**PLAN DE COMUNICACIONES**

**VIGENCIA 2020**

**TABLA DE CONTENIDO**

1. INTRODUCCIÓN 2
2. ALCANCE 4
3. OBJETIVOS 5
   1. OBJETIVO GENERAL 5
   2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 5
4. ESTRATEGIAS 6
   1. COMUNICACIÓN INTERNA 6
   2. COMUNICACIÓN EXTERNA 7
5. ACCIONES 9
   1. COMUNICACIÓN INTERNA 9
   2. COMUNICACIÓN EXTERNA 9
6. 11

[7. EVALUACIÓN 10](#_Toc15647)

[7.1 PROCEDIMIENTOS DE MONITOREO Y EVALUACIÓN 10](#_Toc15648)

[7.2 INDICADORES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN 10](#_Toc15649)

[8. PRESUPUESTO 10](#_Toc15650)

[9. APUESTAS 2021 12](#_Toc15651)

**1. INTRODUCCIÓN**

La Biblioteca Pública Piloto de Medellín para América Latina es una entidad pública descentralizada, de orden municipal, adscrita a la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín. Fue fundada en 1952 por acuerdo del gobierno colombiano y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO.

La Biblioteca es una entidad democrática, que fomenta el libre acceso a la información, la cultura, el aprendizaje y la generación de conocimientos. Como se evidencia en la Misión institucional, La Piloto es un puente entre tiempos que promueve la identificación, organización, valoración, preservación y divulgación del patrimonio bibliográfico y documental, y que contribuye a la formación de sujetos críticos e independientes, al diálogo de saberes y la comprensión del entorno. Para esta formación, se hace evidente la importancia de acciones claras y precisas de comunicación, que siempre fomenten el diálogo activo y constante con la ciudadanía. Por lo que, la comunicación operará como un agente de aproximación entre sus públicos y como un elemento estratégico de participación e indagación entre agentes y actores.

Será para comunicaciones una constante la estimulación, la convivencia y la diversidad cultural, estos elementos serán posible siempre y cuando la información sea veraz, pertinente e incluyente al fomentar lazos de comunicación constante entre la ciudadanía y sus servidores, como un factor movilizador del fortalecimiento de las identidades y memorias locales, nacionales y latinoamericanas. Con miras a construir un documento que soporte normatividades internacionales, nacionales y locales, a continuación, enunciamos algunos principios y objetivos que dan vida y cauce a la política de comunicación institucional.

El área de comunicaciones de la Biblioteca Pública Piloto de Medellín es la responsable de gestionar, administrar y proyectar toda la información necesaria para el fortalecimiento interno y externo de la entidad. En ese orden de ideas, los objetivos estratégicos del área, que se encuentran en la Política de Comunicación e Información de la institución definen que el área se encargará de:

* Institucionalizar la comunicación como eje estratégico y transversal a los procesos y procedimientos misionales y de apoyo a la gestión, de la Biblioteca Pública Piloto de Medellín.
* Asesorar y acompañar a la Dirección General en contingencias o coyunturas que vulneren o afecten la imagen, filosofía, o propósito institucional.
* Apoyar la política pública de probidad y transparencia mediante la implementación de estrategias comunicativas y de difusión, que den cumplimiento al principio constitucional de la Rendición de Cuentas a la sociedad.
* Estimular la aplicación del principio de transparencia en el desarrollo de los procesos y procedimientos de comunicación y divulgación interna y externa.
* Ofrecer apoyo y asesoría en la construcción y circulación de mensajes que desde la Institución se generen para el cumplimiento de su misión con sus públicos internos y externos.
* Poner en circulación y en relación estratégica: los planes sectoriales, de desarrollo, operativos, de acción e implementación entre los públicos internos y externos con la estructuración de la estrategia de Gobierno en Línea.
* Apoyar con estrategias comunicativas que fomenten y fortalezcan la participación ciudadana, el control fiscal y la rendición de cuentas, como factores de fidelización y confianza con sus públicos de interés: El Estado, los entes de control, la Administración Municipal, los usuarios y la comunidad.
* Fortalecer el sentido de pertenencia del talento humano de la institución mediante el reconocimiento y socialización de los valores y el código de ética como prácticas permanentes de su filosofía y cultura organizacional.

Durante la vigencia 2020, será prioritario el apoyo del área de comunicaciones a todo el proceso de fortalecimiento de la cultura organizacional de la entidad, con miras a integrar y dinamizar el relacionamiento con los públicos internos y externos, impactando el quehacer diario de los funcionarios, donde se promueva una estrategia consistente y continua de comunicación cercana, directa y ágil. De igual manera el área tiene como objetivo primordial acompañar a la dirección y sus subdirecciones en las acciones y estrategias necesarias para el fortalecimiento de los equipos de trabajo de la entidad.

1. **ALCANCE**

El proceso inicia con la planeación de actividades y la formulación del Plan General y Estratégico de Comunicaciones y finaliza con las acciones de mejoramiento para el propio proceso.

El presente Plan de Comunicaciones 2020 tiene dos alcances fundamentales. El primero enfocado en el público interno de la institución, y el segundo enfocado en incidir en los usuarios y ciudadanos de Medellín y áreas cercanas; aliados nacionales e internacionales, generando estrategias de conexión y posicionamiento de marca, a través de los canales dispuestos para la difusión y divulgación de contenidos.

Nuestro proceso de comunicación se rige por principios de transversalidad y de apoyo a los procesos donde la comunicación interna busque permanentemente el consenso entre sus miembros propiciando una relación de diálogo y respeto.

* + 1. **Públicos internos**: el Consejo Directivo, los servidores públicos y sus familias y los contratistas; el Gobierno Nacional y Municipal; la Secretaría de Cultura, El Sistema de Bibliotecas Públicas de Medellín y los organismos de control de Estado a los cuales la institución debe rendir cuentas o se sirve de ellos como: la Contraloría, la Procuraduría y la Comisión Nacional del Servicio Civil (CNSC).

* + 1. **Públicos externos**: los usuarios, los lectores, los niños, los estudiantes, los jubilados; las instituciones de educación: básica, secundaria, técnica y universitaria; los analfabetos, las organizaciones culturales, los medios de comunicación, el sector empresarial y las personas en condición de discapacidad, los investigadores, las personas en condición de vulnerabilidad; y las iniciativas públicas y de auto gestión de bibliotecas públicas y populares.

1. **OBJETIVOS**

* 1. **OBJETIVO MISIONAL DEL ÁREA**

Proyectar y fortalecer la plataforma estratégica de La Biblioteca y sus filiales, mediante el diseño y desarrollo de acciones de comunicación que posibiliten la divulgación, el posicionamiento y apropiación social de la BPP en la ciudad y la región.

* 1. **OBJETIVO GENERAL 2021**

Proyectar y fortalecer la plataforma estratégica de la Biblioteca y sus filiales, mediante el diseño y desarrollo de acciones de comunicación que posibiliten la divulgación, posicionamiento y apropiación social de la bpp en la ciudad y la región.

**3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

* + - Proyectar y fortalecer los programas, proyectos y servicios de La Biblioteca y sus filiales, con sus públicos.

* + - Posicionar y apropiar la labor de la institución a nivel local, regional, nacional e internacional.

* + - Posicionar la Biblioteca Pública Piloto como referente en la ciudad y en la región.

* + - Fortalecer la estrategia de comunicación digital que posicione la marca BPP.

* + - Promover estrategias de participación ciudadana para la generación de contenidos fortaleciendo el uso y apropiación de los canales digitales de La Piloto.

* + - Promover un uso y una apropiación responsable de la institución por parte de los ciudadanos.

* + - Proyectar y fortalecer la misión, visión, objetivos, planes, programas, proyectos y servicios con los públicos internos.

* + - Fomentar a través de acciones de comunicación la comprensión de la estructura organizacional, que permita el posicionamiento, aprovechamiento, apropiación y ambientación de la cultura organizacional de la BPP.

* + - Identificar audiencias, aliados y usuarios reales y potenciales que permitan generar lazos de valor para la sostenibilidad de la Biblioteca.

* + - Incrementar el relacionamiento, el branding *corporativo* : a través de expectativas y experiencias de marca en las filiales de la bpp para mejorar el relacionamiento entre la sede central y las filiales.

1. **ESTRATEGIAS**

* 1. **COMUNICACIÓN INTERNA**

La comunicación interna es una estrategia para la cohesión, comprensión y empoderamiento para los equipos de trabajo. Comunicar internamente es brindar el retorno de aquellos logros, propósitos y conquistas de la organización. Comunicar es recrear el alma de la organización introyectando mensajes, códigos de identificación, prácticas, protocolos e ideas, que refuerzan y alimentan el camino de la Piloto hacia lograr su Plan de desarrollo institucional.

Continuaremos visibilizando el reconocimiento, los estímulos y méritos de quienes viven la filosofía organizacional, como estrategia que potencia el Talento Humano y socializar los valores institucionales; como sustancia importante de la estrategia de Comunicación Interna, que hemos denominado DESDE ADENTRO; además que la comunicación más pertinente, precisa y fuerte es la que va de la mano de los equipos de trabajo.

Compartiremos con el debido respeto y tacto los sucesos familiares que afectan y fortalecen el ánimo y espíritu de nuestros servidores; siempre manifestando de presente nuestro espíritu solidario y de grupo.

La estrategia de comunicación interna busca movilizar y facilitar la gestión del cambio, la cohesión y el trabajo colaborativo de los grupos de interés interno. Debemos trabajar con ahínco por posicionar los propósitos institucionales con énfasis en las filiales, como en aquellos que dan respuesta a las expectativas y a los nuevos retos de la institución, planteados a través de su Plan de Desarrollo.

Comunicaciones buscará fortalecer la dinámica y el accionar de sus 4 filiales a través de sus programas y servicios. Continuaremos armonizando la imagen institucional en cada una de nuestras sedes, con el objetivo de promover y fomentar un trabajo articulado y sistémico que realmente trabaje y fortalezca la propuesta de valor del proyecto bibliotecario: Conectar Territorios y a su vez, conectar personas, historias y entidades.

Además de proyectar y fortalecer la misión, visión, objetivos, planes, programas, proyectos y servicios, inherentes al desarrollo de La Biblioteca y sus filiales, con los públicos internos; se busca también la comprensión de la estructura organizacional que permita la ambientación de nuevas normas, políticas y directrices del Estado, mediante el diseño y desarrollo de acciones estratégicas de comunicación, para la divulgación, el posicionamiento, el aprovechamiento, apropiación y ambientación de la cultura organizacional de la BPP.

Trabajaremos por materializar las recomendaciones y las necesidades informativas del servicio bibliotecario como la recreación virtual de las diferentes filiales, de acuerdo con las posibilidades espaciales de los diferentes equipamientos.

Otros propósitos y acciones a desarrollar son: Apoyar la Rendición de Cuentas, realizar registros audiovisuales y gráficos de eventos coordinados o apoyados por la Piloto, presentar avances del Plan de Capacitación del Talento Humano, Apoyar a la dirección, las subdirecciones y al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en actividades formativas e informativas que se programen con los servidores; apoyar informativamente los avances que se presenten con el Proyecto Biblioteca digital, facilitar y aproximar gráficamente los avances y resultados del Concurso de Cuento Infantil Pedrito Botero en su versión 2021 y asumir y materializar la estrategia de comunicación de los diferentes proyectos y becas estímulos, que se presenten ante el Ministerio de Cultura y otras organizaciones aliadas de carácter público privadas.

**4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA**

La comunicación externa es la encargada de proyectar y fortalecer los programas, proyectos y servicios de La Biblioteca y sus filiales, con los públicos externos de la institución; mediante el diseño y desarrollo de acciones estratégicas de comunicación, para la visibilización, divulgación, posicionamiento y apropiación de la labor misional de la institución a nivel local, regional, nacional e internacional.

La estrategia 2020 concentrará esfuerzos en posicionar la imagen de la Biblioteca con sentido patrimonial en la ciudad y en la región, dando lineamientos temáticos que se reflejen en los canales y productos comunicativos.

Esta línea comunicativa busca también fortalecer los mecanismos de divulgación y circulación de información de la BPP en la ciudad y en los territorios, a fin de posicionar, consolidar y proyectar las acciones misionales y la programación cultural y de extensión de La Piloto, como una de las principales alternativas culturales de la ciudad de Medellín; de esta manera, y a través de acciones de comunicación pública y de 4 canales fundamentales: Sitio web, Redes Sociales, Correos Masivos y relacionamiento con medios de comunicación y aliados, fomentar espacios de participación y comunicación para el diálogo con la ciudadanía y la construcción colectiva.

Como soporte a la estrategia de interacción con los públicos, se propone definir el sitio web como el punto de aterrizaje de los contenidos generados en los canales digitales, garantizando tráfico, interacción y preservación de la información.

Dando cumplimiento a la normatividad, se plantea cronograma y Plan de Acción de acuerdo al Plan Estratégico de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (PETI) y al FURAG, y todas las acciones procedimentales y estructurales para su implementación. Unido a esta formalización de la comunicación pública, y como eje fundamental para su implementación, es menester desarrollar mensajes que conectan a grupos etarios en sus intereses, formas de expresión y su relacionamiento con la Biblioteca; además, continuar con el estudio de caracterización de usuarios para fortalecer las acciones comunicativas de la institución de cara al ciudadano.

Esta línea de trabajo también se centra en desarrollar acciones de fidelización de públicos, atracción de nuevos usuarios con la proyección de eventos, agendas y exposiciones y articulación de conocimientos a través de la difusión de contenidos de valor y tejer relaciones estratégicas con entidades público-privadas que permitan el fortalecimiento y proyección de la institución.

El proceso trabajará por integrar y articular la participación de la institución en la agenda de Eventos de ciudad que, por su naturaleza, público, objetivo y estructuración posicionan la marca BPP como referente cultural.

**Apuesta digital**

Como reto para 2020 y teniendo en cuenta la estrategia de sostenibilidad Cero Papel, el área de comunicaciones, plantea un procedimiento para el diseño de contenidos y su óptima difusión, identificando necesidades propias del territorio, su pertinencia y oportunidad. Generando conexión, conocimiento y apropiación de los usuarios con la Biblioteca y sus Filiales, estableciendo diálogos cercanos con los públicos.

Generamos lineamientos que propendan el uso de las redes, incluyendo en todas las piezas la página web como eje central; haciendo uso de la caracterización de los usuarios alimentaremos los canales de comunicación en respuesta a las necesidades del público objetivo (Central y Filiales).

**Marca BPP**

Para cumplir con el objetivo de posicionar y consolidar la marca BPP, entregamos al público interno y externo el Manual de Identidad Corporativa, donde se integra, comunica y proyecta los valores, misión y visión de la organización. Entendiendo que este proceso es responsabilidad propia del área mediante el diseño y desarrollo de piezas gráficas que apoyen las acciones estratégicas de comunicación, y que serán publicadas a través de las plataformas digitales, productos editoriales, impresos, circulación de contenidos e información en el territorio y plataformas de aliados estratégicos.

**5. ACCIONES**

### 5.1 COMUNICACIÓN INTERNA

***Construcción de mensajes claros y consistentes que respondan a los planteamientos institucionales.***

Boletín Interno

Boletines extraordinarios Campañas internas

Carteleras físicas y digitales

Calendario Institucional Interno

Reuniones de Equipo BPP

Cumpleaños y días clásicos

Base de datos Interna actualizada

Apoyo a los procesos

Acompañamiento a la Dirección

Acompañamiento a las Filiales

Actividades de Mejoramiento del Clima Organizacional en correlación con Talento

Humano

Registro de prensa

Registro y organización del banco de imágenes y audiovisual de la BPP

Evaluación del proceso

Elaboración de efemérides

Mensajes de pésame y obituarios Mensajes de despedida y agradecimientos Celebraciones del día clásico.

Audiovisuales

**5.2 COMUNICACIÓN EXTERNA**

***Generar vínculos, divulgación, posicionamiento y reconocimiento.***

**Programación Mensual**: Rediseño de programación que incluye actividades de la Agenda Cultural y promoción de lectura.

**Rendición de Cuentas**: construcción de informe, difusión, convocatoria, audiencia pública, aplicación de encuesta y balance. Boletín Programación Semanal

Boletines de Prensa propios y de aliados

Apoyo a la gestión de proyectos

Acompañamiento y revisión de producción de contenidos

Relacionamiento con medios de comunicación

Saneamiento Bases de Datos

Carteleras digitales y físicas

Estudio de caracterización de usuarios

Administración y monitoreo de redes sociales

Sitio web y acciones y desarrollos de Gobierno digital / Plan Estratégico de Tecnologías de la Información – PETI de MinTIC.

Contenidos de valor para el Sitio web y redes sociales

Videos y tutoriales institucionales

Piezas básicas digitales mensuales

Gestión y participación en eventos de ciudad

Apoyo a la difusión de eventos de Extensión cultural

Apoyo, difusión y publicación al Concurso de Cuento Infantil Pedrito Botero

Apoyo, difusión y producción de productos editoriales de la BPP

Encuentros, visitas y gestión de medios y aliados Souvenirs

**6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2020**

Ver anexo\*

# EVALUACIÓN

## Procedimientos de monitoreo y evaluación

Encuestas y Sondeos virtuales semestrales internos y externos

Depuración de bases de datos

Análisis y verificación de la recepción y apertura de los mails enviados

## Indicadores y medios de verificación

Ver tabla de indicadores de proceso para el año 2020

# PRESUPUESTO

El Área de comunicaciones administra los contratos de suministro de impresos, material POP y servicio de servidor de la entidad, con el cual se soporta la producción del material gráfico de gran formato y litográficas que apoyan la labor comunicativa.

**PRESUPUESTO IMPRESOS 2020**

|  |  |
| --- | --- |
| Programación mensual | 46.725.000 |
| Libro Pedrito | 10.500.000 |
| Libro Escritos | 14.700.000 |
| Libro talleres | 8.400.000 |
| Fiesta del libro | 12.000.000 |
| Salón la Piloto | 19.000.000 |
| Sala Exposición | 12.000.000 |
| Sala Audiovisual | 8.000.000 |
| Centro de interés | 4.000.000 |
| Formatos Servicios | 8.000.000 |
| SST | 5.000.000 |
| Procesos técnicos | 5.000.000 |
| Gestión documental | 4.000.000 |
| Afiches | 882.000 |
| Invitaciones | 812.000 |
| Carné | 1.190.000 |
| Separadores | 1.264.200 |
| Postales | 767.200 |
| Actualización Señalética Filiales | 15.000.000 |
| Material POP | 10.000.000 |
| **TOTAL** | **187.240.400** |

**PRESUPUESTO PRIMER SEMESTRE IMPRESOS 2020**

|  |  |
| --- | --- |
| Programación mensual | 23.362.500 |
| Sala Exposición | 6.000.000 |
| Sala Audiovisual | 4.000.000 |
| Centro de interés | 2.000.000 |
| Procesos técnicos | 5.000.000 |
| Gestión documental | 4.000.000 |
| Afiches | 441.000 |
| Invitaciones | 406.000 |
| Carné | 595.000 |
| Separadores | 632.100 |
| Postales | 383.600 |
| Actualización Señalética Filiales | 7.500.000 |
| Material POP | 5.000.000 |
| **TOTAL** | **59.320.200** |

# APUESTAS 2021

Videos promocionales filiales

*Realizado por: Paula Andrea Rendón*

*Coordinadora Gestión de Comunicaciones*

*Biblioteca Pública Piloto*

*Primera Versión: enero de 2020*