



TERMINAL METROPOLITANA
de Transportes de Barranquilla S.A.

VOY SEGURO, USO LA TERMINAL



**ALCALDÍA DE
BARRANQUILLA**
Distrito Especial, Industrial y Portuario

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

**TERMINAL METROPOLITANA DE TRANSPORTES DE
BARRANQUILLA S.A.**

1

AÑO 2018



Carrera 14 #54- 186 Módulo C 2do Piso, Soledad – Atlántico NIT 890.106.084-4.
Teléfonos: 3230034 – 3230043- 3230086 www.ttbaq.com.co Email: contacto@ttbaq.com.co



**BARRANQUILLA
CAPITAL
DE VIDA**



PRESENTACIÓN

En la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. entendemos la comunicación como el mecanismo fundamental mediante el cual se desenvuelven relaciones humanas, se mejoraran los lazos con la ciudadanía, generando credibilidad ante la opinión pública, y se fomenta la eficiencia administrativa.

El presente **plan estratégico de comunicaciones** define las políticas, estrategias, acciones y medios para la operación del sistema de información tanto para el flujo interno como externo de la misma. Está orientado a promover el CONTROL SOCIAL mediante un proceso permanente de Rendición de Cuentas y el ejercicio del derecho de acceso a la información pública y del derecho de petición, garantizando una información veraz, clara, oportuna, completa, actualizada, accesible y reutilizable.

Esta herramienta establece pautas para la comunicación corporativa fundada en el principio de transparencia para permitir la interacción entre la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. y los medios de comunicación, proveedores, usuarios, gremios, organismos de control y ciudadanía en general; logrando mejorar los índices de percepción y confianza en las actuaciones adelantadas por la entidad.





2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

La Comunicación y la Información en la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. tiene como fin garantizar la transparencia en la institución y la comunicación con nuestros funcionarios, usuarios, proveedores, órganos de control, partes interesadas y clientes, por ello la ubicamos en el nivel estratégico de nuestra Planeación institucional, para fortalecer la identidad corporativa y el posicionamiento en la ciudadanía.

Para estos fines, los funcionarios y trabajadores deben tomar conciencia de sus responsabilidades y tener presente siempre que trabajan para la ciudadanía y no para determinado sector; deben dar ejemplo de servicio y compromiso ofreciendo un trabajo con calidad y de buena atención a los usuarios.

El Plan estratégico de comunicaciones y de Información resalta la importancia del manejo y la transmisión de la información entre funcionarios, procesos, y ciudadanía en general, haciendo énfasis en la Rendición de Cuentas a la sociedad y en la promoción de CONTROL SOCIAL. Se proponen varias acciones para que la información sea un activo de alto valor institucional.

Promueve la **publicidad de la información, la rendición de cuentas y el control social** como medios para mejorar la visibilidad y el posicionamiento institucional de la Terminal. Para lograr este propósito debemos contar con una estrategia que potencie nuestros recursos y nos facilite utilizar los medios y canales de comunicación como Página Web, Redes Sociales, Correo Masivo, Cartelera, Boletines, entre otros.

3

3. OBJETIVOS

El Plan estratégico de comunicaciones de la Terminal de Transportes de Barranquilla tiene como objetivo principal integrar los objetivos, planes, acciones y la difusión de la información y gestión de la imagen institucional; así como establecer las herramientas y políticas necesarias para el manejo adecuado, eficaz y eficiente de la información y de la comunicación institucional.

4. POLÍTICA DE LA INFORMACIÓN

La información que genera la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. es Pública y constituye un bien colectivo fundamental para el conocimiento de los procesos internos y la realización del trabajo; por lo tanto, implementamos procedimientos que nos permitan fortalecer los procesos de comunicación y difusión (Sistemas de información, publicación en la página web), procurando que la información fluya de manera oportuna, veraz y objetiva.





5. ATRIBUTOS DE LA INFORMACIÓN

La información que produce la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. goza de Calidad y es:

- **CONFIABLE:** porque la información suministrada corresponde a la realidad y no es suministrada con reservas, dubitaciones o salvedades.
- **EFFECTIVA:** porque la información brindada es ágil y coherente con los objetivos misionales de la entidad.
- **OPORTUNA:** porque la información que se brinda a la ciudadanía se hace en el momento que corresponde, en el tiempo establecido y en instante requerido.
- **ACTUAL:** porque la información que se brinda a la ciudadanía es actualizada y responde a situaciones vigentes.
- **RESPONSABLE:** porque la información suministrada está preparada, actualizada y respeta los criterios adoptados en el presente plan.
- **ACCESIBLE:** porque los ciudadanos pueden acceder fácilmente a la información que produce la Terminal, preferentemente a través del Portal Institucional, lo que favorece que el acceso no tenga fronteras ni horarios.
- **REUTILIZABLE:** porque la mayor parte de la información que publica la Terminal se hace a través de formatos, que en su mayoría, permiten aprovechar la información y reutilizarla para fines de CONTROL SOCIAL.
- **PRIMARIOS:** porque la información se provee desde la fuente de origen, con el más alto nivel de detalle posible.
- **PROCESABLES POR MÁQUINAS:** porque se encuentran en formatos que permiten el procesamiento automático.
- **NO DISCRIMINATORIOS:** porque están disponibles para cualquier persona, sin requerir registro o autenticación.

4

6. COMUNICACIÓN EXTERNA

La estrategia de comunicación externa de la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. consiste en divulgar información oportuna y veraz sobre nuestro quehacer diario, a través de la publicación y difusión de información institucional, comunicados y declaraciones en prensa y noticias, entre otros.

6.1. Criterios para la gestión de las comunicaciones externas

Los criterios más importantes para la gestión de las comunicaciones Externas son:





- a. Apoyar y reforzar la gestión de la entidad mediante la promoción, publicidad y difusión de las acciones ejecutadas y los logros alcanzados.
- b. Asegurar que los contenidos institucionales cumplan los principios de transparencia, oportunidad y veracidad en la información.
- c. Mantener un clima favorable con los medios de comunicación, mediante el flujo constante de información fiable y completa.
- d. Contrarrestar las situaciones que alteren o perjudiquen la imagen institucional en el ámbito social, con información oportuna y veraz.

6.2. Criterios en relación con los medios de comunicación.

Los criterios más importantes en nuestra relación con los medios de comunicación se resumen así:

- a. Selección de material y elaboración de la información que se transmite a los medios de comunicación.
- b. Recepción, análisis y almacenamiento de toda la información producida por los medios de comunicación y demás instituciones.
- c. Interacción constante entre la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. y los medios de comunicación, facilitando la información que requieran, a través de entrevistas, reportajes o visitas.
- d. Control constante sobre la opinión que existe sobre la entidad, así como de los problemas que pueden trascender los medios.

5

6.3. Registro de medios de comunicación

El registro de medios contiene los datos de contacto de los principales medios de comunicación para la divulgación de información de interés que genera la Terminal Metropolitana de Transportes de Barranquilla S.A. Por su carácter dinámico y de actualización permanente, el formato de relación de medios es un archivo electrónico administrado por el proceso de “Planeación Estratégica” y por el personal de apoyo para la gestión de las comunicaciones.

El formato: “Relación de medios” cuenta con los siguientes elementos:

- a. Nombre del medio (Razón social)
- b. Tipo de medio (Prensa escrita, radial, televisión, virtual, comunitario, gaceta, etcétera)
- c. Datos de contacto: nombre del contacto, teléfonos, dirección, página web correo electrónico y cuentas de redes sociales.





6.4. Canales para las Comunicación externa

6.4.1. Canales Virtuales

- Página Web: <http://www.ttbaq.com.co>
- Facebook:
- Twitter:
- Instagram:
- Correo Masivo RSS
- Mensajería instantánea
- Mensajería multimedia

6.4.2. Otros canales

- Cartelera institucional
- Boletines
- Folletos
- Comunicados de prensa

7. COMUNICACIÓN INTERNA

Los flujos de información al interior de la entidad se gestionarán por medio virtual a través de correos electrónicos institucionales, en cumplimiento de la política de operación de eficiencia administrativa y cero papel en la administración pública y de la Directiva Presidencial No. 04 de 2011.

Cuando la información deba transmitirse a través de un documento físico, bien sea por su interés o valor probatorio, o por consideración justificada de quien genera el documento o la información, se utilizará el medio físico.

8. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

El Marco Estratégico constituye una herramienta que define las líneas de acción sobre las cuales se logran los objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones. Estas estrategias son:

8.1. Campañas de Comunicación

El objetivo principal es liderar estrategias o campañas publicitarias, brindado soporte a la comunicación masiva realizada mediante la distribución de anuncios a lo largo de las estrategias. Este componente desarrolla los siguientes elementos:

8.1.1. Comunicación Corporativa e imagen institucional.

La imagen institucional se forja de las percepciones que tiene la ciudadanía en respecto de la gestión que adelanta la Terminal Metropolitana de Transportes de





Barranquilla S.A., de manera que gestionar la imagen supone mostrar la realidad de la entidad y lograr que ésta coincida con la satisfacción de los ciudadanos.

El elemento más influyente en la imagen corporativa de la entidad se centra en la calidad de los servicios; no obstante, ser bueno en lo que hacemos no basta para gozar un buen grado de percepción, también hay que saber comunicarlo y establecer buenas relaciones con los medios de comunicación, por tanto promoveremos la difusión de resultados, estrategias y campañas que mejoren nuestro portafolio de servicios y que muestren al público los logros obtenidos.

8.1.2. Manejo de medios y divulgación pública

Los medios de comunicación constituyen un recurso poderoso para que la información llegue a los ciudadanos, por cuanto todas las personas de una u otra forma acceden a éstos a través de diferentes canales. Es importante priorizar sobre qué canales de comunicación van a ser tenidos en cuenta para tal fin, teniendo en cuenta su *rating* y el tipo de audiencia a la que está dirigida.

