

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLORESBLANCA - GRON - PEDEQUEZA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

## **Plan Estratégico de Comunicaciones del AMB - 2021**

### **JUSTIFICACIÓN:**

El Área Metropolitana de Bucaramanga, como Entidad pública, planea y ejecuta proyectos y programas orientados a cumplir con sus objetivos misionales. Todas sus acciones van dirigidas a la comunidad.

Es necesario estructurar un proceso de comunicación pública, organizacional, corporativa e informativa, que le permita a la Entidad mantener y mejorar constantemente las relaciones con sus públicos internos y externos.

Este proceso se denomina '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**' y facilitará el quehacer informativo entre la entidad Área Metropolitana y los ciudadanos, a través de redes sociales y plataformas virtuales propias, con el complemento de la ejecución de un Plan de Medios en canales de difusión externos, comerciales y/o comunitarios, de cobertura en el territorio metropolitano.

Dicha estrategia integral de comunicaciones es transversal a todas las dependencias del AMB y está presente en las actuaciones de los servidores públicos. Su establecimiento genera confianza, permite desarrollar competencias comunicativas al interior de la Entidad, expande la capacidad laboral y fomenta la confianza interna y externa.

A través del '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**', el AMB informará sobre el cumplimiento de los objetivos misionales, institucionales y sociales trazados para la próxima vigencia, proyectando de adentro hacia afuera una Entidad fortalecida, clara, coherente y transparente.

### **OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar el '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**', como herramienta de posicionamiento de la imagen de la Entidad en su calidad de Autoridad de

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLOREABLANCA - GIRON - PEDEQUESTA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

Transporte, Organismo Planificador y Gestor Catastral del Área Metropolitana de Bucaramanga.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. **Consolidar un equipo de trabajo en el área de Comunicaciones**, cuya tarea consiste en producir contenidos informativos que fortalezcan la presencia institucional y respondan a los requerimientos del Plan de Acción del Área Metropolitana, para la vigencia del año 2021.
2. **Diseñar y poner en marcha un Plan de Medios** para divulgación en prensa, radio, televisión, a través de canales masivos y alternativos, de los sistemas de información tradicionales y las plataformas virtuales externas, que sea eficiente, efectivo y eficaz, como ruta de información institucional del AMB hacia la comunidad.

## **PLAN DE COMUNICACIONES 2021:**

Partiendo de que la Comunicación es, al mismo tiempo, un derecho y un servicio público, para el Área Metropolitana se aborda como un mecanismo estratégico que fortalece su imagen y su institucionalidad, le da legitimidad ante la opinión pública al mostrar su gestión con transparencia y al mismo tiempo propicia la construcción de ciudadanía y de capital social.

Con esta base conceptual, el Plan de Comunicaciones del AMB se fundamenta en:

- ✓ Veracidad, siempre ante toda circunstancia. Esto implica que no se manipulará ni tergiversará la información.
- ✓ Transversalidad, hacia todos los procesos del AMB.
- ✓ Transparencia en la información, la comunicación y la divulgación.
- ✓ Pertinencia en la entrega de la información a todos sus públicos objetivos.

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLORESALBAICA - ORION - PEDEQUEZA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

- ✓ Respeto por los públicos y por la Entidad en términos de brindar adecuado y oportuno flujo de información, que mantenga un hilo conector entre las actuaciones de la Institución, sus decisiones y el impacto que éstas tienen en los receptores.

Dicho lo anterior, el **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** debe obedecer al direccionamiento y orientaciones de la Alta Dirección del AMB, de manera planificada y como eje transversal de las acciones asignadas a todas las dependencias y áreas de la Entidad.

En este sentido debe fomentarse una cultura de la información, ligada a los procesos internos y externos Área Metropolitana, de modo que sea articulada y en sintonía para que la información y la divulgación tengan un mismo sentido y se hable en ellas un mismo lenguaje.

#### **DIMENSIÓN INFORMATIVA:**

- ✓ El Área Metropolitana desarrollará un proceso cotidiano de información a través de boletines, comunicados, informes en redes sociales, contenidos gráficos, auditivos y audiovisuales distribuidos en sus redes sociales y sistemas de divulgación, teniendo en cuenta que la Entidad es productora de información hacia públicos internos y externos.
- ✓ Orientado desde la Alta Dirección y las subdirecciones, el Área Metropolitana desarrollará una línea editorial y producirá contenidos a través del Blog Institucional que se publica en la página WEB [www.amb.gov.co](http://www.amb.gov.co), con el propósito de legitimar a la Entidad como productora del conocimiento.
- ✓ El Área Metropolitana participará en la Agenda Mediática, a través de la cual se determina la gran influencia que tienen los medios de comunicación de masas sobre el público, en el tratamiento de los hechos y las noticias a las cuales se les confiere mayor o menor relevancia.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLOREABLANCA - GRON - PEDEQUEZA</p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

## PROPÓSITOS DE LA ESTRATEGIA INFORMATIVA

- Aportar al cumplimiento de los objetivos institucionales, promoviendo la circulación amplia y oportuna de la información, dirigida a los públicos correspondientes y en el lenguaje adecuado, dando cuenta de la gestión pública y motivando la participación de la ciudadanía.
- Validar este proceso informativo en los requerimientos establecidos a través del Modelo Estándar de Control Interno (MECI).
- Establecer vínculos permanentes y directos de la Entidad con los grupos de interés internos y externos.
- Facilitar la Rendición de cuentas, y brindar las bases para la transparencia de la gestión y el compromiso con lo público.
- Definir los sistemas de información acordes con las características, recursos y competencia de nuestra Entidad y del medio con el que interactúa.
- Posicionar y difundir el Plan de Acción del Área Metropolitana, a través de los medios de comunicación masivos a nivel local y regional, así como en los medios alternativos y redes sociales de información.
- Proyectar, a través de los medios de comunicación, la labor del Director General, desde sus capacidades técnicas, su competencia y su gestión.
- Fortalecer la relación de la Entidad con los medios de comunicación, entregando información oportuna, generando insumos y contenidos propios para ellos y realizando alianzas estratégicas.
- Establecer y mantener un orden lógico y estratégico en el proceso informativo, con acciones premeditadas y documentación del proceso.
- Establecer agendas Informativas, que faciliten el orden en el proceso informativo y permitan que los medios conozcan el quehacer de la Entidad de manera permanente.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORESBLANCA - GIRON - PEDEQUEZA</small></p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

## **CÓMO LO VAMOS A HACER**

- Generando cercanía para construir confianza. Solo se cree a lo que se conoce y la única forma de conocernos es estando cerca. Este tipo de relación es la que debemos generar con los medios de toda índole.
- Cada acción debe reflejar lo estratégico del Área Metropolitana. No debe haber acciones aisladas; todas deben estar asociadas al enfoque estratégico de las comunicaciones y de la Entidad en sí, de ahí la importancia de conocer el Plan de Acción y de priorizar lo informativo, según las temáticas que se quieren poner en la escena pública.
- Estando disponibles siempre. La disponibilidad es un factor relevante a la hora de construir confianza y de hacerse sentir cerca. La importancia de un enlace con los medios radica en gran medida en que haya alguien disponible siempre.
- Diversificando y ampliando los medios. Hay que mirar más allá y explorar nuevas alternativas para informar a públicos diversos. Seguro se encontrarán nuevos aliados y se podrá impactar sectores de la población que sean de interés.

## **GENERACIÓN DE INFORMACIÓN:**

- Elaboración diaria de boletines de prensa, foto-noticias y capsulas informativas audiovisuales, para divulgar en la Página WEB, redes sociales propias y los contactos con los medios de comunicación.
- Planeación y realización de ruedas de prensa, envío de información específica según temática.
- Desarrollo de una agenda semanal para generación de espacios para la Entidad en medios de comunicación (Free Press).
- Revisión permanente de la información del AMB en los medios; su impacto, y con ello las acciones de mejoramiento necesarias.

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLORESDELANCA - GRON - PEDEQUEZA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

- Identificación de las posibles alianzas estratégicas con medios y con entidades públicas o privadas, para difusión de la información institucional del AMB.
- Fortalecimiento de los medios internos de comunicación.
- Actualización del manual de identidad corporativa del AMB.

### **ÁREAS DE INTERVENCIÓN:**

La información del Estado debe ser entendida como un bien público, al igual que los trámites y servicios que toda Entidad debe proveer a la comunidad para cumplir su objeto social y reconocer los derechos del ciudadano. Por lo tanto, es un derecho de los ciudadanos y es un deber del Estado orientar su acción a las necesidades de la ciudadanía y una obligación ofrecer la información, trámites y servicios de manera eficiente, transparente y participativa a toda la sociedad.

En tal sentido, las áreas de intervención contempladas en el **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** del Área Metropolitana, son:

- Medios masivos de comunicación: Televisión, Radio, Impresos y Prensa.
- Página WEB y redes sociales propias de la Entidad (Community Manager).
- Creación de la Emisora Online del AMB
- Tecnologías de la información y Gobierno en Línea.
- Monitoreo de medios masivos y alternativos de comunicación.
- Entidades territoriales.

### **PLAN DE COMUNICACIONES:**

El **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** del AMB desarrollará dos líneas de acción, a saber:

- Comunicación corporativa y organizacional.
- Comunicación externa.

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLORESDALANCA - ORÓN - PEDEQUEZA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

## LINEA ESTRATÉGICA INTERNA:

El ‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’ del AMB incluye la elaboración de documentos y la puesta en marcha de acciones, tales como:

- ❖ **Manual de Estilo:** compendio de normas, consejos y ejemplos reales, que conduce a la cohesión interna y a la homogeneidad estilística del reflejo de la imagen de la Entidad.
- ❖ **Manual de Protocolo Organizacional:** documento institucional que recoge el conjunto de atributos que representan al servidor del AMB, en relación con la Institución y genera elementos diferenciadores hacia otras entidades.
- ❖ **Manual de Imagen Corporativa:** es el documento oficial que recoge todos los símbolos, normas y elementos gráficos que definen a la Institución y sus aplicaciones más generalizadas.
- ❖ **Manual de Vocería:** documento institucional del AMB, que establece directrices gerenciales de vocería para el manejo ante los medios masivos de comunicación.
- ❖ **Comité de Comunicación:** instancia estratégica que genera directrices en el manejo de la comunicación interna y externa.
- ❖ **Boletín interno virtual:** pieza de divulgación e información interna para dar cuenta del día a día de la Entidad.
- ❖ **Carteleras:** mecanismo de comunicación interno y externo en el cual se informa sobre el quehacer de la Entidad.
- ❖ **Campañas institucionales:** estrategia para promover los valores de la Entidad y para promover la motivación hacia ciertos temas (preservación del medio ambiente, cuidado de recursos naturales, autocontrol, entre otros).
- ❖ **Participación Institucional:** participación de la Entidad en eventos académicos, gremiales e institucionales convocado por otras entidades.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLOREABLANCA - ORON - PEDEQUEZA</p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

- ❖ **Material P.O.P:** estrategia que busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos (suvenires).
- ❖ **Asesoría para manejo de las relaciones públicas:** estrategia para lograr un óptimo relacionamiento de la Alta Dirección con públicos específicos.

### **LINEA ESTRATÉGICA EXTERNA:**

A través del ‘**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**’ será visibilizada la gestión de la Entidad y se establecen las relaciones con los medios de comunicación, masivos y alternativos, utilizando las siguientes herramientas:

- ❖ **Boletín de prensa:** pieza de divulgación e información que contiene datos relevantes sobre la gestión de la Entidad, para enterar a la opinión pública de su quehacer, sus avances y su administración. Esta herramienta permite evidenciar el manejo transparente del AMB, acorde con el sentido de la comunicación pública.
- ❖ **Comunicado de prensa:** pieza de divulgación enfocada a hacer un pronunciamiento o un anuncio particular y puntual sobre un tema de interés público en el que participa la Entidad. Se emite solo cuando la importancia del pronunciamiento lo amerita y en él, se trata el asunto de manera analítica.
- ❖ **Foto-noticia:** pieza de divulgación e información con un énfasis visual (fotos) y texto explicativo conciso. Su intención es motivar a los periodistas a profundizar más sobre un tema noticioso.
- ❖ **Rueda de Prensa:** evento de acercamiento a los medios de comunicación para entregarles información de la Entidad que sea relevante para la opinión pública. La preside el Director General o su delegado.
- ❖ **Informe de gestión:** compendio de la Gestión de la Alta Dirección de la Entidad en un periodo de tiempo.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA BUCARAMANGA - FLORESALBA - GRON - PEDEQUESTA</p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

- ❖ **Agenda de medios:** entrevistas, recorridos y capacitación dirigida a medios de comunicación; estrategias de acercamiento para promover la Gestión institucional.
- ❖ **Página WEB y redes sociales digitales:** herramientas propias de la Entidad para promocionar la Gestión y los servicios institucionales.

## **TAREAS COMUNICACIONALES:**

1. Difundir, a través de medios masivos de comunicación audiovisual (televisión y redes sociales), información, menciones, impactos y cápsulas institucionales con el contenido de actividades, programas y proyectos del '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**', de acuerdo con los requisitos técnicos establecidos y en los tiempos requeridos por la Entidad.
2. Difundir, a través de medios masivos de comunicación auditiva (radio y canales online), de cobertura local, regional y/o nacional, información, cuñas y capsulas institucionales con las actividades, programas y proyectos del '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**', de acuerdo con los requisitos técnicos establecidos y en los tiempos requeridos por la Entidad.
3. Publicar, a través de medios masivos de comunicación de prensa e impresos, de circulación regional y/o nacional, información y avisos institucionales con el contenido de actividades, programas y proyectos del '**Plan Estratégico de Comunicaciones 2021**', de acuerdo con los requisitos técnicos establecidos y en los tiempos requeridos por la Entidad.
4. Optimizar y actualizar de manera permanente la plataforma WEB y las redes sociales propias del AMB, mejorando e incrementando los índices de respuesta a la comunidad a través del proceso PQR y en atención a lo preceptuado dentro de la política Gobierno Digital, con el fin de fomentar la transparencia y la participación ciudadana.

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLORESBALANCA - GRON - PEDEQUEZA</small></p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

5. Implementar un sistema de identidad corporativa, para la difusión institucional del **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** en redes sociales, medios electrónicos y medios masivos de información.
6. Diseñar contenidos gráficos digitales del AMB, con los mismos propósitos de difusión a través de los canales y medios establecidos
7. Ejecutar el proceso de pre-producción, producción, post producción de contenidos audiovisuales del AMB, con los mismos propósitos de difusión a través de los canales y medios establecidos.
8. Desarrollar el proceso de posicionamiento digital de la marca institucional AMB a través de la Página WEB y las redes sociales, mediante la ejecución de una estrategia de expansión del espectro y creación de una comunidad fidelizada, a cargo de un profesional Community Manager.
9. Diseñar contenidos gráficos auditivos del AMB, con los mismos propósitos de difusión a través de los canales y medios establecidos

### **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

Para el adecuado cumplimiento del **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’**, se identificaron las siguientes fuentes y espacios de información dentro de la Entidad:

- a. Agenda de la Dirección General y organismos directivos del AMB.
- b. Hechos Metropolitanos.
- c. Plan de acción de inversión 2021
- d. Obras: parques metropolitanos.
- e. Ordenamiento Territorial Metropolitano.
- f. Centro de pensamiento y proyectos urbanos.

 <b>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA</b> <small>BUCARAMANGA - FLOREABLANCA - ORON - PEDEQUEZA</small>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

- g. Catastro metropolitano multipropósito.
- h. Estrategia de la bicicleta.
- i. Fomento del uso del transporte público.
- j. Proceso de complementación del transporte público.
- k. Red de monitoreo de calidad del aire.

A través del **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’**, la Oficina de Prensa y Comunicaciones del AMB difundirá las actividades, programas y proyectos contenidos en el plan de acción de inversión 2021.

### **OBLIGACIONES MISIONALES:**

La comunicación institucional del Área Metropolitana pertenece a la Línea Estratégica N° 3: Modernización institucional para la Gestión Territorial, y contempla las siguientes actividades:

1. Atender las necesidades de socialización, divulgación y comunicaciones requeridas por el AMB para el desarrollo metropolitano sustentable.
2. Apoyar la logística requerida para la ejecución de la estrategia de comunicación e información para la cultura metropolitana sustentable.
3. Apoyar la logística requerida para el cumplimiento de las labores misionales de la Entidad.

### **EQUIPO DE TRABAJO:**

Para dar cumplimiento al **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** del AMB, se propone un equipo de trabajo integrado por:

1. Un Comunicador Social, encargado de la coordinación general de actividades, la elaboración de contenidos informativos y el cubrimiento diario de la acción institucional de la Entidad; responsable a su vez del

 <p>ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA <small>BUCARAMANGA - FLOREABLANCA - ORON - PEDEQUEZA</small></p>	<b>PRENSA Y COMUNICACIONES</b>	<b>PEC 2021</b>
	Documento previo	Enero 2021

cumplimiento de las metas e indicadores establecidos en el **‘Plan Estratégico de Comunicaciones 2021’** del Área Metropolitana.

2. Un Comunicador Social u Organizacional, especializado en el manejo informativo hacia la comunidad online (Community Manager); quien será el profesional de apoyo a la gestión para el cubrimiento de la Agenda de la Alta Dirección y demás tareas cotidianas de la Institución.
3. Un productor audiovisual, quien contará con equipos de filmación, fotografía y edición de última tecnología, para el apoyo en el cubrimiento y difusión diaria de la agenda institucional del Área Metropolitana.
4. Un diseñador gráfico, para la elaboración de los contenidos digitales del Área Metropolitana, con fines de difusión en medios de comunicación y redes sociales, internos y externos.
5. Un profesional de sistemas, con competencias en la programación y el desarrollo digital, para ejecutar procesos de actualización y posicionamiento de las plataformas virtuales del AMB a través de la implementación de aplicaciones para redes sociales, marketing digital, implementación del chat en el portal WEB y revisión y cumplimiento de la Resolución Mintic (Gobierno Digital).