

## Plan Estratégico de Comunicaciones

Secretaría Distrital de Desarrollo Económico

Oficina Asesora de Comunicaciones

2023

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

GD-P3-F18

## Contenido

1. Introducción
2. Funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
3. Marco legal
4. Objetivo general del Plan Estratégico de Comunicaciones
  - 4.1 Objetivos específicos
5. Compromiso de la Alta Dirección
6. Proceso de Gestión de Comunicaciones
7. Modelo de comunicación
8. Públicos objetivos
9. Lenguaje
10. Temas priorizados para la vigencia 2023
11. Ejes, canales y productos de comunicación.
  - 11.1 Comunicación externa
  - 11.2 Comunicación digital
  - 11.3 Comunicación interna
  - 11.4 Comunicación gráfica y audiovisual
12. Articulación con los lineamientos distritales de comunicación.

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

## 1. Introducción

El mandato de la administración de la alcaldesa Claudia López ha estado marcado por los efectos y las acciones para mitigar la pandemia del COVID-19. Una situación masificada que ha implicado el mayor reto del siglo XXI para los gobiernos de todo el mundo.

La salud, tanto humana como económica, se vio diezmada por una enfermedad que impactó negativamente en los componentes fundamentales de la sociedad actual generando crisis visibles en hogares, hospitales, comercios y empresas, entre otros. A las restricciones a la movilidad le siguió la consecuente afectación económica desencadenando previsibles efectos adversos en el poder adquisitivo de la ciudadanía y un incremento en los niveles de desempleo y en el tiempo que le toma a una persona reemplearse. Esto último se acentuó particularmente en mujeres, personas jóvenes y mayores de 50 años. Situación que no fue nueva pero que se vio agudizada por los efectos de la pandemia, demandando de la administración distrital acciones que favorezcan el cierre de estas brechas.

En ese contexto, la administración pública tiene el reto de comunicar su gestión y sus logros de manera acertada, clara, efectiva, interpretando de manera adecuada los temores y necesidades de la ciudadanía para llegar hasta ella con mensajes contundentes, orientadores, esperanzadores y que le permita conducir sus esfuerzos y expectativas de manera articulada con los planes, programas y proyectos públicos para potenciar los efectos positivos.

Este deber por comunicar se hace más evidente en el caso de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (**SDDE**), entidad que, en el ejercicio de sus funciones, ha sido uno de los motores de la reactivación económica durante toda la pandemia, más aún ahora cuando las restricciones han disminuido y la vida vuelve, poco a poco, a lo que era al cierre del año 2019.

La responsabilidad por comunicar recae en la Alta Dirección de la SDDE y en la Oficina Asesora de Comunicaciones (**OAC**) como dependencia adscrita al despacho y titular del ejercicio de divulgación tanto al interior como al exterior de la Entidad.

El reto para 2023 es entonces aportar a recobrar la confianza y la esperanza en el ciudadano, en mujeres, jóvenes y personas mayores de 50 años, mediante un ejercicio de divulgación eficaz, que evidencie todo el esfuerzo de la SDDE por cerrar esas brechas de empleabilidad, por impulsar el avance de la ciudad (particularmente de las aglomeraciones que se han denominado de momento

como *Corazones Productivos*) y por fomentar la innovación e interconexión de la oferta y la demanda en los mercados.

Este reto contempla también la coyuntura interna de la Entidad: en el primer trimestre del año 133 nuevos funcionarios de carrera administrativa (de un total de 207) tomaron posesión, ocupando el lugar de igual número de funcionarios provisionales que dejaron los cargos. Este escenario crea el contexto ideal para construir a partir de 2023, desde la comunicación interna y mediante un trabajo articulado con dependencias como la Dirección Corporativa y la Oficina Asesora de Planeación, las bases de la cultura organizacional deseada, sustentada en el compromiso, el sentido de pertenencia, el servicio al ciudadano y la cohesión de grupo.

Con el fin de tener un marco de referencia para poder afrontar los retos identificados, el equipo de profesionales de la OAC elaboró el presente Plan Estratégico de Comunicaciones (**PECO**), como documento guía del proceso de gestión de comunicaciones de la SDDE, el cual tiene alcance tanto interno como externo. En este se detallan los públicos objetivo, ejes de la comunicación, canales y productos, entre otros aspectos.

## **2. Funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico:**

La OAC fue creada mediante el Decreto 437 de 2016 "Por el cual se modifica la Estructura Organizacional de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico", el cual en su artículo 7 establece:

*"Son funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, las siguientes:*

- a. Asesorar a la Secretaría de Desarrollo Económico en la formulación de políticas y estrategias de comunicación.*
- b. Asesorar a la Secretaría de Desarrollo en el manejo de la imagen institucional y en la divulgación de la gestión institucional.*
- c. Realizar seguimiento a las noticias y hechos relacionados con la actividad de la entidad.*
- d. Mantener y gestionar relaciones con medios de comunicación.*
- e. Liderar los procesos de comunicación interna por los medios y canales institucionales.*
- f. Coordinar la elaboración, edición, impresión y divulgación de las publicaciones o piezas de comunicación de la Secretaría.*

*g. Velar por el uso eficaz del manual de imagen institucional y por la solidez de los contenidos que produzca la entidad en materia de comunicación interna o externa.*

*h. Coordinar el desarrollo del plan estratégico de comunicaciones, las campañas de divulgación y comunicación sobre los logros institucionales, acontecimientos, eventos y actos que se impulsen en la Secretaría.*

*i. Las demás que le sean propias o asignadas de acuerdo con la naturaleza de la dependencia".*

Tomando como marco de acción lo establecido en el citado decreto, y como guía para el cumplimiento de las funciones señaladas, se formula el presente Plan Estratégico de Comunicaciones para la vigencia 2023.

### **3. Marco legal**

El Plan Estratégico de Comunicaciones y el ejercicio de las funciones de la OAC se fundamenta en el siguiente marco legal:

- 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 1499 de 2017 "Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015".
- Decreto 492 de 2019 "Por el cual se expiden lineamientos generales sobre austeridad y transparencia del gasto público en las entidades y organismos del orden distrital y se dictan otras disposiciones".
- Decreto 437 de 2016 "Por el cual se modifica la Estructura Organizacional de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico" particularmente en lo relacionado con el artículo 7.
- Acuerdo 761 de 2020 "Por medio del cual se adopta el Plan de desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas del Distrito Capital 2020-2024 'Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI'".
- Acuerdo 744 de 2019 "Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad 'Bogotá' y se dictan otras disposiciones".

Además de lo anterior se toma como referente lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), en particular lo relacionado con la quinta dimensión denominada "Información y Comunicación".

#### 4. Objetivo general del Plan Estratégico de Comunicaciones

Aportar al posicionamiento público de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico como entidad líder en la implementación de programas, planes, proyectos y convocatorias dirigidas a fortalecer a las empresas y emprendedores, el abastecimiento alimentario y la promoción de empleo y de nuevos ingresos para los ciudadanos y ciudadanas en la Bogotá –Región.

##### 4.1 Objetivos específicos

- Dar a conocer a la ciudadanía la gestión, programas, planes, proyectos, convocatorias y logros liderados por la SDDE a través de una labor de comunicación e información permanente; teniendo presentes sus percepciones, necesidades y expectativas.
- Crear estrategias, campañas y acciones que aporten al conocimiento, cohesión y compromiso del equipo interno de la SDDE en aras de consolidar una cultura organizacional basada en el bienestar laboral y el enfoque hacia la ciudadanía.
- Establecer los medios oficiales de comunicación interna y externa con los que cuenta la SDDE.
- Fomentar una comunicación transparente y de doble vía con los medios de comunicación (nacionales, locales, alternativos y comunitarios) que permita divulgar a través de ellos información de interés para los habitantes de la capital, favoreciendo la participación ciudadana en los programas de la Entidad y el posicionamiento de la SDDE ante la opinión pública.
- Unificar la imagen y lenguajes de los canales de comunicación existentes con el fin de fortalecer y posicionar la imagen de la SDDE de manera coordinada.

#### 5. Compromiso de la Alta Dirección

- La Oficina Asesora de Comunicaciones de la SDDE, de conformidad con la estructura organizacional de la Entidad, depende directamente del Despacho del Secretario, lo que le imprime un carácter estratégico adicional a su accionar transversal y de apoyo a todas las dependencias de esta Secretaría en materia de comunicaciones.
- En el mapa de procesos actual de la Entidad, definido en el marco de su Sistema Integrado de Gestión, la gestión de comunicaciones es un proceso estratégico liderado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC), es asesor del Despacho del Secretario de Desarrollo Económico, lo que evidencia la importancia que le da el Despacho a su papel en la Entidad conforme al accionar transversal de la comunicación y la relevancia que este proceso reviste para el ejercicio de la administración pública.

## 6. Proceso de Gestión de Comunicaciones

De conformidad con el mapa de procesos de la SDDE, el proceso liderado por la OAC, y denominado "Gestión de Comunicaciones", es catalogado como estratégico ya que soporta y se encuentra alineado con la estrategia institucional toda vez que logra el direccionamiento de esfuerzos aislados. Se entiende entonces que la gestión de las comunicaciones deberá estar vinculada con los objetivos estratégicos de la SDDE y aportar a su cumplimiento.

## 7. Modelo de comunicación

El modelo de comunicación planteado en el presente plan se sustenta en responder a las preguntas **quién dice qué, cómo, cuándo y por qué lo dice**, este esquema deberá estar presente en cada acción de comunicación emprendida por la Entidad y sirve de guía al momento de plantear estrategias y campañas:

**Quién comunica:** la vocería oficial de la SDDE ante los medios de comunicación recae exclusivamente en el(la) Secretario(a) de Despacho o quien este(a) designe<sup>1</sup>. A su vez, la divulgación de la información institucional es competencia exclusiva de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

**Qué comunica:** se comunicarán los temas que permitan dar visibilidad a la gestión misional y organizacional de la SDDE como lo son programas, planes, proyectos, convocatorias y logros. Así mismo, se atenderán las solicitudes de la prensa y la ciudadanía, bajo parámetros de transparencia y equidad.

---

<sup>1</sup> Sin embargo, todos los funcionarios y contratistas de la Entidad deben propender por salvaguardar la imagen de la misma a través de sus acciones y del contacto que establezcan con la ciudadanía en el ejercicio de sus labores.

**Cómo se comunica:** la información será divulgada a través de los canales y productos establecidos para cada uno de los cuatro ejes de comunicación con que cuenta la SDDE: comunicación externa; comunicación interna; comunicación digital y comunicación gráfica y audiovisual.

**Cuándo se comunica:** el criterio decisorio es el de "oportunidad". Si bien el ejercicio de comunicación liderado por la AOC es permanente, éste deberá responder a las necesidades objetivas de información. La oportunidad en la comunicación tiene que ver con el tiempo de respuesta y el aprovechamiento de los momentos y canales más adecuados para lograr los fines perseguidos.

**Por qué se comunica:** antes de realizar cualquier acción de comunicación se debe contemplar la razón que la motiva, la intención con la que se hace y el impacto que se pretende alcanzar.

La OAC de la SDDE es quien administra, articula, define el público objetivo y los tiempos en que la información de interés interno o externo se divulgue entre los canales de comunicación e información con los que cuenta.

Este desarrollo de información se realiza en articulación con las dependencias involucradas, empleando los canales de comunicación establecidos para cada público objetivo. De esta manera se mantiene el control, la unificación y utilización de un mismo tono y lenguaje de la narrativa buscando además escenarios y momentos adecuados y oportunos.

## 8. Públicos objetivos

La siguiente matriz expone los públicos objetivo que hacen parte del proceso de gestión de comunicaciones de la Entidad:



A quién nos dirigimos	Mediante qué canales	Con qué frecuencia	Qué deseamos lograr
Unidades productivas	Redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad; <i>freepress</i> .	Cada vez que se genere información de interés.	Generar conocimiento y mantener el interés en los programas y convocatorias de la SDDE y promover la participación.
Campeños y asociaciones campesinas de la ruralidad de Bogotá	<i>Freepress</i> , redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad. Medios comunitarios.	Cada vez que se genere información de interés originada por la Dirección de Economía Rural y Abastecimiento Alimentario.	Dar a conocer y posicionar los programas de la SDDE que implican beneficios para las asociaciones campesinas y sus miembros. Inscripción a convocatorias.
Colaboradores de la Entidad	Boletín semanal; flash informativo, intranet, cartelera digital, wallpaper.	Al menos tres veces por semana.	Generar conocimiento sobre la gestión de la Entidad; fomentar el sentido de pertenencia; fomentar la cohesión de grupo; contar con replicadores de la información institucional, posicionar y consolidar una cultura de servicio con el ciudadano en el centro de la gestión.
Periodistas y medios de comunicación de la fuente económica	Grupo de difusión de WhatsApp, ruedas de prensa, giras de medios, entrevistas uno a uno. Espacios generados entre el Secretario de Despacho, como vocero oficial, con editores económicos. Espacios dirigidos a medios especializados.	Cuando se genere información de interés público masivo y al recibir requerimientos de la prensa que puedan y deban ser atendidos.	Fortalecer la relación institucional con los medios de comunicación y, a través de ellos, impactar a la ciudadanía posicionando la gestión de la SDDE y promoviendo la participación en las convocatorias vigentes.

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

Propietarios de comercios y tiendas	Redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad; <i>freepress</i> , planes de medios.	Cada vez que se produzca información de interés relacionada con el sector de cada establecimiento	Vincularlos como participantes de los programas o convocatorias dirigidos a sus sectores económicos o segmentos de negocio.
Entidades distritales y sus colaboradores	Canales de comunicación internos de las entidades distritales.	Cada vez que se promuevan convocatorias que puedan aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores (finanzas personales; emprendimiento, herramientas tecnológicas, etc.)	Posicionar la gestión de la SDDE entre las entidades distritales, fomentar el voz a voz apalancado en los colaboradores del Distrito y promover su participación en las convocatorias en las que puedan participar ellos, sus amigos o familiares.
Mujeres emprendedoras	<i>Freepress</i> , redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad.	Cada vez que se desarrollen convocatorias dirigidas exclusivamente a mujeres.	Posicionar a la SDDE entre la población femenina de la Capital y fidelizar a las mujeres en relación con las iniciativas de la SDDE.
Aprendices SENA, practicantes universitarios y profesionales en formación, jóvenes hasta los 28 años.	Envío de <i>mailing</i> a través de alianzas de comunicación con el SENA y universidades de Bogotá	Cada vez que se realicen convocatorias dirigidas al fortalecimiento y/o financiamiento de emprendimientos desarrollados por aprendices, practicantes, profesionales en formación y jóvenes hasta los 28 años.	Posicionar la gestión de la SDDE en los públicos jóvenes de tal forma que se familiaricen y vinculen a los programas de la Entidad desde su etapa de estudios o en el inicio de su vinculación laboral.

Industrias culturales	Redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad; <i>freepress</i> . Plan de medios en plataformas digitales (redes, Google ads, sitios web de alto tráfico y afinidad)	Cada vez que se generen convocatorias afines a este segmento.	Promover la participación en los programas de la SDDE dirigidos a este segmento.
Cámara de comercio y sus afiliados	Envío de <i>mailing</i> a través de alianza de comunicación con la CCB y espacios en sus medios internos.	Cada vez que se realicen convocatorias dirigidas al fortalecimiento empresarial: formación, financiamiento o conexión.	Aportar al incremento en el número de participantes de estas convocatorias y posicionar la gestión de la SDDE entre los afiliados a la CCB.
Concejo y concejales de Bogotá	Oficios, respuestas a derechos de petición, rendición de cuentas.	A demanda del Concejo, por iniciativa propia al menos una vez al año y en escenario de la rendición de cuentas anual.	Dar a conocer la gestión de la SDDE con foco en socializar el alcance de los programas y convocatorias desarrolladas y el número de beneficiarios, encadenamientos, emprendimientos etc., beneficiados.
Ciudadanía en general	Redes sociales de la Entidad; página web de la Entidad; <i>freepress</i> , planes de medios.	Cuando existan convocatorias abiertas masivamente y que puedan contar con participación general de la ciudadanía o de poblaciones especialmente vulnerables.	Aportar al posicionamiento de la gestión de la SDDE y dar a conocer de manera general los programas y convocatorias de la Entidad con el fin de promover la participación ciudadana en los mismos.

## 9. Lenguaje

Todos los mensajes institucionales deben usar un lenguaje claro, tanto en los elementos gráficos como los textos producidos, en cumplimiento del Acuerdo 716 de 2018 “*por el cual se promueve a Bogotá D.C.; como ciudad libre de discriminación y se dictan otras disposiciones*”.

Así mismo, la SDDE acoge y promueve lo establecido en el documento “[Lineamientos de la Política de Comunicación Inuyente](#)”, del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital (DASCD), particularmente en lo señalado en su numeral 7 de acuerdo con el cual: “*Las Entidades del Distrito velarán porque tanto las personas que laboran en las mismas como quienes son contratistas, conozcan y hagan uso del lenguaje incluyente y se abstengan de referirse de manera excluyente a otras personas, por lo que, desde el saludo en adelante, las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital se referirán a los hombres y las mujeres, tanto en los documentos escritos como en presentaciones y/o charlas*”.

## 10. Temas priorizados para la vigencia 2023

- **Empleo incluyente:** programa que beneficia a la población con más brechas de empleabilidad. Cierre de brechas de empleabilidad en la población femenina, jóvenes (18 a 28 años) y mayores de 50 años, segundas oportunidades, reinsertados, población LGTBI, mediante programas de formación e intermediación en la colocación de empleo.
- **Pago por resultados:** este programa busca lograr la vinculación efectiva de la población que tenga barreras de inclusión laboral y requieran apoyo para conectarse con la demanda de trabajo. Consiste en realizar contratos basados en desempeño con aliados en los que se reconoce que los pagos se dividirán en dos: unos costos fijos, y otros sujetos a resultados, estos últimos solo se pagarán en el momento en el que se logre la vinculación laboral efectiva de la población participante con difícil acceso al mercado laboral. Este programa a pesar de estar dirigido para la población en general prioriza a las mujeres, jóvenes y mayores de 50 años
- **Impulso Local:** constituye una ruta de atención integral que busca impactar 24.110 micronegocios de la ciudad, a través de formación en habilidades blandas, digitales, comerciales y financieras. Así mismo, busca que, en alianza con las alcaldías locales, se lograra llegar a beneficiar a 16.500 de estos micronegocios que han sido formados, con procesos adicionales que contemplan asistencia técnica in situ, capitalización con recursos no retornables entre \$1 y \$3 millones de pesos, acompañamiento, seguimiento y conexiones con

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

ofertas financieras formales, así como el acceso a mercados a través de ferias, *marketplace*, directorios digitales, entre otros.

- **Línea crédito Bancoldex:** estrategia enfocada en el apoyo financiero a las microempresas de Bogotá D.C., principalmente para aquellas conformadas por mujeres, jóvenes y mayores de 50 años, con participación de estas poblaciones en al menos el 30% con créditos hasta por 15 millones de pesos. Se espera impactar 18 mil unidades productivas.
- **Atenea. Formación siglo XXI:** es un programa que permite a las personas tener una formación integral, tanto en tecnologías de la información (TI) como en inglés, de manera conjunta, adicionando un componente en Salud, Seguridad y Ambiente (HSE, por sus siglas en inglés). Con este programa se espera llegar 5.130 personas formadas.
- **Mercados campesinos:** apoyo a los productores del campo, promoviendo la integración regional rural a través de mercados temporales campesinos.
- **Corazones productivos:** Fortalecimiento de la vocación productiva de las aglomeraciones de Bogotá (corazones productivos).
- **Hecho en Bogotá:** estrategia en la cual las unidades productivas se fortalecen, reciben asesoría en posicionamiento y relacionamiento con nuevos clientes, y acceden a espacios de comercialización, a cero costo, a través de ferias que se realizan en todas las localidades de la ciudad y una tienda virtual.

## 11. Ejes, canales y productos de comunicación

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la SDDE desarrolla de manera permanente acciones de comunicación encaminadas al conocimiento de los programas y proyectos que adelanta la SDDE, en el cumplimiento de la política pública, así como a aportar al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Entidad. Para lograrlo cuenta con los siguientes ejes, canales y productos de comunicación:

### 11.1 Comunicación externa

La naturaleza pública de la SDDE implica un compromiso con la comunicación dirigida a la ciudadanía (entendida como unidades productivas y ciudadanos individuales) como principal público de las acciones de comunicación desarrolladas por la misma. En concordancia con esto la OAC realiza un

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

constante acompañamiento y ofrece asesoría a las dependencias de la Secretaría con el fin de brindar el apoyo necesario para la divulgación efectiva y oportuna de los programas, planes, proyectos y convocatorias de la Entidad. Entre los públicos abarcados por la comunicación externa se encuentra, unidades productivas, ciudadanía en general (segmentada por características y tareas u ocupacionales, entre otras) y los medios de comunicación, entre otros.

Objetivos específicos de la comunicación externa:

- Dar a conocer las principales gestiones, proyectos, programas y decisiones institucionales que benefician a la ciudadanía, con base en los principios de democracia, transparencia y vocación de servicio.
- Generar confianza entre los ciudadanos y credibilidad hacia lo público.
- Mantener informada a la ciudadanía, opinión pública, medios de comunicación y actores aliados, de la gestión y los programas que presta la SDDE.

Los productos de comunicación establecidos para el eje de comunicación externa son:

**Comunicados o boletines de prensa:**

Herramienta escrita, oficial y autorizada, que tiene como objetivo principal difundir información de interés noticioso generada por la SDDE. Se entregarán a los periodistas y/o público interesado a modo de resumen de lo que se quiera dar a conocer y que obedece a un interés público.

Realizados en la plantilla oficial (virtual o física) y aprobados por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y, según sea el caso, el(la) Secretario(a) de Despacho. Su intención es divulgar de manera noticiosa y concreta información relacionada con la gestión de la SDDE.

Son remitidos a la prensa mediante el grupo de difusión de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp además de ser publicados en la página web de la Entidad según criterio editorial. Habitualmente se acompañan de material fotográfico, fulles en video y archivos de audio.

Los comunicados de prensa deben contener:

- Logo institucional (definido por Alcaldía Mayor para cada sector)
- Título
- Número del comunicado

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

- Contenido
- Ciudad y fecha de publicación
- Web o contacto para más información

**Frecuencia de la comunicación:** cada vez que se genere información de interés público y carácter noticioso.

Para mayor información puede consultarse el procedimiento de comunicación externa de la SDDE que se encuentra publicado en la intranet de la Entidad.

### **Conferencias o ruedas de prensa:**

Herramienta utilizada para comunicar los mensajes institucionales relevantes para los ciudadanos, en un espacio de atención a la prensa más cercano y personalizado.

Esta acción se refiere a la coordinación, logística y convocatoria de medios para la entrega de declaraciones de interés prioritario para la ciudadanía (presencial o virtual). Para su desarrollo se requiere de la presencia y vocería del(la) Secretario(a) de Despacho o de los directivos designados por este(a).

Acciones a tener en cuenta a la hora de convocar una conferencia o rueda de prensa:

- Organizar la información a presentar, teniendo en cuenta las reglas de redacción periodística que definen claramente quién, qué, cuándo, dónde y por qué lo dice, de la información suministrada. La argumentación siempre debe estar dirigida a la idea principal, de manera que todos los datos que se aporten terminen respaldándola. Debe comenzar por lo más importante, que es la idea principal.
- Presentar al vocero institucional una relación de posibles preguntas con la elaboración de las correspondientes respuestas según corresponda, para que se prepare, presente observaciones y apruebe su contenido.
- Convocar a los medios de comunicación, indicando el motivo e identificando con total claridad la fecha, hora y lugar (o link de conexión en caso de ser virtual).
- El lugar donde se realice la rueda de prensa debe velar por una impecable proyección de la imagen de la SDDE.
- En caso de ser requerido se producirá material de apoyo para su posterior entrega

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

a los periodistas (memorias de los presentado).

**Frecuencia de la comunicación:** cada vez que se genere información de alto impacto, de interés público y carácter noticioso.

**Planes de medios:** divulgación de información institucional paga en medios de comunicación (masivos -tradicionales o digitales-, locales, alternativos y comunitarios) con el fin de dar a conocer a la ciudadanía programas y convocatorias con el fin de promover la participación en los mismos y posicionar la gestión de la SDDE.

**Frecuencia de la comunicación:** los planes de medios son elaborados de conformidad con el cronograma de los principales programas y convocatorias desarrolladas por la SDDE durante la vigencia. Aquellas con mayor alcance y masividad.

## 11.2 Comunicación digital:

Las redes sociales cada día son una oportunidad para tener contacto directo con ciudadanos, opinión pública y potenciales usuarios y beneficiarios de los programas que se implementan. Esta constante sinergia se debe convertir en la construcción de una audiencia propia que esté atenta a recibir la información que se publique.

Para que la presencia en redes sociales sea efectiva debe cumplir con los siguientes parámetros:

**Calidad:** La información publicada en las redes sociales debe ser verídica y creíble, con corecta ortografía y redacción.

**Constancia:** La frecuencia con la que se publique en redes sociales debe ser constante para generar esa necesidad entre la audiencia cautiva. Sin embargo, cada red tiene sus propias dinámicas y en esa misma medida, sus propios tiempos de divulgación, siendo, por ejemplo, más espaciada en una red como YouTube que en una como Twitter.

**Lenguaje:** se utiliza un lenguaje claro, que obedezca a la narrativa institucional.

**Tono:** el tono se refiere a cómo queremos que los usuarios nos perciban. Para este se trata de un tono cercano, que connota oportunidades y esperanza.

La comunicación digital, si bien se enmarca en mayor medida en el alcance de la comunicación externa, reviste tal importancia en el contexto de la conectividad y la interacción actual que requiere un tratamiento propio y diferenciado. Los medios digitales con que cuenta la SDDE constituyen canales fundamentales para la divulgación e interacción de la Entidad con la ciudadanía y, en general, con las partes interesadas en la gestión de la Secretaría. Se trata de espacios de visibilidad idóneos para

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195



divulgar la gestión de la Entidad, aclarar dudas, socializar convocatorias y, en general, establecer diálogos ciudadanos **de doble vía**.

La OAC genera de manera permanente contenidos destinados para los medios digitales con que cuenta la Entidad, caracterizados por la interactividad, agilidad e inmediatez. Así mismo, busca crear narrativas alineadas con las tendencias de la comunicación digital, que aprovechan los hábitos de consumo de información de las diferentes audiencias. Esto implica un replanteamiento constante de los formatos y del uso del lenguaje, de tal forma que se mantenga la vanguardia en la comunicación. Los canales de comunicación establecidos para el eje de comunicación digital son:

- **Sitio web institucional ([www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)):** página web oficial de la SDDE en la que el ciudadano puede consultar información relacionada con la gestión de la Entidad, sus programas, planes, proyectos y convocatorias, además de acceder a los canales de atención al ciudadano, entre otros servicios. La actualización de la sección de noticias es realizada de manera permanente por el equipo de la OAC a partir de los boletines de prensa emitidos.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización permanente, en promedio tres veces por semana.

- **Redes sociales:**

**Facebook (Secretaría de Desarrollo Económico):** Este perfil está enfocado principalmente en divulgar información noticiosa sobre la gestión de la Entidad y la difusión de convocatorias con link al formulario de inscripción o a la dirección electrónica que permite ampliar la información. El equipo humano de la OAC administra este perfil y genera los contenidos para el mismo. Este perfil también es aprovechado para realizar transmisiones en vivo (Facebook Live) en las que voceros de la SDDE entregan información sobre programas y convocatorias vigentes y responden en tiempo real las dudas de la ciudadanía que se conecta.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización diaria.

- **Twitter (@DesarrolloBta):** Este perfil constituye un canal de comunicación de doble vía, ágil y eficiente entre la ciudadanía y la SDDE. El perfil lleva de manera inmediata al público las actividades realizadas por la SDDE durante cada jornada de trabajo. Así mismo, permite comentar la actualidad local en relación con los temas vinculados al objeto misional de la Entidad y promueve la difusión de las convocatorias vigentes mediante trinos que amplían las razones para hacer parte de las iniciativas promovidas. El uso de etiquetas, práctica habitual

y estandarizada en esta red, es una constante que permite categorizar la información y vincularse a temas de conversación.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización diaria.

- **YouTube (Secretaría Desarrollo Económico):** el canal de YouTube está enfocado en la divulgación de contenido audiovisual principalmente basado en *storytelling*. Es decir, en historias emotivas, contadas por sus protagonistas, que dan cuenta de la gestión de la SDDE y la forma como impacta de manera positiva en la calidad de vida de la ciudadanía. A diferencia del video compartido mediante otras redes sociales, el contenido del canal de YouTube tiene un mayor nivel de producción audiovisual y puede ofrecer productos de mayor duración. Este canal también es aprovechado para enlazar transmisiones en vivo de Facebook Live en las que voceros de la SDDE entregan información sobre programas y convocatorias vigentes y responden en tiempo real las dudas de la ciudadanía que se conecta.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización semanal.

- **Instagram (@deseconomicobog):** el perfil en Instagram está enfocado en realizar reportería gráfica, a través de fotografías y videos cortos o *reels* que lleven a los seguidores el día a día de la SDDE de manera ágil. Así mismo, se sustenta en la divulgación de convocatorias mediante el uso de piezas gráficas con la información esencial requerida por el ciudadano.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización diaria.

- **LinkedIn (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico):** perfil dirigido a trabajadores, empresas y empresarios, enfocado en abordar temas relacionados con búsqueda y generación de empleo.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización diaria.

- **Tiktok (@Desarrollobogota):** la red más reciente de la SDDE se enfoca en los públicos más jóvenes, en llevar a ellos las convocatorias y ferias de empleo, así como los consejos más adecuados para vincularse al mundo laboral.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización diaria.

### 11.3 Comunicación Interna

La SDDE sustenta su gestión en el trabajo del equipo humano que la integra. En esa medida el eje de comunicación interna reviste una importancia fundamental para esta y cualquier otra Entidad. Conscientes de ello la OAC plantea de manera permanente acciones y estrategias de comunicación encaminadas a socializar información de interés para los colaboradores, generar cohesión y sentido de pertenencia, dar a conocer los objetivos institucionales emanados desde la alta dirección y las formas para lograrlos, divulgar planes de beneficios para los funcionarios, consolidar el conocimiento, promover el servicio a la ciudadanía y generar apropiación de la plataforma estratégica, entre otros.

Para lograrlo la Entidad cuenta con diversos canales y productos de comunicación diseñados y administrados bajo el liderazgo de la OAC, los cuales se detallan a continuación:

- **Intranet "Al Día con la Secretaría":** sitio web para la consulta exclusiva de los colaboradores de la SDDE en el que, entre otra información, pueden acceder a noticias de interés, campañas de comunicación institucionales o distritales vigentes, directorio de la Entidad, formatos, además de contar con el acceso a herramientas administrativas como mesas de ayuda, soporte de nómina, o la posibilidad de reserva de salones, entre otras posibilidades.

La intranet constituye un canal de información, un repositorio de documentos y un portal de servicios para el equipo humano de la SDDE. En esta medida es de vital importancia la actualización constante y oportuna de la misma, así como el funcionamiento de los enlaces y botones, lo cual permite consolidarla como fuente de consulta permanente.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización semanal de acuerdo con las necesidades objetivas, lo cual implica un mínimo de tres actualizaciones por semana.

- **Boletín interno semanal ("Al día con la Secretaría):** informativo digital remitido vía mail que recopila la información de interés más relevante para los colaboradores de la Entidad incluyendo: temas de bienestar laboral; salud y seguridad en el trabajo; información institucional; gestión de la SDDE e información del sector Distrital. Este producto combina diversos formatos: video, piezas gráficas, artículos escritos, galerías fotográficas e infografías, principalmente.

**Frecuencia de la comunicación:** una vez por semana.

- **Flash informativo:** informativo digital remitido vía mail bajo demanda, que divulga información de carácter inmediato o recuerda a los colaboradores información previamente socializada.

Permite al equipo de la SDDE estar al día con la cotidianidad de la Entidad y enterarse de manera oportuna de actividades o decisiones que sean de su interés.

**Frecuencia de la comunicación:** por demanda.

- **Carteleras digitales:** la SDDE en la sede Plaza de Artesanos cuenta con 4 pantallas digitales distribuidas en las instalaciones de la Entidad. Estas pantallas permiten presentar una parrilla unificada o diversificada de contenidos de interés para colaboradores y visitantes basados en piezas gráficas alusivas a temas organizacionales, campañas de comunicación de la Entidad, campañas de comunicación distritales y convocatorias vigentes, entre otros temas.

**Frecuencia de la comunicación:** actualización bajo demanda, en promedio tres veces a la semana.

- **Fondos de pantalla:** producto de comunicación que utiliza como canal la pantalla de cada computador de la Entidad con un mensaje corto y sencillo basado en piezas gráficas. Es utilizado para divulgar información concreta ligada a la actualidad de la Entidad o a iniciativas dirigidas a los colaboradores, particularmente aquellas que tienen una duración limitada en el tiempo (capacitaciones, convocatorias internas, foros, entre otras).

**Frecuencia de la comunicación:** cada vez que se requiera, manteniendo publicado el fondo de pantalla por un mínimo de 3 días.

- **WhatsApp del Despacho:** canal unidireccional de transmisión de información desde la alta dirección de la Entidad, en el cual pueden participar como receptores de la información todos los colaboradores de la SDDE. Su objetivo es transmitir mensajes clave específicos, generadores de movilidad y con carácter prioritario e inmediato.

**Frecuencia de la comunicación:** según demanda.

- **Café con el secretario:** se trata de un espacio de contacto uno a uno en el que el Secretario de Despacho se reúne con un grupo de colaboradores de la SDDE para tratar temas de interés general, más no necesariamente relacionados con la misionalidad de la SDDE. Es un canal para escuchar y ser escuchado. Para la cohesión como equipo y la socialización entre los servidores de la Entidad y la alta dirección.

**Frecuencia de la comunicación:** una vez al mes.

## 11.4 Comunicación gráfica y audiovisual

El cuarto eje de comunicación es transversal a los otros tres, puesto que provee de contenidos a los canales interno, externo y digital. La comunicación gráfica y audiovisual comprende formatos de uso masificado en la comunicación institucional de la actualidad. El video basado en *storytelling*, las piezas gráficas, la graficación de textos, entre otras posibilidades, son elementos recurrentes de la comunicación actual pues a su capacidad para capturar la atención, se suma la facilidad para ser replicado mediante redes sociales, buzones de correo electrónico, plataformas de *streaming* y aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp.

Además de lo anterior, a través del eje de comunicación gráfica y audiovisual se verifica la correcta aplicación del manual de uso de "Marca Ciudad Bogotá", de conformidad con lo establecido por el Acuerdo 744 de 2019.

Los productos asociados a este eje de comunicación son: videos en imagen real; animaciones; *reels*; *stories*; piezas gráficas tales como *banners* y *walpapers*, diagramación de publicaciones, volantes, afiches, pendones y *backings*, entre otros.

Frecuencia de la comunicación: cada vez que se requiera, dejando trazabilidad de los productos elaborados mediante el reporte mensual del plan operativo de la OAC.

## 12. Articulación con los lineamientos distritales de comunicación.

El presente Plan se encuentra alineado con lo establecido por el [Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital](#) (Oficina Consejera de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá) y el [Manual para una Comunicación Libre de Sexismo y Discriminación para la Prevención y Eliminación de las Violencias Contra las Mujeres](#) (Secretaría de la Mujer).

Los manuales en mención se consideran entonces parte del presente documento y sus recomendaciones deberán ser acogidas y observadas en todas las acciones de comunicación tanto de la SDDE como de sus colaboradores.

## 13. Apuestas 2023

Durante la presente vigencia se buscará fortalecer la presencia en redes sociales y el alcance de las mismas, con el apoyo del contenido pautado. Por su parte, y en relación con la comunicación interna, se buscará una mayor pertinencia en el contenido y canales de los mensajes dirigidos a servidores y

contratistas. En paralelo se fortalecerá el marco de acción de la Oficina Asesora de Comunicaciones, a través de la actualización de los procedimientos del área y la creación de los manuales que se consideren pertinentes. Lo anterior redundará en un apoyo directo a la misionalidad de la entidad y a la divulgación de sus programas, planes y proyectos entre sus diferentes audiencias.

Atención al Ciudadano y Agencia Distrital de Empleo:  
Carrera 13 No. 27-84 Bogotá, D.C.  
Oficinas Administrativas:  
Carrera 10 No. 28-49 Torre A. Bogotá, D.C.  
Teléfonos: 3693777  
[www.desarrolloeconomico.gov.co](http://www.desarrolloeconomico.gov.co)  
Información: Línea 195

GD-P3-F18