECUTIVO DE GESTIÓN

SECRETARÍA DISTRITAL DE COMUNICACIONES

Enero - septiembre 2021

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 y en los respectivos planes institucionales de acción, con la siguiente misión:

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

En el contexto del reciente proceso de modernización institucional, desarrollado mediante Decreto Acordal No. 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", la Secretaría Distrital de Comunicaciones y la Oficina de Prensa del despacho del alcalde, tienen a su cargo las siguientes funciones primarias y secundarias:

SECRETARÍA DISTRITAL DE COMUNICACIONES

FUNCIÓN PRIMARIA	FUNCIONES SECUNDARIAS:
Definir, implementar, ejecutar y evaluar la política pública y estrategias de comunicaciones del Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla, con sujeción a los principios de participación, transparencia y publicidad, para generar confianza e interlocución con los grupos de interés, en armonía con los propósitos misionales y los compromisos institucionales definidos en el Plan de Desarrollo vigente.	Dirigir la elaboración y ejecución del Plan Distrital de Comunicaciones de conformidad con la normatividad vigente.
	Gestionar y administrar los recursos, canales, herramientas y medios de comunicación institucionales, poniéndolos al servicio del cumplimiento de los propósitos misionales.
	Realizar seguimiento a las metas e indicadores del Plan Distrital de Comunicaciones para garantizar que los contenidos informativos institucionales de interés para los diversos públicos y que sean, expuestos a través de los medios de comunicación masiva social y de las plataformas digitales, cumpla con los principios de publicidad y transparencia de la Administración Distrital.
	Dirigir los procesos de 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 distrital, conforme a los objetivos del Plan de Desarrollo vigente.
	Realizar investigaciones sectoriales para orientar el desarrollo de las políticas y estrategias de comunicaciones del Distrito de Barranquilla. Implementar mecanismos de monitoreo de medios que permitan establecer indicadores de percepción, alcance e impacto de la comunicación informativa, opinión y conversación pública, sobre la gestión y acciones de gobierno de la administración distrital.
	Gestionar el posicionamiento de la marca ciudad a través del diseño y ejecución de estrategias para promocionar a Barranquilla como ciudad destino y atractiva para la inversión, consolidando su imagen, reputación y prestigio a través de la identificación y priorización de sus atributos diferenciadores y ventajas competitivas.

FUNCIÓN PRIMARIA	FUNCIONES SECUNDARIAS:
	Asesorar a las dependencias distritales en el cumplimiento de la imagen corporativa institucional de conformidad con los lineamientos impartidos por la administración, garantizando unidad de criterio en su aplicación en todas piezas, contenidos y acciones de comunicación.
	Gestionar 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, con sujeción a criterios estratégicos de oportunidad y pertinencia que permitan propiciar una adecuada comunicación y un clima de confianza y cercanía con los diversos clientes de la administración distrital.
	Evaluar la política y/ o estrategias de comunicaciones del Distrito de Barranquilla, de conformidad con lo establecido en la normatividad vigente.
	Gestionar el diseño, publicación periódica, archivo digital y certificación de la Gaceta Distrital, con sujeción al Plan de Desarrollo vigente y los planes, programas y proyectos de comunicación distrital.
	Verificar el cumplimiento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública en los aspectos de su competencia.
Dirigir las estrategias y/o herramientas que permitan una comunicación de doble vía con los clientes internos, para brindar información orientada a mejorar los procesos internos y a fomentar una cultura organizativa y empoderamiento de los colaboradores con relación a los propósitos y objetivos misionales, con sujeción al Plan de Desarrollo vigente.	Diseñar, implementar y evaluar la política, estrategias y/o herramientas para la comunicación de doble vía con los clientes internos, con sujeción al Plan de Desarrollo vigente y los planes, programas y proyectos de comunicación distrital.
	Ejecutar las estrategias de comunicación interna que integren a los servidores públicos y los mantengan informados y alineados con los objetivos institucionales, fomentando su participación y la cohesión en los equipos de trabajo.

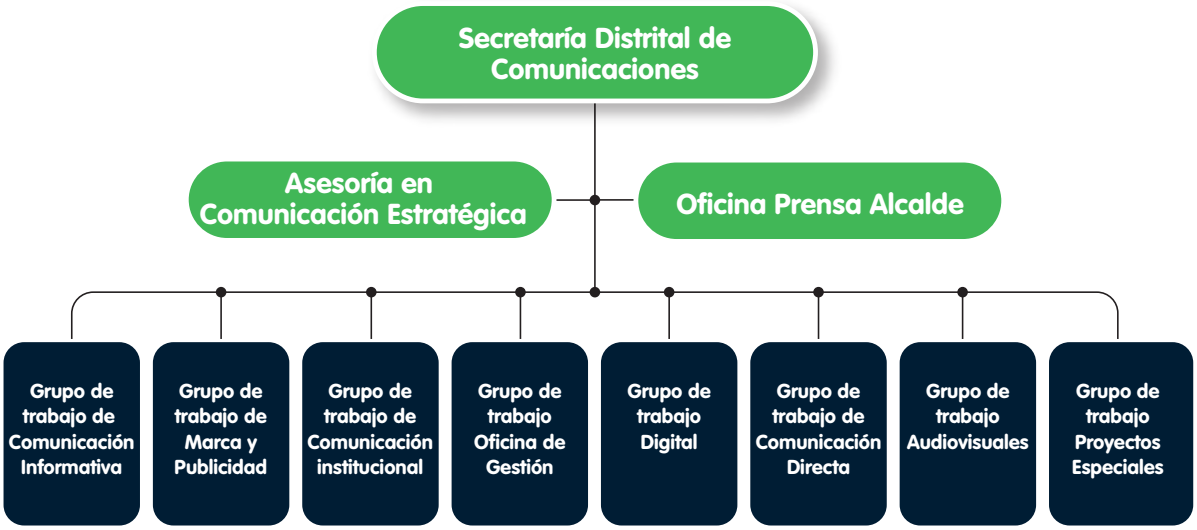
FUNCIÓN PRIMARIA	FUNCIONES SECUNDARIAS:
	Administrar las herramientas de comunicación y los productos comunicacionales diseñados, para mantener un diálogo constante con los clientes internos de la Administración Distrital y crear vínculos entre los miembros de la organización.
Dirigir la generación y publicación de contenidos informativos institucionales de interés para los diversos públicos externos, a través de los medios de comunicación masiva social y de las diferentes plataformas digitales.	Establecer los canales de comunicación con las dependencias distritales para identificar sus necesidades en materia de divulgación y comunicación.
	Definir e implementar la agenda informativa del Distrito de Barranquilla de conformidad con los lineamientos establecidos en la política y estrategias de comunicaciones del Distrito.
	Asesorar a las dependencias de la administración y entidades distritales descentralizadas en el manejo efectivo de la información destinada a los medios de comunicación, plataformas digitales y la opinión pública, coordinando la elaboración de los contenidos y documentos requeridos con esta finalidad.
	Producir contenidos digitales para la operación y mantenimiento de los sitios web, medios sociales y plataformas digitales institucionales, y ejecutar estrategias para el posicionamiento digital de la gestión distrital.

OFICINA DE PRENSA DEL DESPACHO DEL ALCALDE

FUNCIÓN PRIMARIA	FUNCIONES SECUNDARIAS:
Ejercer labores de comunicación propias del Despacho del alcalde, en el marco de sus competencias, de conformidad con los procesos, procedimientos y la normatividad vigente.	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, en cumplimiento de lo definido en los procesos y procedimientos.
	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, de acuerdo con las disposiciones legales y normativas vigentes.
	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, de acuerdo con los requisitos definidos previamente por la entidad.
	Establecer relaciones cercanas con clientes claves de la entidad y coordinar las actividades de relacionamiento de la Secretaría de Comunicaciones con las diferentes partes interesadas, según lo dispuesto en las leyes y reglamentos.

3. ESTRUCTURA

En el marco de su órbita funcional y para efectos de cumplir con los indicadores y metas consignados en el Plan de Desarrollo 2020-2023 "Soy Barranquilla", la Secretaría Distrital de Comunicaciones se encuentra actualmente organizada en Grupos Internos de Trabajo, de la siguiente manera:



4 EJECUCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN 2021 POR ÁREAS FUNCIONALES

Grupo interno de trabajo de Comunicación Institucional

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

4.1. Gestión desarrollada por el grupo interno de trabajo de Comunicación Institucional

Con corte al **30 de septiembre de 2021**, este grupo de trabajo ha ejecutado las siguientes acciones:

4.1.1. Desarrollo de campañas internas

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

1. Enero – febrero: Todos Contamos.
2. Febrero: Voces institucionales.
3. Febrero – diciembre: Conflicto de intereses.
4. Marzo: Juntos lo hemos logrado.
5. Marzo – diciembre: SGC y SGA.
6. Abril: Todos juntos somos alcaldía, parte 2.
7. Mayo - junio: Vamo' a controlarno.
8. Junio - julio: Cumplo desde mi casa.
9. Julio - agosto: Somos un ambiente de calidad, ahorro.
10. Agosto: Línea 195.
11. Agosto - septiembre: Soy Saludable.
12. Septiembre - octubre: Entre amigos.
13. Septiembre – octubre: Semana de la Integridad.

4.1.2. Crecimiento de un 10 % de nuestra comunidad virtual en las plataformas digitales internas.

A la fecha se ha logrado gestionar el crecimiento de un **10%** de la comunidad virtual que sigue a las cuentas institucionales internas en las plataformas digitales Facebook y Twitter, y un **9.1%** en Instagram. Para un total general de **9.7%.**

4.1.3. Creación de 3 nuevos productos o actividades de Comunicación Interna.

Se gestionó la creación de **3 nuevos productos comunicacionales internos: Cuenta institucional de Todos Contamos en la red social Tiktok,** en la cual se publican videos dinámicos con información de interés para los funcionarios, contratistas, sus familias y la ciudadanía en general; **un BOT (canal de WhatsApp) denominado 'TOCO',** el cual registra hasta la fecha un porcentaje de avance del **95 %** y la **Feria de Funcionarios Emprendedores,** con la finalidad de apoyar con difusión y publicidad los emprendimientos de los colaboradores del Distrito de Barranquilla.

4.1.4. 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 y No. 9**
- **Junio: No. 10 y No.11**
- **Julio: No. 12, 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 transparencia, justicia, respeto, diligencia, servicio, compromiso, y honestidad.

El apoyo al trabajo institucional de los promotores éticos se ha reforzado además con acciones comunicacionales específicas, entre las cuales se destacan la publicación de los valores y principios éticos (19 de febrero), las prohibiciones (5 de marzo), los superdeberes (19 de marzo), invitación a diligenciar la encuesta de percepción ética (23 de abril), recordación de la encuesta (21 de mayo), resultados de la encuesta (4 de junio), curso virtual sobre Integridad, Transparencia y Lucha contra la Corrupción (2 de julio), expectativa de la 'Semana de la Integridad' (24 de septiembre).

4.1.5. Producción de 40 piezas audiovisuales

Con corte al 30 de septiembre de 2021 han sido producidos y emitidos en las redes internas de la Alcaldía un total de 34 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.

4.1.6. Desarrollo de formación

La Secretaría Distrital de Comunicaciones ha realizado diecisiete (17) jornadas de formación en temas comunicacionales a funcionarios de primer nivel y dos (2) jornadas de formación a funcionarios de la institución.

4.1.7. Aporte al fortalecimiento del sentido de pertenencia con la marca ciudad, motivando comportamientos ciudadanos ejemplares y de transformación en los servidores públicos distritales.

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 'Todos juntos somos Alcaldía' parte 2, 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.

2. Se desarrolló una feria 'Funcionarios emprendedores' de manera virtual para las fechas especiales como Día de la Madre (mayo) y Día del Padre (junio), y de manera presencial para el Día del Amor y la Amistad (septiembre).

4.1.8. Apoyo y seguimiento a los procesos de gestión de la calidad

El grupo interno de trabajo de Comunicación Institucional es el encargado de las acciones de mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) al interior de la dependencia, realizando el debido seguimiento periódico a los indicadores del proceso: calidad, mejora, anticorrupción, riesgos, plan de acción y plan de desarrollo.

Además, con el propósito de fortalecer en los funcionarios el conocimiento y actualización sobre los temas relacionados con el SGC y SGA, se han divulgado seis (6) notas en los boletines internos, seis (6) piezas gráficas, dos (2) Tiktok y dos (2) notas en el micronoticiero 'Te Contamos 3'.

De igual forma, 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.

Grupo interno de trabajo de Comunicación Informativa

En el periodo enero-septiembre de 2021, 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, lo que indica que diariamente los ciudadanos conocen de primera mano cómo está actuando la Administración Distrital.

Debido a la emergencia sanitaria generada desde el año 2020 por la propagación del coronavirus COVID-19 en Colombia y Barranquilla se fortaleció la generación de contenidos externos orientada a brindar información veraz, oportuna y oficial para que la ciudadanía esté 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 y la respuesta distrital.

4.2. Gestión desarrollada por el grupo interno de trabajo de Comunicación Informativa

En cumplimiento de las actividades inherentes a la gestión administrativa consignadas en el Plan de Acción de la vigencia 2021, los avances con corte al 30 de septiembre de 2021 son las siguientes:

4.2.1. Dimensión: Gestión con valores para resultados

Esta dimensión se ejecuta a través de dos políticas: la política de Servicio al Ciudadano y la Política de Participación Ciudadana en la Gestión Pública.

En la política de Servicio al Ciudadano se implementa la Medición de la Satisfacción del Cliente, que tiene como propósito realizar mediciones periódicas que nos permitan una retroalimentación de nuestro público externo representado por los periodistas que los distintos medios de comunicación han asignado para el cubrimiento de las noticias generadas por la Administración distrital.

En la actualidad estamos desarrollando una nueva herramienta de medición a medios externos, con base en los modelos que se aplicaron en años anteriores, conforme a las nuevas dinámicas digitales que adquirieron preponderancia durante la pandemia y los nuevos canales de apoyo a la gestión periodística. Se proyecta aplicar el nuevo instrumento al finalizar el presente año, de manera que la Secretaría de Comunicaciones con el análisis de los resultados obtenga una retroalimentación sobre las acciones desarrolladas durante el año 2021.

En la Política de Participación Ciudadana en la Gestión Pública desarrollamos la estrategia de comunicación para la audiencia pública de rendición de cuentas cumplida el 9 de junio de 2021, en coordinación con la Secretaría de Planeación y la Gerencia de Control Interno de Gestión.

Para esta rendición de cuentas inicialmente anunciamos la publicación de los indicadores de ejecución del Plan de Desarrollo 2020-2023, posteriormente enviamos a medios de comunicación la convocatoria a la audiencia pública virtual, luego el cubrimiento de la audiencia y por último el recuento de los indicadores y gestión de la administración durante el 2020, dándole así cumplimiento al 100% de las acciones definidas en la estrategia de comunicación para la audiencia pública de rendición de cuentas.

4.2.2. Dimensión: Información y comunicación

Esta dimensión se ejecuta a través de la **Política de Transparencia y Acceso a la Información y lucha contra la corrupción**.

Desde esta política estamos implementando seis acciones puntuales, orientadas al posicionamiento de la gestión distrital y de la ciudad a nivel nacional, en materia de liderazgo y cumplimiento de los objetivos misionales del Distrito de Barranquilla, con gran proyección social y económica, encaminados a mejorar la asertividad de la comunicación institucional.

Para darle cumplimiento a esta política, a corte 30 de septiembre de 2021, la Secretaría de Comunicaciones gestionó y logró la publicación de tres (3) artículos en medios nacionales especializados, relacionados con las oportunidades económicas y/o sociales de Barranquilla, tomando como punta de lanza la escogencia de nuestra ciudad como piloto de la reactivación a nivel nacional.

Asimismo, trabajamos para mejorar la asertividad mediada de la comunicación institucional, a través de la gestión de dieciocho (18) publicaciones hasta el 30 de septiembre, en medios nacionales, con distintos formatos.

Portafolio

SECCIONES ECONOMÍA | FINANZAS GOBIERNO INFRAESTRUCTURA EMPLEO IMPUESTOS

Nuestra Política de Tratamiento de Datos Personales ha cambiado. Conócela haciendo clic aquí.

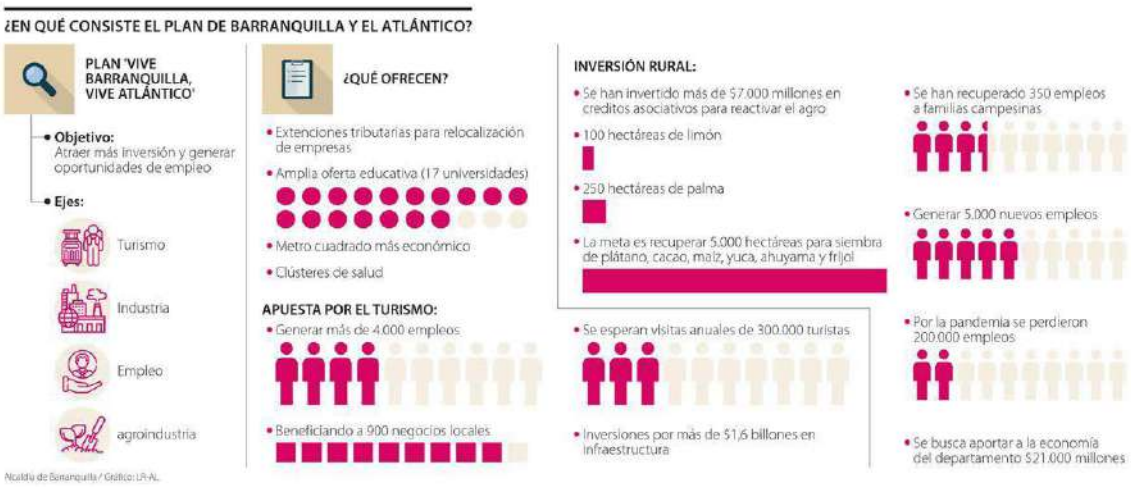
GOBIERNO Junio 09 De 2021 - 01:23 A. M.

Optimismo y críticas, panorama de la reapertura en ciudades del país

Barranquilla, Medellín y Bogotá empezaron a eliminar restricciones. Sector de la salud cree que es inconveniente.

El partido entre Colombia y Argentina en Barranquilla marcó la reapertura de actividades en el país.

Lo más leído



La apuesta para conocer, invertir y vivir en la región

En medio de la reactivación del caribe, alcaldías y gobernaciones de los siete departamentos han lanzado estrategias para incentivar la inversión, la generación de empleo y el turismo.

Entre los programas destacados está 'Ven vive Barranquilla, vive Atlántico', una estrategia del alcalde de Barranquilla, **Jaime Pumarejo**, y la gobernadora **Elsa Noguera**, con el objetivo de que los colombianos y extranjeros conozcan, inviertan, estudien o se jubilen en el departamento. Esta unión de fuerzas, a la que se sumó el sector privado a través de *ProBarranquilla*,

VEN VIVE ATLÁNTICO DA VENTAJAS A ESTUDIANTES, EMPRESARIOS, JUBILADOS Y TURISTAS PARA QUE ESCOJAN ESTA ZONA DEL PAÍS

$7.000 MILLONES
ES LA INVERSIÓN EN CRÉDITOS ASOCIATIVOS PARA LA REACTIVACIÓN DE CULTIVOS EN EL ATLÁNTICO.

les ofrece ventajas concretas a estas poblaciones, invitándolos a que escojan esta zona para sus respectivos planes.

En términos de compañías y emprendedores ofrecen exenciones tributarias para la relocalización así como la posibilidad de acceder a un alto número de aceleradoras e incubadoras que en los últimos años han surgido en este territorio como: *Macondo Lab, Ventures, Endeavor Colombia, Xendora y el Centro de Emprendimiento Uninorte.*

En este punto *ProBarranquilla* también recordó que tiene "20 Centros Empresariales, cuya gran proporción de oferta corresponden a edificios clase A+".

Para el segmento de educación incluyen "una amplia oferta educativa de 17 universidades, un metro cuadrado más barato que el resto de grandes capitales, nuevos espacios públicos, una infraestructura deportiva y clústeres de salud de primer nivel", indicó **Pumarejo**.

Para **René Puche**, presidente del *Puerto de Barranquilla*, "el acercamiento entre sector público y privado ha sido crucial para lograr estas estrategias". Según indicó, el reto será que la región siga adaptándose a los cambios que han traído los años.

En turismo, finalmente, las representantes explicaron que se han invertido más de $900.000 millones para infraestructura y conectividad, buscado "atraer a ese turista que visita a Barranquilla por negocios o que llega a Cartagena por

CARTAGENA LE APUESTA A LA CREACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

El alcalde de Cartagena, **William Dau**, anunció la creación del Centro para el Emprendimiento y la Gestión de la Empleabilidad, que tendrá una inversión cercana a $9.000 millones. Según indicó el mandatario, con este buscan no solo beneficiar solo a MiPyme y negocios de base tecnológica en esa ciudad, sino que servirá como incubadora de empresas.

su historia, para que en ese paso por ambas ciudades miren hacia los municipios costeros, en los que estamos diseñando una amplia variedad de atractivos turísticos", concluyó el secretario de Desarrollo Territorial, **Miguel Vergara.**

Salomón Asmar
sasmar@larepublica.com.co

De igual manera, la Secretaría de Comunicaciones, en una permanente adaptación a las nuevas dinámicas comunicacionales e informativas, viene trabajando en la reestructuración del boletín de prensa, generando nuevos contenidos, buscando que trascienda los objetivos básicos de información, mediante la incorporación de un contexto, historias, testimonios, que contengan criterios de análisis y procesamiento de datos, al tiempo que destaca la voz de los ciudadanos como principales beneficiarios y actores del desarrollo económico y social en cada uno de los retos, estrategias, políticas, proyectos y acciones correspondientes al Plan de Desarrollo 2020-2023.

Para facilitar el cumplimiento de los nuevos retos, la Secretaría de Comunicaciones se trazó la meta de organizar y activar una instancia interna de trabajo que integre las áreas de la comunicación externa y que produzca contenidos a partir de una estrategia de Comunicación Informativa, a la manera de una agencia de noticias.

Esta actividad comenzó con un diagnóstico del estado de la comunicación externa, elaboración de una propuesta de mejora de la comunicación externa y la implementación de la instancia interna de trabajo.

Estamos en el proceso de fortalecimiento del equipo de Comunicación Externa – Agencia de Información Distrital-, a partir de los recursos técnicos y humanos para responder a los nuevos retos que implica la reactivación de Barranquilla, luego del tercer pico de la pandemia.

Algunos de los productos que se han logrado a través del método de agencia de noticias, destacamos publicaciones como:

Barranquilla, 13 de marzo de 2021. Ver en su navegador

BOLETÍN DE PRENSA

No. 135-21

Atención integral oportuna: así ha respondido Barranquilla a la migración venezolana

- **La asamblea del Banco Interamericano de Desarrollo -del 17 al 21 de marzo-, le dejará a Barranquilla un cuantioso apoyo dirigido a esta población.**
- **Salud, educación y empleo es una parte de la oferta del Distrito a través de sus secretarías y dependencias.**
- **El 10% de la población de la capital del Atlántico proviene de Venezuela, entre ciudadanos de ese país y colombianos retornados.**

Tiene 30 años y espera su cuarto bebé. Será el segundo que nazca en Colombia, su nueva patria, porque pronto tendrá la nacionalidad. Es venezolana y no sabe que su nombre significa 'lluviosa'. Rainy Sierra habla con esperanza y optimismo: no habrá lluvia ni tempestad que trunque sus sueños de una vida mejor para ella y para sus hijos.

"Por mi embarazo me han ayudado con el carné de la EPS, con mis primeras

ATLÁNTICO

HOME JUDICIALES LOCAL NOTICIAS CONCURSOS PUBLICIDAD ESCUCHANOS EN VIV

LOCAL

Barranquilla ha respondido de manera integral y oportuna a migración venezolana: Distrito

Alex Capell Hernandez

Para mejorar la asertividad no mediada de la Comunicación Institucional, la Secretaría de Comunicaciones creó un producto impreso dirigido a las comunidades de las cinco localidades de Barranquilla. Se analizaron las necesidades y el perfil del producto de comunicación, a partir de las cuales se diseñó y se han publicado tres (3) ediciones del periódico 'Soy', con contenidos específicos dirigidos a cada localidad, entre ellos una edición especial con información exclusiva sobre la oferta educativa y laboral para la población entre los 18 y 25 años de la ciudad.

Barranquilla, 9 de agosto de 2021 Ver en su navegador

BOLETÍN DE PRENSA

No. 483-21

En Barranquilla, deudores de impuestos distritales podrán ahorrarse hasta 95% de intereses por mora

Contribuyentes cuentan con descuentos y facilidades de pago para ponerse al día con sus obligaciones tributarias.

El alcalde Jaime Pumarejo Heins sancionó el Acuerdo 007 de 2021, aprobado por el Concejo Distrital de Barranquilla, por medio del cual se les conceden una serie de beneficios a los contribuyentes de tributos distritales que se encuentran en mora.

De esta manera, quienes deben vigencias anteriores de impuesto predial unificado; impuesto de industria y comercio, avisos y tableros y sobretasa bomberil; contribución por valorización; tasas de derecho de tránsito y todos los demás tributos distritales podrán obtener importantes descuentos y facilidades de pago por cuotas al cancelar un porcentaje del capital adeudado, así:

Finalmente, para apoyar el posicionamiento nacional de la gestión de gobierno del Distrito de Barranquilla, en materia de liderazgo y cumplimiento de sus objetivos misionales, la Secretaría de Comunicaciones elaboró un (1) informe especial mensual publicado en medios de comunicación de alcance nacional.

Estos informes se elaboraron a partir de investigación de la temática y consulta permanente de fuentes internas, estructuración de contenidos y difusión de la información correspondiente.

4.2.3. Elaboración y difusión de boletines de prensa y comunicados

Una de las tareas clave es producir y divulgar contenidos a través de boletines de prensa y comunicados 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 587 boletines y comunicados de prensa.

4.2.4. 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 45 convocatorias a eventos del alcalde y de las diferentes dependencias distritales.

4.2.5. Monitoreo y Análisis de información en medios masivos

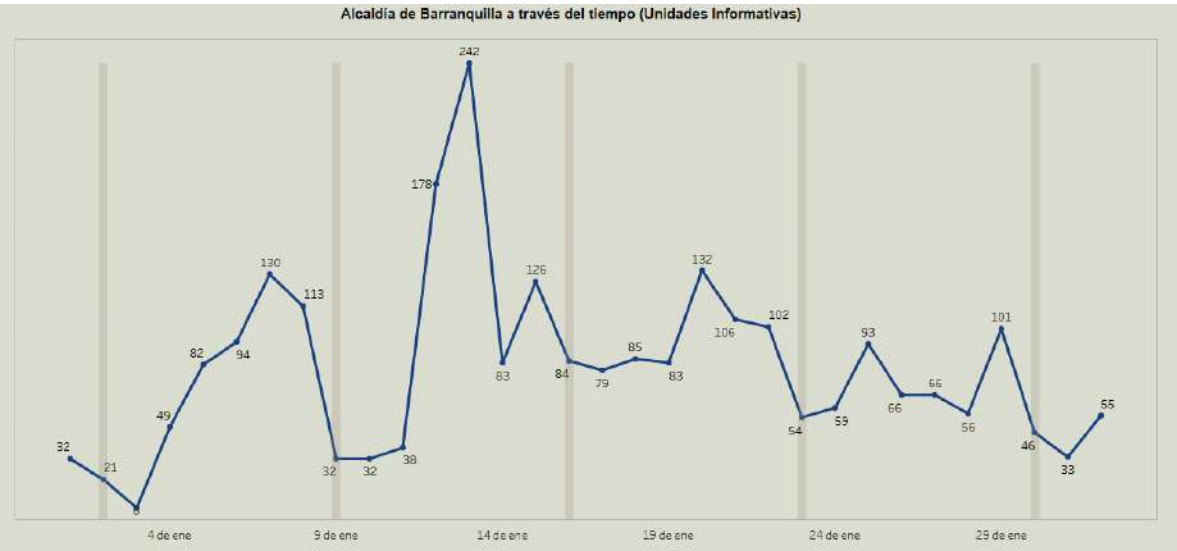
Teniendo en cuenta la gran importancia de saber qué están pensando los barranquilleros y qué están publicando los medios de comunicación, el grupo de trabajo de Comunicación Informativa desarrolla una gestión de monitoreo y análisis de la información publicada en medios masivos de comunicación, que con corte a 30 de septiembre de 2021 se encuentra registrada en 36 informes.

Estos informes nos permiten medir el impacto que logran los contenidos emitidos por el Distrito en los medios de

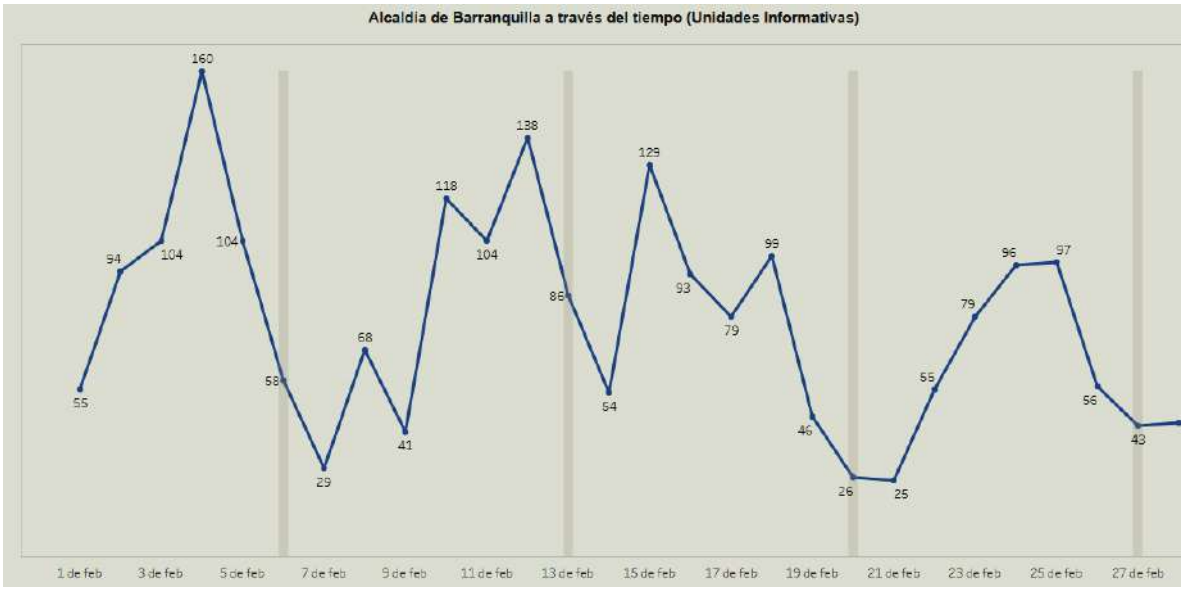
comunicación: periódicos, radio, televisión, portales web y medios digitales, donde constantemente se refleja la información distrital, a través de las distintas vocerías de la Administración y el comportamiento mediático de nuestra institución.

Entre el 1 de enero y el 30 de septiembre los números nos muestran un aproximado de impacto en medios entre 2.550 y 3.500 unidades informativas mensuales en los diferentes canales de comunicación a nivel local, regional y nacional. De igual forma, estos monitoreos nos permiten medir el ranquin de temas que son más replicados en los medios, lo que nos indica cuáles son las informaciones de mayor interés ciudadano. Así se puede evidenciar en las siguientes gráficas que se anexan:

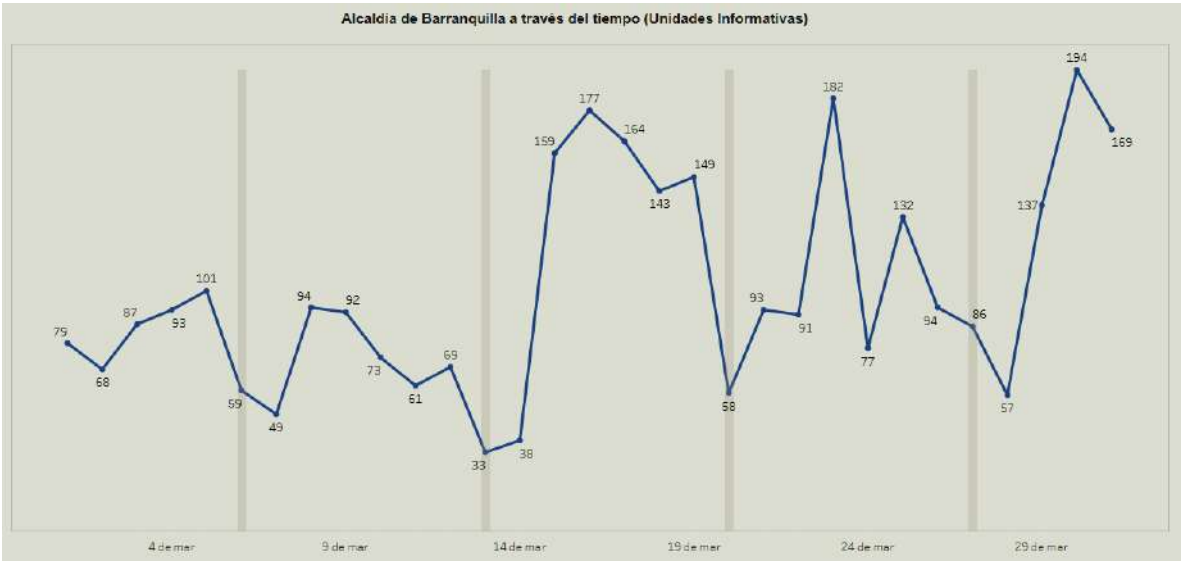
Gráficas mes a mes de unidades informativas en medios



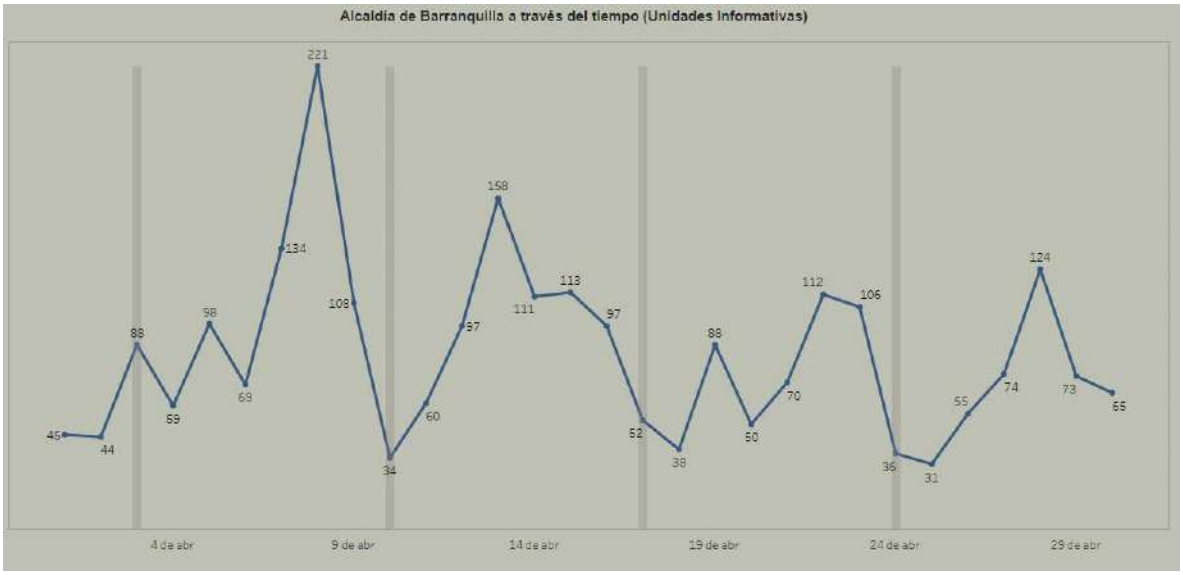
Enero



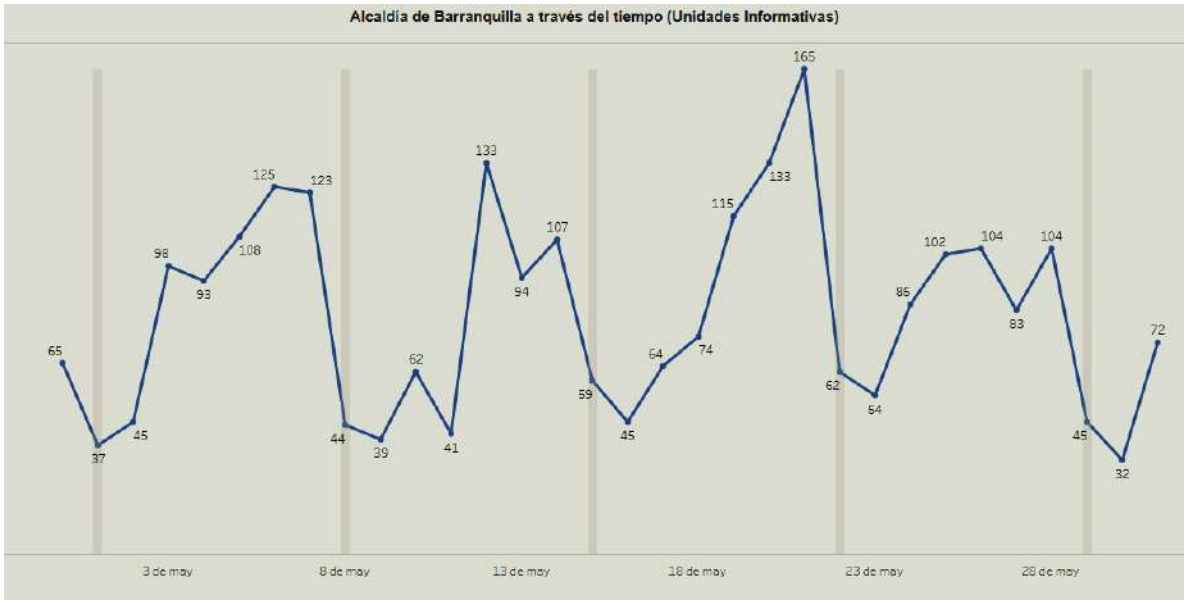
Febrero



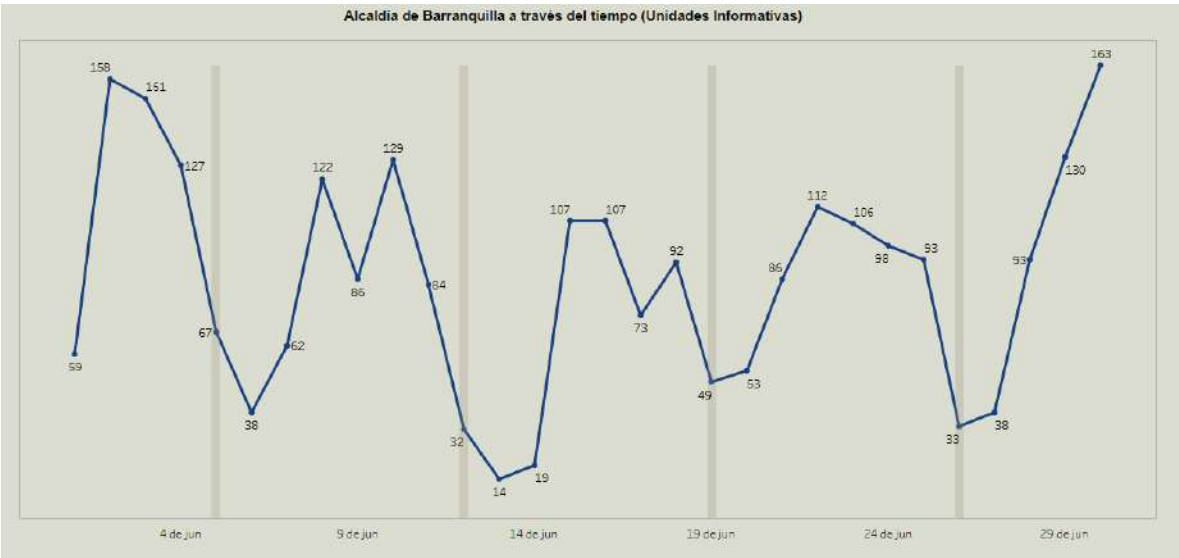
Marzo


Alcaldía de Barranquilla a través del tiempo (Unidades Informativas)
45
44
88
58
98
69
134
221
108
34
60
97
158
111
113
97
52
38
88
50
70
112
106
36
31
55
74
124
73
65
4 de abr
9 de abr
14 de abr
19 de abr
24 de abr
29 de abr

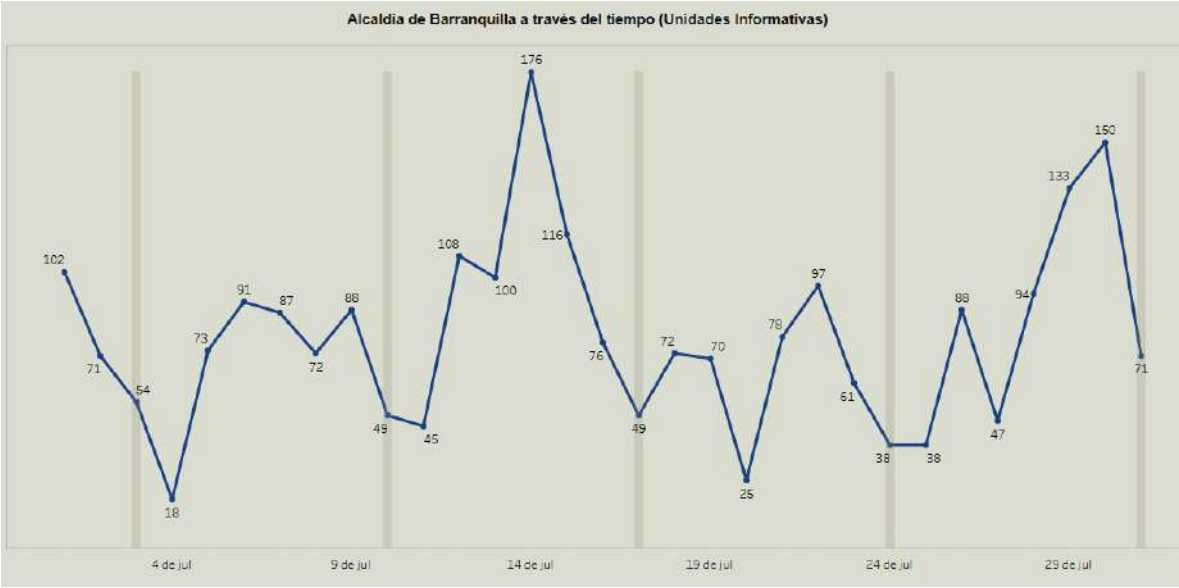
Abril


Alcaldía de Barranquilla a través del tiempo (Unidades Informativas)
65
37
45
98
93
108
125
123
44
39
62
41
133
94
107
59
45
64
74
115
133
165
62
54
85
102
83
104
104
45
32
72
3 de may
8 de may
13 de may
18 de may
23 de may
28 de may

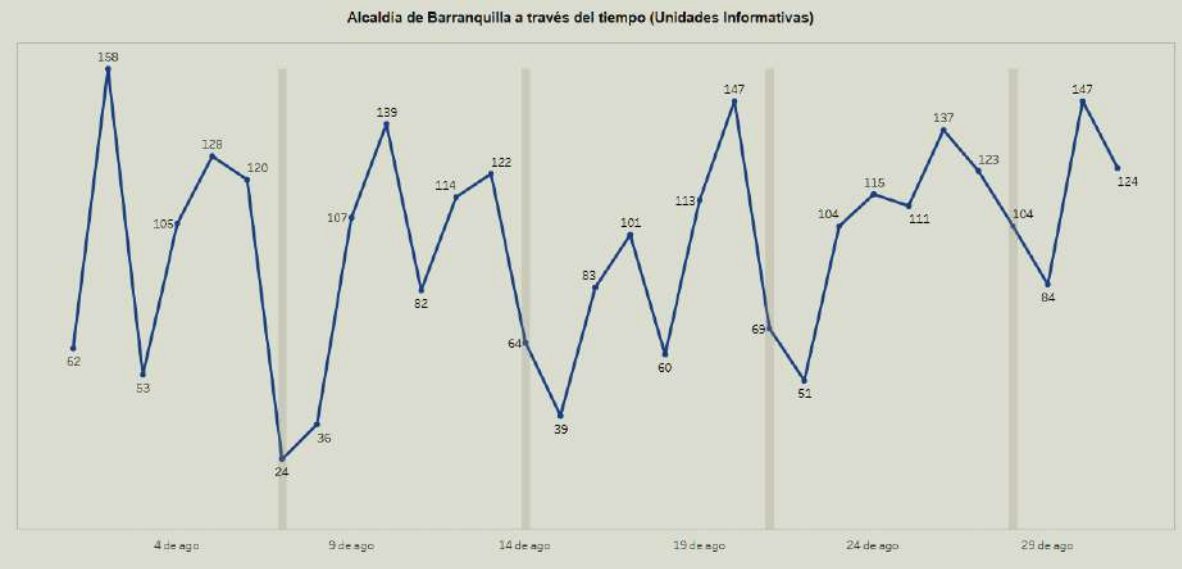
Mayo


Alcaldia de Barranquilla a través del tiempo (Unidades Informativas)
158
151
127
67
38
62
122
86
129
84
32
14
19
107
107
73
92
49
53
86
112
106
98
93
33
38
93
130
163
4 de jun
9 de jun
14 de jun
19 de jun
24 de jun
29 de jun

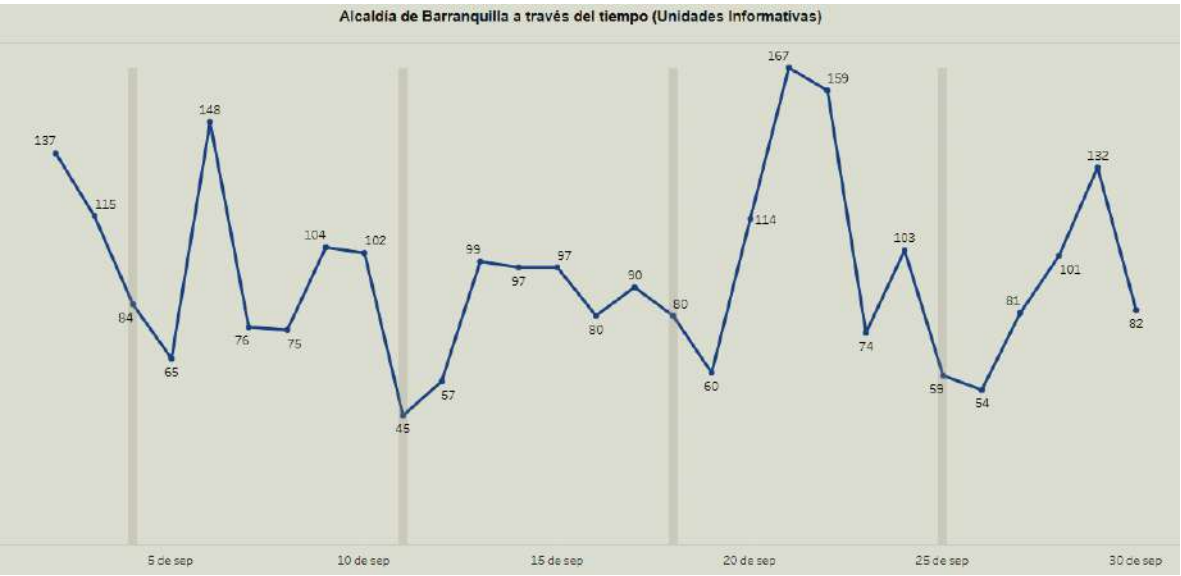
Junio


Alcaldia de Barranquilla a través del tiempo (Unidades Informativas)
102
71
54
18
73
91
87
72
88
49
45
108
100
176
116
76
49
72
70
25
78
97
61
38
38
88
47
94
133
160
71
4 de jul
9 de jul
14 de jul
19 de jul
24 de jul
29 de jul

Julio

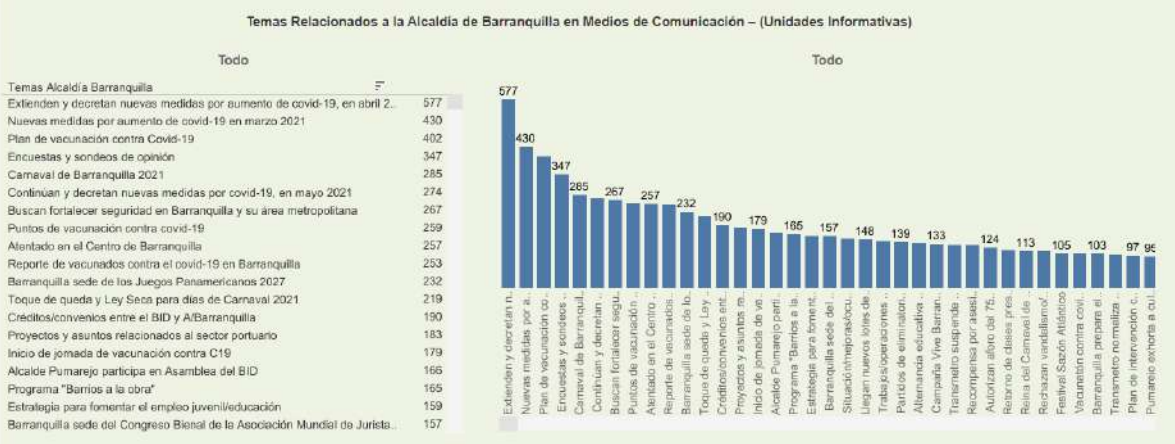


Agosto



Septiembre

Gráfica del comportamiento de temas de interés en medio de comunicación:



4.2.6. 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:

- Twitter de Alcaldía de Barranquilla y alcalde Jaime Pumarejo
- Instagram de Alcaldía de Barranquilla y alcalde Jaime Pumarejo
- Facebook de Alcaldía de Barranquilla y alcalde Jaime Pumarejo
- Tik Tok de Alcaldía de Barranquilla
- YouTube de Alcaldía de Barranquilla
- Telegram de Alcaldía de Barranquilla

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:

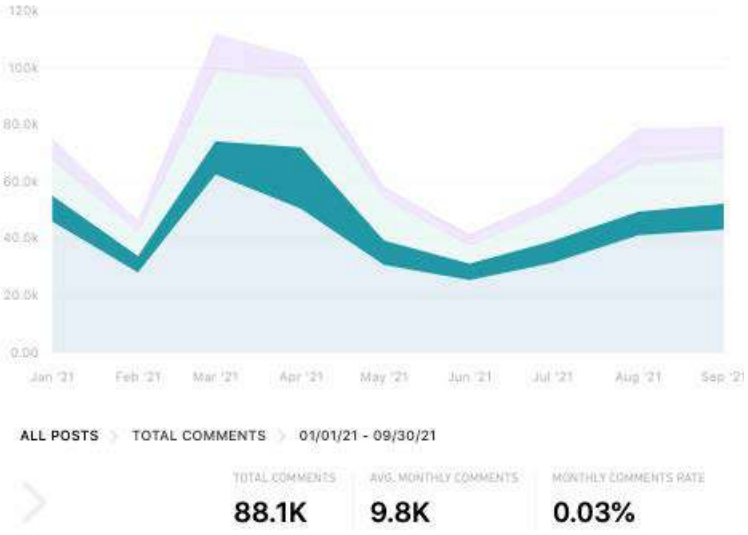
En Twitter se respondieron 17.600 solicitudes entre el 1º de enero y el 30 de septiembre. En el mismo periodo del año pasado se respondieron 8,904 solicitudes, registrándose un incremento del 198%.

Gráfica 1. Estadísticas respuestas en Twitter entre enero y abril.

Gráfica 2. Estadísticas respuestas en Twitter entre mayo y julio.

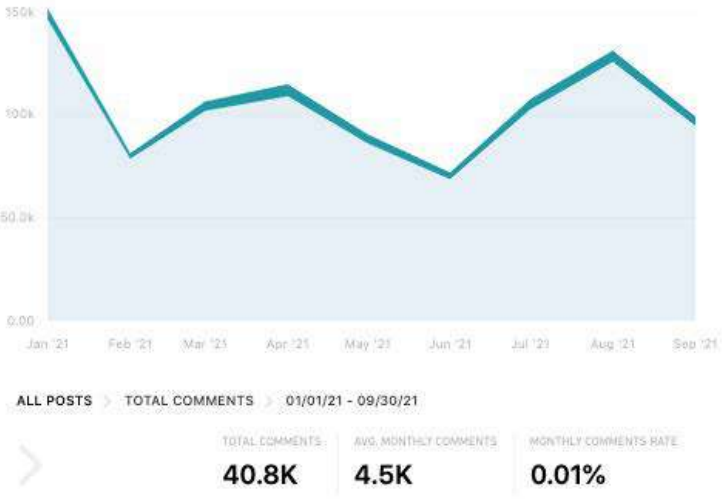
Gráfica 3. Estadísticas respuestas en Twitter entre agosto y septiembre.

En Facebook se respondieron 26.423 solicitudes entre el 1º de enero y el 30 de septiembre. En el mismo periodo del año pasado se respondieron 10.375 solicitudes, registrándose un incremento del 255%.



Anexo 4. Estadísticas respuestas en Facebook.

En Instagram se respondieron 12.233 solicitudes entre el 1º de enero y el 30 de septiembre. En el mismo periodo del año pasado se respondieron 8.269 solicitudes, registrándose un incremento del 148%.



Gráfica 5. Estadísticas respuestas en Instagram.

4.2.7. Creación de nuevos productos informativos digitales

A lo largo de 2021 se gestionó la creación de los siguientes productos informativos digitales para entregar información verificada, oficial y segura a toda la ciudadanía barranquillera:

- Cómo lo hago
- Imparables
- Vive Barranquilla

Así mismo, se le dio continuidad al informativo *Barranquilla en Breve*, creado el año anterior para difundir los aspectos más importantes de la gestión distrital y comunicar la oferta institucional de servicios.

4.2.8. Creación del sitio web Baquna Tu Vida

Durante la vigencia 2021 la Secretaría de Comunicaciones siguió trabajando para brindarle a la ciudadanía información oportuna y pertinente sobre la gestión de la pandemia que estamos viviendo, y en este contexto se creó el sitio web **Baquna Tu Vida**, en el cual la ciudadanía barranquillera puede acceder directamente a toda la información disponible sobre el Coronavirus y el comportamiento de la pandemia en la ciudad.

https://www.barranquilla.gov.co/baqunatuvida
https://www.barranquilla.gov.co/salud/coronavirus

De igual manera, a través de este sitio web los barranquilleros pueden acceder en cualquier momento a información de interés y datos relevantes sobre el proceso de vacunación en la ciudad, tales como:

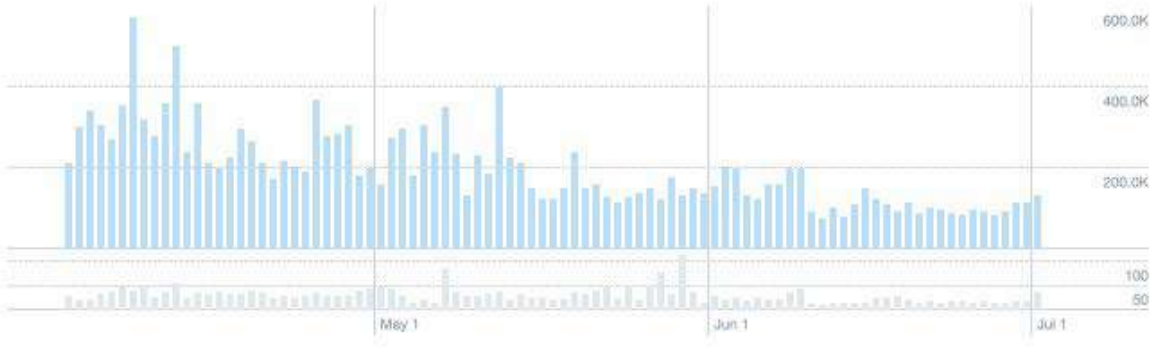
- Sistema de agendamiento para vacunación COVID-19
- Puntos de vacunación
- Registro de vacunados en el exterior
- Abecé de Coronavirus y vacunación
- Ruta para la atención y red prestadora de servicios
- Recomendación y prevenciones
- Resultados de pruebas COVID-19
- Decretos durante la emergencia
- Reporte de casos
- Transparencia
- Noticias

El Plan de Acción 2021 de la Secretaría de Comunicaciones contempla la generación de un aumento del 30% en el tráfico de la página web institucional **https://www.barranquilla.gov.co/.** Debido a las circunstancias excepcionales del 2020, se tomó el año 2019 como referente de comparación para este indicador, registrándose un crecimiento del 118,83% frente a los mismos periodos de 2019.

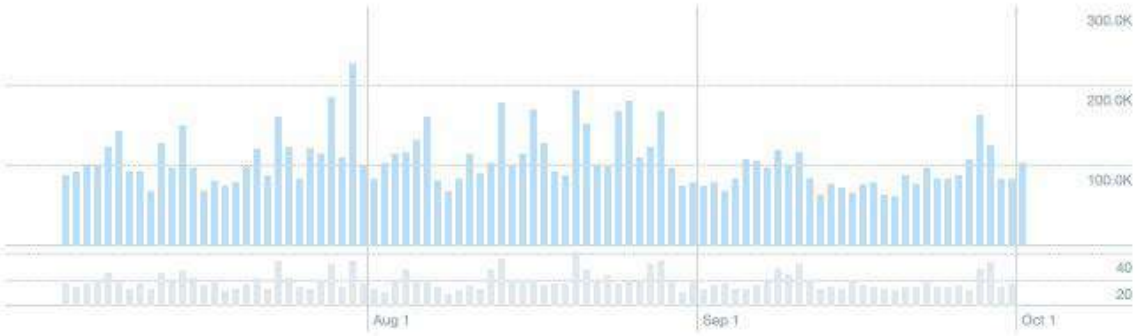
4.2.9. Generación de contenidos para redes sociales

En armonía con el indicador establecido en el Plan de Acción de 2021 en materia de generación de contenidos digitales para entregar la información relativa a la oferta de servicios de la Alcaldía de Barranquilla a los ciudadanos, a la fecha se han generado 9.598 contenidos en las cuentas institucionales de las plataformas Instagram, Facebook y Twitter, conectando cada vez a más barranquilleros con la gestión distrital. La ejecución de la meta trazada avanza en un 95.98% a tres meses de la finalización de la vigencia.

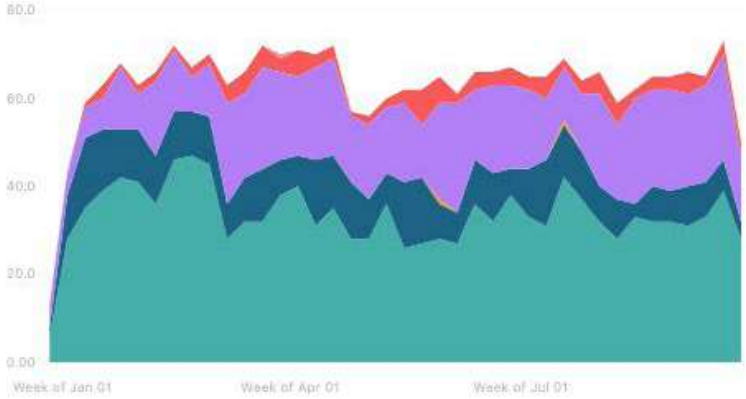
Gráfica 9. Publicaciones en Twitter - Enero a abril 2021.



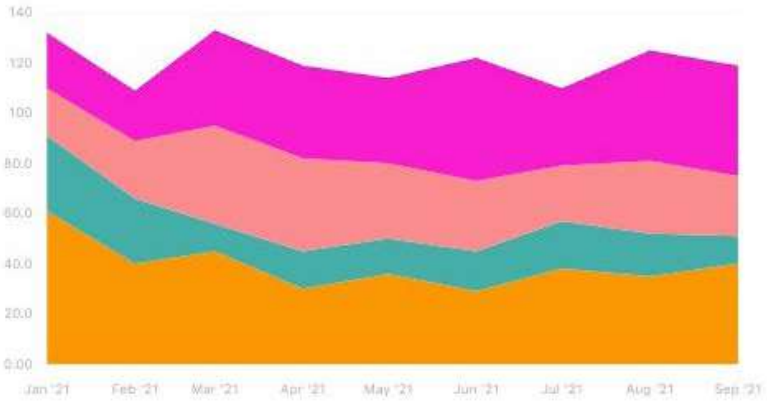
Gráfica 10. Publicaciones en Twitter - Mayo a julio 2021.



Gráfica 11. Publicaciones en Twitter - Agosto a septiembre 2021.



Gráfica 12. Publicaciones en Facebook.

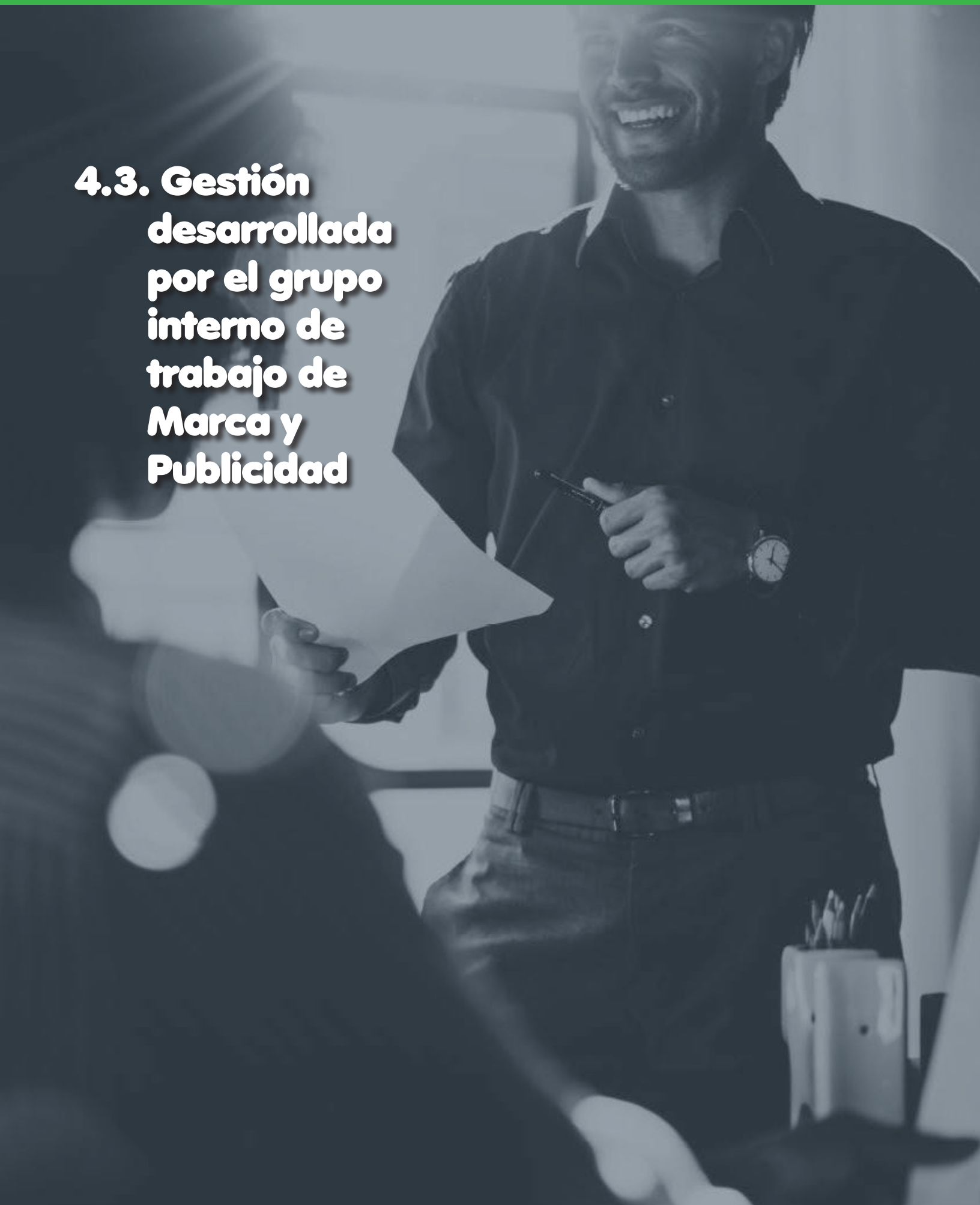


Gráfica 13. Publicaciones en Instagram.

Grupo interno de trabajo de Marca y Publicidad

La misión de este grupo interno de trabajo es planificar, 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 generación de un clima de cercanía y confianza entre los ciudadanos de Barranquilla. La estrategia y política trazada por la Secretaría de Comunicaciones tiene incidencia directa sobre la aceptación y favorabilidad de la gestión distrital. En armonía con lo anterior, este grupo interno de trabajo desarrolla sus acciones en el siguiente contexto:

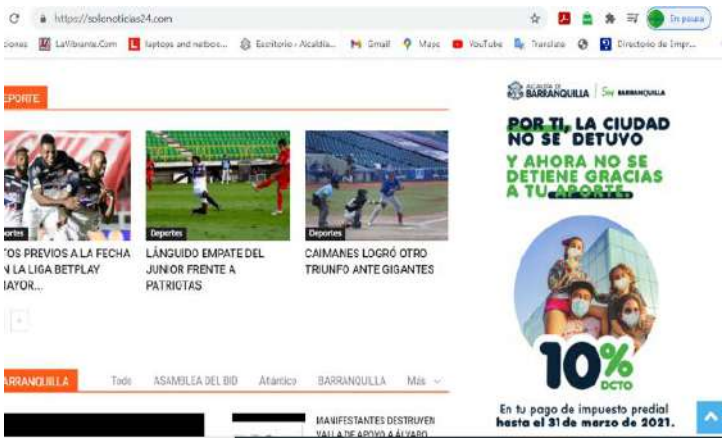
- **Acompaña la política y la estrategia general de comunicaciones de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.**
- **Acompaña la política de Comunicaciones internas y externas de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.**
- **Apoya y refuerza el liderazgo y las relaciones interinstitucionales de la Alcaldía Distrital de Barranquilla.**

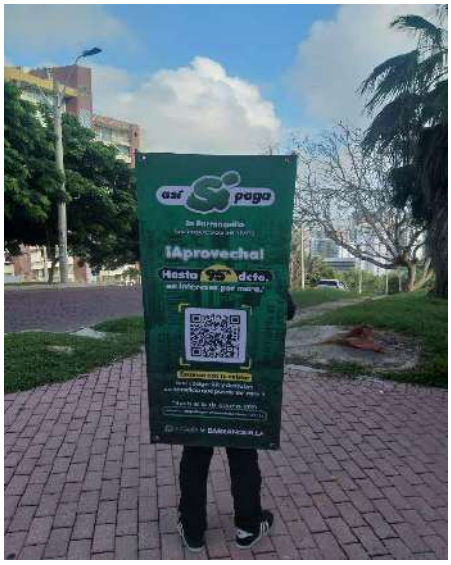


4.3. Gestión desarrollada por el grupo interno de trabajo de Marca y Publicidad

4.3.1. Gestión de campañas institucionales

Conceptualización y ejecución de una estrategia de comunicaciones relativa a la campaña institucional para promover el pago oportuno de los impuestos y tributos distritales, de acuerdo con los términos y especificaciones técnicas definidas en coordinación con la gerencia de Gestión de Ingresos del Distrito; incluyendo la preproducción, producción, posproducción de piezas publicitarias y su amplia publicación y difusión en radio, prensa escrita, televisión, medios digitales, impresos y alternativos, así como la realización de actividades de BTL..





Construcción y desarrollo de conceptos creativos gráficos, audiovisuales y sonoros que soportan la realización de campañas institucionales, permitiendo una amplia y adecuada promoción, divulgación e información de los programas y proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo distrital 2020-2023.

Durante el período enero 1º a septiembre 30 de 2021, el grupo de Marca y Publicidad ha coordinado la ejecución de un total de 40 campañas institucionales, relacionadas a continuación:

NOMBRE CAMPAÑA	TIPO
A Calzón Quitao	A
Baquna tu vida y sus fases	A
Elige la vida A Recicla por Baq 2021	A
Concurso Tapitas sanar	A
Campaña Barrio Prado	A
Campaña Día del Niño	A
Línea 19	B
Campaña Convocatoria Vandalismo cero -Transmetro	B
Quiero volver	C
Bact Cultiva	C
Rendición de Cuentas	C
Campaña Contact Center	C
Campaña Día de las Madres	C
Campaña Semana Primera Infancia	C
Campaña Uso de las TICs	C
Brisas	C
Tráfico de especies silvestres	C
Xenofobia #Soylibre	C
Por los Niños del Semáforo	A
Barranquilla se Reactiva	A
Vive Bio	A
Amabilidad	A
Mes de la Juventud	A
Barranquilla Omnicanal (Alba)	A
Estrategia personaje Erre	A
Bienestar animal	B
Día del Padre	C
Panamericanos	C
Soy Digital	C
Mes del Adulto Mayor	C
Línea 195	C
Conectados con la Primera	C
Campaña Actualizadón Catastral	C
Amor y amistad	A
Etapa pensionados VVB	B
Vivamos el Centro	B
Alba +195	A
Día Mundial del Turismo	C
Campaña Taller Mascunilidad	C

Planificación, conceptualización y desarrollo de estrategias de comunicación orientadas a la socialización de las campañas institucionales y la oferta de servicios distritales, mediante actividades de interacción directa con el ciudadano. A la fecha, la ejecución de estas estrategias registra los siguientes indicadores:

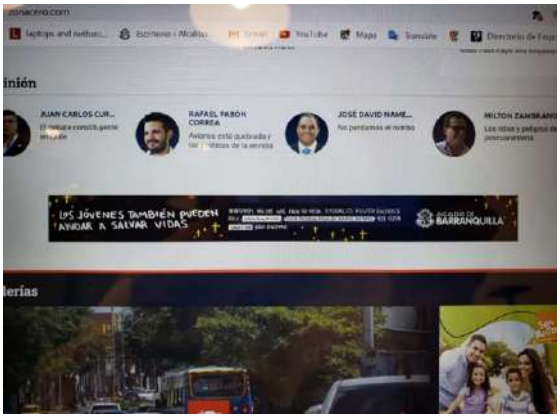
- **126 acciones de marketing directo**
- **34 jornadas de publicidad itinerante**
- **11 acciones de *community scorecard* (recorridos y encuentros sectoriales)**
- **5 jornadas de activación a través de alianzas institucionales.**
- **161 jornadas de activación específicas de prevención del Covid-19 y promoción de la vacunación, en el marco de la gestión local de la pandemia.**
- **7 activaciones específicas en el marco de las iniciativas, programas y proyectos de reactivación económica, atracción de inversiones y visitantes.**
- **220.000 mensajes de comunicación a través de medios electrónicos.**

Acciones de promoción y posicionamiento de Barranquilla como un destino atractivo para desarrollar negocios, realizar eventos, invertir y vivir, destacando las ventajas competitivas y la transformación integral de la ciudad, a partir de la conceptualización, lanzamiento y desarrollo de la campaña "Ven vive Barranquilla".

Gestión del diseño y producción de las piezas de comunicación publicitarias e institucionales de carácter litográfico o digital, necesarias para la ejecución y desarrollo de las campañas orientadas a socializar y difundir la oferta de bienes y servicios distritales, los procesos administrativos de interés ciudadano y la divulgación de los programas y proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo distrital.

Apoyo permanente a la difusión de campañas y servicios de la Alcaldía con publicidad en plataformas digitales (SEM, email marketing, social ads, mobile ads, video online, influenciadores, WhatsApp).

Diseño y difusión de pauta pedagógica institucional (relativa a temas de gran interés público como gestión COVID-19 – cultura ciudadana – prevención de riesgos – reciclaje, entre otros) en medios de comunicación tradicionales y alternativos. En el marco de la pandemia por COVID-19 y con sujeción a los protocolos y las medidas derivadas de la misma, la gestión de pauta ha priorizado la información relevante para la comunidad en estos aspectos.



Diseño y difusión de pauta de carácter informativo (relativa a los avances del Plan de Desarrollo, promoción de ciudad, oferta distrital de servicios) en medios de comunicación tradicionales y alternativos.

Planificación, diseño, conceptualización y ejecución de acciones de comunicación requeridas para el desarrollo de la agenda distrital de eventos, así como de las estrategias para comunicar a la ciudadanía los avances periódicos en la ejecución del Plan distrital de Desarrollo 2020-2023, en el marco de la participación ciudadana y la rendición de cuentas.

Disposición, ejecución y control de un sistema de monitoreo de medios.

4.3.2. Presencia de marca institucional en eventos

Operación y acompañamiento de marca en eventos propios y de otras entidades que requieren presencia institucional de la Alcaldía de Barranquilla.

Conceptualización y producción de 39 eventos presenciales y 3 eventos virtuales, incluyendo la audiencia pública de rendición de cuentas de la vigencia 2020.

A 30 de septiembre se ha atendido con presencia de marca institucional a 193 eventos, con un alcance de más de 100.000 personas en el desarrollo de estos, solo de forma presencial.

Grupo interno de trabajo de Comunicación Directa

4.4. Gestión desarrollada por el grupo interno de trabajo de Comunicación Directa

El propósito del grupo interno de trabajo **Comunicación Directa** es el contacto directo con los ciudadanos, a través de diversas estrategias de comunicación que permiten una relación institucional sin intermediarios.

Estas estrategias promueven el relacionamiento estrecho con la comunidad y el fortalecimiento de la relación estado – sociedad, al hacer posible el conocimiento, de primera mano, de la gestión y logros de la administración distrital, en pro del desarrollo de la ciudad y su gente.

A través de mensajes de texto, participación en plataformas de mensajería, gestión de transmisiones en directo y otras acciones, este equipo contribuye a concretar un objetivo misional de la Secretaría 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".

4.4.1. Creación y desarrollo de ALBA, la asistente virtual de la ciudad

Con diversos programas y proyectos, Barranquilla busca conectarse física y digitalmente, en el entorno local y global, mejorando la movilidad, infraestructura, aumentando cobertura de telefonía móvil, internet de fibra óptica, entre otros aspectos.

Sin embargo, la conexión más importante de la ciudad es con su gente. Bajo esa perspectiva, llegó la asistente virtual **ALBA**, para facilitarle a los ciudadanos el ejercicio de sus derechos y acceso efectivo a trámites y servicios, en el marco de la Política Ciudad de Gente Conectada, incluida en el Plan de Desarrollo 2020-2023: 'Soy Barranquilla'.

Esta política promueve acciones relacionadas con la mejora en la prestación de servicios a los usuarios, permitiendo que sean empoderados con información de valor, para que participen en los logros de un gobierno abierto y transparente.

ALBA le apunta a los siguientes programas del Plan de Desarrollo:

23.1. Política Ciudad de gente conectada

- **23.1.1. Programa: Gobierno conectado con sus ciudadanos**
  - **23.1.1.1. Proyecto: Comunicaciones distritales**
  - **23.1.1.3. Proyecto: Sistema Integral de Atención al Ciudadano**
- **23.1.2. Programa: Barranquilla Digital**
  - **23.1.2.3. Proyecto: Barranquilla en línea y consulta a los ciudadanos**
- **23.1.3. Programa: Promoción de la Ciudadanía Participativa y Corresponsable**
  - **23.1.3.1. Proyecto: Participativo y toma de decisiones digitales**

¿Para qué conectarnos?

La gente

- ✓ Participa y es empoderada
- ✓ Interactúa y consolida lazos con propios y foráneos
- ✓ Ejerce sus derechos con valores cívicos
- ✓ Vive mejor informada
- ✓ Toma mejores decisiones
- ✓ Gana tiempo y ahorra dinero
- ✓ Teje capital humano
- ✓ Mejora calidad de vida

La ciudad

- ✓ Es más amable
- ✓ Conectada digitalmente
- ✓ Mejora la comunicación local y global
- ✓ Con una cultura diferente
- ✓ Brinda mejores experiencias
- ✓ Abierta y transparente
- ✓ La gestión pública genera orgullo
- ✓ Se muestran los avances

¿Qué es ALBA?

Es la asistente virtual de la ciudad, que resuelve inquietudes y brinda soluciones a los usuarios sobre trámites y servicios de distintas dependencias de la Alcaldía de Barranquilla, a través de chat en WhatsApp (3104420195) y Telegram, con respuestas automatizadas. Próximamente se habilitarán los canales en redes sociales.

- Responsabilidad de contenidos: **Secretaría Distrital de Comunicaciones.**
- Responsabilidad de soporte técnico: **Gerencia TIC.**
- Atención de usuarios: **Oficina de Relación con el Ciudadano.**

Rol de la Secretaría de Comunicaciones en la operación de ALBA:

- Gestionar y administrar el canal en sus contenidos.
- Dirigir los procesos de 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 distrital en el canal.
- Implementar mecanismos de monitoreo del canal que permitan establecer indicadores de percepción, alcance e impacto de la comunicación informativa, opinión y conversación pública, sobre la gestión y acciones de gobierno.
- Establecer los canales de comunicación con las dependencias distritales para identificar sus necesidades en materia de divulgación y comunicación.
- Definir e implementar la agenda informativa del Distrito de Barranquilla a través del chatbot.
- Asesorar a las dependencias de la administración y entidades distritales descentralizadas en el manejo efectivo de la información destinada al chatbot, coordinando la elaboración de los contenidos y documentos requeridos con esta finalidad.
- Producir contenidos digitales para la operación y mantenimiento del canal, y ejecutar estrategias para el posicionamiento digital de la gestión distrital.

¿Para qué un asistente virtual en la ciudad?

- Mejorar la participación ciudadana
- Incrementar trámites virtuales
- Democratizar la comunicación
- Brindar información confiable a ciudadanos y visitantes
- Integrar servicios de la Alcaldía

Perfil de servicio de ALBA

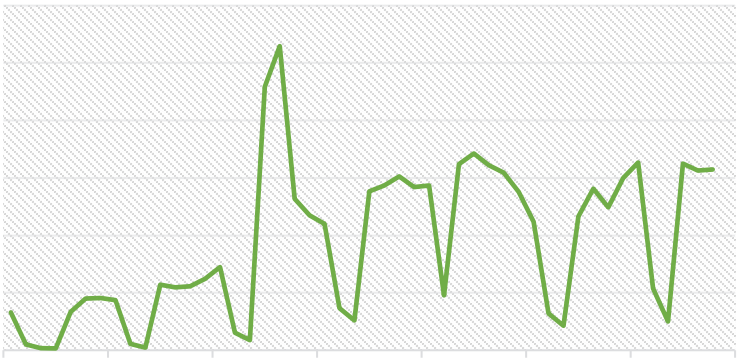
- Conexión con la ciudadanía 24/7.
- Respuestas a consultas sobre trámites, servicios y asuntos de la gestión gubernamental.
- Enfoque informativo, didáctico y conversacional.
- Modelo de desarrollo: acciones bajo demanda, construcción colectiva, desarrollo continuo y actualización progresiva.
- Continua ejecución, incorporación por etapas de temáticas del portafolio de servicios de la administración distrital.
- Integración de datos e interoperabilidad en la etapa de madurez del proyecto.

Temas y conversaciones de ALBA

Los temas y conversaciones de la asistente virtual se priorizaron luego de un análisis de tráfico anual de la página web de la Alcaldía de Barranquilla, encontrando mayores consultas de la ciudadanía en temas como:

- ✓ Tránsito
- ✓ Gestión Social
- ✓ Salud
- ✓ Sisbén
- ✓ Hacienda / Impuestos Distritales
- ✓ COVID-19
- ✓ Auxilios / Subsidios

Desde su lanzamiento a los ciudadanos, el 13 de agosto de 2021, ALBA registra un total de 88.561 conversaciones, un promedio de 2.060 cada día. En la siguiente tabla se detalla el número realizado diariamente



4.4.2. Envío de mensajes de texto a los ciudadanos

En línea con el propósito principal de este equipo de trabajo de la Secretaría Distrital de Comunicaciones, mantener contacto directo con los ciudadanos, a lo largo de 2021 hemos gestionado 40.001.832 mensajes de texto, a partir de los temas de interés de la ciudadanía y la gestión de la Alcaldía Distrital.

El objetivo es informar a los barranquilleros y residentes en la ciudad acerca de los avances, logros y acciones ejecutadas por la Alcaldía de Barranquilla en pro del bienestar general.

A continuación, se relacionan los temas priorizados para la gestión de los mensajes de texto enviados en el transcurso de 2021:

	• 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances	
	• 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances	
	• 19 Cuidados para prevenir el contagio, avances	
	• 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances • Descuentos en el pago del Impuesto Predial	
	• 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances • Descuentos en el pago del Impuesto Predial • Apoyo al empleo juvenil • Reactivación económica • • Invitación Rendición Pública de Cuentas • Becas para jóvenes	
	• Cultura ciudadana • 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances • Apoyo al empleo juvenil • Proyecto de ley para condonar comparendos de tránsito dos antes de 2020 • Becas para jóvenes • Rendición pública de cuentas • Avances en seguridad • Vacantes laborales del Centro de Oportunidades • Descuentos en el pago del Impuesto Predial • Fortalecimiento del sistema de salud distrital	
	• • Apoyo a los jóvenes • Proyecto de recuperación de la Ciénaga de Mallorquín • Becas para jóvenes • Entrega de parque (Barrio Montes)	

	• Gestión del Programa Distrital de Primera Infancia • Barrios a la obra (Avances en Las • 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances • Programas de formación en la EDA • • Siembra Barranquilla • Recuperación y avances en materia ambiental • Beneficios Tributarios 2021 • Lanzamiento de la Línea Única, 195 • Juegos Panamericanos Barranquilla 2027 • Lanzamiento de alba, asistente virtual de la Alcaldía de	
Septiembre	• Pavimentación de calles en La Playa y construcción de alcantarillado en La Cangrejera • Mensaje de apoyo del alcalde Jaime estudiantes que presentarían la Prueba ECAES • Sisbén a tu barrio (Rebolo, Montes, San Roque, Boyacá, • Gestión del Programa Distrital de Primera Infancia • 19: Cuidados para prevenir el contagio, avances • • Descuentos para deudores de multas de tránsito • Avances del Programa de Mejoramiento de Vivienda (Barrio San Francisco) • Recuperación del centro	
	TOTAL DE MENSAJES ENVIADOS	

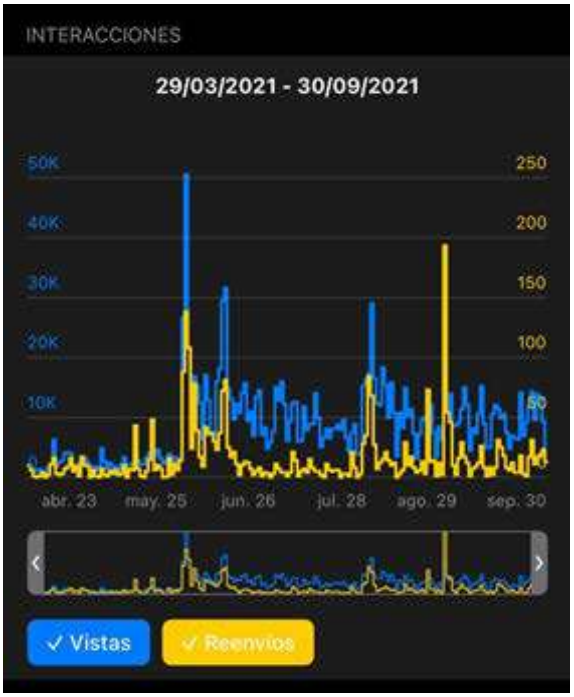
4.4.3. Gestión de Telegram, canal estratégico de difusión

Con el fin de estar presentes en los espacios de interacción directa de los ciudadanos, desde febrero del presente año creamos un canal en Telegram, que permite la comunicación diaria con los seguidores de esta red.

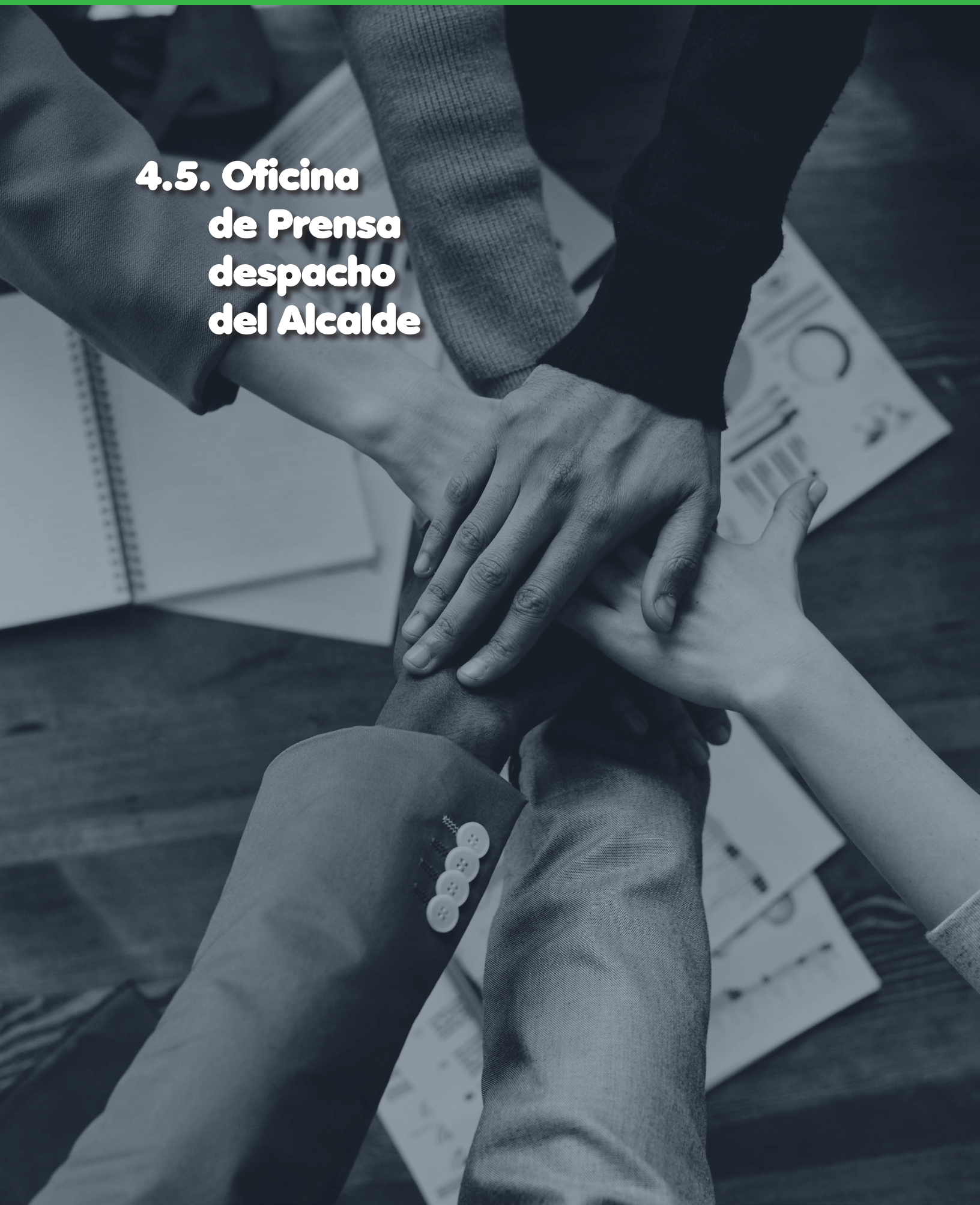
Su objetivo es difundir, de manera inmediata, la información generada desde la Alcaldía de Barranquilla, reforzando las diferentes iniciativas y programas que surgen de nuestras dependencias.

Desde su lanzamiento hasta el 30 de septiembre de 2021, contamos con 5.884 seguidores orgánicos.

En promedio, hemos gestionado un mensaje diario, para un total de 305 desde la apertura del canal.



4.5. Oficina de Prensa despacho del Alcalde



Corresponde a la Oficina de Prensa del despacho del alcalde ejercer labores de comunicación propias del Despacho del alcalde, en el marco de sus competencias, de conformidad con los procesos, procedimientos y la normatividad vigente, así:

- 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, en cumplimiento de lo definido en los procesos y procedimientos.
- 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, de acuerdo con las disposiciones legales y normativas vigentes.
- 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, de acuerdo con los requisitos definidos previamente por la entidad.
- Establecer relaciones cercanas con clientes claves de la entidad y coordinar las actividades de relacionamiento de la Secretaría de Comunicaciones con las diferentes partes interesadas, según lo dispuesto en las leyes y reglamentos.

4.5.1. Acompañamiento a las actividades del alcalde

La Oficina de Prensa ha acompañado 235 actividades del alcalde de Barranquilla, brindando el soporte de comunicaciones necesario para la generación de información con destino a los diferentes grupos de interés, canalizada a través del grupo interno de trabajo de Comunicación Informativa de la Secretaría Distrital de Comunicaciones.

4.5.2. Gestión de contenidos audiovisuales institucionales

La Secretaría Distrital de Comunicaciones ha realizado y difundido producciones audiovisuales a través de las cuales se difunde masivamente información relativa a los programas, proyectos y servicios que tiene disponible el Distrito en beneficio de todos los ciudadanos, además de los pormenores y actualidad de la gestión de gobierno distrital. Los productos de comunicación audiovisual alineados a estos propósitos son los siguientes:

· **El Podcast / Barranquilla Vive:** Espacio informativo que aborda semanalmente temas de gran interés ciudadano con la participación de funcionarios distritales que atienden las inquietudes e interrogantes planteados por la ciudadanía en los canales digitales de atención e interacción. A 30 de septiembre registra 25 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 30 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 30 emisiones.

A 30 de septiembre de 2021 se han producido 24 videos institucionales especiales, correspondientes a las referencias relacionadas a continuación:

1. Presentación Vivero Río Dulce
2. Primera Persona Vacunada contra Covid – 19. Enfermera de Adelita de Char.
3. Video Barranquilla la primera biodiverciudad – Asamblea BID.
4. Vacunada #100.000
5. Proyecto de condonación de multas de tránsito.
6. Regreso de Selección Colombia al Metropolitano.
7. Día del Árbol.
8. Nueva Línea 195
9. Comercial estrategia trabajo infantil: Ayudas más si no das – Gestora Social.
10. Celebración 20 de Julio. Los colores de la bandera en la ciudad.
11. Lanzamiento nueva APP ALBA
12. Comercial – Bola e' trapo (Deportes)
13. Representación Antony Zambrano en los Olímpicos
14. Video emprendimiento Vania Store
15. Video Primera Infancia
16. Ven Vive Baq Hijos de Sancho
17. Video Centro Vida, mes adulto mayor
18. Video Barranquilla Digital
19. Video esquina fresca Baq, el cachaco
20. Ven vive Barranquilla – Los hijos de Sancho.
21. Primer vacunado en la ciudad.
22. Reactivación estrategia VTA
23. Inicio de obras Mallorquín.
24. Lanzamiento Panamericanos.

En este mismo período se han realizado 35 transmisiones en streaming en los canales digitales institucionales, correspondientes a eventos institucionales de interés público, alocuciones y anuncios de las autoridades distritales.

4.5.3. Nuevos productos audiovisuales

Con la finalidad de fortalecer las estrategias y acciones de difusión masiva de la oferta de servicios distritales mediante mensajes y piezas de comunicación atractivas, pedagógicas y útiles para los ciudadanos, se conceptualizaron e implementaron los siguientes productos audiovisuales:

- Imparables: Producto audiovisual que presenta las historias de ciudadanos que son beneficiarios de los programas y proyectos distritales. Del 1 de enero al 30 de septiembre de 2021 se han publicado 4 entregas:

1) María Vega, beneficiaria de la EDA

2) Pedro De La Cruz, beneficiario de Articulación con la Media.

3) Brayan Camargo, beneficiario del Gran Malecón.

4) Ketty Maldonado, beneficiaria de oportunidades de empleo a través de la Línea 195.

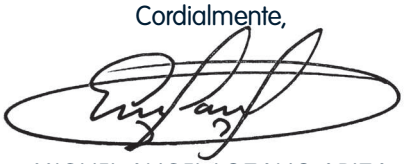
- ¿Cómo lo hago?: Producto audiovisual que explica a los ciudadanos cómo hacer los trámites o solicitar los servicios de la Alcaldía de Barranquilla de una manera fácil, sencilla y propiciando la virtualidad:

1. Cómo prestar una cancha.
2. Cómo actualizar el Sisbén.
3. Cómo conseguir trabajo a través del Centro de Oportunidades.
4. Cómo usar el asistente virtual ALBA.
5. Cómo pagar los impuestos distritales.

Con corte al 30 de septiembre de 2021, la Secretaría Distrital de Comunicaciones registra un avance de 78,32 % con respecto al plan de acción anualizado. El comportamiento de los indicadores muestra un desarrollo acorde a lo planificado, evidenciándose un buen ritmo en el cumplimiento de las metas.

Se suscribe el presente informe ejecutivo de gestión en Barranquilla D.E.I.P. a los siete (7) días del mes de octubre de 2021, para su radicación y presentación ante el honorable Concejo Distrital de Barranquilla.

Cordialmente,



MIGUEL ANGEL LOZANO ARIZA
Secretario de Comunicaciones

ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA

Soy BARRANQUILLA