

# Oficina Asesora de Comunicaciones



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.



# Plan Estratégico de Comunicaciones 2024

Alcaldía Local de Rafael Uribe Uribe



# I. Introducción:

La estrategia de comunicaciones para el año 2024 tiene como objetivo principal **posicionar a la nueva administración local** ante la ciudadanía como una gestión activa, confiable y presente en el territorio.

Bajo el lema *“Rafael Uribe Uribe Camina Segura”*, esta estrategia articula todos los esfuerzos comunicativos para **reforzar la reputación institucional, aumentar la participación ciudadana, y fortalecer el relacionamiento con medios comunitarios y masivos.**

# 2. Diagnóstico del contexto comunicativo:

| <b>Fortalezas</b>  | <b>Debilidades</b>   |
|--|--|
| Producción continua de contenidos (3 publicaciones diarias).           | Ausencia de pauta publicitaria.  |
| Presencia en redes clave: Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube.     | No existen aún espacios de vocería institucional permanentes.              |
| Buen relacionamiento con medios comunitarios y algunos medios masivos. | Falta de articulación con líderes barriales o influenciadores locales.     |
| Capacidad técnica para realizar contenido audiovisual en tiempo real.  | Necesidad de fortalecer narrativas emocionales y humanizadas.              |
| <b>Oportunidades</b>   | <b>Amenazas</b>  |
| Ciudadanía deseosa de ver una Alcaldía activa, cercana y clara.        | Saturación de mensajes institucionales a nivel distrital.                  |
| TikTok y X aún con potencial de crecimiento estratégico.               | Riesgo de desinformación o noticias falsas.                                |
| 18 medios comunitarios como aliados naturales para ampliar el alcance. | Alta sensibilidad social frente a temas de seguridad, basuras o movilidad. |

# 3. Objetivo general:

Posicionar a la nueva administración de Rafael Uribe Uribe como una gestión presente, transparente y transformadora, a través de una comunicación cercana, estratégica y multicanal.

# 4. Objetivos específicos:

1. **Fortalecer la reputación y el alcance digital** de la Alcaldía Local mediante contenidos relevantes, coherentes y adaptados a cada red social.
2. **Aumentar la participación ciudadana** en actividades institucionales y de control social a través de estrategias de movilización.
3. **Mejorar el relacionamiento con medios comunitarios y masivos**, fortaleciendo las alianzas y visibilizando la gestión territorial.

# 5. Públicos clave:

| <b>Público</b>                        | <b>Prioridad</b> | <b>Enfoque</b>  |
|---------------------------------------|------------------|---|
| Ciudadanía en general                 | Alta             | Reforzar identidad local, informar gestión, motivar participación           |
| Jóvenes                               | Media            | Incentivar liderazgo y apropiación territorial a través de TikTok y eventos |
| Líderes comunitarios y organizaciones | Alta             | Generar legitimidad territorial, fortalecer redes de vocería y confianza    |
| Medios comunitarios y alternativos    | Alta             | Aliados clave para difusión y legitimación barrial                          |
| Medios masivos                        | Media            | Apoyo estratégico en momentos de alto impacto o coyuntura                   |

# 6. Mensajes clave:

## (por línea narrativa)

- **Presencia en territorio:** *La Alcaldía no espera que vayas a ella, camina contigo.*
- **Seguridad y confianza:** *Rafael Uribe Uribe camina segura, con espacios públicos más tranquilos y habitables.*
- **Participación:** *Tú haces parte del cambio. Participa, propón, cuida tu barrio.*
- **Transparencia y resultados:** *Aquí rendimos cuentas con hechos, no con discursos.*
- **Cultura, ambiente y cuidado:** *Cuidamos nuestros cerros, nuestros parques y nuestras tradiciones.*

# 7. Líneas de acción estratégica:

| Línea                        | Objetivo comunicativo   |
|------------------------------|---|
| Gobernanza territorial       | Visibilizar la presencia activa de la administración en el territorio   |
| Seguridad y convivencia      | Comunicar avances, operativos y acciones preventivas con enfoque humano |
| Participación ciudadana      | Convocar, documentar y amplificar las voces del territorio              |
| Rendición de cuentas         | Garantizar transparencia y circulación clara de los logros de gobierno  |
| Cultura, juventud y ambiente | Promover identidad, apropiación y sentido de pertenencia                |

# 8. Tácticas y canales:

| Canal                    | Tácticas principales   | Periodicidad           |
|--------------------------|--|------------------------|
| Facebook / Instagram / X | Publicación de actividades, piezas gráficas, videos cortos, convocatorias.                           | Diario (mín. 3)        |
| TikTok                   | Clips en tendencia con enfoque comunitario y territorial, protagonizados por la alcaldesa o líderes. | 2-3 veces por semana   |
| YouTube                  | Repositorio de videos institucionales, especiales o memorias.  | Según producción       |
| Página web               | Noticias de gestión, rendición de cuentas, convocatorias.  | Semanal                |
| Boletines de prensa      | Informes a medios sobre logros, eventos y llamados a la acción.                                      | Quincenal              |
| Medios comunitarios      | Entrevistas, columnas, ruedas de prensa locales, cuñas sin pauta.                                    | Mensual / bajo demanda |
| Eventos                  | Apoyo a “Caminando por Rafael Uribe Uribe”, rendición de cuentas, foros, ferias.                     | Permanente             |

# 9. Acciones especiales 2024:

- **Creación de una cápsula informativa semanal:** “*Minuto Rafael Uribe Uribe*”, narrado por la alcaldesa o voceros locales.
- **Activación de hashtag bandera:** #RafaelUribeCamina
- **Serie audiovisual tipo testimonio:** “*Aquí cambió mi barrio*” (resaltar obras, mejoras o transformaciones).
- **Talleres de comunicación comunitaria:** para líderes barriales en alianza con medios alternativos.
- **Cubrimiento de territorio:** agenda mensual con los sectores recorridos y las acciones destacadas.

# 10. Indicadores de éxito:

| Indicador                                       | Meta tentativa 2024                       |
|---|---|
| Incremento de seguidores en redes sociales      | +20% respecto a diciembre 2023            |
| Alcance mensual promedio                        | +250.000 personas en conjunto             |
| Participación ciudadana en eventos presenciales | +30% de aumento vs. primer trimestre 2024 |
| Producción audiovisual mensual                  | 10 videos (mínimo), 4 cápsulas            |
| Notas en medios comunitarios                    | 2 por mes                                 |
| Notas en medios masivos                         | 1 por trimestre                           |
| Encuesta de percepción digital (final de año)   | +70% de favorabilidad comunicativa        |

# GRACIAS



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

