**Informe de gestión**

De conformidad con lo establecido en **la Ley 951 de 2005**, Por la cual se crea el acta de informe de gestión los servidores públicos Secretarios de Despacho y nivel directivo al separarse de sus cargos o al finalizar la administración, según el caso, deberán presentar un informe de los asuntos de su competencia.

**Alcance de la Dirección de Comunicaciones Estratégicas – Gobernación de Antioquia:** En estos diez meses se logró el diseño, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación: de carácter informativo, corporativo, institucional y de movilización, que permitieron dar a conocer y promover la participación ciudadana en programas, proyectos y actividades del Plan de Desarrollo ***“Antioquia Piensa en Grande”***, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los antioqueños, y generar credibilidad, presencia y reconocimiento de la función pública.

En este sentido, se asesoró de manera constante a las Secretarías en los procesos y estrategias de Comunicación Pública, por ejemplo, el proyecto de El Gobernador en la Noche, Antioquia Honesta.com, eventos como: el 20 de julio- día de la Independencia de Colombia-, el 11 de agosto - día de la Independencia de Antioquia- y los diferentes actos de recolección de firmas para que Belén de Bajirá, Blanquiceth, Macondo y Nuevo Oriente sigan perteneciendo a Antioquia – Por Antioquia Unidad y Dignidad ¡Firme!, Rendición de Cuentas, entre otros.

Se generó un direccionamiento estratégico de las comunicaciones, que incluyó un nuevo esquema de trabajo a través de **grupos funcionales**, lo cual permitió mayor articulación de los procesos comunicacionales al interior de la Gobernación de Antioquia y el mismo fortalecimiento de una comunicación pública sustentada en la entrega de información clara, directa y oportuna para los antioqueños, a través de diferentes medios y canales.

Asimismo, este esquema permitió que la Oficina actuara de manera más eficiente, para aprovechar las competencias y habilidades del equipo de trabajo y abordar la comunicación de manera amplia e integral.

Los **Grupos funcionales** mencionados anteriormente son:

* Informativo
* Corporativo
* Organizacional
* Movilización
* Administrativo
* Digital
* Audiovisual

Desde laplaneación, el desarrollo y direccionamiento de las campañas institucionales de Comunicación Pública, se ha establecido un acompañamiento continuo en la aplicación del proceso informativo, orientado a consolidar la imagen del señor Gobernador, en coherencia con la misión delegada, visitas y gestión de medios (free press).

Además, con diferentes Secretarios de Despacho se ha realizado la promoción de actividades que van desde, Belén de Bajirá es de Todos “Firmatón”, hasta el día de la Independencia de Antioquia, El Gobernador en la Noche, eventos de Rendición de Cuentas, entre otros..

Se brindó apoyo en el manejo de la información del señor Gobernador hacia los medios de comunicación en el ámbito nacional y regional. También, elementos de soporte necesarios en los aspectos gráficos, visuales e informativos, por ejemplo, para la participación en el programa Abrebocas de El Espectador, Teleantioquia Noticias, Nos Cogió la Noche, Noticias Telemedellín y Noticias UNO, periódicos alternativos como el Copabacano, El Santa Rosa Times, El Aguacero, entre otros.

Por otro lado, es importante resaltar en este informe los datos obtenidos de las notas publicadas en medios nacionales, regionales y locales:

* **Valor de free press local:** **$734.480 millones de pesos**

En cuanto al componente de comunicación para la movilización se ha participado en diferentes escenarios pedagógicos que buscan la movilización de la ciudadanía alrededor de los planes, proyectos y ejecuciones de la Gobernación de Antioquia: Como Encuentro de Líderes del Suroeste de Antioquia, Un Café con el Gobernador, Caso de Peajes Urabá, entre otros, lo que redunda en el posicionamiento de la imagen pública.

**Comunicaciones Estratégicas**

Con el fin de promover un gobierno más cercano y la rendición de cuentas permanente, la Gobernación de Antioquia implementó una estrategia de redes sociales que establece un trabajo integral en Twitter, Facebook, YouTube e Instagram.

Para dar cumplimiento a estas premisas, durante estos diez meses se publicaron más de 10.000contenidos en múltiples formatos, llevando diferentes mensajes informativos, de respuesta y pedagógicos a la comunidad que sigue a la Gobernación de Antioquia a través de redes sociales.

**Otras actividades**

* Promoción de AntioquiaHonesta.com y Supervisión de Contrato Número N° 4600007860. Falta definir el Supervisor por parte de Comunicaciones. Adjunto último informe de supervisión correspondiente al mes de febrero 2018.
* Contrato 4600007008 de 2017, pedagogía ciudadana. está pendiente de cambios en la orden número 06: Producción del Himno de Antioquia, trabajo liderado por Teleantioquia, además de la liquidación final del Contrato. Se adjunta informe de ejecución financiera.
* Cubrimiento de eventos en tiempo real.
* Rendición de cuentas permanente.
* Respuesta a inquietudes de los ciudadanos.
* Asesoría y acompañamiento en estrategia digital.
* Monitoreo redes de públicos estratégicos.
* Generación de sinergias para reforzar la estrategia digital casos con Telemedellín – Teleantioquia – Cosmovisión, CNC, Minuto 30, etc.
* Monitoreo de medios.

**A continuación, se presentan algunas de las estrategias planteadas, para mantener los procesos comunicativos internos y externos, de la Gobernación de Antioquia, estables y efectivos.**

| **OBJETIVOS** | **ACTIVIDADES** | **\*FUENTES DE VERIFICACIÓN****(ACTAS, LISTADOS DE ASISTENCIA, REGISTRO FOTOGRÁFICO)** |
| --- | --- | --- |
| **1.** Formular una propuesta de estrategia y plan de comunicaciones. | Se generó un documento diagnóstico del personal y funciones que sustentan la propuesta de comunicaciones. | Documento diagnóstico. |
| **2.** Preparar y socializar plan de capacitación para comunicadores de las Secretarías de la Gobernación de Antioquia. | Consecución de información en Facultades de Comunicación. Solicitud de cotizaciones.Construcción de módulos y socialización a la Secretaría de Gestión Humana y Desarrollo Organizacional. | -Diseños de plan de capacitación y socialización dePropuesta de capacitación a servidores. – Secretaría de Gestión Humana. |
| **3.** Apoyar el manejo permanente de las redes sociales y medios de difusión. | Elaboración de mensajes: contenidos para diferentes piezas como Campaña Por Antioquia Unidad y Dignidad ¡Firme!, micro videos para el 11 de agosto y manual de estilo para el programa de Televisión – imagen gráfica, secciones, etc. | -Manual de Estilo Programa El Gobernador en la NocheBriefs. |
| **4.** Mantener contacto directo con los medios de comunicación y actuar en algunas ocasiones como enlace en los eventos como Firmatón, El Gobernador en la Noche. |  |  |
| **5.** Monitorear en forma permanente la información publicada en los diferentes medios de comunicación. |  | Archivos, fotos, videos, etc. |
| **6.** Servir de enlace entre las diferentes Secretarías, Entes Descentralizadas, Entidades Gubernamentales y la Gerencia de Comunicaciones. | -Construcción del plan de endomarketing “Usted hace Grande a Antioquia”.-Reuniones de campaña de Pólvora con IDEA, Alcaldía de Medellín, Área Metropolitana.-Apoyo en la construcción de la Política Pública de Educación Ambiental de Antioquia con la Secretaría de Medio Ambiente, las CARS, Fundación EPM, etc.-Participación en Comité Técnico Interinstitucional de Educación Ambiental de Antioquia por parte de la Gerencia de Comunicaciones.-Proyectos alianzas con Área Metropolitana obras del Norte. Participación en el CIFFA – Comité Interinstitucional de Fauna y Flora de Antioquia.-Celebración del Día del Periodista 2018 con la FLA, IDEA, Teleantioquia y Loteria de Medellín. | -Proyecto de endomarketing “Usted hace Grande a Antioquia”.-Listados de Asistencia a reuniones. -Contenido para la Política Pública de Educación Ambiental.Guiones |
| **7.** Apoyar los procesos de contratación requeridos para hacer efectivos los planes y estrategias comunicacionales. | Contrato de Pedagogía Ciudadana y Antioquia Honesta. | Órdenes de Pedidos, informes, etc. |
| **9.** Orientar a los actores internos o externos cuando se requiera el uso de su imagen o información de modo que cumpla con los lineamientos y estándares definidos. | Participación en reunión del SIG y acompañamiento en reuniones con practicantes de Excelencia de Comunicaciones. |  |

**Ejecución Financiera contrato 4600007008 de 2017**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **OP** | **REQUERIMIENTO** | **SUB TOTAL** | **IVA** | **VALOR** | **PAGADO** | **REAL EJECUTADO** |
| 1 | SPOT 11 DE AGOSTO |  $5,300,000 |  $1,007,000 |  $6,307,000 |  $6,307,000 |  $6,307,000 |
| 2 | ESPECIAL 11 DE AGOSOTO |  $26,972,402 |  $5,124,756 |  $32,097,158 |  $32,097,158 |  $32,097,158 |
| 3 | MICRO PROGRAMAS GOBERNADOR EN LA NOCHE |  $320,111,595 |  $60,821,203 | $361,914,326 | $134,596,237 |  $361,914,326 |
|   |  |  |  |  |  $92,721,852 |  |
|   |   |   |   |   |  $ 89,730,825  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 44,865,412  |   |
| 4 | PROGRAMA ACTOS Y DESICIONES |  $ 84,800,000  |  $ 16,112,000  |  $ 111,534,314  |  $ 45,144,842  |  $ 100,912,000  |
|   |   |   |   |   |  $ 23,900,210  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 21,244,631  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 21,244,631  |   |
| 5 | CARACOL RADIO |  $ 318,000,000  |  $ 60,420,000  |  $ 367,388,742  |  $ 94,605,000  |  $ 367,388,742  |
|   |   |   |   |   |  $ 114,244,525  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 110,482,084  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 48,057,133  |   |
| 6 | AGENCIA DE PUBLICIDAD |  $ 53,000,000  |  $ 10,070,000  |  $ 63,070,000  |  $ 7,883,750  |  $ 63,070,000  |
|   |   |   |   |   |  $ 55,186,250  |   |
| 7 | HIMNO DE ANTIOQUIA |  $ 88,769,965  |  $ 16,866,293  |  $ 105,636,258  |  $ 105,636,258  |  $ 105,636,258  |
| 8 | DISPLAY GOBERNADOR EN LA NOCHE |  $ 630,700  |  $ 119,833  |  $ 750,533  |  $ 750,533  |  $ 750,533  |
| ARREGLO DISPLAY |  $ 471,700  |  $ 89,623  |  $ 561,323  |  $ 561,323  |  $ 561,323  |
| 9 | HABITANTES DE LA NOCHE  |  $ 8,480,000  |  $ 1,611,200  |  $ 10,091,200  |  $ 5,045,600  |  $ 10,091,200  |
| **OP** | **REQUERIMIENTO** | **SUB TOTAL** | **IVA** | **VALOR** | **PAGADO** | **REAL EJECUTADO** |
|  |   |   |   |   |  $ 5,045,600  |   |
| 10 | EMISIÓN MIRCROPROGRAMAS |  $ 108,015,086  |  $ 20,522,866  |  $ 176,540,634  |  $ 27,221,491  |  $ 176,540,634  |
|   |   |   |   |   |  $ 64,268,976  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 53,156,355  |   |
|   |   |   |   |   |  $ 31,893,813  |   |
| 11 | ESPECIAL ANTIOQUIA HONESTA |  $ 33,463,995  |  $ 6,358,159  |  $ 39,822,154  |  $ 39,822,154  |  $ 39,822,154  |
| 12 | VIDEO ANTIOQUIA LIDER EN GESTIÓN |  $ 7,038,400  |  $ 1,337,296  |  $ 8,375,696  |  $ 8,375,696  |  $ 8,375,696  |
| 13 | VIDEO RENDICION DE CUENTAS |  $ 14,840,000  |  $ 2,819,600.00  |  $ 17,659,600.00  |  $ 17,659,600.00  |  $ 17,659,600  |
| 14 | HERALDO DE URABÁ |  $ 3,180,000.00  |  $ 604,200.00  |  $ 3,784,200.00  |  $ 3,784,200.00  |  $ 3,784,200  |
| 16 | INVESTIGACIÓN  |   |   |   |   |  $ -  |
| 17 | TRANSMISIÓN ANTIOQUIA LIBRE DE COCA |   |   |  $ 56,145,808.00  |  $ 56,145,808.00  |  $ 56,145,808  |
| 18 | JUEGOS INDIGENAS  |  $ 50,853,833  |  $ 9,662,228.27  |  $ 44,149,000.00  |  $ 44,149,000.00  |  $ 44,149,000  |
| 19 | VIDEO FOROS  |   |   |   |   |  $ -  |
|  | **TOTAL**  |  |  |  **$ 1,405,827,947**  |  **$ 1,405,827,947**  |  **$ 1,395,205,633**  |
|  |  |  |  |  |  **SALDOS A FAVOR**  |  **$ 10,622,314.16**  |

|  |
| --- |
| **CONTROL DE PAGOS**  |
| PAGO 1  | $ 418,386,495 | Oct-11 |
| PAGO 2 | $ 271,767,962 | Sep-07 |
| PAGO 3 | $ 339,531,289 |   |
| PAGO 4 | $ 376,142,202 |   |
| TOTAL PAGADO | $ 1,405,827,948 |   |
| POR PAGAR | $ 194,172,052 |   |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **TOTAL** | **SUBTOTAL** | **IVA** |
| VALOR INICIAL RPC 4500043980 | $1,100,000,000 | $ 70,314,254 | $ 59,087,608 | $11,226,646 |
| ADICIÓN 1 RPC 4500044673 | $400,000,000 | $ 10,622,314 | $ 8,926,314 | $ 1,696,000 |
| ADICIÓN 2 | $100,000,000 | $ 80,936,568 |  |  |
| TOTAL  | $1,600,000,000 |  |  |  |
| EJECUTADO | $1,405,827,947 |  |  |  |
| SIN EJECUTAR | $194,172,053 |  |  |  |

Física Financiera

Para finalizar, este informe representa información precisa de los objetivos planteados y desarrollados desde la Dirección de Comunicaciones Estratégicas, los cuales alcanzaron un impacto positivo al permanecer lineados con el Plan de Desarrollo “Antioquia Piensa en Grande”, y el mejoramiento continuo en los procesos de comunicación e información que se llevan a cabo en la Gobernación. Lo que resulta de gran ayuda en el momento de implementar, a futuro, nuevas planificaciones estratégicas que conduzcan principalmente hacia la excelencia de la labor pública y transparencia en el manejo del presupuesto.

Se anexa, presentación de PowerPoint la cual demostrará resultados de las siguientes estrategias ejecutadas:

1. **Pedagogía Ciudadana del programa “Gobernador en la Noche”**, detalla información respecto a la generación del material promocional, al impacto obtenido de televidentes, a la construcción del Manual de Imagen y estilo, y otros aspectos que se llevaron a cabo.
2. **Comunicación para la movilización**, menciona los programas y las plataformas especiales de participación, los videos pedagógicos implementados, el acompañamiento que se realizó a las producciones audiovisuales y especiales, etcétera.
3. **Lanzamiento Antioquia Honesta**, indica el acompañamiento en la producción de videos pedagógicos y propuesta creativa para transmisión del especial de lanzamiento.
4. **Firmatón Belén de Bajirá**, registra el apoyo de la Dirección de Comunicaciones Estratégicas en diferentes eventos que se realizaron para llevar a cabo esta actividad.
5. **Campañas cívicas de la Gobernación**, como por ejemplo “Quemar Pólvora es un Peligro”.
6. **Política Pública de Educación Ambiental de Antioquia**, evidencia el apoyo en la creación de estrategias de comunicación y campañas educativas ambientales sobre: el aire, agua, Basura Cero, entre otras.
7. **Comunicación Informativa**, especifica el número de piezas comunicacionales que se envían por semana y el número de usuarios que reciben estas.
8. **Relaciones Públicas - Asamblea de Antioquia,** explica la participación ciudadana que se generó desde allí, a través de las transmisiones especiales de sesiones por Facebook Live.
9. **Diseño participativo,** define la implementación de video foros para capacitar a los comunicadores de la Gobernación de Antioquia, en relación a la Gestión de Crisis. La participación en DiGIGOV, entre otras ideas.
10. **Propuesta de Estrategia Digital para Antioquia,** determina la necesidad de implementar una red de comunicación pública, desde los estamentos de la Gobernación y los Municipios de Antioquia, que se convierta en un referente de información, cooperación y acción, para potenciar los programas, proyectos y acciones, de cada ente involucrado.

**Elaboró: Lina María Roldan Jaramillo**

**Fecha, marzo 23 de 2018.**