



[www.gobiernobogota.gov.co](http://www.gobiernobogota.gov.co)

# Estrategia de Comunicaciones

Alcaldía Local  
La Candelaria  
2020

# \ ¿Que tenemos hoy? \

## Recursos Digitales:

- Redes Sociales

Facebook 20.071

Instagram 2.699

Twitter 13.615

YouTube 34

WhatsApp

(Identificar grupos claves de comunicación con la comunidad)

(Comunicación Interna)

- Página Web: <http://www.lacandelaria.gov.co/>

- Emisora Online

## \ ¿Que tenemos hoy? \

### Recursos técnicos:

- Cámara de Fotografía Profesional
- Trípode
- 2 Micrófonos de Solapa
- 1 Micrófono de Mano
- Equipo emisora (por verificar estado)

## Alianzas con Medios

Nombre del medio	Director	Promedio de audiencia mensual	Año de creación	Dirección web	Estado
Candelaria tv	Mauricio Mariño	30.000	2009	candelariatv.com	Activo
Canal Arte y Parte	Giovanny Carmona	10.000	2009	canalarteyparte.cf	Activo
Bagatela	Juan Carlos Quenguan	750	2004	blogbagatela.wordpress.com	Activo

### Impresos y portales web:

- El Tiempo
- El Espectador
- Publimetro
- Caracolradio.com
- KienyKe
- Colprensa

### Canales de televisión:

- Caracol
- Rcn
- Canal Capital
- City Tv
- CM&
- Cablenoticias
- RedMás Noticias
- Noticias 1

### Emisoras:

- Rcn Radio
- Caracol Radio
- Emisora Mariana
- Todelar
- Radio Autentica
- Colmundo
- Capital Radio

## Diagnóstico

- La edad en la que mas tenemos mas seguidores en las redes es entre los 20 y los 35 años.
- El YouTube de la alcaldía necesita contenido de valor para ser potencializado.
- El contenido del nivel central predomina.
- Los recursos técnicos deben actualizarse para adaptarse a la emergencia.

# Plan de Mejora

- Comunicar asertivamente la gestión de la alcaldía a todos los actores que componen el universo de la Localidad (Habitantes, turistas, comerciantes, visitantes, entidades gubernamentales e instituciones de educativas y culturales)
- Posicionar las redes sociales de la alcaldía como una de las fuentes principales de información para los habitantes de la localidad y quienes la transitan.
- Servir de puente entre la comunidad y la institucionalidad para conocer sus necesidades e inquietudes.
- Realizar de contenidos a través de alianzas que den cuenta del potencial de la localidad (Informativo semanal, historias de vida, recorridos por lugares históricos)
- Generar interactividad entre la institución y los seguidores.
- Aumentar los seguidores, la visibilidad y el alcance de los contenidos.
- Evaluar el alcance de las publicaciones con el fin de ir informando según las necesidades del público.
- Apoyar la labor de las otras dependencias de la alcaldía visibilizando oportunamente su gestión (Atención medidas covid, Tutoriales para la participación virtual, piezas para la difusión de encuentros, creación de canales temáticos en YouTube)
- Consolidar la comunicación interna como una de las herramientas fundamentales para aumentar el bienestar y mejorar el clima laboral de los colaboradores de la alcaldía.
- Capacitar a la comunidad y a los colaboradores en las ramas de la comunicación según las necesidades. (Audiovisual, diseño gráfico, comunicación asertiva y redes sociales)

## \\ Insumos para la implementación de objetivos \\

- Plan de medios coordinado con PDL (Métricas e indicadores)
- Plan de Manejo de crisis
- Plan de Gestión de recursos
- Cronograma de actividades
- Manual de comunicaciones internas (Manejo de grupos de WhatsApp- solicitudes de espacios)
- Comités de articulación interinstitucional
- Comités de articulación institucional
- Comité equipo de comunicaciones

## Requerimientos

- Fortalecimiento de los recursos técnicos (Luces, micrófonos, cables y adaptadores)
- Conectividad permanente para la transmisión en vivo de eventos y espacios de dialogo.
- Gestión de recursos para una mayor exposición acciones (Pauta digital)
- Articulación permanente con los otras dependencias de la alcaldía con el objetivo de evaluar que proyectos de la comunidad deben ser comunicados (coordinación permanente de agendas y solicitud de espacios formales para ser incluidos en el cronograma)

**GRACIAS**

