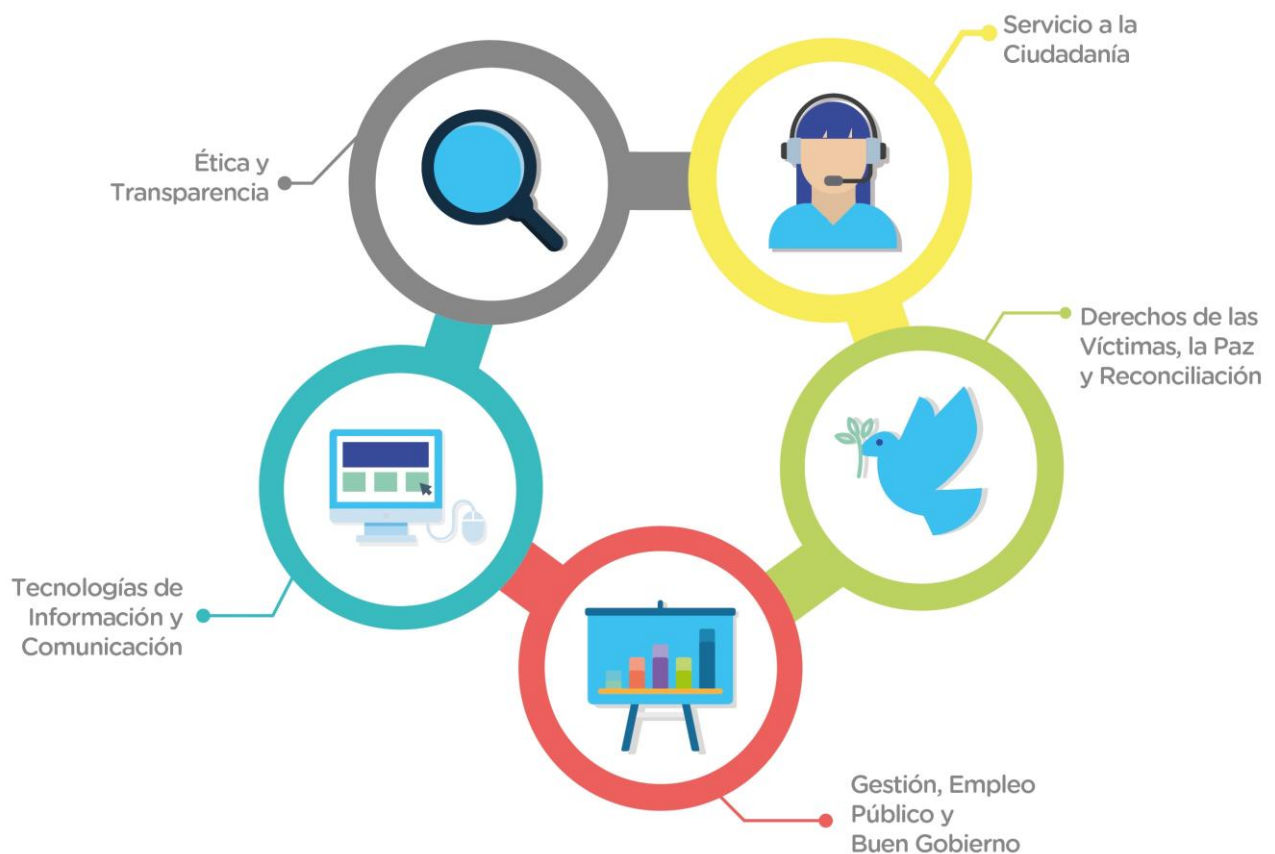


# Plan de Comunicaciones Estrategia de Rendición de Cuentas - 2018



Adriana Fonseca Pongutá

Asesora de Comunicaciones Secretaria General

# **Plan de Comunicaciones Estrategia de Rendición de Cuentas**

## **Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá**

En el ámbito de lo público, el adecuado y oportuno manejo de las comunicaciones e información con destino a diversos públicos es prioritario y un deber de las instituciones, es propender por el fortalecimiento de los canales de comunicación que permitan una adecuada interacción entre ciudadanos y Administración.

Teniendo en cuenta lo anterior y en concordancia con la eficiencia, transparencia y lucha contra la corrupción, la Secretaría General de la Alcaldía Mayor como cabeza del sector Gestión Pública, desarrolla el siguiente plan de comunicaciones del proceso de Rendición de Cuentas, como una herramienta básica para la ejecución del proceso en mención.

El plan de comunicaciones busca a través de unos lineamientos básicos, organizar de manera uniforme varios aspectos del proceso de rendición de cuentas en materia de públicos, canales y tipo de mensajes.

### **Fundamentos**

- Garantizar la calidad y oportunidad en la información.
- Mejorar los canales de información y comunicación.
- Brindar claridad sobre el alcance y oportunidad de cada canal institucional.
- Contribuir en el fortalecimiento de una nueva imagen del sector de gestión pública.

### **Característica de la Información del Sector Gestión Pública**

La información de sector se encuentra dividida en cinco ejes de gestión: Servicio a la Ciudadanía, Víctimas, Tecnologías de la Información y Comunicación, Gestión Pública que comprende los temas relacionados con transparencia y Empleo Público donde se realizan acciones integrales del fortalecimiento de las competencias de los equipos de trabajo del orden distrital.

### **Públicos**

El principal público es la ciudadanía en general. No obstante, existen unos grupos de interés que son relevantes en el ejercicio de lo público como organismos de control, medios de comunicación, universidades, gremios cuya actividad se encuentra ligada a la gestión del sector, organismos multilaterales, embajadas, ONG y entidades del orden distrital y nacional, entre otros.

### **Comunicación Efectiva**

La comunicación es un elemento fundamental dentro de las relaciones humanas y, por lo tanto, en la relación con el ciudadano. La comunicación es definida de manera general como la competencia que posee una persona para escuchar, entender y valorar de forma empática información, ideas y opiniones, siendo capaz de retroalimentar asertivamente el proceso comunicativo.

## **Características de una buena comunicación**

- No basta con tener unos adecuados canales e infraestructura tecnológica si no tenemos la habilidad y capacidad de “*comunicar*” la información que genera el sector gestión pública.
- El eficiente flujo de información de las áreas permite la integración y la transversalidad.
- La coordinación y/o articulación entre los distintos responsables de los temas es indispensable para la producción y/o divulgación de la información con destino a la ciudadanía.

## **Canales**

Con el fin de brindar un mejor servicio a la ciudadanía, la entidad ha dispuesto canales a través de los que el ciudadano puede acceder a los servicios que presta la entidad.

Dichos canales son los medios usados para transmitir el mensaje y tener contacto con el ciudadano(a), ya sea de forma permanente –lo que permite estar en pleno contacto con la ciudadanía-, o de manera esporádica por medio de seminarios, etc.

### **Canales permanentes**

Telefónico: Es un medio práctico a través del que se reciben las llamadas para solicitar información, atender inquietudes y obtener orientación.

Virtual: Ofrecer medios alternativos para que los ciudadanos accedan y consulten información a través del sitio Web o redes sociales. En el ecosistema digital se encuentran:

### **Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá**

- Sitio web: [www.secretariageneral.gov.co](http://www.secretariageneral.gov.co)
- Twitter: [www.twitter.com/sgeneralbogota](https://twitter.com/sgeneralbogota)
- Facebook: [www.facebook.com/sgeneralbogota](https://www.facebook.com/sgeneralbogota)
- Youtube: [www.youtube.com/channel/UCpCIAwhtQHZ6Xcwo7vaz2Jw](https://www.youtube.com/channel/UCpCIAwhtQHZ6Xcwo7vaz2Jw)
- Twitter: Línea 195 <https://twitter.com/195bogota?lang=es>

### **Archivo de Bogotá**

- Sitio web: <http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/>
- Twitter: <https://twitter.com/ArchivodeBogota>
- Facebook: <https://www.facebook.com/archivobogota/>

### **Dirección Distrital de Relaciones Internacionales**

- Sitio web: <http://internacional.secretariageneral.gov.co/>
- Twitter: [https://twitter.com/BogotaInter\\_nal](https://twitter.com/BogotaInter_nal)
- Facebook: [www.facebook.com/sgeneralbogota](https://www.facebook.com/sgeneralbogota)

## Departamento administrativo de Servicio Civil

- Sitio web: <https://www.serviciocivil.gov.co/>
- Twitter: <https://twitter.com/ServicioCivilD>
- Facebook: <https://www.facebook.com/Departamento-Administrativo-del-Servicio-Civil-Distrital-197167636994251/>

Presencial: Es un elemento clave en la relación con los ciudadanos ya que permite que éstos puedan acceder a información y en este sentido el sector administra la RedCADE que son los puntos de atención a la ciudadanía. La entidad cuenta con 49 carteleras virtuales, de las cuales 11 están ubicadas en las sedes de la Secretaría General – Archivo de Bogotá, Imprenta, Centro Memoria y Manzana Liévano; y 38 ubicadas en la Red CADE con información con destino a público interno y externo.

### Tipos de Mensajes

El Sector Gestión Pública debe tener claridad en los tipos de mensajes unos de corte general y otros específicos según los públicos objeto. Es importante señalar que los logros y avances de meta son importantes en términos generales pero existen audiencias que pueden requerir mayor grado de profundización sobre el indicador. En ese sentido, los informes y acceso a los mismos con claridad y oportunidad marcan una variable importante en los procesos de rendición de cuentas.

Teniendo en cuenta lo anterior, el proceso se enmarca en tres momentos de comunicación donde cada responsable tendrá acciones a su cargo, las cuales garantizarán el desarrollo de la rendición de cuentas.

### Momentos comunicacionales

Momento informativo	Mensaje	Acciones Comunicativas
<b>1. Realización de la Rendición de Cuentas</b>	Mensaje directo dónde, cuándo y ejes del proceso.	<b>Imagen central del evento:</b> Definir la imagen del proceso y adaptarla a los canales a utilizar. (importante definir el lugar, la hora, logística del evento, correo electrónico y telefónico para mantener contacto oportuno con la ciudadanía) <b>Boletín General:</b> Destacando el mensaje central e importancia del proceso con destino a los medios de comunicación <b>Cartas de invitación:</b> Definir los públicos que serán objeto de carta directa para participar en el proceso. <b>Parrilla de trinos:</b> Diseñar una parrilla de mensajes durante una semana previa al evento con la información general del proceso. <b>Insumos PTT:</b> Definir los insumos que se requieren para proceder al diseño de la presentación central. <b>Roles del proceso:</b> El comité de seguimiento del proceso de Rendición de Cuentas debe definir las responsabilidades de los integrantes

Momento informativo	Mensaje	Acciones Comunicativas
		<b>Impresión de formatos:</b> Definir los formatos requeridos antes y durante el evento. Formatos para parametrizar posibles preguntas y formatos para evaluar el proceso, entre otros.
<b>2. Realización de Rendición de Cuentas</b>	Durante la rendición de cuentas	<b>Presentación de la Rendición de Cuentas.</b> PTT con los logros de la gestión en el marco del posicionamiento del sector <b>Streaming:</b> Definir los insumos logísticos para garantizar transmisión vía streaming y mantener divulgación en línea por medio de trinos en los canales respectivos. <b>Declaraciones a medios específicos</b> Resaltar los temas centrales de la rendición a divulgar ante los medios
<b>3. Evaluación del proceso divulgativo</b>	Analizar métricas y nivel de asistencia	<b>Informe de acciones</b> -Elaborar un informe resumen con el balance del proceso.
<b>4. Rendición Permanente</b>	Mantener informado a los grupos y permitir su participación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Redes sociales.</b> Durante todo el año la Secretaría mantendrá como directriz llevar una parrilla de información y habilitar mecanismos de participación como el Facebook Live “<i>Bogotá Te Escucha</i>” donde la administración interacciona con la ciudadanía todos los últimos jueves de cada mes.</li> <li>- <b>Videoclips.</b> “<i>Ala Venga Le Cuento</i>” con información histórica del Archivo de Bogotá e incentivando a la ciudadanía a visitar sus instalaciones y documentos.</li> <li>- <b>Boletines de prensa periódicos.</b> Con información puntual sobre nuevos servicios y noticias de la gestión institucional.</li> <li>- <b>Sitio web.</b> Con información actualizada es el mejor vehículo para mantener una comunicación efectiva</li> <li>- <b>Especial sobre gestión integral. Revista</b> - Consolidar un documento de gestión sobre los avances de la administración</li> </ul>

### Piezas de comunicación generales

Para llevar a cabo este proceso se mantendrá en constante diseño no sólo textos sino piezas de comunicación: general, para redes, para carteleras virtuales y en sistensis para los diferentes canales y necesidades según público.

### Comportamiento y tendencias del ecosistema digital de la Secretaría General

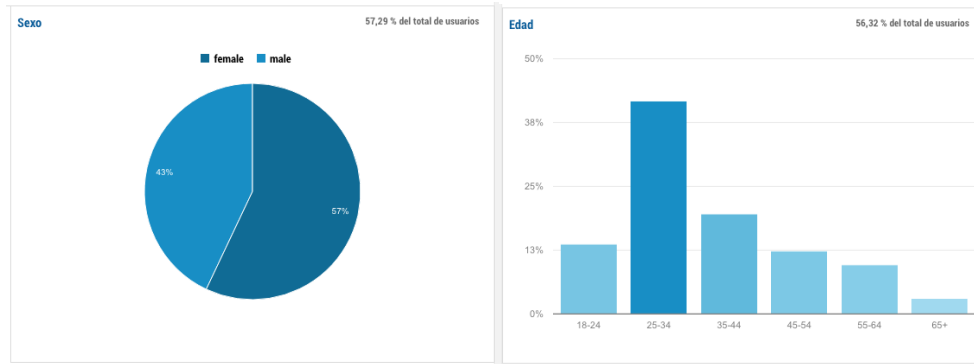
*Periodo del informe:*

*1 febrero 2017 – 31 diciembre 2017*

1. **Sitio web Secretaría General**  
[www.secretariageneral.gov.co](http://www.secretariageneral.gov.co)

**a. Datos demográficos**

El público que navega en el sitio web de la Secretaría General corresponde al 43% mujeres y el 57% hombres, de los cuales el 41,67% está ubicado en un rango de edad entre los 24 y 35 años de edad, seguido por un 19,65% que se ubica entre los 35 y 44 años de edad.



**b. Información geográfica**

Los usuarios de la página web de la Secretaría General, en un 96,5% se conectan desde Colombia, seguido por un 1,425% usuarios que ingresan al sitio web desde Estados Unidos.

Segmentando los usuarios de Colombia, el 74,78% están ubicados en Bogotá y un 7,75% en Antioquia.

Región	Usuarios	Usuarios	Contribución al total: Usuarios
	199.759 % del total: 96,69 % (206.588)	199.759 % del total: 96,69 % (206.588)	
1. Bogotá	151.321	74,78 %	
2. Antioquia	15.688	7,75 %	
3. Valle del Cauca	6.074	3,00 %	
4. Santander Department	3.978	1,97 %	
5. Atlántico	3.904	1,93 %	
6. Cundinamarca	3.161	1,56 %	
7. Risaralda	2.016	1,00 %	
8. Bolívar	1.979	0,98 %	
9. Tolima	1.688	0,83 %	
10. Boyacá	1.639	0,81 %	

**c. Intereses**

Dentro de los intereses que se destacan entre los usuarios de la página web de la Secretaría General se encuentra:

- Empleos 5,80%
- Educación 3,44%

#### d. Comportamiento en la página web.

Durante el 2017, los sitios que más visitó la ciudadanía en el sitio web de la Secretaría General están relacionados con convocatorias y servicio a la ciudadanía.

A continuación se evidencian los diez enlaces más visitados durante el año.

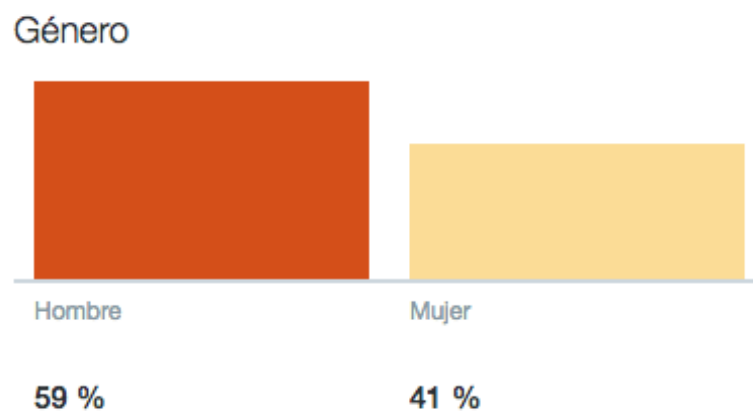
Página	Número de visitas a páginas	% Número de visitas a páginas
1. /	218.264	16,52 %
2. /transparencia/informacion-interes/convocatoria/convocatoria-planta-temporal-alta-consejeria-victimas	129.622	9,81 %
3. /servicio-ciudadania	44.950	3,40 %
4. /noticias/convocatoria-planta-temporal-alta-consejeria-victimas	43.100	3,26 %
5. /transparencia/marco-legal/normatividad/decreto-nacional-2591-1991	35.308	2,67 %
6. /servicio-ciudadania/presencial/cade	33.879	2,56 %
7. /transparencia/informacion-interes/convocatorias	32.157	2,43 %
8. /transparencia/marco-legal/normatividad/ley-640-2001	30.074	2,28 %
9. /servicio-ciudadania/presencial/supercade	24.009	1,82 %
10. /transparencia/tramites-servicios	20.973	1,59 %

[ver todo el informe](#)

## 2. Redes sociales:

### a. Identificación de la audiencia de Twitter

A la fecha del 09 de febrero del 2018, la cuenta en Twitter de la @SgeneralBogota cuenta con 7808 seguidores de los cuales el 59% son hombres y el 41% son mujeres.



### Datos demográficos a tener en cuenta:

- Edad

Categoría de edad	% de la audiencia
de 18 a 24	15 %
de 25 a 34	51 %
de 35 a 44	21 %
de 45 a 54	7 %

- País

País	Porcentaje de la audiencia
Colombia	93%
Estados Unidos	2%
España	1%

- Región de Colombia donde se ubican los seguidores:

Región	Porcentaje de la audiencia
Bogotá, DC, CO	65%
Cundinamarca, CO	4%
Valle del Cauca, CO	1%

- Dentro de los principales intereses que posee este grupo se encuentran:

Intereses	Porcentaje de audiencia
Noticias sobre música e información general	88%
Política y eventos de actualidad	85%
Noticias sobre negocios e información general	83%
Extranjero	76%
Negocios y noticias	72%



## Comportamiento e interacción:

Adjunto se encuentran los contenidos con mayor internacción mes a mes en la cuenta de Twitter @SgeneralBogota

- Enero 2017

Jan 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 44,7 mil Impresiones

¿También estás en contra de las corridas de toros? Entonces te invitamos a que uses esta imagen en tus redes sociales

#BogotáMejorSinToreo

[pic.twitter.com/OSoTPTxYbZ](https://pic.twitter.com/OSoTPTxYbZ)



↳ 23   ↳ 285   ♥ 279

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Febrero 2017

Feb 2017 · 28 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 4.870 Impresiones

#EstamosHaciendo. A partir de hoy la Línea Púrpura Distrital atiende 24 horas a las mujeres que lo necesiten.  
[pic.twitter.com/rDx8f0xxtC](https://pic.twitter.com/rDx8f0xxtC)



↳ 25   ♥ 17

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- **Marzo 2017**

Mar 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 6.533 impresiones

¿Quieres saber cómo desarrollamos tecnología para @Bogota? Te esperamos en el @ArchivodeBogota.  
[pic.twitter.com/e6ei52b6wZ](https://pic.twitter.com/e6ei52b6wZ)



↩ 12    ❤ 11

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- **Abril 2017**

Apr 2017 · 30 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 11,1 mil impresiones

Distrito unido para ofrecer al mundo un destino inolvidable esta Semana Santa  
**#CreeEnBogotá**  
[pic.twitter.com/frC7sr4fKR](https://pic.twitter.com/frC7sr4fKR)



↩ 2    ↩ 7    ❤ 10

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- **Mayo 2017**

May 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 21,3 mil impresiones

Avanzan con rapidez, obras del **#TransMicable** que conectará a 740.000 bogotanos al Portal Tunal de **@TransMilenio**. [pic.twitter.com/kc5vF4Ldj6](https://pic.twitter.com/kc5vF4Ldj6)



↩ 9    ↩ 21    ❤ 61

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Junio 2017

Jun 2017 · 30 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 28 mil impresiones

Así gestionamos los recursos públicos en la [#BogotáMejorParaTodos](#)  
[pic.twitter.com/KrkEN3huKw](http://pic.twitter.com/KrkEN3huKw). @Bogota



↩ 8 ↻ 59 ♡ 61

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Julio 2017

Jul 2017 · 31 días

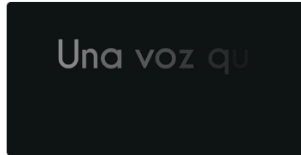
DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 27,6 mil impresiones

¡Nuestro corazón late más fuerte, cuando la voz se enciende entonando las notas del Himno Nacional 🇨🇴!

[#QueColombiaSeSienta](#)  
[@SgeneralBogota](#)

[pic.twitter.com/uAtscP3ly7](http://pic.twitter.com/uAtscP3ly7)



↩ 5 ↻ 60 ♡ 83

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Agosto 2017

Aug 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 23,3 mil impresiones

[#Atención](#) Conozca alcance del día cívico, 7 de septiembre, decretado por Administración Distrital. [bit.ly/Dia-civico-papa](http://bit.ly/Dia-civico-papa) [pic.twitter.com/Szdp0UFes4](http://pic.twitter.com/Szdp0UFes4)



↩ 8 ↻ 54 ♡ 52

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Septiembre 2017

Sep 2017 · 30 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 23,3 mil impresiones

El cambio real en la movilidad empieza por cada ciudadano. [#TeRetoAMoverte](#)  
[#EligeLaBici](#) @SectorMovilidad  
[pic.twitter.com/0KukGTFyO8](https://pic.twitter.com/0KukGTFyO8)



↩ 8   ↻ 20   ❤ 43

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Octubre 2017

Oct 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 27,7 mil impresiones

Menos mitos y más verdades sobre el proyecto de la troncal de [@TransMilenio](#) por la séptima. 🙌 [#MásSéptima](#)  
[pic.twitter.com/hNvBeGwCfD](https://pic.twitter.com/hNvBeGwCfD)



↩ 20   ↻ 22   ❤ 29

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Noviembre 2017

Nov 2017 · 30 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 18,1 mil impresiones

"Este es un metro que le dará una nueva identidad a nuestra ciudad, este es un metro que será todo un símbolo de una nueva Bogotá Mejor Para Todos"

[@EnriquePenalosa](#) .  
[#MetroSinMarchaAtrás](#)  
[pic.twitter.com/a8Jl9bO08O](https://pic.twitter.com/a8Jl9bO08O)



↩ 26   ↻ 26   ❤ 63

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

- Diciembre 2017

Dec 2017 · 31 días

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

**Tweet principal** tuvo 12,1 mil impresiones

“La inversión de la iluminación navideña bogotana es cercana a los 9 mil millones de pesos. Por primera vez hay recurso importantes de empresas privadas”

@raulobuitrago

#EnNavidadEIPlanESBogota

pic.twitter.com/M1iC5Z0tGI



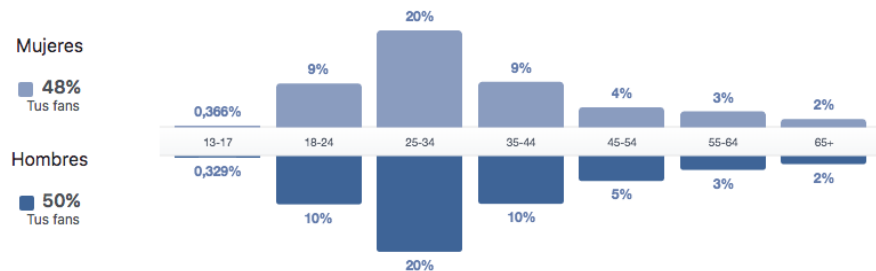
4 10 20

Ver toda la actividad del Tweet

Ver la Actividad del Tweet

## b. Identificación de la audiencia de Facebook

A la fecha del 09 de febrero del 2018, la cuenta en Facebook de la Secretaría General <https://www.facebook.com/SgeneralBogota/> cuenta con 2.732 seguidores de los cuales el 50% son hombres y el 48% son mujeres; con los siguientes rangos de edad.



### Datos demográficos a tener en cuenta:

- País

País	Personas que interactúan
Colombia	2.459
Mexico	169
Ecuador	157
Austria	72
Estados Unidos	58

- Región donde se ubican los seguidores:

Región	Personas que interactúan
Bogotá, Colombia	2.038
Sibaté, Colombia	57
Medellín, Colombia	47
Guayaquil, Ecuador	37