



Departamento Nacional  
de Planeación - **DNP**

# **Estrategia de Comunicaciones**

2023



# 01 Estrategia de Comunicaciones

2023 - 2024

# NOS APALANCAMOS EN LAS FORTALEZAS DEL DNP

## Pilares de posicionamiento

- 1) Elevar la figura del Director (a) como servidor público: técnico, líder y efectivo e interlocutor en las regiones.
- 2) Mostrar al DNP como un **organismo moderno, orientado al resultado** que trasciende la política y los gobiernos (comparable a un Think Tank o una banca multilateral).
- 3) Proteger a la entidad de crisis en el que se recupera la confianza ciudadana afectada por el tema OCAD PAZ.
- 4) Fortalecer el rol del DNP en el ciclo de política pública través de **los pilares**: Diálogo con las regiones – Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.



# CON UNA IMPLEMENTACIÓN DISCIPLINADA

## Imperativos de trabajo

**Proactividad.** Adoptaremos un enfoque frontal para pasar de una mentalidad más reactiva a una de narración proactiva. Forjar más relaciones con reporteros nacionales, regionales, comunitarios y locales, y continuar relacionándonos con ellos de manera regular con la agenda temática y técnica de la entidad.

**Ponerle caras al DNP.** Subiremos el perfil del director(a) como líder de pensamiento confiable, creíble y buscada, y lo aprovecharemos para fortalecer la voz y la visibilidad de DNP en el ámbito público. Potencializaremos otros servidores públicos clave (4 subdirecciones).

**Compartir la visión de país.** Aprovecharemos el conocimiento único del país para potenciar y desarrollar una plataforma de liderazgo de pensamiento que crea demanda sobre la visión y opinión sobre temas macro que tiene el DNP.

**Emplear un enfoque disciplinado.** Integraremos datos y análisis para crear una estrategia que se adapte a las audiencias y plataformas objetivo y se pueda medir, refinar y optimizar para el impacto.

**Interacción con la ciudadanía.** Crear diálogo permanente para incorporar las voces de los colombianos y las colombianas, y materializar un centro de pensamiento conectado con las necesidades de los territorios a través de las políticas públicas.

Con el soporte desde comunicaciones para:

# SEREMOS RECONOCIDOS DE NUEVO COMO EL CENTRO DE PENSAMIENTO DE COLOMBIA

**Estar presentes** de manera permanente en la conversación coyuntural económica del país.



Ser una **fuentes recurrente y respetada de información** para los medios de comunicación y líderes de opinión.

**Divulgar y hacer accesible** el conocimiento técnico y la visión del país del DNP.



**Evidenciar los beneficios tangibles** de la planeación, tanto en la nación como en los territorios.



Con el soporte desde comunicaciones para:

## APOYAMOS A LAS SUBDIRECCIONES PARA AVANZAR EN LAS METAS DE LA ENTIDAD

**Divulgar los hitos** de las subdirecciones, las áreas y los técnicos del DNP.



**Facilitar la conversación** con la ciudadanía y los medios de comunicación.

**Divulgar los hitos de las subdirecciones**, las áreas y los técnicos del DNP.



Con el soporte desde comunicaciones para:

# FOMENTAMOS EL ORGULLO INSTITUCIONAL DE LOS SERVIDORES

**Fortalecer la apropiación  
y el sentido de pertenencia**  
de servidores y contratistas.



Asegurar que todos  
los funcionarios del DNP estén  
**al tanto de la información  
relevante** de la entidad.

**Desarrollar competencias  
comunicacionales** en los  
funcionarios que aporten a la  
estrategia institucional.



Con el soporte desde comunicaciones para:

# IDENTIFICAMOS, PREVENIMOS Y MITIGAMOS ESCENARIOS DE CRISIS REPUTACIONAL

**Monitorear e  
identificar**  
posibles focos de  
controversia pública.



**Desarrollar  
narrativas y planes  
de respuesta**  
ante ataques o  
escenarios de crisis.

**Entrenar voceros** que  
puedan hacer frente a  
entrevistas difíciles.



**Equilibrar la  
información** en la  
arena pública.



# A QUIÉNES LES HABLAMOS



## Más allá de los medios de comunicación:

- La academia: universidades, centros de investigación.
- Líderes de opinión.
- Influenciadores.

## Y un foco cada vez mayor en los territorios:

- Alcaldías.
- Gobernaciones.
- Nuevos gobernantes.
- Medios de comunicación regionales.

## Equipo DNP:

- Contratistas.
- Funcionarios de planta.

## Una ciudadanía amplia y diversa:

- Mujeres.
- LGTBI.
- Víctimas.
- Niños, niñas y adolescentes.
- Pueblos y comunidades étnicas.
- Jóvenes.
- Personas con discapacidad.

## Hay que involucrar al sector privado:

- Gremios
- Empresas
- Organismos multilaterales.

## El Gobierno

- Presencia, ministerios, entidades aliadas.
- Organismos de control

UNA VEZ APROBADO EL PND SE ABREN MÚLTIPLES FRENTEROS:

## CON EL PND

- Socialización y pedagogía: Una constante
- Seguimiento logros de Gobierno: Implementación
- Contención temas sensibles: Demandas y críticas

### Grandes tareas para el DNP:

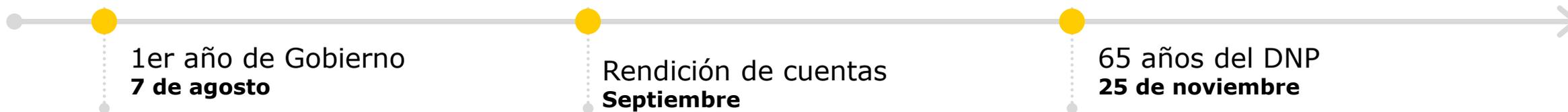
- La reglamentación
- Actualización catastro multipropósito
- Registro Universal de Ingresos, entre otros

## MÁS ALLA DEL PLAN

- Misión de Descentralización
- Sisbén
- Regalías
- Conpes
- Pactos Territoriales
- Sinergías
- Catastro

Y los hitos de cada una de las direcciones... Planeación estratégica

## ALGUNOS MOMENTOS



# CÓMO LO HACEMOS

Tres frentes de ejecución táctica

## Contenidos



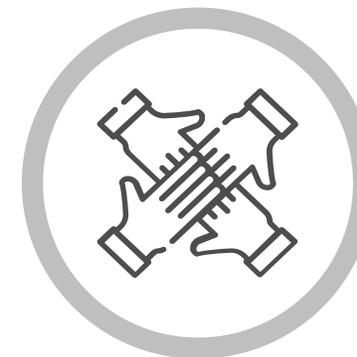
Relevantes y pertinentes,  
para free press y también  
para generar awareness  
(no solo publicación).

## Experiencias



Momentos y  
materiales memorables.

## Relacionamiento



Personalizado e  
inteligente.



### Medios de com.

#### Contenidos

- Comunicados de prensa cada 2 días
- Columnas de opinión (mensual)
- Gestión crónicas e infografías
- Formatos diferentes de contenido (Abecé, infografías, preguntas y respuestas etc)



### Redes sociales

- FB: diario
- Twitter varias veces x día
- TikTok
- Instagram
- Generación de campañas y parrillas



### Página web

- Actualización diaria pag web

#### Eventos

- Foros regionales con Medios
- 65 años DNP
- Seminarios  
Semanales subdirecciones
- Rueda de prensa recurrente DNP
  
- Campañas de expectativa y de ejecución en eventos
- Generación de contenidos en distintos formatos: video, gráfico, podcast, copyright.
- Cubrimiento en tiempo real en las redes.
- Posicionamiento de eventos en la conversación digital HT
- Transmisión 'en vivo' cuando se requiera
- Spaces por TW
  
- Divulgación eventos
- Webinars

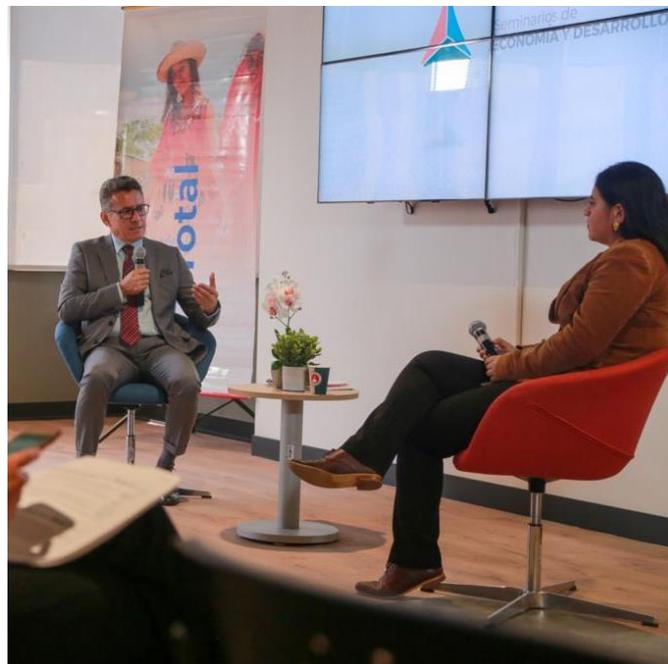
#### Relacionamiento

- Ronda de medios regionales  
Entrevistas exclusivas
- Briefing de medios
  
- Coordinación con la Fuerza de Tarea Digital del Gobierno (Sinergia)
- Relacionamiento en digital con las cuentas institucionales relacionadas a temas DNP
- Relacionamiento con la Presidencia de la República
- Brief para entidades del Gobierno nacional y cuentas institucionales
- Sondeos
  
- Sondeos
- Comms internas

# GRANDES LINEAMIENTOS TÁCTICOS



- Revivir el sitio de **Planeación y Desarrollo (P&D)**: 15 de julio, gran lanzamiento
- **Fortalecer** los Seminarios de Economía y Desarrollo
- Foros nacionales y regionales: Un gran foro mensual
- **Actualizar la página web** de la entidad y ordenar los numerosos micrositos existentes
- Mayor presencia en los territorios
- Seguir **potenciando la presencia y el alcance** en redes sociales: Nuevos productos/contenidos, identificación de targets y más videos
- **Coordinación y articulación** con otras entidades del Gobierno



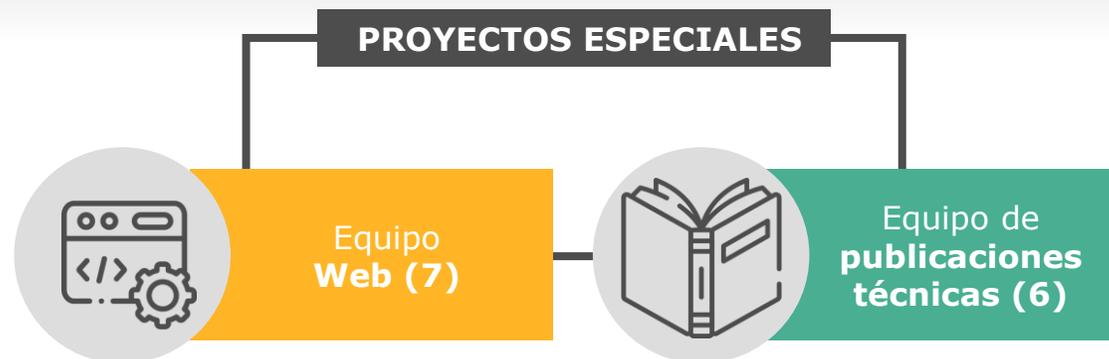
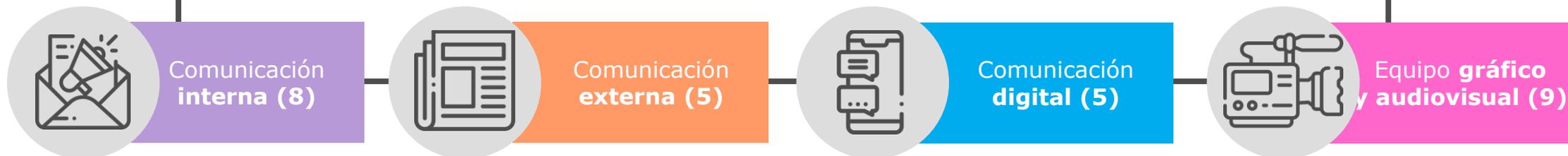
# COLOMBIA 12 PRODUCTOS

Incluidos en el Plan de Acción

- Oferta
- Demanda
- Entregable



# OAC





Departamento Nacional  
de Planeación - **DNP**