

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Plan Estratégico de Comunicaciones de la Alcaldía local de Ciudad de Bolívar

PRESENTACIÓN

A lo largo del primer trimestre de 2025 se ha evidenciado la importancia de la comunicación a través de diferentes formatos y canales para llegar a los públicos de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y difundir la gestión de la Entidad.

La generación constante de información, la necesidad de transmitirla y garantizar que esta llegue de una forma clara y actualizada al público objetivo de la Alcaldía local, ha hecho que la gestión de las comunicaciones sea un eje fundamental para mostrar los logros, avances, actualidad y gestión de la Entidad.

Este plan soporta la estrategia a nivel interno y externo; dejando claro que la comunicación de Alcaldía Local tiene un componente clave para el posicionamiento para la construcción de identidad y la generación de confianza en la comunidad de la localidad 19.

El plan busca garantizar el acceso a información transparente sobre los resultados de la gestión institucional, divulgar proyectos y dignificar el trabajo de la población recicladora. También se alinea con el Plan Estratégico Institucional, reflejando la misión, visión, valores y objetivos de la entidad, y asegurando una gestión efectiva y resultados tangibles para la ciudadanía.

A continuación, se presentan los componentes del plan, incluidos sus objetivos, alcance, estrategias y acciones clave que serán lideradas por la oficina asesora de prensa.

OBJETIVOS

Objetivo General: Diseñar, coordinar y ejecutar un Plan Estratégico de Comunicaciones eficaz que fortalezca la imagen institucional de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y optimice la comunicación interna y externa.

Objetivos Específicos:

- o Asesorar al Alcalde Local y Dependencias de la Alcaldía Local en materia de comunicaciones y relaciones interinstitucionales.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- o Dirigir y coordinar el diseño y ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones con la aprobación del Despacho.
- o Dirigir y ejecutar las acciones de comunicación, divulgación y promoción de la gestión que se desarrolla en las diferentes dependencias del Fondo de Desarrollo Local de Ciudad Bolívar en coordinación con cada equipo de trabajo.
- o Formular y aplicar estrategias para el mejoramiento de la comunicación interna y externa de la Entidad.
- o Asesorar interna y externamente en el buen uso y aplicación de la imagen institucional.
- o Dirigir la preparación y ejecución del Plan Acción y de desarrollo de la Oficina de prensa.

Acciones y Cronograma:

Acción	Fecha de Ejecución	Responsable	Indicadores de Éxito
Ajustes al Plan Estratégico de Comunicaciones	Abril 2025	Oficina de prensa	Aprobación del plan por parte de la Dirección General
Asesoría y capacitación interna sobre imagen institucional	Abril 2025	Oficina de prensa	Realización de talleres y formación continua
Campañas de divulgación de actividades de la ALCALDÍA LOCAL DE CIUDAD BOLÍVAR	Abril a diciembre 2025	Oficina de prensa	Participación de los grupos de interés y cobertura mediática
Evaluación del impacto del Plan de Comunicaciones	Septiembre 2025	Oficina de prensa	Resultados de encuestas de satisfacción y mediciones de alcance

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Estructura de la Oficina Asesora de Comunicaciones

La oficina de prensa es la dependencia encargada de planificar, asesorar y ejecutar todas las actividades relacionadas con la comunicación interna y externa, así como las relaciones interinstitucionales de la ALCALDÍA LOCAL DE CIUDAD BOLÍVAR. Para cumplir con sus funciones, la oficina de prensa se organiza en 6 equipos de trabajo, cada uno con responsabilidades específicas que contribuyen a la ejecución efectiva de las estrategias de comunicación y relaciones interinstitucionales de la entidad.

1. jefe de la Oficina de prensa

Responsabilidades:

- Liderar y coordinar a los sub-equipos de trabajo de la Oficina.
- Liderar el diseño, ejecución y seguimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones.
- Asesorar al despacho de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar en materia de comunicaciones y relaciones institucionales.
- Supervisar las actividades y evaluar el impacto de las acciones de comunicación.

2. Equipo de Comunicación Interna

Responsabilidades:

- Desarrollar estrategias y tácticas de comunicación interna para garantizar el flujo de información dentro de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Implementar canales de comunicación efectivos, como boletines internos, intranet, y reuniones periódicas.
- Fomentar la participación y el compromiso de los funcionarios y contratistas a través de campañas internas.
- Asegurar la unificación de todas las comunicaciones generadas desde la oficina de prensa para todos los funcionarios y contratistas de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.

3. Equipo de Comunicación Externa

Responsabilidades:

- Gestionar la comunicación externa con medios de comunicación, ciudadanía y otros actores relevantes.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- Elaborar y distribuir materiales informativos, como comunicados de prensa, boletines y contenido en redes sociales.
- Organizar conferencias de prensa, entrevistas y eventos para divulgar las actividades de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Monitorear la cobertura mediática y gestionar la respuesta institucional ante situaciones de crisis o controversias.

4. Equipo de digital

Responsabilidades:

- Gestionar las plataformas digitales y redes sociales de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Gestionar el sitio Web de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Desarrollar contenido digital (videos, infografías, publicaciones en redes sociales) para la difusión de actividades y servicios de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Asegurar la correcta interacción con los usuarios en las redes sociales y responder a inquietudes o comentarios de la comunidad.
- Implementar herramientas digitales para mejorar la comunicación interna y externa.

Hacer análisis de datos relacionado con estrategias digitales.

5. Equipo de Diseño

Responsabilidades:

- Desarrollar todos los materiales gráficos requeridos para las campañas de comunicación interna y externa (folletos, carteles, presentaciones, infografías, etc.) de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Trabajar en conjunto con los equipos de comunicación para garantizar que todos los materiales visuales respeten los lineamientos del manual de identidad visual del sector Gobierno.
- Asegurar la producción de contenidos visuales creativos y adecuados para cada plataforma de comunicación.
- Gestionar la impresión y distribución de materiales visuales, asegurando su calidad y efectividad en la transmisión del mensaje.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

6. Equipo Audiovisual

Responsabilidades:

- Crear y producir contenidos audiovisuales (videos, documentales, animaciones, etc.) para promover las actividades y proyectos de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Coordinar la grabación de eventos institucionales, videos de apoyo y entrevistas.
- Desarrollar contenido multimedia para redes sociales, sitios web y otros canales de comunicación.
- Gestionar la edición y postproducción de los materiales audiovisuales, asegurando su calidad y adecuación a los objetivos de comunicación.

Normativa

- **Norma ISO 9001:2015, 7.4 COMUNICACIÓN:** La organización debe identificar las comunicaciones internas y externas relevantes para el sistema de gestión de la calidad, asegurando su eficacia.
- **Manual MIPG - Dimensión N° 5: Información y Comunicación:** Este manual establece que es fundamental garantizar un adecuado flujo de la información tanto interna como externa, promoviendo la transparencia y claridad en las comunicaciones.
- **Política de Comunicación Incluyente:** Cumplir con los lineamientos establecidos en la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital, fomentando la participación y la inclusión en todas las comunicaciones.

Componentes del Plan Estratégico de Comunicaciones

Objetivo:

Implementar acciones que promuevan una comunicación efectiva, permitiendo la divulgación de la gestión institucional de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar a los

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

grupos de valor internos y externos mediante los canales de comunicación más adecuados.

Alcance del Plan Estratégico de Comunicaciones de la OAC

El Plan se basa en el diseño de las estrategias comunicativas que permitan divulgar a los grupos de valor internos y externos la gestión institucional de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.

Acciones generales:

- Toda información destinada a la publicación o difusión, tanto interna como externa, **debe ser revisada y aprobada por la OAC.**
- La información en la página web debe seguir los lineamientos de la Alta Consejería Distrital para las TIC y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), garantizando el acceso a la información, la transparencia, la seguridad y los derechos ciudadanos, establecido en la Ley 1712 de 2014 del Congreso de Colombia.
- El lenguaje utilizado será inclusivo, respetuoso y efectivo, cumpliendo con la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital y evitando discriminación o estigmatización.
- La línea gráfica y audiovisual se ajustará al Manual de Imagen Institucional de la Secretaría de Gobierno Distrital y la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- La OAC será responsable del diseño y producción de contenidos, asegurando el cumplimiento de las normas de ortografía y estilo acorde al tipo de publicación.

Solicitudes a la Oficina de prensa

Las solicitudes a la Oficina de prensa deben realizarse a través del correo electrónico prensa.cbolivar@gobiernobogota.gov.co, por parte del área y deben cumplir con los siguientes tiempos establecidos según el tipo de solicitud:

- **Elaboración de piezas gráficas digitales:** solicitar con 5 días de anticipación
- **Elaboración de piezas gráficas impresas:** solicitar con 15 días de anticipación
- **Producción de contenidos audiovisuales:** solicitar con 10 días de anticipación
- **Creación de estrategias/campañas de comunicación:** solicitar con 20 días de anticipación
- **Apoyo en eventos internos y externos:** 20 días de anticipación

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Las solicitudes deben incluir una descripción detallada y los archivos relevantes, fotos, videos, imágenes, documentos) para el diseño de estrategias o contenidos comunicacionales, así como la vigencia de la publicación (fechas). Además, la creación de libros y publicaciones se ajustará a las normativas vigentes en propiedad intelectual y derechos de autor.

La gestión de las comunicaciones debe alinearse con las metas estratégicas de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y del Distrito, asegurando la relevancia y eficacia de las actividades públicas. Solo los funcionarios del nivel directivo y los administradores de correo electrónico y redes de la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están autorizados para el envío de mensajes masivos. Otros funcionarios deben obtener la aprobación de la oficina de prensa.

Ningún contenido comunicativo o audiovisual podrá ser difundido sin la aprobación previa del directivo encargado del área y con el visto bueno del jefe de la OAC o la persona designada.

Los contenidos a publicar en la página web e intranet deben ser enviados por el jefe del área y deben cumplir con la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

- Los comunicados y boletines de prensa deben contar con la aprobación del jefe de la OAC y alinearse con las necesidades del área con la cual se relaciona y los objetivos de los procesos misionales.
- Es fundamental emplear un lenguaje claro, accesible y adecuado para los públicos de interés.
- La Oficina de Prensa será el único canal autorizado para gestionar la relación entre la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y los medios de comunicación.

Audiencia Interna

Perfil de la audiencia:

Colaboradores de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar: Personal administrativo, operativo y técnico (funcionarios y contratistas)

- Diversidad de roles y niveles jerárquicos.
- Comprometidos con la gestión ambiental, social y administrativa de la entidad.
- Receptores de información institucional a través de medios internos como correo electrónico, boletines, noticieros y eventos.

Impacto esperado:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- Posicionar en los/las colaboradores el sentido de pertenencia a la entidad a través de diferentes estrategias que permitan generar recordación sobre las acciones implementadas en la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Incentivar en los/las colaboradores de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar la apropiación de los valores institucionales que hacen parte del Código de Integridad.
- Dar a conocer a los/las colaboradores los proyectos y las actividades de la entidad a través de contenidos claros y ágiles, cuyo enfoque tenga como protagonista el talento humano.
- Proponer y apoyar a los diferentes equipos en el diseño de estrategias para comunicar la información que generan.
- Garantizar el flujo de la información en todos los niveles jerárquicos de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- Invitar a los/las colaboradores a ser voceros en la difusión de la información que se transmite a través de los canales externos de la entidad y brindar herramientas para que puedan serlo.
- Apoyar a la Oficina Asesora de Planeación en la realización, cubrimiento y divulgación de ejercicios de participación ciudadana, Rendición de Cuentas de la gestión institucional.

Todos los contenidos que se transmiten a través de la Oficina de prensa deben ser revisados y aprobados por el/la jefe de la Oficina de prensa para garantizar su precisión, relevancia y alineación con los lineamientos institucionales.

CANALES INTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. *Correo electrónico institucional*

Medio oficial para comunicados formales y masivos.

Observaciones: Asegurar claridad y periodicidad para evitar saturación.

El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente.

La OAC deberá cumplir los lineamientos establecidos por la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones respecto a las políticas de seguridad de la información y protección de datos personales. La información

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

enviada debe ser clara, concisa y contar con el aval del/a jefe de la Oficina de prensa o la persona asignada.

2. *Intranet institucional*

- o Plataforma centralizada para noticias, recursos y herramientas internas.
- o Mantenerla actualizada y fácil de navegar.

7. *Wallpaper*

- o Hace referencia a la imagen que se publica como fondo de pantalla en los equipos de cómputo de carácter institucional.

8. *Productos audiovisuales internos*

- o Relatos breves con información relevante para el público interno.
- o Tono cercano y accesible.

Canales físicos

- o Paneles en puntos clave con anuncios e información actualizada y relevante.

Interacciones directas

11. Reuniones informativas sobre el quehacer de la Oficina de prensa y los procesos con que cuenta.

13. Encuestas y formularios

- Herramientas para medir el nivel de conocimiento y satisfacción sobre los procesos de la OAC enfocados en la mejora continua.

PRODUCTOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. **Newsletter / Ciudad Bolívar informa:** publicaciones más relevantes que se difunden a través de las redes sociales institucionales con el fin de aumentar el número de seguidores y las interacciones con los contenidos. Se envía de manera masiva a los/las colaboradores a través del correo electrónico institucional.

Periodicidad: Quincenal

2. **Franja audiovisual:** Espacio en el cual acompañamos a los servidores y colaboradores de la entidad destacando las acciones más relevantes realizadas por la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar. Se trata de un espacio en las pantallas de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, donde se ambientará música y se darán

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

noticias relevantes de las diferentes dependencias de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar contada a través de sus actores.

Periodicidad: Mensual, el último viernes de cada mes.

3. **Wallpapers:** Se utilizarán a discreción de la OAC para difundir información importante y relevante para todos los funcionarios/as y servidores/as y de acuerdo con las solicitudes de las dependencias, de la Secretaría de Gobierno Distrital y de las sinergias de la Alcaldía Mayor.

Periodicidad: 3 al año.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA

No	ACCIÓN	ACTIVIDADES	MEDIOS
1	Fortalecer la cultura organizacional de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar basada en la eficiencia y la calidad a través de la apropiación de los valores institucionales, el código de integridad y buenas prácticas centradas en el servicio, la comunicación y el desarrollo del talento humano.	Creación de campañas y contenidos comunicativos orientados hacia la apropiación del código de integridad y los valores institucionales.	Mailing, Intranet, Wallpaper, LinkedIn
2	Posicionar los productos comunicacionales y los canales de comunicación internos en la entidad.	Difundir información llamativa y concisa sobre el que hacer de la entidad a través de los productos y canales de comunicación internos a fin de incentivar la apropiación de los mismos.	Mailing
3	Posicionar al interior de la entidad las cuentas institucionales en las redes sociales y el Plan de transparencia Ética Pública de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar	Crear y desarrollar campañas de comunicación interna, o producir contenidos gráficos y audiovisuales, donde se invite a los colaboradores usar las redes sociales institucionales y a seguirlas y conozcan los avances del PTEP de la Entidad.	Mailing
4	Incentivar la participación de los/las colaboradores en los diferentes programas,	Diseñar piezas comunicativas que motiven a los/las	Mailing

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

	proyectos, actividades y capacitaciones de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.	colaboradores a participar en los diferentes programas, proyectos, actividades y capacitaciones de la entidad.	
5	Fortalecer la intranet institucional y compartir, a través de esta, información relevante para los colaboradores de la entidad.	Producir contenidos de acuerdo a las solicitudes de las dependencias de la entidad que alimenten la intranet.	Intranet, mailing

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Fortalecer la relación con medios de comunicación, periodistas, editores o colaboradores de medios masivos, comunitarios, alternativos, universitarios, regionales, digitales e internacionales que producen información de interés relacionada con la gestión de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, esto incluye estrategias como: free press, reuniones de trabajo, ruedas o conferencias de prensa, visitas a medios, entrevistas, respuestas a cuestionarios, acompañamiento a medios, debates en los que participe el Alcalde local/a sus delegados/as.

Funciones clave de la Oficina de prensa en la Estrategia de Comunicación

-La Oficina de prensa desempeña un papel fundamental en la gestión y fortalecimiento de la comunicación externa, llevando a cabo diversas actividades concretas para garantizar la eficacia y el impacto de los mensajes institucionales.

Monitoreo de Medios

-Realizar un seguimiento constante de los medios de comunicación para captar y evaluar la cobertura relacionada con la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.

Actualización de Bases de Datos

-Mantener bases de datos actualizadas de periodistas, editores y medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales.

Capacitación de Vocero

Programar entrenamientos regulares para los voceros institucionales, fortaleciendo su capacidad para transmitir mensajes clave de manera efectiva.

Creación de Mensajes Clave y Piezas de Comunicación:

Desarrollar los mensajes esenciales de las campañas de comunicación y sus respectivas piezas, como convocatorias, comunicados de prensa, boletines, videos y notas para la página web.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Coordinación y Supervisión de Piezas Comunicativas:

Coordinar y supervisar la producción de contenido comunicativo, incluyendo la elaboración del plan de medios y su ejecución.

Divulgación de Contenidos:

Los productos comunicativos desarrollados por el equipo se distribuyen a través de los distintos canales de comunicación de la entidad, garantizando su alcance y visibilidad. Estas funciones clave aseguran una comunicación externa eficiente, proactiva y alineada con los objetivos institucionales, potenciando la imagen y la relación de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar con sus públicos externos.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

- Crear e implementar estrategias de comunicación con el fin de dar a conocer las acciones, programas y proyectos a la opinión pública.
- Lograr el posicionamiento y reconocimiento de la entidad en función de los diferentes grupos de interés por medio del desarrollo de acciones y estrategias de comunicación.
- Posicionar la gestión de la entidad entre sus grupos de interés mediante el desarrollo de acciones y estrategias comunicativas divulgadas a través de diferentes medios de comunicación.

Estos objetivos garantizan una comunicación institucional efectiva y coherente, que no solo informa, sino que también posiciona estratégicamente a la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar como una entidad comprometida con la prestación de servicios públicos de calidad en Bogotá.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Divulgar y visibilizar los proyectos, programas, planes y logros de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar con el propósito de posicionar la imagen de la entidad y fortalecer las relaciones, diálogo y participación con las diversas audiencias.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

AUDIENCIAS, PERFIL E IMPACTO ESPERADO

1. Ciudadanía en general:

- o **Perfil:** Residentes de la localidad de Ciudad Bolívar interesados en la gestión de la entidad.
- o **Impacto esperado:** Conocimiento ampliado sobre los servicios, proyectos y beneficios que la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar ofrece, fomentando su participación activa en iniciativas y proyectos.

2. Contratistas y operarios de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar:

- o **Perfil:** Colaboradores externos e internos que prestan servicios a la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o **Impacto esperado:** Fortalecimiento del sentido de pertenencia, entendimiento de los lineamientos y compromiso con los objetivos institucionales.

3. Medios de comunicación, redes sociales y ciudadanos/as con acceso digital:

- o **Perfil:** Periodistas, editores, usuarios activos de plataformas digitales y redes sociales.
- o **Impacto esperado:** Generación de contenido relevante, cobertura y difusión eficiente de los proyectos y logros institucionales, ampliando la visibilidad de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar en los medios.

4. Actores sociales y comunitarios:

- o **Perfil:** Grupos y organizaciones sociales interesados en la gestión de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o **Impacto esperado:** Promoción de la conciencia comunitaria sobre la gestión de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, estimulando la colaboración en acciones sociales y ambientales.
- o **Entidades y organizaciones del entorno misional de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar:**
- o **Perfil:** Entidades que trabajan en la localidad en diferentes temáticas sociales, ambientales, económicas etc.
- o **Impacto esperado:** Aumento del trabajo conjunto, la sinergia y la generación de proyectos colaborativos para mejorar la prestación de servicios y la sostenibilidad urbana.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

ACTIVIDADES PRINCIPALES

- **Cubrimiento Noticioso:** Investigación de temáticas, consulta de fuentes de información, grabación audiovisual, toma de fotografías, y realización de entrevistas para asegurar una cobertura completa y precisa.
- **Elaboración de Contenidos Noticiosos:** Producción de materiales informativos como comunicados, boletines, guiones para piezas audiovisuales, mensajes o copys para piezas gráficas o audiovisuales, especiales, y programas que promuevan la difusión clara y efectiva de la información.
- **Elaboración de Contenidos de Cultura Ciudadana:** Desarrollo de campañas, parrillas de mensajes, copys para piezas gráficas, y guiones para piezas audiovisuales dirigidos a fomentar la cultura ciudadana y el conocimiento sobre los servicios públicos.
- **Eventos Externos:** Apoyo comunicacional en la organización de eventos, incluyendo la elaboración de convocatorias, piezas de contenido, divulgación de información, presentación, protocolo, y registro para garantizar una adecuada visibilidad y organización.
- **Divulgación y Relacionamento con Medios:** Envío de boletines de prensa y material audiovisual para free press en medios de comunicación. Coordinación para la divulgación de contenido en canales propios. Relacionamento directo y acompañamiento a periodistas y líderes de opinión durante entrevistas y grabaciones.
- **Monitoreo de Medios:** Seguimiento constante de las menciones relacionadas con la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, su misionalidad y sus directivos en medios masivos, comunitarios, alternativos y digitales. El objetivo es desarrollar acciones comunicacionales que fortalezcan la imagen institucional, contrarresten el ruido comunicacional, y eviten posibles crisis mediáticas.
- **Entrenamiento de Voceros:** Formación y capacitación de servidores públicos y colaboradores autorizados para hablar en representación de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar ante medios de comunicación, en escenarios como ruedas de prensa, entrevistas, foros, eventos públicos, y otros productos noticiosos propios.

Estas actividades son esenciales para garantizar una comunicación efectiva, la protección de la imagen institucional y el fortalecimiento de las relaciones con los diferentes públicos internos y externos.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

5.3. OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Divulgar y visibilizar los proyectos, programas, planes y logros de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar con el propósito de posicionar la imagen de la entidad y fortalecer las relaciones, diálogo y participación con las diversas audiencias.

CANALES EXTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. Redes Sociales:

- o **Descripción:** Plataformas digitales como Facebook, Twitter (X), Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube utilizadas para la divulgación de información, interacción con los ciudadanos/as y promoción de proyectos, eventos y campañas.
- o **Observaciones:**
 - Los contenidos deben ser atractivos, visualmente impactantes y adaptados al lenguaje de cada plataforma.
 - Es clave mantener una interacción constante, responder comentarios y fomentar la participación ciudadana.
 - Se deben implementar estrategias de segmentación para alcanzar audiencias específicas.

2. Página Web Institucional:

- o **Descripción:** Espacio oficial de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar donde se publican boletines, noticias, informes, proyectos y eventos relevantes para la ciudadanía.
- o **Observaciones:**
 - La información debe estar actualizada, ser fácil de navegar y accesible para diferentes públicos.
 - Incluir secciones destacadas para campañas prioritarias y temas misionales.
 - Garantizar la compatibilidad con dispositivos móviles y accesibilidad para personas con discapacidades.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

3. Free Press (Gestión de Prensa):

- o **Descripción:** Relación directa con medios de comunicación masivos, comunitarios, alternativos y digitales para la publicación gratuita de noticias, boletines de prensa, entrevistas y artículos de interés relacionados con la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o **Observaciones:**
 - Los boletines y materiales enviados a medios deben ser claros, relevantes y alineados con los intereses de los periodistas.
 - Mantener actualizadas las bases de datos de contactos en medios y realizar seguimientos para asegurar la publicación de los contenidos.
 - Promover el acompañamiento a periodistas en eventos y actividades de la entidad para fortalecer el relacionamiento y ampliar la cobertura mediática.

Estos canales permiten posicionar a la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar como un referente en la gestión de servicios públicos, mejorar su interacción con la ciudadanía y garantizar una comunicación efectiva con sus diversos públicos externos.

PRODUCTOS EXTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. Boletines de Prensa

- o **Descripción:** Documentos informativos enviados a medios de comunicación con detalles sobre proyectos, eventos, logros y actividades institucionales.
- o **Periodicidad:** Según necesidades comunicativas (semestral).

2. Publicaciones en Redes Sociales

- o **Descripción:** Contenidos gráficos, audiovisuales y textuales para plataformas como Facebook, Instagram, Twitter (X), LinkedIn, TikTok y YouTube, enfocados en visibilizar acciones, campañas y proyectos.
- o **Periodicidad:** Diaria, adaptada al alcance y características de cada plataforma.

3. Artículos en la Página Web

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- o **Descripción:** Noticias, reportajes y actualizaciones sobre las acciones de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, dirigidas a audiencias interesadas en la misionalidad de la entidad.
- o **Periodicidad:** Semanal.

4. Videos Institucionales

- o **Descripción:** Producciones audiovisuales para explicar proyectos, reportar avances y destacar logros de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o **Periodicidad:** Según la necesidad de las campañas.

5. Newsletter Digital

- o **Descripción:** Resumen mensual enviado a ciudadanos/as suscritos, con información clave sobre actividades, logros y servicios de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o **Periodicidad:** Mensual.

6. Ruedas de Prensa y Comunicados Especiales

- o **Descripción:** Eventos y documentos para anunciar información relevante o responder a temas de interés mediático.
- o **Periodicidad:** Según la coyuntura o estrategia de comunicación.

7. Piezas Gráficas para Campañas

- o **Descripción:** Diseños para banners, carteles, publicaciones digitales, y materiales impresos que apoyen la difusión de campañas de impacto.
- o **Periodicidad:** Según la planificación de campañas (mínimo trimestral).

8. Reportes y Memorias de Eventos

- o **Descripción:** Documentos y publicaciones que recopilan los resultados y conclusiones de eventos, foros o actividades de participación ciudadana.
- o **Periodicidad:** Después de cada evento.

Estos productos ofrecen una cobertura integral de las acciones de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, adaptándose a diferentes audiencias y maximizando el impacto de la comunicación externa.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

ACCIONES CLAVES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Gestión de Relacionamiento con Medios:

- o Organizar ruedas de prensa, rueda de visitas a medios y entrevistas con voceros clave, fortaleciendo las relaciones con periodistas, editores y líderes de opinión.

2. Producción de Contenidos Audiovisual:

- o Crear videos, infografías y piezas gráficas sobre proyectos y campañas.
- o Generar contenidos atractivos para redes sociales y plataformas digitales.

3. Estrategias de Free Press:

- o Enviar comunicados, boletines de prensa y material audiovisual a medios masivos, alternativos y comunitarios.

4. Participación en Eventos Públicos:

- o Difundir actividades de la entidad en ferias, foros y espacios comunitarios.
- o Asegurar la presencia institucional con materiales de comunicación y voceros preparados.

5. Monitoreo y Análisis Mediático:

- o Realizar seguimiento a las menciones en medios y redes sociales.

6. Promoción en Plataformas Digitales:

- o Diseñar campañas específicas para redes sociales con segmentación de audiencia.
- o Actualizar constantemente la página web con noticias, reportes y eventos destacados.

7. Participación Ciudadana y Pedagogía:

- o Mantener un diálogo constante con la ciudadanía y brindar información clara y relevante.

8. Acompañamiento Comunicacional en Proyectos:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- o Brindar soporte comunicativo a los diferentes grupos y proyectos misionales.
- o Divulgar avances y logros mediante narrativas atractivas y accesibles.

9. Campañas de Posicionamiento Institucional:

- o Diseñar estrategias para destacar la eficiencia, calidad y compromiso de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar.
- o Resaltar historias de impacto y beneficios para la comunidad.

Estas acciones permiten consolidar una comunicación estratégica y efectiva que refuerza la conexión entre la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar y sus audiencias externas.

Producción y Gestión

Para garantizar la planificación y ejecución efectiva de las actividades de comunicación externa, se llevarán a cabo las siguientes acciones clave:

1. Elaboración de una Matriz de Acciones Periodísticas:

- o Refleja o consolida el tráfico de la oficina de comunicaciones frente a las acciones periodísticas.

2. Identificación de Aliados Estratégicos:

- o Localizar y establecer relaciones con organizaciones y actores clave que faciliten la implementación, gestión y visibilidad de las actividades.

3. Colaboración con Entidades Distritales:

- o Identificar y coordinar acciones con entidades distritales afines al propósito de cada actividad para fortalecer el impacto y la coherencia institucional.

4. Reconocimiento de Actores Clave:

- o Identificar figuras relevantes en el entorno social, comunitario y empresarial que puedan contribuir a la sostenibilidad y éxito de las acciones emprendidas.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Voceros de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar

El alcalde local es el vocero principal de la entidad, encargado de liderar la rendición de cuentas y representar públicamente a la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar en temas de alto impacto. Este rol puede ser compartido con jefes/as de oficina y funcionarios y/o contratistas designados, quienes ofrecerán pronunciamientos técnicos, previa autorización y con el acompañamiento de la OAC, especialmente en situaciones que requieran precisión o manejo de crisis.

PRINCIPIOS CLAVE PARA LOS VOCEROS/AS:

1. Preparación y Autorización:

- o Los voceros/as deben estar autorizados/as por el alcalde local y tener una comprensión clara de la misión, visión y lineamientos de la entidad.
- o Toda información oficial emitida debe ser verificable y coordinada con la OAC.

2. Entrenamiento y Apoyo:

- o Contarán con el respaldo y capacitación de la Oficina de prensa para garantizar la claridad, profesionalismo y ética en sus mensajes.
- o La Oficina de prensa recopilará datos objetivos para sustentar los mensajes a emitir.

3. Limitaciones y Responsabilidades:

- o Personal no autorizado no podrán actuar como voceros oficiales ni suministrar información a medios.
- o Cada funcionario/a es responsable de la información que comparte a nivel interno o externo, asegurando su adecuación a los lineamientos institucionales.

Comités y Comisiones con Participación de la OAC

El/la jefe/a de la OAC tiene un rol activo en los siguientes espacios estratégicos de la entidad:

- **Comité Directivo de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar:** Preside el despacho y define lineamientos clave para la gestión institucional.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- **Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST):** Contribuye a garantizar condiciones seguras y saludables para los colaboradores/as.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

Con el objetivo de garantizar el cumplimiento, eficacia y mejora continua de las acciones de comunicación, la OAC lleva a cabo las siguientes actividades:

1. Comité Primario de Comunicaciones (Mensual):

- o Determina la agenda de actividades para el mes.
- o Comparte información relevante para la gestión de la oficina.
- o Realiza seguimiento al presupuesto asignado, evaluando su ejecución eficiente.
- o Monitorea los controles de riesgos de corrupción y de gestión para mitigar posibles irregularidades.

2. Consejo de Redacción (Semanal):

- o Revisa el avance de los compromisos adquiridos.
- o Define y planifica los contenidos comunicacionales a desarrollar y publicar en la semana.

3. Indicadores del Plan de Acción:

- o Monitorea y actualiza los indicadores establecidos para medir el impacto de las actividades y productos de comunicación, asegurando alineación con los objetivos estratégicos de la entidad.

4. Participación en Auditorías:

- o Asiste a auditorías internas y externas, contribuyendo con información clave sobre las acciones y productos de comunicación para fortalecer la gestión institucional.
- o **Encuestas de Evaluación (Semestrales):**
- o Aplica instrumentos para conocer la percepción de los canales y productos de comunicación.
- o Evalúa si la información divulgada es clara, comprensible y adecuada a las necesidades de los públicos objetivos.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

GESTIÓN DE SITUACIONES DE CRISIS

El manejo de crisis es una de las tareas más sensibles dentro de la gestión comunicacional de la Oficina de prensa. Se define una crisis como cualquier situación que pone en riesgo la reputación, integridad, sostenibilidad, estabilidad o gobernabilidad de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, ya sea por hechos reales, confusiones o desinformación. Estas situaciones requieren respuestas rápidas, estratégicas y transparentes para minimizar el impacto negativo y garantizar la confianza pública.

Recomendaciones y Mejora del Protocolo

1. Definición clara y ampliada del concepto de crisis:

- o Incluye no solo las amenazas externas (ataques, desinformación, acciones legales), sino también factores internos (errores de gestión, conflictos laborales, incumplimientos de metas).
- o Considera aspectos preventivos, como el monitoreo de riesgos reputacionales antes de que se conviertan en crisis.

2. Fortalecimiento del Comité de Crisis:

- o **Conformación:** Debe incluir representantes de las áreas más afectadas por la crisis, así como expertos en comunicación y legales.
- o **Capacitación:** Los miembros deben recibir formación periódica en manejo de crisis y comunicación estratégica.
- o **Activación rápida:** Definir protocolos claros para convocar al comité de manera inmediata.

3. Narrativa Propia:

- o La narrativa debe basarse en hechos verificables, ser coherente y adaptada a las audiencias internas y externas.
- o Es esencial mantener la transparencia, pero evitando exponer información que pueda agravar la situación.

4. Audiencias específicas:

- o Priorizar a las audiencias afectadas directamente, como usuarios de servicios, ciudadanía, colaboradores, medios de comunicación o actores clave del entorno.
- o Implementar estrategias diferenciadas para cada grupo según su nivel de implicación e interés en la crisis.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

5. Voceros/as institucionales:

- o Seleccionar a voceros con experiencia y formación en manejo de medios y crisis.
- o Garantizar que tengan dominio de los mensajes claves y estén respaldados por información verificable y documentos oficiales.

6. Parrilla de mensajes:

- o Diseñar mensajes claros, consistentes y alineados con los valores institucionales.
- o Incluir mensajes preventivos para mitigar rumores y evitar confusiones en las primeras etapas de la crisis.

7. Gestión multicanal:

- o Monitorear y responder en tiempo real en medios digitales, masivos e internos.
- o Utilizar los canales propios (redes sociales, boletines, web institucional) para liderar la narrativa y contrarrestar desinformación.

8. Evaluación y prevención:

- o Analizar el impacto de la crisis y documentar las lecciones aprendidas.
- o Ajustar el plan de manejo de crisis basado en esta evaluación para prevenir futuras eventualidades.

Metas e Indicadores

META	INDICADOR
Atender el 100% de las solicitudes de servicios de comunicaciones presentadas por las diferentes dependencias para la difusión de información interna de acuerdo con sus necesidades	Solicitudes de servicios de comunicaciones atendidas
Implementar una campaña de comunicación interna mensual	Campaña interna implementada

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Realizar como mínimo 10 encuestas mensuales que permitan conocer el nivel de satisfacción de los funcionarios y contratistas en cuanto a los servicios de comunicación brindados desde la OAC	Encuestas mensuales realizada
Actualizar semanalmente los medios internos de la entidad	Actualización semanal de medios internos
Diseñar e implementar el 100% de las estrategias requeridas por la entidad	Porcentaje de estrategias implementadas
Realizar un informe mensual del monitoreo de medios	Reuniones realizadas
Publicar el 100% de la información requerida por la entidad para la difusión de la Estrategia permanente de Rendición de Cuentas	Porcentaje de publicación de información
Realizar 4 actualizaciones en el año de la información publicada en la página web de la entidad para cumplimiento de la ley 1712 "Transparencia y Acceso a la Información Pública".	Actualizaciones realizadas
Aumentar XXX seguidores trimestrales en las redes sociales de la entidad	Aumento de seguidores en las redes sociales en el periodo de referencia
Realizar al 100% la actualización del archivo videográfico (videos y Fotos) en el nivel central de la entidad	Porcentaje de actualización del archivo videográfico

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Realizar 1 reunión mensual con el equipo de la OAC para coordinar estrategias y dar lineamientos en materia de comunicación	Reunión mensual con el equipo de la OAC
Generar mínimo 1 alianza informativa mensual con los medios locales y/o comunitarios	1 Alianza informativa mensual
Realizar un informe general mensual sobre las noticias de la entidad registradas en los medios masivos de comunicación	1 informe general mensual
Realizar 1 encuesta semestral de evaluación e impacto de medios internos	Encuesta realizada
Realizar un informe con métricas de las RRSS de la Alcaldía Local de Ciudad Bolívar	Informe trimestral
Realizar una campaña comunicativa sobre el Plan de Transparencia y Ética Pública-PTEP	1 campaña diseñada e implementada

Autorizaciones

	NOMBRE	CARGO	FIRMA
Elaboró	Yeny Patricia Arévalo López	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	
Revisó y Aprobó	Anyela Magaly Riveros	Jefe Oficina Asesora Comunicaciones	

Autorizaciones

	NOMBRE	CARGO	FIRMA
--	--------	-------	-------

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Elaboró	Yeny Patricia Arévalo López	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones	
Revisó y Aprobó	Anyela Magaly Riveros	Jefe Oficina Asesora Comunicaciones	