

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025-2028

CONCEJO DE MEDELLÍN



Concejo
Distrital de Medellín

CONTENIDO

Introducción	4
Propósito.....	4
Alcance	5
Metodología de construcción	5
1. Marco Estratégico y Diagnóstico	6
1.1. Visión compartida y alineación con el Plan Estratégico Corporativo 2024-2027	6
1.2. Diagnóstico comunicacional (Resumen ejecutivo del análisis DOFA),	6
1.3. Mapa de públicos de interés prioritarios	7
2. Plataforma Estratégica de Comunicaciones	7
2.1. Objetivo general del plan	8
2.2. Objetivos específicos	8
3. Ejes Estratégicos	9
3.1. Eje 1: Fortalecimiento y cohesión del equipo de comunicaciones.	9
3.1.1. Programa de inducción y formación continua.	9
3.1.2. Implementación de metodologías ágiles para la planificación.....	9
3.1.3. Desarrollo y socialización de un manual de estilo y criterios editoriales.	10
3.2. Eje 2: Innovación y liderazgo en la comunicación digital	10
3.2.1. Programa piloto de inteligencia artificial aplicada.....	10
3.2.2. Optimización de la experiencia de usuario en plataformas propias. ..	10



3.2.3.	Estrategia de contenidos de valor y formatos transmedia.....	10
3.3.	Eje 3: Construcción de confianza y relacionamiento externo.....	11
3.3.1.	Fortalecimiento del relacionamiento con medios.	11
3.3.2.	Relacionamiento con públicos prioritarios.	11
3.3.3.	Dinamización de la biblioteca y el archivo histórico como activos de comunicación.....	11
3.4.	Eje 4: Gobernanza y gestión de la reputación (ANEXO 4)	11
3.4.1.	Desarrollo e implementación del protocolo de gestión de crisis.	11
3.4.2.	Implementación de un sistema de escucha activa y monitoreo.	12
3.5.	Eje 5. Mejoramiento de los procesos de Comunicación Interna	12
3.5.1.	Fortalecimiento de canales de comunicación interna.....	12
3.5.2.	Acompañamiento comunicacional estratégico.	12
3.5.3.	Escucha activa.	12
4.	Gobernanza y seguimiento del Plan	12
4.1.	Roles y responsabilidades en la ejecución.	13
4.2.	Metodología de seguimiento.....	13
4.3.	Indicadores y metas.....	13
	Anexos.....	13

Introducción

El enfoque estratégico de la gestión de las comunicaciones de la Corporación Concejo Distrital de Medellín, debe propiciar no solo que los asuntos públicos sean conocidos por los diferentes actores de la sociedad, sino que contribuyan a fortalecer la democracia a partir de la formación ciudadana y la creación de cultura política.

Atendiendo el llamado que hace el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MiPG- de consolidar los procesos en favor de la eficiencia, efectividad y transparencia, la información y comunicación como quinta dimensión, se convierte en el engranaje que posibilita el flujo de información y la conexión con el entorno. En ese sentido, es imperativo construir una hoja de ruta que permita orientar las acciones, recursos y focalizar los resultados que espera obtener en la garantía de derechos, atención y satisfacción de las necesidades de los grupos de valor y ciudadanía.

Propósito

El Plan Estratégico de Comunicaciones es la hoja de ruta que guiará la gestión comunicacional del Concejo Distrital de Medellín para el período 2025-2028. Su propósito es consolidar la comunicación como un pilar estratégico que fortalezca la transparencia, fomente una participación ciudadana efectiva, consolide la confianza pública y posicione al Concejo como una corporación moderna, innovadora y cercana a la ciudadanía.



Alcance

El alcance de este plan abarca todas las acciones de comunicación interna y externa gestionadas desde la Corporación dirigidas a los grupos de valor priorizados para el proceso comunicacional.

Metodología de construcción

Este Plan es el resultado de un proceso colaborativo y participativo que incluyó:

1. **Análisis documental:** revisión del Plan Estratégico Corporativo 2024-2027, el plan de comunicaciones anterior y sus protocolos.
2. **Sesiones de trabajo:** reuniones con el equipo de comunicaciones para definir necesidades, validar avances y construir conjuntamente cada componente del plan.
3. **Diagnóstico participativo:** elaboración de una matriz DOFA por parte del equipo para identificar el estado actual de la comunicación.
4. **Desarrollo iterativo:** construcción progresiva del plan, desde el marco estratégico hasta los planes de acción tácticos, validando cada etapa antes de avanzar.



1. Marco Estratégico y Diagnóstico

1.1. Visión compartida y alineación con el Plan Estratégico Corporativo 2024-2027

El Plan Estratégico de Comunicaciones está alineado con la Visión 2027 del Concejo:

"Nos destacaremos por la innovación en nuestros procesos, con una adecuada gestión del talento humano y del conocimiento; la adaptación a nuevas tecnologías y la modernización de la infraestructura física y tecnológica, para el cumplimiento de nuestra misión, fortaleciendo la confianza ciudadana a través de una gestión transparente, cercana y comprometida con el bienestar de la comunidad."

La comunicación se establece como un proceso transversal, esencial para el cumplimiento de los cuatro ejes estratégicos corporativos.

1.2. Diagnóstico comunicacional (Resumen ejecutivo del análisis DOFA),

El análisis DOFA reveló los siguientes puntos clave (**ANEXO 1**)

- Fortalezas: *cubrimiento 360 de la información que genera la Corporación para públicos internos y externos en diferentes plataformas y canales (medios digitales, medios tradicionales, medios masivos).*
- Debilidades: *personal vinculado insuficiente y alta rotación de personal contratista. Las competencias profesionales de los contratistas en algunos casos no están acordes con las necesidades actuales de la Unidad.*
- Oportunidades: *el potencial de la IA y el Plan Estratégico Corporativo como guía.*



- Amenazas: la desinformación y/o desinterés ciudadano, las "fake news" y la politización de temas misionales del Concejo.

1.3. Mapa de públicos de interés prioritarios

Se identificaron y priorizaron los siguientes públicos clave:

- Ciudadanía de Medellín
- Medios de Comunicación
- Líderes de Opinión e Influenciadores
- Ediles y Juntas Administradoras Locales (JAL)
- Gremios Económicos
- Universidades y Ecosistema CTI
- Entidades Públicas
- Públicos internos (concejales, empleados, contratistas)

2. Plataforma Estratégica de Comunicaciones

Este capítulo representa el corazón estratégico del Plan, donde se define el rumbo y el propósito de toda la comunicación del Concejo Distrital de Medellín para el cuatrienio. A partir del diagnóstico presentado en el capítulo anterior, aquí se establece la plataforma sobre la cual se construirán todas las acciones tácticas. Se presentan los focos estratégicos que marcan las prioridades, se articula el objetivo general que nos da una meta común y, fundamentalmente, se desglosan los objetivos específicos que nos permitirán medir el éxito de manera concreta. En esencia, este capítulo es la brújula que orientará cada decisión y cada esfuerzo comunicacional, asegurando que todos los caminos conduzcan al fortalecimiento de la confianza, la participación y la transparencia.



2.1. Objetivo general del plan

Gestionar estratégicamente la comunicación del Concejo de Medellín para fortalecer su reconocimiento, transparencia y liderazgo en la promoción de la participación ciudadana efectiva, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico de la Corporación, además de fortalecer la comunicación organizacional.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1.** Incrementar la comprensión y el acceso ciudadano a la información sobre la actividad misional y la gestión transparente del Concejo de Medellín, a través de estrategias de comunicación claras, oportunas y multicanal.
- 2.2.2.** Facilitar espacios y mecanismos de participación ciudadana efectiva en los procesos del Concejo, utilizando canales de comunicación que promuevan el diálogo y la colaboración entre la ciudadanía y la Corporación.
- 2.2.3.** Optimizar los flujos, canales y cultura de la comunicación interna para mejorar la cohesión, el sentido de pertenencia y la gestión del conocimiento entre los grupos de valor internos.
- 2.2.4.** Integrar la tecnología (incluida la IA) en los procesos comunicacionales para el posicionamiento del Concejo de Medellín como una institución moderna, innovadora y eficiente, de cara a la ciudadanía.
- 2.2.5.** Fortalecer la reputación del Concejo de Medellín mediante la implementación de un sistema proactivo de gestión de riesgos comunicacionales y una comunicación asertiva y transparente ante situaciones críticas.
- 2.2.6.** Consolidar la biblioteca Carlos Mauro Hoyos como un referente de información sobre el Concejo, ciudad de Medellín y gestión pública.



3. Ejes Estratégicos

Este capítulo constituye el núcleo operativo del Plan Estratégico de Comunicaciones, traduciendo la plataforma estratégica, definida en los capítulos anteriores, en un conjunto de acciones concretas y organizadas. Para asegurar una implementación coherente y enfocada, las acciones se agrupan en cuatro grandes Ejes Estratégicos, los cuales surgen del análisis DOFA y responden directamente a los objetivos propuestos. A su vez, cada eje contiene las estrategias específicas, y cada estrategia se desglosa en un plan de acción táctico que detalla las actividades, responsables, cronogramas y recursos necesarios para su ejecución. De esta manera, se garantiza que cada tarea del día a día esté directamente alineada con una meta estratégica, dotando al equipo de una hoja de ruta clara para el período 2025-2027.

3.1. Eje 1: Fortalecimiento y cohesión del equipo de comunicaciones.

Estrategias:

- 3.1.1. Programa de inducción y formación continua.** Diseñar e implementar un programa de inducción estandarizado para el personal nuevo, enfocado en la cultura organizacional, el rol institucional vs. el periodismo de medios, los protocolos existentes y los objetivos estratégicos. Se complementará con un plan de formación continua para todo el equipo en áreas clave (ej. Quehacer misional, comunicación digital, IA, gestión de crisis).
- 3.1.2. Implementación de metodologías ágiles para la planificación.** Adoptar un sistema de planificación ágil (ej. reuniones semanales de sprint, uso de tableros tipo Trello) para mejorar la anticipación a los temas, asignar



responsabilidades claras, visibilizar la carga de trabajo y hacer seguimiento a las iniciativas, reduciendo la improvisación.

3.1.3. Desarrollo y socialización de un manual de estilo y criterios editoriales.

Actualizar los instructivos y protocolos del proceso incluyendo aspectos como: el tono de la comunicación, los mensajes clave institucionales, los criterios para la publicación y la conceptualización de productos. Este documento servirá como una guía clara para todo el equipo, unificando la calidad y el enfoque de los contenidos.

3.2. Eje 2: Innovación y liderazgo en la comunicación digital

Estrategias:

3.2.1. Programa piloto de inteligencia artificial aplicada. Desarrollar un programa piloto para explorar e integrar herramientas de IA en procesos seleccionados, por ejemplo: transcripción y resumen de sesiones, generación de borradores para redes sociales, análisis de sentimiento del público y personalización de contenidos para audiencias específicas, sobre contenidos institucionales y de nuestros de sistemas de información.

3.2.2. Optimización de la experiencia de usuario en plataformas propias. Realizar una auditoría del sitio web y las principales plataformas digitales para mejorar la arquitectura de la información, la accesibilidad y la experiencia del usuario (UX/UI), asegurando que la ciudadanía pueda encontrar la información que busca de manera fácil e intuitiva.

3.2.3. Estrategia de contenidos de valor y formatos transmedia. Fortalecer las estrategias de contenidos basadas en "pilares de contenido" que se adapten a diferentes formatos (video corto, infografía, podcast, hilo de X) para explicar de



manera sencilla y atractiva el quehacer del Concejo y su impacto en la vida de los ciudadanos.

3.3. Eje 3: Construcción de confianza y relacionamiento externo

Estrategias:

3.3.1. Fortalecimiento del relacionamiento con medios. Apoyar el relacionamiento de la mesa directiva con periodistas, editores y directores de medios, ofreciéndoles datos, contexto y acceso a voceros expertos para posicionar al Concejo como una fuente de información fiable y relevante.

3.3.2. Relacionamiento con públicos prioritarios. Acompañar el relacionamiento con los públicos claves identificados que requieren un trato diferenciado, como Gremios, Universidades, Ediles y JAL.

3.3.3. Dinamización de la biblioteca y el archivo histórico como activos de comunicación. Crear contenido digital de valor y una agenda de eventos que resalten el conocimiento y el patrimonio de la Biblioteca y el Archivo para conectar con la ciudadanía y la comunidad académica, generando valor y fortaleciendo la imagen institucional.

3.4. Eje 4: Gobernanza y gestión de la reputación (ANEXO 4)

Estrategias:

3.4.1. Desarrollo e implementación del protocolo de gestión de crisis. Elaborar y socializar el Protocolo de Crisis, realizando simulacros y capacitaciones para el Comité de Crisis y los voceros designados.



3.4.2. Implementación de un sistema de escucha activa y monitoreo. Adquirir un sistema formal para el monitoreo constante de redes sociales y medios (escucha activa), que permita identificar de manera temprana riesgos reputacionales, temas de interés ciudadano y oportunidades de comunicación, generando reportes periódicos para la toma de decisiones.

3.5. Eje 5. Mejoramiento de los procesos de Comunicación Interna

Estrategias:

3.5.1. Fortalecimiento de canales de comunicación interna. Consiste en la creación de nuevos productos y canales comunicacionales para público interno que faciliten el acceso oportuno a la información. Incluye el fomento y uso de los canales existentes.

3.5.2. Acompañamiento comunicacional estratégico. Brindar apoyo estratégico, conceptual y táctico a las campañas, eventos y difusión de información de las diferentes áreas, programas y unidades del Concejo Distrital de Medellín.

3.5.3. Escucha activa. Fomentar la participación activa de los públicos internos en actividades de comunicación institucional, y en la promoción de espacios de integración y conocimiento del Concejo.

4. Gobernanza y seguimiento del Plan

El Plan Estratégico cobra valor a través de su implementación y su capacidad de adaptación. Este capítulo establece el marco de gobernanza que asegurará que el Plan Estratégico de Comunicaciones se ejecute de manera eficiente, coordinada y



medible. Aquí se definen los roles y las responsabilidades del equipo en la ejecución de las tareas, así como la metodología de seguimiento continuo basada en principios ágiles. El propósito de este sistema de gobernanza no es solo supervisar el avance, sino también fomentar una cultura de responsabilidad, aprendizaje y mejora constante, garantizando que el Plan se mantenga como un documento vivo y relevante a lo largo de todo el período 2025-2028.

4.1. Roles y responsabilidades en la ejecución. La ejecución del plan será liderada por el/la Líder de Comunicaciones, asegurando que las estrategias se implementen y se alineen con los objetivos. Cada miembro del equipo tendrá responsabilidades asignadas dentro de los planes de acción tácticos.

4.2. Metodología de seguimiento. El seguimiento se basará en la metodología ágil definida en la estrategia 3.1.2, a través de:

- **Reuniones mensuales de planificación:** para definir prioridades y asignar tareas.
- **Seguimiento diario:** para coordinación de tareas y resolución de bloqueos.
- **Reportes trimestrales de avance:** consolida el cumplimiento de los KPIs tácticos y estratégicos, y será presentado en el Comité de Gestión y Desempeño.

4.3. Indicadores y metas

Para garantizar la ejecución efectiva y la mejora continua del Plan Estratégico, es fundamental traducir los objetivos en resultados medibles. Se contará con indicadores estratégicos y tácticos detallados en los planes de acción para evaluar el impacto y el resultado final de las estrategias.

Anexos

- Anexo 1. Análisis DOFA
- Anexo 2. Protocolo de Gestión de riesgo reputacional y manejo de crisis.
- Anexo 3. Plan de Acción del proceso



Concejo

Distrital de Medellín



SC3409-1