

# PROPUESTA DE COMUNICACIONES

FEBRERO A DICIEMBRE 2022



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

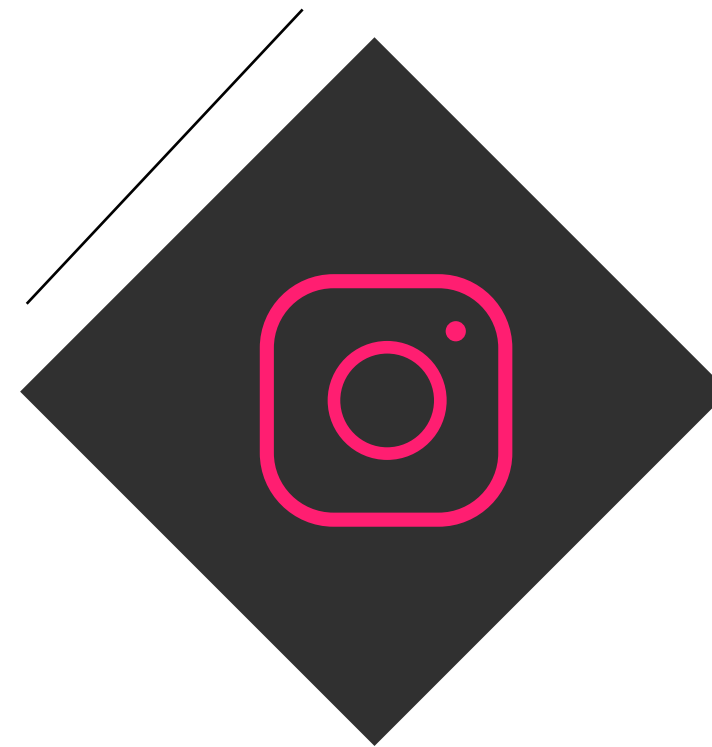
ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



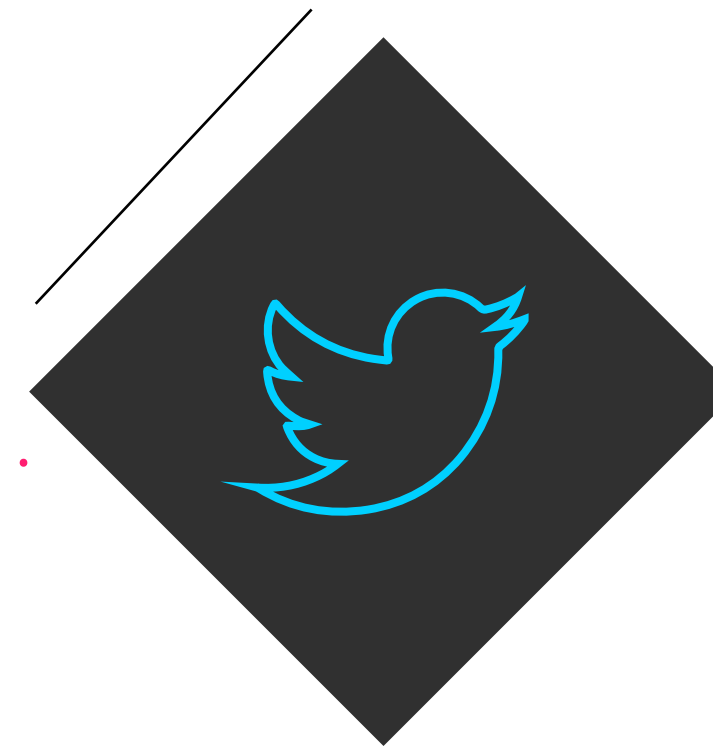
# PROPUESTAS EXISTENTES



4843  
SEGUIDORES



930  
SEGUIDORES



8821  
SEGUIDORES

- Página web
- Bases de datos
- Pantallas internas, carteleras (2 cámaras fotográficas)
- Dron

**PROCESOS:**  
Reuniones con funcionarios (el comité de redacción se reúne una vez a la semana:  
Socialización de comunicaciones Información de la alcaldía, localidad)

- RESPETO
- TRABAJO EN EQUIPO
- SOLIDARIDAD
- RESPONSABILIDAD
- EQUIDAD
- SERVICIO DE CALIDAD

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE**  
**PRENSA**

## DAR A CONOCER LA GESTIÓN DE LA ALCALDÍA LOCAL ANTE LA COMUNIDAD Y LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MANEJAMOS EN LA OFICINA

- Trabajar en la unificación de criterios, lenguajes y objetivos de todas las funciones o proyectos para lo que fue creada la institución
- **COMUNICACIÓN INFORMATIVA EXTERNA**  
Medios de comunicación para crear cultura participativa del público usuario de los servicios de la institución
- **IMAGEN INSTITUCIONAL**
  - Conocer los proyectos de cada una de las dependencias de la institución
  - Lograr que los medios de comunicación se interesen por la labor de la institución
  - Tener permanencia en medios masivos

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



- La página web esta actualizada constantemente lo que permite que el ciudadano navegue más fácilmente
- Profesionales para diseñar e imprimir piezas publicitarias, para convocar medios masivos, para realizar videos que permitan presentar la alcaldía y la gestión vigente
- Redes sociales con más seguidores, la información está llegando a la comunidad y se está creando contacto con la misma
- Se creó un protocolo para la realización de piezas publicitarias, teniendo en cuenta los parámetros de la Secretaría de Gobierno
- Se diseñan e imprimen piezas gráficas (flyers, afiches, volantes) de las diferentes actividades, esto con el fin de tener una estrategia comunicativa que brinda información sobre los servicios que ofrece la alcaldía local

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



## PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Esta en proceso de fortalecimiento a través de cartelera, grupo de whatsapp institucional, boletín interno (en proceso de creación). Una buena comunicación interna, eleva la calidad de la vida laboral y por ende mejorará la prestación del servicio y posicionará la imagen de la institución.

### QUEREMOS COMUNICAR CON CLARIDAD QUE QUEREMOS Y PARA QUÉ

Invitar a los funcionarios a participar en el proceso de informar, con todo el equipo de comunicaciones y entidades involucradas, para lograr un efecto de doble vía: Garantizar que se comunique con objetividad y generar la confianza para que el consultado vuelva a entregar la información requerida sin objeciones, es decir, hacer participe a todos en los procesos de información.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



## PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

### REDACCIÓN PERIODÍSTICA DE UN COMUNICADO DE PRENSA

La experiencia nos dice que para derribar estas barreras los comunicados de prensa deben salir con un lenguaje que deje ver cierta tendencia a la “reconstrucción del tejido social”.

Esa tendencia logrará que los periodistas de los medios masivos de comunicación se interesen por la información. Del éxito de estos comunicados dependerá una frecuente publicación que logrará una imagen de la Alcaldía Local de Barrios Unidos primero dentro de los medios y luego ante el público.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



## SERVICIOS QUE GENEREN UNA BUENA IMAGEN INSTITUCIONAL, EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POR MEDIOS ALTERNATIVOS

- **PÁGINA WEB:** Su labor es informar al público sobre las generalidades de la Alcaldía Local de Barrios Unidos, lo que articulará su labor informativa con su potencial como punto de contacto y atención a la comunidad.

La oficina de prensa y comunicaciones contribuyen a esta labor, subiendo a la red la información que se requiere para mantener la página actualizada y mantener el ejercicio de la democracia participativa.

- **ESCENARIOS DE PARTICIPACIÓN:** Mantener la búsqueda permanente de nuevos escenarios de participación en los medios de comunicación masiva y alterna. Esta labor deber ser cuidadosamente diseñada para que cada espacio logrado perdure en el tiempo y conseguir así la permanencia de la alcaldía en la opinión pública.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**





## SERVICIOS QUE GENEREN UNA BUENA IMAGEN INSTITUCIONAL, EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN POR MEDIOS ALTERNATIVOS

- **PUBLICACIONES:** La oficina de prensa tiene la labor de supervisar todas las publicaciones que realicen las diferentes dependencias de la alcaldía. Se busca que la metodología de la alcaldía local, este aplicada correctamente, al igual que los logotipos y eslogan y por último diagramar adecuadamente. Lo mismo ocurre con todas las piezas publicitarias que se generan a través de los proyectos de inversión, estas son revisadas según el manual de gobierno, para el correcto uso de los logos institucionales, posteriormente son enviadas para su respectiva corrección y aprobación.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



**BUSCAMOS LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IMAGEN INSTITUCIONAL SÓLIDA,  
TRANSPARENTE Y EFICIENTE EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO Y  
EN EL CUMPLIMIENTO DE NUESTRA MISIÓN INSTITUCIONAL**

Para cumplir los objetivos, se hace necesario dinamizar el compromiso, fomentar la capacidad de gestión operativa y de trabajo mediante un lenguaje común, claro, preciso, veraz y oportuno, que posibilite una específica interpretación y comprensión de los retos, los procesos y los resultados esperados por la entidad.

Se debe privilegiar la realización de actividades que construyan condiciones favorables al desarrollo humano, lo que implica tener presente, en cada decisión que modifique procesos, equipos, relaciones, costumbres, valores, ambientes o formas de comunicación dentro de la organización, las consecuencias de estas sobre el talento humano.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CONTINUAREMOS FORTALECIENDO Y CREAREMOS UNA SERIE DE ESPACIOS CON SU RESPECTIVA METODOLOGÍA Y COSTOS

### TELEVISIÓN

Debemos producir notas televisivas de difusión para las campañas institucionales con cubrimiento de celebraciones y eventos de la localidad de Barrios Unidos que nos garantice una difusión permanente de las acciones realizadas.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CONTINUAREMOS FORTALECIENDO Y CREAREMOS UNA SERIE DE ESPACIOS CON SU RESPECTIVA METODOLOGÍA Y COSTOS

### INTERNET

Se ha convertido en un protagonista esencial de la difusión a nivel comunicacional, partiendo de las páginas web y las redes sociales.

La forma en como la alcaldía hará presencia en estos medios es:

1. Definir el perfil público al que se piensa llegar
2. Definir los temas que se van a tratar
3. Definir el community manager y webmaster / webmistress
4. Difundir y compartir la información

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**

# PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

OFICINA DE PRENSA

FEBRERO 2022 - DICIEMBRE 2022

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



PRIMER  
SEMESTRE  
COMUNICACIÓN  
INTERNA

**CAMPAÑA 1:** Rendición de cuentas.

**CAMPAÑA 2:** Emergencia COVID-19.  
Sensibilizaciones y divulgación de las nuevas medidas de bioseguridad en actividades laborales.

**CAMPAÑA 3:** Separación en la fuente.  
Concientización sobre la separación de residuos con fines de reciclar caseramente y en el ámbito industrial.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



# SEGUNDO SEMESTRE

COMUNICACIÓN  
INTERNA

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**

## **JUNIO, JULIO, AGOSTO, SEPTIEMBRE**

CAMPAÑA 4: Sistema integrado de gestión

CAMPAÑA 5: Uso eficiente agua y energía

CAMPAÑA 6: Resaltar valores éticos

## **OCTUBRE, NOVIEMBRE, DICIEMBRE**

CAMPAÑA 7: Clima laboral

CAMPAÑA 8: Uso responsable de herramientas

CAMPAÑA 9: Transparencia



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



# FORTALECIMIENTO ALCANCE AUDIENCIA EN MEDIOS COMUNICATIVOS

## CAMPAÑA 1: EMERGENCIA COVID – 19

Dar a conocer a la comunidad todo el trabajo realizado durante la emergencia sanitaria del COVID-19.

## CAMPAÑA 2: BARRIOS UNIDOS NUESTRA LOCALIDAD

Posicionar y difundir los resultados obtenidos en la ejecución del plan desarrollo local y el cumplimiento del gobierno distrital y local.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**





# IMPLEMENTACIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

## CAMPAÑA 3: AMO MI LOCALIDAD

Integrar acciones, resultados y percepciones que demuestren el amor de cada habitante, servidor y población octante por la localidad.

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



- Elaborar contenidos, actualización y administración página web y redes sociales
- Dirección del consejo de redacción, monitoreo, cubrimiento de operativos y actividades
- Convocar medios
- Elaborar guiones para piezas publicitarias
- Apoyar en difusión y cubrimiento
- Elaborar guiones para reuniones del alcalde local
- Apoyo en eventos y sinergias distritales

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**

- Realizar un producto mensual no mayor de 30 segundos donde se muestre la gestión realizada por la alcaldía durante el mes
- Abrir un espacio en nuestra parrilla semanal donde se suban fotos que envíe la comunidad de espacios de la localidad, se etiqueta a quien la envía

RESPONSABLES  
**EQUIPO DE  
PRENSA**



ALCALDÍA LOCAL DE  
**BARRIOS UNIDOS**



GRACIAS



ALCALDÍA LOCAL DE  
BARRIOS UNIDOS

