PROGRAMA DE COMUNICACIONES

Versión 1.0

SETP

Sistema Estratégico de Transporte Público

Santa Marta

SANTA MARTA

SIGUE CAMBIANDO

2016

1. OBJETIVO 2
2. ALCANCE 2
3. RESPONSABLE 2
4. GENERALIDADES 2
5. ATENCIÓN AL CIUDADANO 3
Normas técnicas 3
Marco Legal 3
CANALES DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA 4
Canal Telefónico 4
Canal Presencial 5
Canal Virtual 5
CONTROLES Y SEGUIMIENTOS EFECTUADOS 7
TIEMPOS DE RESPUESTA 8
6. EJECUCIÓN 9
Audiencias del SETP Santa Marta: 9
Estrategia de Comunicaciones externa 9
7. BITÁCORA DE ACTUALIZACIÓN 13
8. ANEXOS 13

COPIA NO CONTROLADA AL IMPRIMIR O DESCARGAR

1. OBJETIVO

Dar a conocer la importancia de la estrategia de comunicación y sus tácticas para que el **SETP Santa Marta S.A.S.** sea conocido y visibilizado por la comunidad y los medios de comunicación, el programa busca que la entidad tenga un norte en cuanto a los temas de comunicación interna y externa para que pueda fortalecerse en todas sus áreas. En este plan se mostrará la situación actual, estrategia a aplicar para comunicación externa e interna. Las herramientas que se necesitan y el compromiso general por todos sus empleados para que sea un plan de comunicaciones exitoso.

2. ALCANCE

Aplica a todas las comunicaciones y sus medios que involucren al SETP Santa Marta S.A.S, sus contratistas y Funcionarios.

3. RESPONSABLE

El responsable de la ejecución y actualización de este programa es el responsable del proceso de Comunicaciones de la entidad.

4. GENERALIDADES

La información disponible en el ítem “EJECUCIÓN” será actualizada y aprobada anualmente junto con el **EGC-FO-01 cronograma de Comunicaciones**, en el cual se detallarán las actividades necesarias para lograr la ejecución del presente programa.

Glosario de Términos

- **Podcast:** Publicación digital periódica en serie, ya sea en audio o en video, y que normalmente se puede descargar de Internet a través de una sindicación web.
- **SITM:** Sistema Integrado de Transporte Masivo
- **WhatsApp:** Aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, que envía y recibe mensajes mediante Internet.
- **CC:** Con Copia
- **CCO:** Con copia oculta

5. ATENCIÓN AL CIUDADANO

Normas técnicas

Con el ánimo de brindar una atención de calidad al ciudadano y así poder garantizar la satisfacción de los mismos, nos regimos por un sistema de gestión integrado con normas Sistema de Gestión de la Calidad para la rama Ejecutiva del poder público y otras entidades prestadoras de servicios, ISO 9001 permite administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios Y el Modelo Estándar de Control Interno MECI.

Marco Legal

Las normas e igualmente parámetros fijados en el presente protocolo se rigen a la normatividad legal vigente para la materia.

- Constitución Política de Colombia, Artículo 2 y artículo 20.
- Ley 087 de1993, "Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno de las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones".
- Ley 190 de1995 "por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la administración pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa."
- Ley 147 de 2011, ¨Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública¨.
- Ley 1437 de 2011 ¨Código de procedimiento administrativo y de lo contencioso administrativo¨; (Términos y Formalidades).
- Decreto 2232 de1995 "por medio del cual se dan funciones de las dependencias de Quejas y Reclamos y se crean los Centros de Información de los Ciudadanos"
- Ley 872 de 2003, ¨Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios¨.
- Decreto 019 2012, ¨Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública¨.
- Decreto 1151 de 2008, ¨por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia¨.
- Ley 1712 de 2014, "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones".
- Decreto 103 de 2015, "por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones".
- Decreto 1510 2013, "Por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública".
- Decreto 4632 de 2011, "Por medio del cual se reglamenta parcialmente la Ley 1474 de 2011 en lo que se refiere a la Comisión Nacional para la Moralización y la Comisión Nacional Ciudadana para la Lucha contra la Corrupción y se dictan otras disposiciones".

CANALES DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA

El **Sistema Estratégico de Transporte Público de Santa Marta**, debe garantizar los medios necesarios para generar un ambiente acorde, donde el usuario perciba un ambiente de prestación de servicio con calidad, propiciando la confianza en la atención recibida.

Existen 3 canales fundamentales para la atención al ciudadano, con estos, se garantiza el alcance a todos los niveles. Estos son: Canal Presencial, Canal Telefónico y Canal Virtual con el fin de garantizar la calidad de la atención, oportunidad y capacidad de respuesta a la ciudadanía.

Canal Telefónico

Medio de contacto donde la ciudadanía puede obtener información acerca de consulta general, información general de pagos de predios y reconocimientos económicos, solicitudes de información y trámites adelantados frente a la entidad que desarrolla la organización. El **SETP Santa Marta S.A.S**, cuenta con las líneas de Atención a la Ciudadanía **+57 431 77 77** y **+57 430 79 99** el cual recepciona y re direcciona a Servidores, contratistas o procesos, las llamadas entrantes de los ciudadanos. Las extensiones por proceso son las siguientes:

- **Recepción:** 108
- **Asistente Gerencia:** 0
- **Gestión Predial y Reasentamiento:**
  Área Social: 110, 115 y 119
  Área Jurídica: 116, 118 y 121
  Área de Reconocimientos Económicos: 114
  Área Técnica: 111, 113
- **Infraestructura y Operación:** 105, 106 y 107
- **Jurídica y Contratación:** 122
- **Secretaría General:** 123
- **Gestión Financiera y Contable:** 103 y 104
- **Gestión de Calidad:** 112
- **Control Interno: 102**

Nota: En caso de que la solicitud no pueda ser tramitada telefónicamente, se debe agendar visita para el uso del canal presencial o la recepción de la solicitud ya sea de manera escrita por medio físico o digital.

Principales Factores en la atención telefónica: Con el objetivo de brindar un servicio amable y proyectar una imagen institucional positiva se debe utilizar un tono de voz moderado, con un timbre agradable, que se adapte a las circunstancias de la conversación, para ello se debe:

- Al Inicio del contacto use un tono amable y con calidez humana, debe evitar tutear a la persona que se está atendiendo. La llamada debe iniciar con "Buenos días, SETP Santa Marta, habla con... (nombre funcionario / contratista) en que le puede servir?"
- Brindar seguridad al momento de transmitir información
- Cuando el ciudadano recurra por una duda, queja o reclamo sea persuasivo, contundente y proyecte seguridad en la voz.
- Para finalizar la información sea concluyente, despídase cortésmente y recuerde mantener el teléfono a una distancia mínima de 3 centímetros.
- Se debe contestar máximo a los tres (3) timbres de la llamada.
- No dejar a la persona esperando demasiado tiempo (40 Segundos es mucho).
- Evitar apagar, no contestar o silenciar los teléfonos del servicio. ***Todas las llamadas se deben contestar.***

Tenga en cuenta el grupo poblacional al cual se dirige, adoptando un ritmo de conversación acorde, que le permita que la llamada sea eficaz. Por lo tanto, la velocidad de la conversación debe variar para adaptarse al segmento de población que se esté atendiendo.

Canal Presencial

Servicio a la comunidad, donde la Ciudadanía de manera presencial puede acceder a los servicios de información de la consulta de rutas, operación, inversiones de obras en ejecución, demanda de movilidad en la ciudad, así como todo lo anteriormente mencionado por el canal telefónico.

Dirección para notificaciones: Calle 24 NO. 3-99, Torre Empresarial Banco de Bogotá. Oficina 911

El aspecto y postura*:* La presentación personal en la mayoría de casos puede influir en la percepción que tiene la ciudadanía respecto a la entidad. Con el aspecto físico se mostrará una imagen Corporativa, lo que brinda mayor seguridad en la atención.

Protocolo Canal de Comunicaciones Impresas: El contenido mínimo para comunicaciones impresas: Nombre y Apellido del ciudadano, dirección, ciudad, Número de radicado de la solicitud, logo de la entidad, teléfono de contacto, dirección y firma del responsable de la respuesta. Todos los lineamientos y procedimientos establecidos para el diligenciamiento de oficios y cartas por parte de la entidad, se encuentran descritos en **AGD-MA-01 Manual de Gestión Documental** del **SETP Santa Marta S.A.S.**

Canal Virtual

Este medio de información permite el acceso a los ciudadanos a la información relacionada con trámites, solicitudes, documentación, obras en ejecución, solicitud de PQR's, resoluciones, entre otros.

Las peticiones, quejas o reclamos recibidas por este medio, deben consignarse en el **AGAL-FO-09 Formato Matriz de PQR WEB, Asuntos Judiciales y Requerimientos de Entes de Control** en el cual se registra la información recibida para brindar un seguimiento por parte del asignado y poder garantizar el cumplimiento en los tiempos establecidos de acuerdo a la normatividad legal.

En el caso de PQR's asociados a trámites del proceso de gestión Predial y Reasentamiento debe diligenciarse el **MGPR-FO-04 Formato de Atención al Público PQR** el cual deberá hacerle seguimiento el contratista o funcionario de proceso que reciba la solicitud o que se establezca en la casilla "responsable del seguimiento" en el formato.

Página WEB: www.setpsantamarta.gov.co

Link para PQR's WEB: http://www.setpsantamarta.gov.co/web/pqr/crear-pqr.html

Chat de Atención al Público Institucional: Este se encuentra en la parte derecha inferior de la pantalla principal de la página web institucional, identificado con la frase "leave a message".

- Saludar a quien está conectado al chat virtual: Muy buenos días/tardes, Bienvenido al chat virtual del SETP Santa Marta S.A.S. MI nombre es …. ¿En qué le puedo ayudar?
- Permítanos un momento por favor en línea mientras consultamos su información.
- Intervenga y de soluciones al Ciudadano de una manera sencilla.
- Termine sus comunicaciones con frases como "Hasta pronto", "Gracias por su tiempo", "Tenga usted un buen día".
- No utilizar siglas ni abreviaturas.
- Hablar con el Ciudadano de "Usted" como forma de respeto y cordialidad.
- Revisar mayúsculas, puntuación, ortografía, redacción, extensión de la información (No muy densa). Lenguaje directo, sencillo. Seguir las normas de redacción aceptadas por la Real Academia Española.
- Si, en cualquier momento, accidentalmente envía un mensaje con un error, envíe un mensaje que enfatice, entre estrellas, la corrección que quiere señalar.

Atención a través de correo electrónico

- Es importante no cometer faltas de ortografía ni de gramática.
- Antes de enviar un mensaje, asegurarse de que está escrito con claridad
- No escribir en mayúscula sostenida. Escribir en mayúsculas en Internet equivale a gritar, se puede utilizar las comillas, los asteriscos y guiones bajos para *enfatizar* y subrayar.
- Cuando se envíen copias de un correo a varias personas, colocar la lista de direcciones a enviar en el campo CCO (cuentas de correo ocultas). De esa forma evitara dar a conocer las direcciones de terceras personas.
- No reenviar mensajes en cadena, falsas alarmas de virus, etc.

Correos Institucionales:

- info@setpsantamarta.gov.co
- notificacionesjudiciales@setpsantamarta.gov.co
- solicitudpqr@setpsantamarta.gov.co

Publicación en la Página WEB: Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos. La descripción del procedimiento para la publicación, modificación o eliminación de contenido WEB se encuentra descrito en el **AGAL-PD-02 Procedimiento para la Publicación, Modificación o eliminación de Información en la WEB.** A continuación, se establecen algunas pautas mínimas para la publicación:

- Los contenidos que el **SETP Santa Marta S.A.S**. ofrezca en su portal WEB, deben ser vigentes, verificables, y actualizados a su última versión; y así evitar verificaciones tediosas e interpretaciones erróneas.
- La entidad debe publicar solo contenidos que sean de la competencia de la misma y solo cuando se tenga total seguridad de la información contenida, en caso de tener que publicar contenidos de terceros, debe indicarse la fuente de quien los suministra o de donde fueron tomados.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, fotos y cualquier material gráfico que se maneje, debe estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en la foto, que esta ha sido manipulada. Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.
- Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios.

CONTROLES Y SEGUIMIENTOS EFECTUADOS

La entidad por medio de registros como **AGAL-FO-09 Formato Matriz de PQR WEB, Asuntos Judiciales y Requerimientos de Entes de Control** y procedimientos controlados por el Sistema Integrado de Gestión como **EGC-PD-04 Procedimiento para el Control del Servicio No Conforme,** realiza controles y seguimientos a los requerimientos de los usuarios con el objetivo de garantizar el nivel de satisfacción deseado y en los casos que sean necesarios realizar acciones correctivas, preventivas y/o de mejora, con el **EGC-PD-03 Procedimiento para la Toma de Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejora.**

TIEMPOS DE RESPUESTA

Cuando la comunicación corresponda a la respuesta de una petición queja o reclamo, se deberá tener en cuenta lo establecido en la siguiente tabla o por lo descrito en el decreto 1437 de 2011 y sus futuras actualizaciones.

TIEMPO DE RESPUESTA (Expresado en días hábiles)	
Derecho de Petición	
Peticiones Generales:	15 Días
Peticiones de documentos e información:	10 Días
Peticiones que eleven consulta a las autoridades en relación con las materias a su cargo:	15 Días
Quejas	
Verbales, escritas o por medios tecnológicos:	15 Días
Reclamos	
Verbales, escritas o por medios tecnológicos:	15 Días
Tutelas	Entre 1 y 3 días, depende del criterio del Juez
Demandas Ordinarias	
Nulidad	55 días contados a partir de notificación al correo electrónico de notificaciones judiciales
Nulidad y Restablecimiento	
Reparación Directa	
Contractual	
Conciliación prejudicial	Depende de fecha de audiencia
Entes de control	Depende del criterio del ente que solicita

6. EJECUCIÓN

Situación actual del Sistema Estratégico de Transporte Público de Santa Marta

- En la información prevalecen problemas, críticas y retrasos de obras
- No hay percepción de beneficios del modelo.
- Los proyectos no se han posicionado como causa de ciudad.
- Fuertes detractores.
- Los proyectos son vistos como obras de infraestructura y no como una solución sostenible de la movilidad urbana.
- No es comprendido qué es un SETP Sistema Estratégico de Transporte Público "ni un SITM, Sistema Integrado de Transporte Masivo".
- Los periodistas y comunidad no tienen conocimiento integral de qué es el SETP
- No hay una relación abierta y cercana entre vocero y voceros de la entidad con medios de comunicaciones y comunidad.

Audiencias del SETP Santa Marta:

- Ciudadanía (líderes de la comunidad)
- Transportadores
- Comerciantes y gremios
- Medios de comunicación
- Colectivos (fundaciones)
- Gobierno Distrital

Estrategia de Comunicaciones externa

Visibilizar y posicionar el SETP al interior de la comunidad a través de canales de información para fortalecer el mensaje de que el sistema es "mucho más que obras" y que realmente es transformación urbana, mejor movilidad y calidad de vida para los ciudadanos.

<u>Canales de información</u>

- Canal de apoyo a eventos virtuales (canal donde las personas que apoyen actividades como la generación de tendencias en twitter y difundir información en otras redes)
- Canal de periodistas: (medio por medio del cual se le enviará a los medios de comunicación sobre las actividades a realizar y que se estén llevando a cabo en cualquier instante, fotos, videos, textos. etc)
- Redes sociales- Comunicados de prensa- Pagina Web
- Página web con videos, podcast de la Gerente , comunicados de prensa, fotografías de eventos y obras con el apoyo del proceso de Gestión Técnica

- Videos en las obras para visibilizar su avance, (esto es para que sea difundido en medios digitales y en tradicionales)
- Canal presencial a medios: Visita a los medios de gerencia (tener mayor cercanía)
- Reuniones con líderes para comunicarles las noticias.
- Canal de comunicación donde usuario deje su queja o petición (teléfono o correo –darle promoción)

Comunidad:- Área reasentamiento

- Presentar el proyecto a la comunidad afectada por las obras
- Escuchar y registrar las inquietudes mediante **MGPR-FO-04 Formato de Atención al Público PQR** y darles solución
- Hacer socializaciones a líderes comunitarios y comunidad en general
- Abrir un canal de comunicación permanente con la comunidad.
- Explicar que puede haber inconvenientes y retrasos debido a temas que pueden surgir

Las Tácticas: Se harán cada mes con actividades diferentes, estas actividades serán descritas y aprobadas en **EGC-FO-01 cronograma de Comunicaciones** con actividades como Proyección de noticias semanal y mensual (según obras o temas) Cuadro con aporte de áreas, reunión con periodistas en sala de juntas o en obras mensual para lograr mayor acercamiento**,** plan de medios (elegir medios para acompañar distintos procesos), **gira de medios cada dos semanas** (con un tema específico).

Campañas comunicativas-Generadoras de noticias

- Qué es el SETP y beneficios –
- Obras construidas, en ejecución y proyección de próximo año
- Socialización en colegios

Gestión de medios de comunicación: mantener informados a los periodistas sobre los avances del proyecto.

Gestión de comunicación interna. Todos los colocadores conozcan los avances del proyecto, los inconvenientes impacto del proyecto para la ciudad, beneficios, ellos deben convertirse en multiplicadores de la información oficial, esto generara sentimiento de pertenencia, orgullo y defensa del sistema.

Publicación de contenidos en página web: Mas rápido publicación entre ingeniero y comunicador (el proceso debe ser de una forma más instantánea)

Manejo de redes sociales*:* Las redes sociales deben manejarse de manera sistemática y continúa a través de la construcción de una agenda temática semanal elaborada con base en las necesidades y

requerimientos del área social, construcción y operación de acuerdo con la etapa en la que se encuentre en mismo.

Construcción de contenidos:

- Testimonios: Importante lograr a lo largo del proyecto en cada una de sus etapas diferentes testimonios sobre como a partir del proyecto las personas han mejorado su calidad de vida, bien sea porque los reubicaron y con ello mejoraron sus negocios o vivienda o porque con la recuperación de espacio público pueden salir con sus hijos a caminar o compartir en un espacio público o porque se manejó y ya no hay delincuencia o peligro en una zona determinada
- Planificación de temas con áreas reasentamiento, ambiental e infraestructura, organizar una actividad que convoque a la comunidad y genere interés en medios de comunicación acompañamiento a socializaciones- Apoyo en comunicaciones en la parte visual y corporativa.

fact sheet sobre el proyecto, una hoja explicativa del proyecto con informacion clave, inversion en pesos, impacto, alcance , numero de habitantes ,, beneficiados y beneficios para la comunidad y la ciudad, sempre dentro del marco e que es un sistema de transporte

Diseño-Plan de manejo de trafico, es importante tener un formato prediseñado tipo plantilla que permita comunicar los planes de manejo de trafico para las obras a entragarlas a taxitas, comunidad y transporte colectivo publico.

Estrategia de Comunicación interna

Fortalecer el sentido de pertenencia entre la entidad y la comunicación entre todas las áreas para manejar el mismo lenguaje y los procesos logren un éxito resultado.

Tácticas:

- Boletines de prensa internos
- Reunión cada mes con gerente y empleados para revisar estado de obras y procesos
- Capacitar al personal en el año sobre el correcto uso de las herramientas que ofrecen las diferentes redes sociales y la forma adecuada de tomar evidencias de las actividades.

Análisis de Áreas:

Necesidades:

- La mayoría de las áreas respondió que la falta de espacio es uno de los aspectos a mejorar - La ubicación de los puestos de trabajo mejoraría la comunicación interna

- Falta de logística porque no existe un archivador Hace faltan módulos y una persona que responda. (Posible escenario negativo: Que lleguen los entes de control y pidan documentación y no se tenga en el momento).
- Hace falta un software para gestión documental. Implementar medio magnético que protejan la información, descargar los formatos (posible escenario perdida de la información)
- Herramientas como Impresora para área que más necesite imprimir
- Espacios para el archivo.

Situaciones:

- Se percibe en el ambiente individualización, y separan las funciones
- Falta unidad y mayor sentido de pertenencia
- no se ve equipo entre las áreas que están conectadas como proceso. El proceso está hecho para interactuar. La idea de los procesos no es para dividir.
- A pesar de que somos contratistas la percepción de inestabilidad no debe estar dentro de nuestro colectivo, debemos siempre generar vínculos laborales con armonía y además dar una milla extra.

Sugerencias

- Establecer normas de convivencias
- Código de ética. socializar y que este actualizado
- Se sugiere hacer una presentación cada uno de sus funciones para mejorar los procesos y agilizarlos.
- Se sugiere una oración semanal-
- Manejo de recursos humanos (que se piense en el empleado) y se hacen realicen actividades de esparcimiento
- Uso de correo institucional debe ser un hábito (fortalecer esa herramienta)
- Integración por cumpleaños o felicitación al final del día.
- Prudencia y respeto en clima laboral , y no poner apodos

Sugerencias desde áreas para comunicaciones

- Hacer video para contratista y mostrar las afectaciones ambientales. Encaminar videos hacia cultura ciudadana.
- Hacer video escombros. Dos videos uno para lo contratista y otra para la comunidad.
- Crear la Imagen Corporativa
- Acompañamiento de comunicaciones para visibilizar el tema social

- Cronograma de visitas sociales para el antes y después

Observaciones finales

- Conexión con comunicación intacta, coordinadores deben tratar de que el lenguaje no sea técnico o respecto a su área al pasar información a comunicaciones.
- Escoger un medio interno por donde todos se enteren de la información interna (Unos usan WhatsApp, otros correo institucional)
- Es necesario contarle a comunicaciones los posibles escenarios negativos que se pueden considera a corto, mediano y largo plazo para estar preparado y organizar estrategia de manejo de crisis
- Crear reuniones quincenales o mensuales en avances de actividades.

7. RENDICIÓN DE CUENTAS

El Sistema Estratégico de Transporte público de Santa Marta responde públicamente ante la ciudadanía por el manejo de los recursos, las decisiones y la gestión realizada a través de una audiencia pública que se realiza de acuerdo al cronograma de la administración distrital.

En la rendición de cuentas participa toda la ciudadanía en donde también se cumple con este proceso a través de distintos canales como son las publicaciones y entrevistas en los medios de comunicación, redes sociales, socializaciones en los barrios y en los colegios.

8. BITÁCORA DE ACTUALIZACIÓN

Versión	Fecha	Ítem Modificado	Descripción

9. ANEXOS

No aplica en este documento

	ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Nombre:	Lina Palma Valiente	David Fdo. Guillot Calvache	Virna Lizi Johnson Salcedo
Cargo:	Asesora de Comunicaciones	Coordinador de Calidad	Gerente
	22/08/16	22/08/16	30/08/16