

# EMPRESA DISTRITAL DE DESARROLLO Y RENOVACIÓN URBANO SOSTENIBLE - EDUS



## PLAN DE COMUNICACIONES 2024

## CONTENIDO

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUCCION.....                                 | 3  |
| 2. OBJETIVO GENERAL .....                            | 4  |
| 3. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....                        | 4  |
| 4. NORMAS TÉCNICAS.....                              | 4  |
| 5. MARCO LEGAL.....                                  | 5  |
| 6. POLITICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN .....           | 6  |
| 7. ALCANCE.....                                      | 6  |
| 8. BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN .....         | 7  |
| 9. PROPOSITOS Y FINALIDAD .....                      | 7  |
| 10. PÚBLICO OBJETIVO .....                           | 8  |
| 11. RESPONSABLE Y EQUIPO DE COMUNICACIONES .....     | 8  |
| 12. ACCIONES.....                                    | 8  |
| 13. MEDIOS – HERRAMIENTAS.....                       | 9  |
| 14. TIPOS DE COMUNICACIÓN .....                      | 10 |
| 15. GESTION DE COMUNICACIÓN .....                    | 11 |
| 16. RENDICION DE CUENTAS.....                        | 12 |
| 17. CAMPAÑAS PARA TENER EN CUENTA.....               | 12 |
| 18. SUGERENCIA DESDE AREAS PARA COMUNICACIONES ..... | 13 |
| 19. MEDIOS INSTITUCIONALES .....                     | 14 |
| 20. DEFINICIONES .....                               | 17 |

## 1. INTRODUCCION

La Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS), como empresa industrial y comercial del Estado adscrita al despacho del alcalde distrital de Santa Marta, tiene como objeto la planificación, contratación y ejecución de proyectos orientados al mantenimiento, mejoramiento, construcción y rehabilitación de obras de infraestructura, así como el desarrollo de proyectos urbanísticos e inmobiliarios que contribuyan al ordenamiento territorial, la competitividad y la sostenibilidad del Distrito.

En el marco del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027, la EDUS se consolida como un actor estratégico en la transformación urbana de Santa Marta, aportando al cierre de brechas sociales, al mejoramiento del espacio público y a la generación de condiciones que eleven la calidad de vida de los ciudadanos. En este contexto, la comunicación pública adquiere un papel fundamental como herramienta para fortalecer la confianza institucional, promover la participación ciudadana y garantizar el acceso a información clara, oportuna y transparente sobre la gestión de la entidad.

El presente Plan Estratégico de Comunicación (PECO) 2024 se articula con los lineamientos del numeral 7.4 de la Norma Técnica Colombiana NTC ISO 9001:2015 y con la dimensión “Información y Comunicación” del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), integrando además los enfoques del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027 relacionados con gobierno abierto, innovación pública, transformación digital y participación ciudadana. Esta articulación permite consolidar procesos comunicativos más efectivos, orientados a resultados y centrados en el ciudadano.

El propósito del PECO 2024 es fortalecer el flujo de información interna y externa, garantizando una comunicación institucional coherente, accesible e inclusiva. Para ello, se promueve el uso estratégico de canales tradicionales y digitales, así como de herramientas tecnológicas que faciliten la interacción con los grupos de valor y mejoren la experiencia de los ciudadanos en su relacionamiento con la entidad.

Finalmente, la comunicación se consolida como un eje transversal de la gestión institucional que permite visibilizar los avances de los proyectos, fortalecer la articulación interinstitucional y fomentar el control social. Una ciudadanía informada, participativa y empoderada contribuye al fortalecimiento de la eficiencia, la eficacia, la calidad y la legitimidad de la gestión pública, en coherencia con los principios y objetivos del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027.

## 2. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación estratégica de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS), articulada con la Alcaldía Distrital de Santa Marta, mediante acciones integrales, innovadoras y multicanal que garanticen la visibilización, el posicionamiento institucional, la transparencia en la gestión y la participación ciudadana en los procesos de transformación urbana del Distrito.

### 2.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Visibilizar de manera oportuna los inicios, avances, resultados e impactos de los proyectos de infraestructura y desarrollo urbano liderados por la EDUS, en articulación con las metas del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027.
- Fortalecer la identidad institucional mediante la implementación y aplicación del Manual de Imagen Corporativa, alineado con los lineamientos de identidad y comunicación de la Alcaldía Distrital de Santa Marta.
- Promover la transparencia, la ética pública y la cultura de la legalidad, fortaleciendo la confianza ciudadana y fomentando la cero tolerancia frente a la corrupción.
- Diseñar e implementar una estrategia de comunicación institucional con mensajes unificados que visibilicen la gestión de la EDUS y su aporte a la transformación urbana, el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de los samarios.
- Fortalecer el posicionamiento institucional de la EDUS como entidad líder en la ejecución de proyectos estratégicos de infraestructura y renovación urbana para el Distrito de Santa Marta.
- Modernizar los procesos de comunicación institucional mediante el uso de tecnologías digitales, redes sociales, plataformas colaborativas y herramientas de innovación, fortaleciendo la interacción con la ciudadanía y la articulación con las estrategias de comunicación de la Alcaldía Distrital.

## 3. NORMAS TÉCNICAS

Con el propósito de brindar una atención de calidad a la ciudadanía y garantizar su satisfacción, la entidad orienta su gestión bajo un Sistema Integrado de Gestión, en concordancia con los lineamientos vigentes para las entidades públicas.

En este sentido, se adoptan los estándares de la Norma Técnica de Calidad NTC ISO 9001:2015, la cual permite planificar, controlar y mejorar continuamente los procesos institucionales, asegurando la calidad en la prestación de los servicios y el cumplimiento de los requisitos de los usuarios.

De igual forma, la entidad se rige por el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), que integra y articula los sistemas de gestión y de control interno, incorporando dentro de su estructura los elementos que anteriormente hacían parte del Modelo Estándar de



Control Interno (MECI). Este modelo fortalece la gestión pública mediante dimensiones como Direccionamiento Estratégico, Gestión con Valores para Resultados, Evaluación de Resultados, Información y Comunicación, y Control Interno.

La implementación articulada de estos referentes permite a la entidad mejorar continuamente su desempeño institucional, fortalecer la transparencia, optimizar la gestión del riesgo y garantizar la generación de valor público en cumplimiento de los fines del Estado.

#### 4. MARCO LEGAL

Las disposiciones y lineamientos establecidos en el presente Plan Estratégico de Comunicación (PECO) se fundamentan en la normatividad legal vigente aplicable a la gestión pública, la transparencia, el acceso a la información, la participación ciudadana y los sistemas de gestión en Colombia:

- a. Constitución Política de Colombia (1991), artículos 2 y 20, relacionados con los fines esenciales del Estado y el derecho a la información.
- b. Ley 87 de 1993, “Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del Estado”.
- c. Ley 190 de 1995, orientada a preservar la moralidad en la administración pública.
- d. Ley 1474 de 2011, por la cual se fortalecen los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción.
- e. Ley 1437 de 2011, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
- f. Ley 1755 de 2015, por medio de la cual se regula el derecho fundamental de petición.
- g. Ley 1712 de 2014, Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.
- h. Decreto 1081 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Presidencia, que compila normas relacionadas con transparencia y acceso a la información pública.
- i. Decreto 1082 de 2015, por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública (compila y sustituye normas como el Decreto 1510 de 2013).
- j. Decreto 1499 de 2017, por medio del cual se adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), que articula el Sistema de Gestión y el Sistema de Control Interno.
- k. Ley 1581 de 2012, régimen general de protección de datos personales.
- l. Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- m. Política de Gobierno Digital (MinTIC), que sustituye la estrategia de Gobierno en Línea y orienta la transformación digital del Estado.

## 5. POLÍTICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

La Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS), en cumplimiento de su misión institucional y en articulación con la Alcaldía Distrital de Santa Marta, adopta una Política Integral de Comunicación orientada a fortalecer la gestión de la información y la comunicación, tanto en el ámbito interno como externo, como un eje transversal para el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

Esta política tiene como propósito garantizar que la información generada durante la planificación, ejecución y seguimiento de los proyectos de infraestructura, desarrollo urbano y renovación territorial sea gestionada y divulgada de manera eficiente, transparente, oportuna y accesible, fortaleciendo la confianza ciudadana, la participación social y el control ciudadano sobre la gestión pública.

En este sentido, la EDUS promoverá una comunicación institucional basada en los principios de oportunidad, veracidad, transparencia, claridad, accesibilidad e inclusión, procurando que la información llegue de manera efectiva a los diferentes grupos de valor mediante el uso articulado de canales institucionales, digitales y comunitarios, en concordancia con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), la Política de Gobierno Digital y la normatividad vigente en materia de acceso a la información pública.

La Política Integral de Comunicación está dirigida a los servidores públicos, contratistas, proveedores, aliados estratégicos y demás grupos de interés de la entidad, así como a la ciudadanía en general, reconociendo a estos actores como parte fundamental en la construcción de una comunicación participativa, transparente y orientada a la generación de valor público.

En el ámbito interno, la comunicación se concibe como una herramienta estratégica para fortalecer la articulación entre las dependencias, consolidar la cultura organizacional, promover el trabajo colaborativo y facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales. Para ello, se impulsará el uso de herramientas tecnológicas, canales internos y espacios de comunicación que optimicen el flujo de información y favorezcan la toma de decisiones.

En el ámbito externo, la EDUS garantizará la divulgación permanente de su gestión, proyectos, avances e impactos, mediante estrategias de comunicación que fortalezcan la transparencia, promuevan el acceso a la información pública y fomenten la participación ciudadana, en coherencia con los lineamientos del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027.

Finalmente, la comunicación institucional se concibe como un proceso dinámico y de mejoramiento continuo, orientado a fortalecer el posicionamiento de la EDUS, consolidar la confianza de la ciudadanía, optimizar la relación con los grupos de interés y contribuir al desarrollo urbano sostenible del Distrito de Santa Marta.

## 6. ALCANCE

El presente Plan Estratégico de Comunicación (PECO) 2024 de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) comprende el diseño, implementación y seguimiento de las estrategias de comunicación interna y externa orientadas a fortalecer el posicionamiento institucional, la transparencia en la gestión y la divulgación de los proyectos que contribuyen al desarrollo urbano del Distrito de Santa Marta.

El alcance del plan incluye a todos los grupos de valor de la entidad, entre ellos servidores públicos, contratistas, proveedores, medios de comunicación, líderes comunitarios, entidades públicas y privadas, organismos de control y ciudadanía en general, reconociendo la importancia de establecer una comunicación efectiva con cada uno de ellos.

En el ámbito interno, el PECO busca fortalecer la articulación entre las dependencias de la entidad, promoviendo una cultura organizacional basada en la comunicación oportuna, el trabajo colaborativo y el acceso permanente a la información institucional. Asimismo, pretende que los servidores públicos y contratistas se conviertan en multiplicadores de los mensajes institucionales y contribuyan al fortalecimiento de la imagen de la EDUS.

En el ámbito externo, el plan contempla la implementación de estrategias de comunicación que permitan informar de manera clara, veraz y oportuna a la ciudadanía sobre la ejecución, avances e impacto de los proyectos liderados por la EDUS, utilizando para ello canales institucionales, medios de comunicación, plataformas digitales y espacios de interacción con la comunidad.

Igualmente, el PECO 2024 promoverá el fortalecimiento de los canales digitales y el uso de herramientas tecnológicas para ampliar el alcance de la comunicación institucional, mejorar la interacción con los grupos de interés y facilitar el acceso a la información pública.

El alcance del presente plan será objeto de seguimiento permanente mediante la evaluación de las acciones comunicativas desarrolladas, con el propósito de identificar oportunidades de mejora, fortalecer la estrategia institucional y contribuir al cumplimiento de los objetivos de la entidad, en concordancia con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y el Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027.

## 7. BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES

Reconocer la comunicación como un eje estratégico de la gestión institucional es fundamental para el cumplimiento de los objetivos misionales de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS). En este sentido, la implementación del Plan Estratégico de Comunicación (PECO) 2024 genera los siguientes beneficios:

- Fortalece el posicionamiento institucional de la EDUS, proyectando una imagen sólida, coherente y confiable ante la ciudadanía y los grupos de valor.
- Garantiza la difusión oportuna, clara y transparente de la gestión, proyectos, avances e impactos, fortaleciendo la confianza pública y el control social.
- Mejora la articulación interna, promoviendo una cultura organizacional basada en la comunicación efectiva, el trabajo colaborativo y la alineación con los objetivos institucionales.
- Incrementa la visibilidad de los proyectos de infraestructura y transformación urbana, resaltando su impacto social, económico y territorial.
- Permite planificar estratégicamente las acciones comunicativas a corto, mediano y largo plazo, optimizando el uso de recursos y orientando la toma de decisiones.
- Impulsa la implementación de estrategias multicanal, integrando medios tradicionales, digitales y comunitarios para ampliar el alcance y la efectividad de los mensajes.
- Promueve la participación ciudadana y el relacionamiento con los grupos de valor, generando espacios de diálogo, interacción y retroalimentación.
- Fortalece la cultura de transparencia, integridad y legalidad, alineada con los principios de buen gobierno y lucha contra la corrupción.
- Permite anticipar, gestionar y mitigar riesgos reputacionales, estableciendo lineamientos claros para la prevención y manejo de crisis comunicacionales.
- Optimiza la experiencia del ciudadano en su interacción con la entidad, facilitando el acceso a la información y mejorando los canales de atención.
- Fomenta la apropiación institucional por parte de los colaboradores, quienes se convierten en agentes activos en la difusión de la gestión y los logros de la EDUS.

## 8. PROPÓSITO Y FINALIDAD

El Plan Estratégico de Comunicación (PECO) 2024 de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) tiene como propósito fortalecer la comunicación institucional mediante la implementación de estrategias orientadas a promover la transparencia, mejorar el flujo de información, fortalecer el posicionamiento de la entidad y consolidar una relación cercana con la ciudadanía y los diferentes grupos de valor.

Su finalidad es garantizar una comunicación efectiva, oportuna, clara y accesible que facilite el intercambio de información entre la entidad y sus públicos de interés, promueva la participación ciudadana y permita divulgar de manera permanente los avances, resultados e impactos de los proyectos de infraestructura y desarrollo urbano que lidera la EDUS en el Distrito de Santa Marta.

Para el cumplimiento de este propósito, el PECO 2024 se estructura en los siguientes componentes:



- **Comunicación organizacional:** Orientada a fortalecer la comunicación interna como herramienta estratégica para mejorar la articulación entre las dependencias, promover una cultura organizacional basada en la colaboración y garantizar que los servidores públicos y contratistas conozcan y se apropien de los objetivos institucionales.
- **Comunicación informativa:** Enfocada en divulgar de manera permanente, veraz, clara y oportuna la gestión institucional, los proyectos, avances y resultados de la EDUS, garantizando el acceso a la información pública y fortaleciendo la transparencia de la gestión.
- **Comunicación participativa:** Dirigida a promover espacios de diálogo, interacción y retroalimentación con la ciudadanía, líderes comunitarios y demás grupos de interés, fortaleciendo la participación ciudadana y el control social.
- **Comunicación digital:** Orientada al fortalecimiento del uso de la página web institucional, las redes sociales y demás canales digitales como herramientas para ampliar el alcance de la información, mejorar la interacción con la comunidad y fortalecer la presencia institucional.
- **Gestión de la información:** Enfocada en garantizar la adecuada organización, administración y divulgación de la información institucional, asegurando su disponibilidad, trazabilidad y oportunidad para apoyar los procesos de comunicación y la toma de decisiones.
- **Posicionamiento institucional:** Dirigido a fortalecer la imagen de la EDUS como una entidad transparente, eficiente y comprometida con el desarrollo urbano sostenible de Santa Marta, resaltando el impacto de su gestión en el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos.

## 9. PÚBLICO OBJETIVO

- **Interno:** Está conformado por todos los servidores públicos de planta, contratistas, proveedores, la junta directiva y demás colaboradores vinculados a los procesos de la EDUS. Este público es clave para la alineación con la estrategia comunicacional, la apropiación de la identidad institucional y la difusión correcta de los mensajes hacia los grupos externos.
- **Externo:** Incluye a la ciudadanía en general, líderes comunitarios, organizaciones sociales, medios de comunicación, empresas privadas y entidades públicas con las que la EDUS interactúa. También se consideran grupos de interés específicos según proyectos o programas, garantizando cobertura inclusiva y diferenciada de acuerdo con características socioeconómicas, territoriales y culturales de la población.

## 10. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Los tipos de comunicación mediante los cuales la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) difunde la información institucional se clasifican en Comunicación Interna y Comunicación Externa, de acuerdo con los públicos a los que se dirigen. Ambos procesos se desarrollan bajo los principios de transparencia, oportunidad, accesibilidad, participación ciudadana y mejoramiento continuo, apoyados en el uso de herramientas tecnológicas y canales institucionales.

### 10.1. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna está dirigida a los servidores públicos, contratistas y colaboradores de la entidad, y tiene como propósito garantizar el flujo oportuno, claro y permanente de la información institucional, fortaleciendo la articulación entre las dependencias y alineando al talento humano con los objetivos, planes, programas y proyectos de la EDUS.

Durante la vigencia 2024, la comunicación interna estará orientada al fortalecimiento de la cultura organizacional mediante el uso de canales institucionales que faciliten el intercambio de información, el trabajo colaborativo y la apropiación de los objetivos misionales.

La comunicación interna contribuye al cumplimiento de los principios de economía, eficiencia y eficacia, al facilitar el acceso a la información necesaria para el desarrollo de las funciones y fortalecer la coordinación entre las diferentes áreas de la entidad.

La responsabilidad de la comunicación interna corresponde a todos los servidores públicos y contratistas, con especial liderazgo de los directivos, quienes deberán promover una comunicación permanente, clara y efectiva con sus equipos de trabajo.

La entidad priorizará el uso de los siguientes canales oficiales:

- Correo electrónico institucional.
- Página web e Intranet institucional, cuando aplique.
- Carteleras informativas.
- Boletines internos.
- Reuniones de seguimiento y socialización institucional.
- Canales institucionales de mensajería para asuntos administrativos.

Asimismo, se promoverán:

- Espacios de diálogo e intercambio de información entre dependencias.
- Jornadas de capacitación y socialización institucional.
- Estrategias de fortalecimiento del clima organizacional y sentido de pertenencia.
- Acciones de mejoramiento continuo en los procesos de comunicación interna.

## 10.2.COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa comprende la divulgación de información clara, oportuna, veraz y transparente dirigida a la ciudadanía, medios de comunicación, entidades públicas y privadas, organismos de control, líderes comunitarios, proveedores y demás grupos de interés relacionados con la gestión de la EDUS.

Durante la vigencia 2024, la comunicación externa estará orientada a fortalecer la visibilidad institucional, divulgar los avances de los proyectos, promover la participación ciudadana y garantizar el acceso a la información pública.

A través de la comunicación externa, la entidad contribuye al cumplimiento del principio de transparencia, dando a conocer su gestión, resultados, proyectos e impacto en el desarrollo urbano del Distrito de Santa Marta.

El equipo de comunicaciones será responsable de diseñar e implementar estrategias que faciliten la difusión de la información institucional y fortalezcan el relacionamiento con los diferentes grupos de interés.

Su objetivo es posicionar a la EDUS como una entidad comprometida con la transformación urbana, el desarrollo sostenible, el mejoramiento del espacio público y la calidad de vida de los samarios.

### Estrategias de comunicación externa:

- Elaboración y difusión de boletines de prensa.
- Convocatoria y cubrimiento de eventos institucionales.
- Relacionamiento permanente con medios de comunicación locales, regionales y nacionales.
- Administración de las redes sociales institucionales.
- Producción de piezas gráficas, material fotográfico y audiovisual para medios digitales.
- Divulgación de los avances de las obras mediante registros fotográficos, videos y contenidos de “antes y después”.
- Cobertura de actividades institucionales y recorridos de obra.
- Organización de ruedas de prensa cuando la entidad lo requiera.
- Actualización permanente de la página web institucional.
- Promoción de espacios de participación ciudadana mediante los canales institucionales.

## 11. GESTION DE COMUNICACIONES

El equipo de comunicaciones de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) deberá mantenerse permanentemente informado sobre el avance de los proyectos, sus beneficios, alcance e impacto, con el propósito de consolidarse como un canal efectivo para la divulgación de la información institucional y fortalecer la articulación entre las diferentes dependencias de la entidad.

Durante la vigencia 2024, la gestión de comunicaciones estará orientada al fortalecimiento de la comunicación interna y externa mediante el uso de los canales institucionales disponibles, promoviendo una comunicación oportuna, clara y permanente que fortalezca el sentido de pertenencia, el compromiso institucional y la correcta difusión de la gestión de la EDUS.

Esta gestión contribuirá a generar apropiación de la información institucional, coherencia en los mensajes y confianza tanto al interior de la entidad como frente a la ciudadanía.

**Publicación de contenidos en la página web:** La actualización de la página web institucional deberá realizarse de manera permanente y articulada con las demás acciones de comunicación de la entidad, tales como boletines de prensa, publicaciones en redes sociales y comunicados institucionales.

Se priorizará la publicación de información relacionada con la gestión institucional, los avances de las obras, procesos de contratación, rendición de cuentas, noticias y demás contenidos de interés para la ciudadanía, garantizando información clara, veraz, oportuna y de fácil acceso.

**Gestión de redes sociales:** Las redes sociales institucionales serán administradas de manera permanente mediante una planeación de contenidos alineada con el cronograma de actividades, el avance de los proyectos y las necesidades de comunicación de las diferentes dependencias de la EDUS.

Se promoverá la producción de contenido gráfico, fotográfico y audiovisual que permita divulgar las acciones institucionales, informar oportunamente a la ciudadanía y fortalecer el posicionamiento de la entidad.

Asimismo, se fomentará la interacción responsable con los usuarios a través de los canales oficiales, brindando respuestas oportunas a comentarios y mensajes, de conformidad con los lineamientos institucionales y las políticas de comunicación de la Alcaldía Distrital de Santa Marta.



## 12. RENDICIÓN DE CUENTAS

La rendición de cuentas es un proceso permanente de diálogo, información y responsabilidad pública, orientado a garantizar la transparencia en la gestión de la Administración Pública, así como la adopción de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia, participación ciudadana y acceso a la información.

La Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible de Santa Marta (EDUS) responde ante la ciudadanía por el uso de los recursos públicos, la toma de decisiones y los resultados de su gestión, promoviendo una relación cercana, abierta y confiable con sus grupos de interés.

Durante la vigencia 2024, la rendición de cuentas se desarrollará mediante estrategias de comunicación y espacios de diálogo que faciliten el acceso oportuno a la información sobre la gestión institucional, la ejecución de proyectos y el cumplimiento de las metas de la entidad. Para ello, la EDUS apoyará la realización de audiencias públicas, socializaciones, publicaciones en la página web institucional, boletines de prensa y la difusión de información a través de los canales oficiales y las redes sociales, promoviendo la participación de la ciudadanía y fortaleciendo la transparencia y el control social.

## 13. CAMPAÑAS PARA TENER EN CUENTA

Las campañas institucionales de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) durante la vigencia 2024 estarán orientadas a fortalecer el reconocimiento institucional, divulgar la gestión de la entidad, promover la apropiación ciudadana de las obras públicas y fomentar una cultura de cuidado del espacio público y del medio ambiente, en concordancia con las prioridades del Plan de Desarrollo Distrital 2024–2027.

### A. ¿Qué es la EDUS y cuál es su misión?

#### OBJETIVO:

Fortalecer el reconocimiento de la EDUS como la entidad encargada de planificar, ejecutar y acompañar proyectos de infraestructura y desarrollo urbano que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los samarios.

## **ACCIONES:**

- Divulgación de la misión, funciones y competencias de la entidad.
- Socialización de los servicios y proyectos ejecutados por la EDUS.
- Elaboración de piezas gráficas, audiovisuales y contenidos para redes sociales y página web.
- Difusión de información mediante boletines de prensa y medios de comunicación.

## **B. Santa Marta se transforma**

### **OBJETIVO:**

Visibilizar la gestión adelantada por la EDUS durante el inicio de la administración distrital, destacando la culminación de proyectos recibidos de la administración anterior y el inicio de nuevas obras estratégicas para la ciudad.

### **ACCIONES:**

- Divulgación permanente del avance de las obras en ejecución.
- Socialización del inicio de proyectos estratégicos como el mejoramiento de la vía al Aeropuerto y el Puente Villa Leidy.
- Difusión de la entrega de obras culminadas durante la vigencia 2024.
- Registro fotográfico y audiovisual de los avances de cada proyecto.
- Publicación de información sobre inversión, alcance y beneficiarios.

## **C. Campaña de cultura ciudadana**

### **OBJETIVO:**

Promover el cuidado, uso responsable y conservación del espacio público intervenido por la Administración Distrital, fortaleciendo el sentido de pertenencia de la ciudadanía.

### **HERRAMIENTAS:**

- Publicaciones en redes sociales.
- Boletines de prensa.
- Señalización informativa en espacios intervenidos.
- Actividades de sensibilización con la comunidad.
- Difusión en medios de comunicación locales.

## **D. Campaña de sensibilización y protección del medio ambiente**

### **OBJETIVO:**

Promover el cuidado del medio ambiente mediante acciones de recuperación y conservación de los espacios públicos intervenidos por la EDUS.

### **ACCIONES:**

- Jornadas de limpieza.
- Siembra de árboles.
- Recuperación y mantenimiento de zonas verdes.
- Actividades de educación ambiental con la comunidad.

### **HERRAMIENTAS:**

- Redes sociales.
- Página web institucional.
- Boletines de prensa.
- Actividades comunitarias.
- Alianzas con instituciones educativas y organizaciones sociales.

## **E. Antes y Después: La transformación de Santa Marta**

### **OBJETIVO:**

Mostrar de manera clara y transparente el impacto de las obras ejecutadas por la EDUS, evidenciando la transformación de los espacios públicos y la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos.

### **ACCIONES:**

- Registro fotográfico y audiovisual del antes, durante y después de las obras.
- Producción de videos institucionales.
- Testimonios de las comunidades beneficiadas.
- Divulgación de datos sobre inversión, tiempo de ejecución y población beneficiada.
- Publicación permanente en redes sociales, página web y medios de comunicación.

## HERRAMIENTAS:

- Redes sociales institucionales.
- Página web.
- Boletines de prensa.
- Medios de comunicación.
- Material audiovisual institucional.

## 14. SUGERENCIAS DESDE ÁREAS PARA COMUNICACIONES:

Con el fin de fortalecer la gestión comunicacional de la Empresa Distrital de Desarrollo y Renovación Urbano Sostenible (EDUS) y mejorar la divulgación de su gestión institucional, las diferentes áreas de la entidad presentan las siguientes recomendaciones:

### a. Producción de material audiovisual institucional

Desarrollar piezas audiovisuales que permitan informar a la ciudadanía sobre la misión de la EDUS, los proyectos ejecutados y el impacto de las obras en el desarrollo de Santa Marta.

Se recomienda producir videos institucionales, registros fotográficos y material audiovisual para su difusión a través de la página web, redes sociales, medios de comunicación y eventos institucionales, utilizando un lenguaje claro y cercano a la comunidad.

### b. Elaboración y actualización del Manual de Imagen Corporativa

Diseñar y adoptar el Manual de Imagen Corporativa de la entidad, estableciendo lineamientos para el uso adecuado de la identidad visual institucional en documentos oficiales, piezas gráficas, publicaciones impresas y medios digitales, garantizando uniformidad y coherencia en todas las comunicaciones de la EDUS.

### c. Acompañamiento del área de comunicaciones

Garantizar la participación permanente del equipo de comunicaciones en las actividades sociales, técnicas y operativas desarrolladas por la entidad, con el propósito de documentar y divulgar oportunamente los avances de los proyectos, las jornadas comunitarias, las entregas de obras y los eventos institucionales.

Se recomienda que el área de comunicaciones participe desde la planeación de cada proyecto para identificar las necesidades comunicacionales y definir las estrategias de divulgación correspondientes.

#### **d. Cronograma de seguimiento a proyectos**

Establecer un cronograma de acompañamiento a las obras y proyectos ejecutados por la EDUS que permita realizar registros fotográficos y audiovisuales durante las diferentes etapas de ejecución (inicio, desarrollo y finalización), facilitando la elaboración de boletines de prensa, publicaciones institucionales y material informativo para la ciudadanía.

Asimismo, se recomienda documentar testimonios de los beneficiarios y realizar seguimiento permanente al avance de las obras con el fin de fortalecer la transparencia y la divulgación de la gestión institucional.

#### **e. Fortalecimiento de los canales de comunicación institucional**

Fortalecer el uso de la página web institucional, las redes sociales, los boletines de prensa y los demás canales oficiales de la entidad, con el propósito de garantizar una comunicación oportuna, transparente y permanente con la ciudadanía y los diferentes grupos de interés.

Se recomienda mantener una programación periódica de publicaciones que permita informar sobre el desarrollo de los proyectos, las actividades institucionales y las acciones adelantadas por la EDUS en beneficio de la ciudad.



## 15. MEDIOS INSTITUCIONALES (BOLETINES DE PRENSA, PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES).

### 1. Ruedas de Prensa

| Objetivo                                                                                                                                                                                                        | Meta Final                                                                                                                                                       | Meta Parcial                                                                                                                                                                                                                                                | Responsable         | Supervisión                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| Informar de manera oportuna, clara y transparente a la ciudadanía sobre proyectos, avances, decisiones institucionales y situaciones de interés público, permitiendo la interacción con medios de comunicación. | Lograr que la comunidad y los medios de comunicación estén informados en tiempo real sobre la gestión institucional, fortaleciendo la confianza y transparencia. | -Realizar al menos una rueda de prensa cuando la importancia del proyecto o la actividad institucional lo requiera.<br>-Convocar a medios de comunicación locales y regionales.<br>-Elaborar material fotográfico y audiovisual para su posterior difusión. | Comunicador social. | Gerente General y Secretaria General |

## 2. Boletines de prensa

| Objetivo                                                                                                                                                                   | Meta Final                                                                                                        | Meta Parcial                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Responsable         | Supervisión                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| Difundir información institucional veraz, clara y oportuna sobre actividades, proyectos y resultados de la entidad a través de medios de comunicación y canales digitales. | Posicionar la gestión institucional mediante divulgación permanente de las acciones desarrolladas por la entidad. | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar entre 2 y 4 boletines mensuales según la ejecución de los proyectos.</li> <li>-Distribuir la información a los medios de comunicación.</li> <li>-Publicar los boletines en la página web institucional.</li> <li>-Adaptar los contenidos para redes sociales..</li> </ul> | Comunicador Social. | Gerente General y Secretaria General |

### 3. Redes Sociales

| Objetivo                                                                                                       | Meta Final                                                                                                                             | Meta Parcial                                                                                                                                                                                                  | Responsable                            | Supervisión                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------|
| Fortalecer la comunicación con la ciudadanía mediante la publicación permanente de contenidos institucionales. | Incrementar el reconocimiento institucional y fortalecer la interacción con la ciudadanía a través de los canales digitales oficiales. | -Publicaciones permanentes de acuerdo con la agenda institucional.<br>-Difusión de fotografías, videos y piezas gráficas.<br>-Atención oportuna de mensajes y comentarios recibidos en los canales oficiales. | Community Manager y equipo Audiovisual | Gerente General y Secretaria General |

### 4. Página Web

| Objetivo                                                                       | Meta Final                                                                                                                             | Meta Parcial                                                                                                                                                                                                 | Responsable                      | Supervisión                          |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|
| Mantener actualizada la página institucional principal oficial de información. | Garantizar la publicación oportuna de información institucional, fortaleciendo la transparencia y el acceso a la información pública.. | -Actualización permanente de la sección de noticias.<br>-Publicación de boletines, comunicados y avances de proyectos.<br>-Actualización de la información institucional conforme a la normatividad vigente. | Comunicador, audiovisual y Tic's | Gerente General y Secretaria General |

## 16. DEFINICIONES

- **Campaña de comunicación:** Conjunto planificado de acciones estratégicas orientadas a divulgar un mensaje o tema específico. Incluye la definición de objetivos, públicos, estrategias, tácticas, creación de contenidos, diseño de piezas y ejecución del plan.
- **Comunicado de prensa:** Documento informativo dirigido a medios de comunicación con el fin de difundir hechos, eventos o anuncios de interés público o institucional.
- **Comunicación efectiva:** Proceso mediante el cual un mensaje es transmitido de forma clara, precisa, oportuna, empática y comprensible, asegurando que el receptor entienda su contenido e intención.
- **Correo electrónico:** Servicio digital que permite el envío y recepción de mensajes, documentos y archivos a través de redes de comunicación electrónica.
- **Estrategia:** Conjunto de decisiones y acciones orientadas a alcanzar objetivos específicos mediante el uso eficiente de recursos, desarrolladas a través de planes estructurados.
- **Evento:** Actividad organizada por una entidad con el fin de promover, posicionar o fortalecer productos, servicios, marca o relaciones institucionales.
- **Función de una entidad:** Propósito fundamental o razón de ser de una organización, definido en su objeto social.
- **Gestión:** Conjunto de actividades coordinadas para planificar, ejecutar, controlar y mejorar los procesos de una organización.
- **Manual de Imagen Institucional:** Documento que establece las normas y lineamientos para el uso correcto de la identidad visual de una organización, incluyendo logotipo, colores, tipografía y aplicaciones.
- **Medio de comunicación:** Canal que permite la interacción y retroalimentación entre emisor y receptor (ej. reuniones, talleres, comités).
- **Medio de información:** Canal que transmite información sin interacción directa (ej. boletines, cartelera, televisión, videos).
- **Noticia:** Relato informativo sobre hechos relevantes o de interés general, estructurado según el medio de difusión.
- **Pieza de comunicación:** Producto gráfico, audiovisual o digital diseñado para transmitir un mensaje específico dentro de una estrategia comunicativa.
- **Plan de comunicación:** Documento estratégico que define objetivos, públicos, mensajes, canales, cronograma y recursos necesarios para gestionar la comunicación.
- **Política:** Directriz general establecida por la alta dirección que orienta la toma de decisiones y acciones dentro de una organización.
- **Portal institucional:** Plataforma web que centraliza información, servicios y recursos de una entidad para facilitar el acceso de los usuarios.
- **Principio de transparencia:** Derecho de acceso a la información pública, según el cual toda información en poder de entidades debe ser accesible, salvo excepciones

legales.

- **Principio de publicidad:** Obligación de las entidades públicas de dar a conocer sus actuaciones y decisiones a la ciudadanía.
- **Redes sociales:** Plataformas digitales que permiten la interacción, comunicación y creación de contenido entre usuarios.
- **Audiencia objetivo (Público objetivo):** Grupo específico al que se dirige una estrategia o mensaje de comunicación.
- **Canal de comunicación:** Medio a través del cual se transmite un mensaje (digital, físico, verbal, etc.).
- **Identidad corporativa:** Conjunto de elementos visuales, valores y cultura que definen y diferencian a una organización.
- **Imagen institucional:** Percepción que tienen los públicos sobre una organización.
- **Mensaje clave:** Idea principal que se desea transmitir a un público específico dentro de una estrategia de comunicación.
- **Reputación:** Valoración que los grupos de interés tienen sobre una organización a lo largo del tiempo.
- **Comunicación interna:** Flujo de información dentro de una organización dirigido a sus colaboradores.
- **Comunicación externa:** Comunicación dirigida a públicos fuera de la organización (clientes, medios, comunidad, etc.).
- **Crisis comunicacional:** Situación que afecta la imagen o reputación de una organización y requiere una respuesta estratégica inmediata.
- **Indicador de comunicación:** Métrica utilizada para evaluar la efectividad de acciones comunicación.