

BOGOTÁ

Una ciudad de puertas abiertas al mundo



Foto por: diegograndi
elements.envato.com

Plan de fortalecimiento de la **comunicación estratégica**



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

CONSEJERÍA DISTRITAL DE
**RELACIONES
INTERNACIONALES**



Desarrollado con el apoyo de:



Plan de fortalecimiento de la comunicación estratégica



CONSEJERÍA DISTRITAL DE
**RELACIONES
INTERNACIONALES**



Desarrollado con el apoyo de:



Tabla de contenido

1. Introducción	004
2. Narrativa y mensaje clave	012
3. Caja de herramientas (Lenguaje, tono y tipo de contenido)	017
3.1 Lenguaje, tono y tipo de contenido	018
3.2 Beneficios claros para la ciudadanía y sectores estratégicos	022
3.3 Estructura de los mensajes clave	023
3.4 Glosario de palabras y verbos recomendados para comunicar	027
3.5 Recomendaciones y acciones para ampliar el alcance	030
4. Plan de comunicaciones 2025	032
5. Anexos Plan de comunicaciones 2025	038
Anexo 1: Reunión estratégica semanal de la CDRI	039
Anexo 2: Ciclo de talleres con equipo interno (Bimestral)	042
Anexo 3: Kit de comunicación interna	045
Anexo 4: Matriz reporte de acciones	058
Anexo 5: Kit de comunicación para aliados	059
Anexo 6: Comité intersectorial trimestral	063
Anexo 7: Reunión trimestral con aliados estratégicos	066
Anexo 8: Identificación de voceros aliados	070
Anexo 9: Recorridos con aliados - Acciones de visibilización conjunta	072
Anexo 10: Hitos de comunicación (4)	075
Anexo 11: Logros en sectores estratégicos	094



1. Introducción

Foto por: diegograndi
elements.envato.com



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ



Foto por: diegograndi
elements.envato.com

1. Introducción

Este documento presenta el aporte de Grupo Albión a la estrategia de comunicaciones desarrollada por el equipo de comunicaciones de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) de la Alcaldía Mayor de Bogotá que busca posicionar a la ciudad como un actor global y fortalecer su impacto en las audiencias internas y externas. Se ha desarrollado a partir de un análisis exhaustivo de la situación actual de la Consejería, incluyendo talleres con el equipo interno y reuniones con el equipo de comunicaciones y la Consejera, con el fin de identificar los desafíos, oportunidades y fortalezas en la comunicación de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027.

Las reuniones y talleres se llevaron a cabo en el 2024:

Reunión: 22 de octubre con el equipo de comunicaciones

Reunión: 30 de octubre con el equipo de comunicaciones

Reunión: 1 de noviembre con el equipo de comunicaciones

Reunión: 7 de noviembre con el equipo de comunicaciones y Consejera

Taller 1: 15 de noviembre con todo el equipo de la CDRI

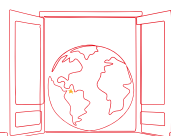
Reunión: 25 de noviembre con el equipo de comunicaciones

Taller 2: 27 de noviembre con el equipo de comunicaciones

Reunión: 4 de diciembre con el equipo de comunicaciones

Taller 3: 9 de diciembre con el equipo de comunicaciones

Reunión: 19 de diciembre con el equipo de comunicaciones y Consejera



Entre los aportes se encuentran la narrativa estratégica, una caja de herramientas prácticas, un plan detallado de comunicaciones para 2025 y anexos explicativos, diseñados para ser implementados de manera eficiente y efectiva.

A continuación se describe el contenido, cómo usarlo y en qué momento implementarlo:

1. Narrativa y mensaje clave:

- **Descripción:** Proporciona un marco conceptual y práctico para comunicar de manera coherente y persuasiva el papel de la Consejería y su impacto. Define la narrativa central que guiará todas las comunicaciones de la CDRI, incluyendo sus elementos centrales y el mensaje clave.
- **Uso:** Es la base de toda la estrategia de comunicación. Debe ser consultado constantemente para asegurar la coherencia y la alineación de todos los mensajes.
- **Momento de uso:** Al inicio de la implementación de la estrategia de comunicaciones y como referencia permanente durante todo el proceso.

2. Caja de herramientas de comunicación:

- **Descripción:** Esta sección proporciona lineamientos sobre el lenguaje, el tono y el tipo de contenido para garantizar consistencia en la comunicación, teniendo en cuenta los distintos públicos objetivos.
- **Uso:** Es una guía práctica para la creación de contenido efectivo y adaptado a las necesidades de cada audiencia.
- **Momento de uso:** Durante la elaboración de cualquier material de comunicación, incluyendo publicaciones en redes sociales, comunicados de prensa, presentaciones y eventos.

3. Plan de comunicaciones 2025:

- **Descripción:** Detalla las acciones de comunicación específicas a realizar durante el año 2025, organizadas por línea de acción de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027. Incluye un cronograma con fechas tentativas y ejemplos de actividades.
- **Uso:** Este documento es una hoja de ruta para la implementación de la estrategia de comunicaciones. Debe ser consultado para planificar y coordinar las actividades a lo largo del año.
- **Momento de uso:** Al inicio del año 2025 para planificar las acciones y durante todo el año para hacer seguimiento al progreso y realizar ajustes si es necesario.



4. Anexos:

- **Descripción:** Los anexos contienen información detallada sobre cómo desarrollar cada una de las acciones sugeridas en el Plan de Comunicaciones 2025. Incluyen metodologías, plantillas, ejemplos de contenido y recomendaciones para el éxito.
- **Uso:** Los anexos son una fuente de información práctica para la implementación de las actividades. Deben consultarse al momento de ejecutar cada acción específica.
- **Momento de uso:** Durante la ejecución de las acciones de comunicación descritas en el Plan de Comunicaciones 2025.

Este documento ofrece una hoja de ruta completa para comunicar y conectar eficazmente la labor de la CDRI con los beneficios concretos para la ciudadanía.

El uso adecuado de la narrativa, las herramientas de comunicación, el plan de acción y los anexos permitirá a la Consejería fortalecer su posición como actor clave en la internacionalización de Bogotá, construir relaciones sólidas con aliados estratégicos y con la ciudadanía.



Hallazgos talleres de comunicación estratégica

Los talleres de comunicación estratégica realizados con el equipo de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) permitió identificar los principales desafíos, fortalezas y oportunidades en la forma en que se comunica la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027 y la CDRI. Este proceso participativo fue fundamental para entender las percepciones internas y externas, y construir una base sólida para diseñar una narrativa estratégica coherente, efectiva y alineada con los objetivos de la Consejería.

Durante las sesiones, se analizó cómo la Consejería conecta sus acciones con los beneficios tangibles para la ciudadanía, su impacto en la proyección internacional de Bogotá y su articulación con entidades distritales y aliados internacionales. También se abordaron tensiones en la comunicación interna y externa, lo que permitió identificar áreas clave para mejorar y fortalecer.

Los hallazgos presentados a continuación sustentan la necesidad de construir una narrativa clara y compartida que posicione a la CDRI como un actor clave en la internacionalización de Bogotá, haciendo visible su gestión y su relevancia para la ciudad.

Necesidad de una narrativa coherente y estratégica

- El equipo percibe que no se está contando una historia estructurada sobre la internacionalización de Bogotá. Las acciones se comunican de manera fragmentada, enfocándose en resultados puntuales sin un marco que las relacione con los objetivos estratégicos.
- La narrativa actual no refleja de manera clara el papel de la Consejería como articulador/gestor ni su contribución tangible al desarrollo de Bogotá.

Desconexión entre acciones y beneficios para la ciudadanía

- Las audiencias no perciben cómo las acciones de la CDRI impactan directamente su calidad de vida.
- La comunicación tiende a centrarse en logros institucionales o procesos técnicos, dejando de lado ejemplos tangibles y cercanos que conecten emocionalmente con los ciudadanos.

Dificultades en la articulación con otras entidades

- Existe una falta de coordinación y alineación narrativa entre la Consejería y otras entidades distritales, lo que limita el alcance y el impacto de los mensajes.
- Las tensiones sobre quién y cómo presentan los logros de la internacionalización



de Bogotá reducen la visibilidad de las acciones internacionales como un proyecto colectivo.

Percepción limitada del rol de la Consejería

- Muchas audiencias desconocen qué es la Consejería, qué hace y por qué es importante.
- La CDRI se percibe dentro del Distrito con un rol aislado y operativo.

Tensión en la comunicación externa

- La narrativa actual no combate efectivamente percepciones negativas sobre Bogotá en temas estratégicos y enfocados con las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización.
- La comunicación requiere fortalecer su enfoque estratégico para transformar estas percepciones, especialmente a través de canales de gran alcance.

Enfoque limitado de redes sociales

- Aunque se reconocen como una herramienta clave, en las redes sociales no se están comunicando de manera óptima los logros, procesos y beneficios.
- Las publicaciones no siempre son relevantes para las audiencias, lo que limita su alcance.

Necesidad de construir una narrativa colectiva

- El equipo reconoce que contar la historia de la internacionalización no puede ser una tarea exclusiva de la Consejería. Es necesario trabajar en conjunto con las demás entidades distritales y aliados estratégicos para construir una narrativa compartida que amplifique los mensajes y los haga más efectivos.



Entendimiento

La Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) de Bogotá ha avanzado significativamente en la estructuración de una estrategia de comunicaciones que busca posicionar a la ciudad como un actor global y fortalecer su impacto en las audiencias internas y externas. Sin embargo, a partir de nuestro análisis, los hallazgos de los talleres y del diagnóstico compartido, identificamos áreas clave que requieren un enfoque estratégico para potenciar el alcance, la claridad y la consistencia de sus mensajes.

Propuesta: Solución estratégica

Hemos diseñado una propuesta integral que fortalece la estrategia de comunicación de la Consejería, asegurando su alineación con la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027 y su impacto en las audiencias clave.

1. Narrativa y mensaje clave

- Articulación/gestión
- Mensaje se integra a los accionables

2. Impacto en comunicación interna

- Capacitación y sensibilización
- Flujo de información

3. Impacto en comunicación externa (Aliados)

Fortalecimiento de relaciones
Proyección conjunta

4. Hitos asociados a las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización Asegurar visibilidad, continuidad y relevancia:

- I. Presentación del portafolio de buenas prácticas y talentos de Bogotá al mundo.
- II. Impacto de las relaciones internacionales y la cooperación técnica.
- III. Mensaje de Bogotá Internacional en el aniversario de la ciudad.
- IV. Fortalecimiento de la gobernanza internacional a través de la articulación intersectorial.

5. Continuidad de la comunicación de logros en sectores clave

- Visibilización constante
- Relación con la narrativa



Nuestra propuesta estratégica aborda las necesidades específicas de la Consejería, ofreciendo soluciones integrales que garantizan coherencia, impacto y sostenibilidad en la comunicación de la internacionalización de Bogotá. Este enfoque no solo refuerza la posición de la Consejería como articuladora clave, sino que también conecta de manera efectiva sus acciones con los beneficios para la ciudadanía y sus aliados, asegurando un reconocimiento amplio y duradero.



2.

Narrativa y mensaje clave

Foto por: wirestock
elements.envato.com



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ

2. Narrativa y mensaje clave

¿Por qué la narrativa?

La Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) enfrenta desafíos de percepción, reconocimiento y articulación que limitan el entendimiento de su rol estratégico. Una narrativa coherente, efectiva y diplomática responde a estas dificultades y posiciona a la Consejería como un líder articulador en la internacionalización de Bogotá, fortaleciendo las relaciones con aliados estratégicos y construyendo una comunicación colaborativa.

Base de la narrativa

- **Conectar con la ciudadanía:** Destacar cómo las acciones internacionales impactan de forma tangible la calidad de vida en Bogotá.
- **Posicionar a Bogotá como un actor global:** Reflejar el “dar y recibir,” resaltando a Bogotá como una ciudad que permite el intercambio de recursos, ideas y oportunidades.
- **Diplomacia en los procesos de comunicación:** Hacer visible la articulación y logros conjuntos para reforzar el trabajo en equipo y resaltar las contribuciones de otras entidades distritales y aliados internacionales como parte integral del éxito.
- **Construir relevancia:** Responde a las preguntas clave de la audiencia ¿Qué hace la Consejería? ¿Por qué es importante? ¿Cómo impacta mi vida?

¿Para qué la narrativa?

La narrativa permite explicar el cómo, el con quién y el por qué de las acciones de la Consejería, conectando su gestión con logros tangibles y las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027 y el Plan de Desarrollo. Esto no solo muestra resultados, sino también los procesos y su relevancia estratégica.

Además, una narrativa compartida y la construcción de puentes con los sectores del distrito, actores internacionales y aliados estratégicos destacan que la internacionalización es un proyecto colectivo, ampliando su alcance y aumentando el impacto de los mensajes.

Una narrativa clara y positiva aborda los retos comunicativos actuales, como la percepción negativa de Bogotá como “una ciudad con problemas insuperables”. La internacionalización se presenta así como una herramienta clave para transformar esa percepción.



Impacto esperado

Reconocimiento del rol de la Consejería: La narrativa explica de manera clara y colaborativa el impacto de la internacionalización en la ciudad, destacando a la Consejería como un articulador estratégico.

Fortalecimiento de relaciones con entidades y aliados: La incorporación de un enfoque diplomático en la comunicación genera confianza y reduce tensiones, posicionando a la internacionalización como un esfuerzo colectivo.

Mayor alcance y legitimidad: Al incluir a otros actores, la narrativa adquiere mayor relevancia y penetración, fortaleciendo la percepción pública de los logros internacionales de Bogotá.



Enfoque estratégico de comunicación

El enfoque estratégico “Puertas Abiertas, Bogotá Internacional” se centra en destacar a la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) como el articulador/gestor que trabaja en equipo para conectar a Bogotá con el mundo. Busca responder a los desafíos actuales de percepción y articulación, posicionar a Bogotá como una ciudad global, mientras refuerza la relevancia de la Consejería en la internacionalización de la ciudad. A través de mensajes claros, colaborativos y aspiracionales, la narrativa fortalecerá el entendimiento hacia la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027.

Elementos centrales

- **Impacto o beneficios a la ciudadanía:** La comunicación debe priorizar mostrar cómo las acciones internacionales mejoran la vida cotidiana de los ciudadanos y a quiénes.
- **Abrir puertas:** Resaltar el rol de la CDRI como facilitador de oportunidades para Bogotá y sus habitantes, estableciendo alianzas y proyectando la ciudad como un actor relevante en el ámbito internacional.
- **Dar y recibir:** Destacar las acciones en doble vía de la internacionalización donde Bogotá aporta al mundo sus mejores prácticas, mientras recibe recursos y conocimientos globales.
- **Bogotá Internacional:** Comunicar que Bogotá no solo participa, sino que lidera en el escenario global, con acciones que posicionan a la ciudad como una capital de innovación, sostenibilidad y cultura.
- **Trabajo en equipo:** Resaltar que la internacionalización es un proyecto de todo el Distrito, enfatizando la articulación/gestión entre la Consejería, sectores de distrito y actores internacionales con el fin de garantizar una gestión efectiva de las relaciones internacionales, y cómo esto beneficia a toda la ciudad. Foco en la construcción de relaciones basadas en objetivos comunes y beneficios compartidos.
- **Liderazgo en articulación:** La CDRI actúa como puente, facilitando el diálogo y la cooperación entre actores locales e internacionales.



Mensaje clave

Mensaje central para comunicar y amplificar la Estrategia de Internacionalización de Bogotá. Esta narrativa unificada facilitará que cualquier audiencia (ciudadanos, aliados técnicos, entidades públicas) comprenda la labor de la Consejería y el impacto de su trabajo.

“Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo. Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional, creando alianzas y compartiendo oportunidades”.

El mensaje logra describir la Estrategia de Relaciones Internacionales de Bogotá 2024-2027 y la labor de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) de la siguiente manera:

“Abrimos las puertas”: Conecta directamente con el objetivo general de la estrategia, que es posicionar a Bogotá como una ciudad de puertas abiertas al mundo, reflejando accesibilidad, inclusión y proyección internacional.

“Ofrecer lo mejor de la nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo”: Resalta el enfoque en doble vía de la estrategia para el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, alineándose con las líneas de acción de Ofrecer recursos y experiencias locales hacia el mundo y Demandar recursos y experiencias internacionales.

“Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional”: Refuerza el compromiso activo y el liderazgo de la CDRI para promover el trabajo en equipo y la articulación/gestión entre sectores y actores internacionales, vincula la internacionalización con beneficios concretos y el propósito de resolver problemas y evidencia su esfuerzo en la internacionalización de la ciudad y su objetivo de proyectarla como un referente global.

“Creando alianzas y compartiendo oportunidades”: Explica de manera sencilla y clara el papel de la Consejería como articulador clave, destacando que una de sus labores importantes es la construcción de relaciones estratégicas y la generación de valor compartido.



3. Caja de herramientas

(Lenguaje, tono y tipo
de contenido)



Foto por: wirestock
elements.envato.com



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ



Foto por: jkraft5
elements.envato.com

3. Caja de herramientas de comunicación

3.1 Lenguaje, tono y tipo de contenido

Garantizar que los mensajes comunicados por la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) sean claros, accesibles y efectivos para cada público objetivo, utilizando un enfoque diferenciado que se ajuste a las características de cada audiencia.

3.1.1 Lenguaje accesible y adaptado:

- Para la ciudadanía general: lenguaje claro y cotidiano, evitando tecnicismos.
- Para audiencias técnicas (sector público, privado, internacional y académico): información específica, respaldada por datos.

a. Ciudadanía general

- **Características del lenguaje:**
 - Uso de palabras sencillas, claras y cotidianas.
 - Evitar tecnicismos o términos propios del ámbito internacional que puedan generar confusión.
 - Uso de ejemplos prácticos y cercanos que muestren cómo las acciones de internacionalización impactan positivamente la vida diaria, como mejoras en la calidad de vida, eventos culturales o becas educativas.



- **Enfoque:**
 - Resaltar historias humanas y casos de éxito que conecten emocionalmente con la audiencia.
 - Responder a las inquietudes y expectativas de la ciudadanía con mensajes centrados en los beneficios concretos.

Ejemplo de mensaje:

“Gracias a nuestra participación internacional, Bogotá tiene acceso a nuevas tecnologías que mejorarán el nivel de bilingüismo en las instituciones educativas públicas.”

b. Audiencias técnicas (sector público, privado, internacional y académico)

- **Características del lenguaje:**
 - Precisión y rigor técnico, usando términos propios del ámbito de relaciones internacionales y cooperación, pero explicados de manera breve y comprensible.
 - Incluir cifras, indicadores y referencias que respalden la información.
 - Adaptar el nivel de detalle según la audiencia (más técnico para académicos e internacionales, más práctico para el sector privado y público).
- **Enfoque:**
 - Proporcionar información específica sobre cómo las iniciativas apoyan la agenda internacional de Bogotá y benefician sus sectores de interés.
 - Incluir metas, resultados y datos comparativos que refuercen la credibilidad.

Ejemplo de mensaje:

“La cooperación con organismos internacionales permitió a Bogotá acceder a \$50 millones para proyectos de movilidad sostenible, beneficiando a más de un millón de usuarios.”

3.1.2 Tono positivo y aspiracional: Enfatizar logros, oportunidades y el impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos y sectores estratégicos.

- Optimista y centrado en el futuro: destacar oportunidades y logros alcanzados.
- Inspirador y motivador: mostrar cómo Bogotá está liderando cambios positivos a nivel global.
- Cercano y empático: promover la confianza en las capacidades de la ciudad y sus instituciones.



Ejemplo:

“Bogotá está transformándose en una ciudad líder en sostenibilidad gracias al apoyo internacional: juntos estamos construyendo un futuro más verde y seguro para todos.”

3.1.3 Tipo de contenido: Diseñar materiales como videos, infografías y publicaciones visualmente atractivas para maximizar la comprensión y el impacto.

- **Infografías:**
 - Resumen visual de datos clave, como inversiones extranjeras, impactos ambientales o mejoras en la calidad de vida.
 - **Ejemplo:** “Cómo Bogotá se beneficia de la cooperación internacional en 5 pasos.”
- **Videos cortos:**
 - Clips de menos de 2 minutos que expliquen logros específicos con narraciones atractivas y elementos gráficos.
 - **Ejemplo:** Video animado mostrando cómo un acuerdo de transporte internacional reduce la contaminación y mejora la movilidad.
- **Publicaciones atractivas en redes sociales:**
 - Imágenes con frases impactantes, como: “¡Bogotá vuela alto! Gracias a nuestros aliados internacionales, lideramos en sostenibilidad urbana.”
- **Historias humanas:**
 - Videos o artículos destacando testimonios de personas beneficiadas directamente.
 - **Ejemplo:** “Juan Pérez, un joven bogotano, estudia ingeniería en Alemania gracias a nuestro programa de becas.”
- **Diversidad de formatos:**
 - Redes sociales: videos cortos, infografías o carruseles.
 - **Blogs y sitios web:** artículos extensos y datos detallados.
 - **Boletines:** resúmenes ejecutivos de proyectos.

Ejemplo de contenido:

Una infografía titulada “3 logros clave durante octubre de la internacionalización de Bogotá” que destaque hitos como inversiones extranjeras, cooperación técnica y eventos internacionales.



3.1.4 Recurso de idiomas

- El uso de otros idiomas es una herramienta estratégica clave para fortalecer la comunicación.
- Amplía el alcance de los mensajes en audiencias globales y fortalece las relaciones con aliados internacionales, embajadas y actores globales clave.

Ejemplo de contenido:

Infografía multilingüe - Carrusel: 3 logros clave durante diciembre de la internacionalización de Bogotá.

Idiomas: Español, inglés y francés.

Contenido:

- **Inversión extranjera:** \$10 millones destinados a movilidad sostenible
- **Cooperación técnica entre Colombia, Reino Unido y Francia:** Talleres con expertos internacionales para mejorar la gestión pública.
- **Eventos internacionales:** Participación en cumbres globales de sostenibilidad.

3.1.5 Elementos de comunicación para identificar línea de acción:

Cada pieza o contenido debe ser coherente con el mensaje clave y permitir a la audiencia identificar de forma rápida y clara bajo qué línea estratégica se enmarca la acción que se comunica. A continuación, elementos recomendados:

- **Identificador de la línea de acción:**

- Utilizar un color, símbolo o etiqueta específica para cada línea de acción.

Ejemplo de etiqueta:

- Ofrecer lo mejor de Bogotá al mundo
- Recibir lo mejor del mundo en Bogotá
- Trabajamos uniendo fuerzas / Trabajamos en equipo
- Compartimos y/o visibilizamos las oportunidades que benefician a Bogotá

- **Narrativa consistente:**

Incluir una frase introductoria que enlace la acción comunicada con el mensaje clave y la línea de acción.

- **Ejemplos:**

- Abrimos las puertas al mundo para recibir soluciones innovadoras en ahorro de energía que mejoran la calidad de vida en Bogotá.
- Llevamos al mundo lo mejor de Bogotá, compartiendo nuestro talento y creatividad.



Ejemplo de pieza digital

Título: Bogotá recibe innovación tecnológica para la movilidad sostenible.

Subtítulo: “Gracias a una alianza internacional, se implementarán tecnologías avanzadas que reducirán los tiempos de transporte en un 25%.”

Narrativa: “Abrimos las puertas al mundo para traer soluciones que transformen nuestra ciudad. Estamos recibiendo lo mejor del mundo para beneficiar a más de un millón de ciudadanos con transporte más eficiente.”

3.2 Beneficios claros para la ciudadanía y sectores estratégicos

3.2.1 Enfoque en resultados tangibles:

- **Salud:** presentar resultados de iniciativas en cooperación internacional que mejoren la percepción y las condiciones de salud en la ciudad.
- **Movilidad:** ejemplos de mejoras en transporte gracias a proyectos internacionales.
- **Cultura y educación:** destacar casos de éxito en eventos culturales y programas educativos internacionales.

3.2.2 Historias de impacto: Narrativas humanas que ilustren cómo la internacionalización mejora la vida diaria, fomentando cercanía y relevancia. Son esenciales para crear una conexión emocional con la audiencia y demostrar cómo la internacionalización transforma vidas y mejora comunidades.

3.2.3 Criterios para elegir historias:

- **Representatividad:** deben reflejar los beneficios de la internacionalización para diferentes sectores de la población.
- **Relevancia:** alinearse con las áreas estratégicas (salud, movilidad, cultura, educación).
- **Emotividad:** incluir un componente humano que genere empatía y conexión.

3.2.4 Ejemplo de estructura narrativa:

- **Contexto:** Presentar la situación inicial antes de la intervención.
- **Ejemplo:** “María, una estudiante de Ciudad Bolívar, soñaba con estudiar en el extranjero, pero no tenía los recursos necesarios.”
- **Acción internacional:** Explicar el proyecto o acción de internacionalización que generó el cambio.
- **Ejemplo:** “Gracias al programa de becas de cooperación internacional, María pudo estudiar en una universidad en Alemania.”



- **Resultado o expectativa:** Mostrar el impacto concreto de la intervención.
- **Ejemplo:** “Hoy, María trabaja o aspira a trabajar en Bogotá en un proyecto de energías renovables, aplicando los conocimientos adquiridos en el exterior.”
- **Invitación a conocer más:** Invitar a la audiencia a conocer más o participar.
- **Ejemplo:** “Conoce más historias como la de María y cómo la internacionalización está transformando vidas en Bogotá.”

3.3 Estructura de los mensajes clave

3.3.1 Elementos esenciales:

- **Apertura llamativa:**
 - Inicia con un dato relevante, una historia impactante o una frase que resuma el valor principal del mensaje.
 - **Ejemplo:** “Gracias a nuestras alianzas internacionales, Bogotá está más conectada con el mundo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.”
- **Contexto:**
 - Explica el problema o situación que motiva la acción de la entidad. Debe ser breve, relevante y fácil de entender.
 - **Ejemplo:** “Bogotá enfrenta retos en movilidad, seguridad y educación. La internacionalización nos permite encontrar soluciones innovadoras y recursos globales para abordar estos desafíos.”
- **Aporte de valor:**
 - Detalla cómo la acción o proyecto contribuye al bienestar de la ciudadanía o al objetivo estratégico.
 - **Ejemplo:** “Con este acuerdo, reduciremos los tiempos de transporte en un 30 % gracias al uso de tecnología de vanguardia.”
- **Impacto:**
 - Presenta los resultados tangibles o esperados. Para mayor impacto, usa cifras o historias específicas.
 - **Ejemplo:** “Más de 10,000 estudiantes bogotanos ya acceden a programas educativos internacionales.”
- **Invitación:**
 - Finaliza con una invitación a la audiencia a participar, apoyar o entender mejor la acción.



- **Ejemplo:** “Visita nuestra página web para conocer más historias que demuestran cómo Bogotá está transformándose con ayuda internacional.”

3.3.2 Información que deben incluir los mensajes

- **Relevancia local:**
 - Vincular las acciones internacionales con la vida cotidiana de los ciudadanos.
 - **Ejemplo:** “Este proyecto mejora nuestras calles, haciendo de Bogotá una ciudad más segura y sostenible.”
- **Resultados concretos:**
 - Mostrar cifras, hitos alcanzados y comparativas antes-después.
 - **Ejemplo:** “Desde 2024, hemos atraído \$625 millones en inversión extranjera, impactando positivamente más de 15,000 empleos.”
- **Beneficios emocionales y prácticos:**
 - Combinar resultados medibles con efectos en la calidad de vida.
 - **Ejemplo:** “La nueva tecnología adquirida nos permitirá monitorear el tráfico en tiempo real, haciendo más rápidos tus desplazamientos diarios.”
- **Credibilidad y transparencia:**
 - Referenciar datos de fuentes reconocidas y explicar claramente el uso de recursos.
 - **Ejemplo:** “Estos resultados han sido certificados por organismos internacionales como ONU-Hábitat.”

3.3.3 Estilos a usar dependiendo el objetivo

- **Claridad:**
 - Los mensajes deben ser simples y fáciles de recordar. Evitar ambigüedades o tecnicismos innecesarios.
 - **Ejemplo:** “La internacionalización de Bogotá significa mejores empleos, más seguridad y un futuro sostenible.”
- **Apelar a emociones:**
 - Las personas se conectan mejor con mensajes que despiertan emociones positivas como esperanza, orgullo o aspiración.
 - **Ejemplo:** “Bogotá está cambiando y tú eres parte de este gran paso hacia el futuro.”



- **Coyuntura o relevancia:**

- Los mensajes deben responder a las preocupaciones y necesidades inmediatas del público objetivo.
- **Ejemplo:** “Con nuevos fondos internacionales, Bogotá mejorará su infraestructura educativa, garantizando más oportunidades para nuestros jóvenes.”

3.3.4 Otros elementos que aportan a una narrativa más sólida

- **Enfoque en la diferenciación estratégica**

- **Qué hacer:** Resaltar cómo la internacionalización posiciona a Bogotá como un líder único en la región, destacando sus ventajas competitivas (ubicación geográfica, red diplomática, infraestructura).
- **Cómo aplicarlo:**
 - Utilizar comparativas con otras ciudades líderes para destacar los logros de Bogotá.
 - **Ejemplo:** “Bogotá se posiciona como una de las ciudades con mayor inversión extranjera directa en América Latina, generando más de 5,500 empleos en 2023.”

- **Transparencia y rendición de cuentas**

- **Qué hacer:** Incluir de manera constante métricas de impacto y resultados claros de los programas internacionales.
- **Cómo aplicarlo:**
 - Publicar reportes periódicos de los logros alcanzados y el uso de recursos internacionales. Se puede establecer un reporte mensual.
 - **Ejemplo:** “Gracias a la cooperación internacional, se han destinado \$50 millones para infraestructura educativa en 2024.”

- **Construcción de identidad global a local**

- **Qué hacer:** Articular mensajes que conecten los valores globales de Bogotá (sostenibilidad, inclusión, innovación) con beneficios locales.
- **Cómo aplicarlo:**
 - Mostrar ejemplos concretos de cómo los objetivos globales se traducen en mejoras locales (Ejemplo: “Reducimos 10% las emisiones de CO2 gracias a tecnologías adquiridas por cooperación internacional”).



- **Énfasis en mensajes aspiracionales**

- **Qué hacer:** Inspirar orgullo y aspiración en los bogotanos, mostrando cómo la internacionalización transforma a la ciudad.
- **Cómo aplicarlo:**
 - Utilizar frases como “Bogotá lidera el cambio global, una alianza a la vez.”
 - **Ejemplo:** “Nuestra ciudad se convierte en un ejemplo de sostenibilidad, gracias a alianzas internacionales que impactan directamente en nuestra calidad de vida.”

- **Participación ciudadana activa**

- **Qué hacer:** Involucrar a la ciudadanía en la narrativa de internacionalización a través de espacios de diálogo y colaboración.
- **Cómo aplicarlo:**
 - **Módulos de participación:** Encuestas en línea para priorizar temas estratégicos, como movilidad, sostenibilidad o cultura internacional. Utilizar frases como “Bogotá lidera el cambio global, una alianza a la vez.”
 - **Mapa interactivo de proyectos internacionales:** Mostrar en tiempo real dónde y cómo la internacionalización está beneficiando a Bogotá, permitiendo a los ciudadanos comentar directamente en cada proyecto.
 - **Banco de ideas ciudadanas:** Espacio donde los ciudadanos pueden proponer proyectos internacionales o sugerir mejoras a los existentes.
 - **“Mi Historia, Mi Bogotá Internacional”:** Invitar a los ciudadanos a compartir sus experiencias relacionadas con la internacionalización (viajes, colaboraciones culturales, acceso a nuevos servicios gracias a proyectos internacionales). Las historias más impactantes se difunden en canales oficiales.
 - **Retos digitales:** Crear hashtags como #BogotáGlobal y desafíos en redes donde los ciudadanos puedan mostrar cómo la internacionalización impacta su vida diaria.
 - **Encuestas rápidas:** Preguntas en Instagram Stories o X sobre qué temas internacionales les interesan más.
 - **Transmisiones en vivo:** Sesiones con expertos internacionales y líderes de la CDRI, abiertas a preguntas en tiempo real.
 - **Red de embajadores y academia:** Seleccionar 10 embajadores y 10 directores de programas de Relaciones Internacionales para que expresen y compartan experiencias sobre la internacionalización de Bogotá (Video, columna para portal Bogotá, textos u otros formatos).



3.3.5 Comunicación a respuestas críticas

- **Qué hacer:** Preparar mensajes y estrategias para enfrentar críticas o desafíos relacionados con la internacionalización.
- **Cómo aplicarlo:**
 - Anticipar preguntas frecuentes y preocupaciones, proporcionando respuestas claras y empáticas.
 - **Ejemplo:** “Entendemos las preocupaciones sobre la inversión extranjera; por eso, destinamos los recursos a proyectos que generan beneficios tangibles, como 1,500 nuevos empleos en 2023.”

3.4 Glosario de palabras y verbos recomendados para comunicar

Este glosario está diseñado para reforzar el liderazgo de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) en la articulación estratégica, alineando los mensajes con las cuatro áreas estratégicas de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá 2024-2027 y los criterios de comunicación previamente establecidos. Estas palabras y verbos promueven un lenguaje inclusivo, positivo, y centrado en beneficios tangibles para la ciudadanía.

3.4.1 Palabras y conceptos clave

Generales (aplican a todas las áreas estratégicas)

- **Articulación:** Pilar fundamental que refuerza el liderazgo de la CDRI en conectar actores clave.
- **Liderazgo:** Destacar la posición de Bogotá como referente en internacionalización.
- **Conexión:** Subrayar el rol de Bogotá como un puente entre lo local y lo global.
- **Colaboración:** Reforzar la cooperación mutua entre aliados estratégicos.
- **Impacto:** Mostrar los beneficios directos y sostenibles de las acciones internacionales.
- **Contribución destacada/Participación activa:** Destacar el papel de los aliados y entidades distritales como agentes activos en la internacionalización.
- **Alianza:** Representar la fuerza de los acuerdos internacionales y locales.
- **Transformación:** Enfatizar cómo las acciones internacionales están cambiando positivamente a Bogotá.



Específicas por área estratégica

- **Demandar recursos y experiencias internacionales**
 - **Obtención/Adquisición:** Referirse a la acción de conseguir recursos tangibles como financiamiento, tecnologías o apoyo técnico a través de acuerdos internacionales.
 - **Intercambio/Transferencia:** Enfatizar el aprendizaje de buenas prácticas y tecnologías.
 - **Optimización:** Resaltar el uso eficiente de los recursos obtenidos.
 - **Inversión:** Promover el impacto económico positivo derivado de la cooperación internacional.
- **Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo**
 - **Proyección:** Mostrar a Bogotá como un modelo a seguir en el ámbito global.
 - **Intercambio:** Destacar el flujo bidireccional de experiencias y recursos.
 - **Compartir/Exportación:** Enfatiza el acto de poner a disposición del mundo los bienes, servicios y conocimientos que Bogotá tiene para ofrecer, con un tono más inclusivo y cotidiano.
 - **Contribución:** Subrayar el aporte de Bogotá a la comunidad internacional.
- **Fortalecer el sistema de gobernanza internacional del distrito**
 - **Trabajo equipo/Trabajo coordinado/Gestión conjunta:** Para que la “gobernanza internacional del distrito” sea más clara y accesible para cualquier ciudadano, se puede simplificar y explicar como “gestión conjunta con actores globales” o “trabajo coordinado con aliados internacionales”. Estos términos eliminan la posible confusión asociada con “gobernanza” y enfatizan la acción práctica y el propósito de fortalecer las relaciones internacionales de Bogotá.
 - **Coordinación:** Resaltar el trabajo conjunto entre entidades distritales y actores internacionales.
 - **Fortalecimiento:** Enfatizar el desarrollo de capacidades institucionales.
 - **Estabilidad:** Promover la solidez del sistema de gobernanza en Bogotá.
 - **Integración:** Referirse a la participación activa de Bogotá en redes internacionales.
- **Comunicar la acción internacional**
 - **Visibilidad:** Destacar la importancia de posicionar a Bogotá en el ámbito global.
 - **Reconocimiento:** Subrayar cómo las acciones internacionales elevan la percepción de la ciudad.
 - **Difusión:** Enfatizar la comunicación efectiva de los logros.



- **Participación:** Invitar a ciudadanos y aliados a ser parte activa de la internacionalización.

3.4.2 Verbos recomendados

- **Para acciones de liderazgo y articulación:** Liderar, conectar, coordinar, facilitar, impulsar, promover, potenciar o transformar.
- **Para describir impacto y beneficios:** Beneficiar, mejorar, crear, optimizar, garantizar, proveer, generar o construir
- **Para colaboración y relaciones estratégicas:** Aliarse, integrar, cooperar, compartir, colaborar, participar, fortalecer o consolidar.
- **Para comunicar logros y visibilidad:** Comunicar, difundir, mostrar, resaltar, inspirar, proyectar, representar o posicionar.

3.4.3 Ejemplo práctico de mensaje usando el glosario

- **Demandar recursos:**
 - “Gracias a nuestras alianzas estratégicas, lideramos la obtención de recursos tecnológicos que optimizan el sistema de transporte público, beneficiando directamente a más de un millón de ciudadanos.”
- **Ofrecer recursos:**
 - “Bogotá comparte sus mejores prácticas en sostenibilidad urbana, proyectándose como una ciudad modelo en el ámbito global.”
- **Fortalecer gobernanza:**
 - “Gracias al trabajo coordinado con aliados internacionales, Bogotá avanza en la implementación de políticas innovadoras que mejoran la calidad de vida de sus ciudadanos y la consolidan como líder regional.”
 - “Fortalecemos la gestión conjunta entre entidades locales y actores internacionales, consolidando a Bogotá como un referente regional.”
- **Comunicar acción internacional:**
 - “Difundimos los logros de nuestra ciudad en foros internacionales, posicionando a Bogotá como líder en innovación y desarrollo urbano.”



3.5 Recomendaciones y acciones para ampliar el alcance

3.5.1 Estrategias digitales

- **Inversión en pauta digital:**
 - Realizar campañas pagadas en redes sociales dirigidas a audiencias específicas (líderes de opinión, ciudadanos interesados en relaciones internacionales, comunidades internacionales en Bogotá).
 - Priorizar plataformas relevantes como LinkedIn (para aliados estratégicos), Instagram (para sensibilización ciudadana) y YouTube (para narrativas visuales).
 - Implementar retargeting para impactar a usuarios que han interactuado previamente con el contenido de la Consejería.
- **SEO y contenido atemporal:**
 - Crear una sección de contenido permanente en el sitio web de la Consejería con recursos educativos sobre internacionalización, impacto de alianzas y casos de éxito.
 - Optimizar este contenido para motores de búsqueda con palabras clave como “Bogotá Internacional,” “alianzas internacionales Bogotá,” y “cooperación internacional.”
- **Plataformas interactivas:**
 - Desarrollar una herramienta en línea interactiva (como un mapa dinámico) que muestre proyectos internacionales en Bogotá y sus impactos en tiempo real.

3.5.2 Creación de experiencias presenciales y digitales

- **Eventos híbridos con transmisión digital:**
 - Organizar foros o paneles con embajadas, aliados internacionales y sectores distritales, accesibles tanto de manera presencial como virtual.
 - **Ejemplo:** “Cumbre Bogotá Internacional: Logros y Oportunidades.”

3.5.3 Posicionamiento en medios y publicidad de alto impacto

- **Gestión de free press estratégica:**
 - Identificar periodistas clave en medios nacionales e internacionales y ofrecerles historias exclusivas sobre casos de éxito de la internacionalización de Bogotá.
 - Generar contenido editorial en medios especializados en economía, cultura, sostenibilidad y tecnología, vinculando los logros de Bogotá.



- **Publicidad contextual:**
 - Colocar anuncios en plataformas digitales que consumen audiencias estratégicas, como sitios de noticias internacionales, publicaciones académicas o redes profesionales.
- **Artículos de opinión y vocería activa:**
 - Plan de columnas firmadas por la Consejera en medios reconocidos sobre la importancia de la internacionalización para el desarrollo de la ciudad.

3.5.4 Estrategias de relacionamiento clave

- **Influencers internacionales y líderes de opinión:**
 - Colaborar con influenciadores reconocidos en temas de sostenibilidad, cultura y tecnología para amplificar los mensajes de Bogotá Internacional.
- **Redes de embajadores internacionales:**
 - Crear una red de aliados y ciudadanos internacionales que se conviertan en “Embajadores de Bogotá Internacional,” compartiendo sus historias y percepciones sobre la ciudad.
- **Alianzas estratégicas con plataformas globales:**
 - Asociarse con entidades internacionales como ONU-Hábitat, el Banco Mundial y UNESCO para generar contenido conjunto y visibilizar los logros de la ciudad.

3.5.5 Generación de contenido innovador

- **Microdocumentales:**
 - Producir videos cortos de alta calidad que narren historias humanas detrás de la internacionalización, como estudiantes becados, comunidades beneficiadas o proyectos culturales globales.
- **Podcast temático:**
 - Lanzar un podcast llamado “Bogotá conecta al Mundo” con episodios sobre logros, alianzas y perspectivas internacionales.
- **Contenidos para dispositivos móviles:**
 - Diseñar contenido pensado para ser consumido en móviles, como infografías animadas, reels de Instagram y TikToks educativos.

3.5.6 Fortalecimiento del compromiso ciudadano (impulsar con inversión)

- **Campañas de storytelling colaborativo:**
 - Invitar a los ciudadanos a compartir sus historias sobre cómo la internacionalización ha impactado su vida, utilizando hashtags como #MiBogotaInternacional.

Nota: Requiere inversión o equipo para ejecutar las recomendaciones.



4.

Plan de comunicaciones 2025

Foto por: diegograndi
elements.envato.com



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ



Foto por: jkraft5
elements.envato.com

4. Plan de comunicaciones 2025

Conexión entre la gestión de la Consejería y la Estrategia de Internacionalización

- **Mapeo de actividades y proyectos:** Realizar un inventario detallado de las acciones que la CDRI está liderando o en las que participa.
- **Asociación con las áreas estratégicas:** Relacionar cada actividad con una de las cuatro áreas de la Estrategia de Internacionalización y resaltar cómo las iniciativas específicas de la CDRI contribuyen directamente a una o más de las áreas:
 - Demandar recursos y experiencias internacionales.
 - Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo.
 - Fortalecer el sistema de gobernanza internacional.
 - Comunicar la acción internacional de Bogotá.
- **Narrativa coherente:** Utilizar una narrativa uniforme que evidencie la alineación de las actividades diarias con los objetivos estratégicos a largo plazo, reforzando la proyección de Bogotá como una ciudad de puertas abiertas al mundo. Ejemplos:
 - Para Demandar recursos y experiencias internacionales: “A través de alianzas estratégicas, Bogotá asegura la transferencia de tecnología e inversión para proyectos de transporte y energía limpia que benefician directamente a los ciudadanos.”
 - Para Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo: “Bogotá comparte su riqueza cultural y académica con el mundo, promoviendo talentos locales en escenarios internacionales.”
 - Para Fortalecer el sistema de gobernanza internacional: “Como ciudad



global, Bogotá lidera en temas de cooperación y se consolida como un actor clave en la agenda de sostenibilidad urbana.”

- Para Comunicar la acción internacional: “Informar y acercar a la ciudadanía al impacto tangible de nuestras acciones internacionales es parte de nuestro compromiso con la transparencia y el desarrollo.”
- **Seguimiento y sostenimiento de la comunicación de hitos o acciones clave**
 - Los hitos de comunicación no deben ser eventos aislados, sino momentos que generen una conversación continua. Es clave que cada avance, resultado o acción posterior a un hito sea comunicado para mantener el interés y la relevancia.
 - Elegir y darle continuidad también a acciones relevantes de la CDRI.
 - Aprovechar temas coyunturales para conectar los hitos.
- **Articulación con entidades distritales:**
 - Crear contenidos compartidos que las secretarías y entidades distritales puedan usar para amplificar los mensajes.
 - Sesiones de capacitación en comunicación para alinear estrategias.
 - Requiere formalidad la invitación a participar en la comunicación. Solicitudes dirigidas a representantes de entidades y definición de lo que se requiere (Qué: video de 1 minuto sobre la importancia de la experiencia internacional para desarrollar los proyectos de la Secretaría de Movilidad. Fecha de entrega: 30 enero. Características del video: formato, vocero debe ser la Secretaria/o, a quién debe remitir, etc.)
- **Colaboración estratégica:**
 - Establecer y formalizar acuerdos con aliados internacionales, embajadas, universidades y organismos internacionales para co-crear contenido y garantizar una amplia difusión.
 - Incluir al sector privado en iniciativas de difusión.
 - Crear espacios de diálogo donde las embajadas promuevan la imagen de Bogotá.
 - Reuniones uno a uno con representantes clave de las entidades distritales y aliados estratégicos para planificar y coordinar campañas (Sólo con los sectores de interés y enlaces relevantes).
- **Beneficios visibles para aliados:**
 - Garantizar que los logros de las entidades participantes sean reconocidos y visibilizados en la comunicación.



- Mostrar cómo las alianzas fortalecen la capacidad colectiva de Bogotá para abordar desafíos globales.

Ejemplo práctico:

Una campaña conjunta con algunas de las agencias de cooperación internacional para destacar proyectos exitosos de sostenibilidad urbana en Bogotá.

- **Fortalecimiento de la comunicación interna:**

- Impulsar un proceso continuo de comunicación interna para que los funcionarios de la Consejería y los enlaces entre sectores entiendan y se apropien de la narrativa estratégica.
- Promover capacitaciones, talleres y espacios de diálogo para alinear mensajes y asegurar que cada miembro del equipo pueda comunicar con claridad los objetivos y logros de la internacionalización.

Ejemplo:

La comunicación empieza en casa: trabajamos juntos para que cada enlace sea un embajador de Bogotá Internacional.

- **Vocería Activa de los Funcionarios de la Consejería**

- Realizar un mapeo de los funcionarios que, por su rol o experiencia, puedan aportar a la comunicación pública de la Consejería.
- Seleccionar voceros específicos para cada línea de acción de la estrategia de internacionalización -sólo si aplica-.

- **Insumos:**

- Manual con mensajes clave, protocolos de comunicación en redes y con medios.
- Técnicas para transmitir mensajes clave con claridad, seguridad y empatía.

- **Colaboración en redes sociales y otros escenarios:**

- Involucrar a los voceros en la creación de contenido, como videos cortos explicando logros o avances.
- Delegar a los voceros en foros, encuentros con aliados, asegurando que sean visibles en roles clave.



PLAN DE COMUNICACIONES CONSEJERÍA DISTRITAL DE RELACIONES INTERNACIONALES

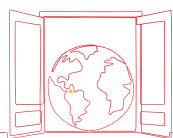
ACCIONES POR REALIZAR		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE																									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12																								
		OFICINA RECURSOS Y EXPERIENCIAS												COMANDO RECURSOS Y EXPERIENCIAS												COMANDO DE LA ACCIÓN INTERNACIONAL												FORTALECER EL SISTEMA DE GOBERNANZA INTERNA											
ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN																																																
COMUNICACION INTERNA	Reunión estratégica semanal	<p>Elaboración de la reunión estratégica semanal de la Consejería por la semana, hacer seguimiento a las acciones en curso, fortalecer la atención interna y promover la participación de la ciudadanía. Resultados esperados: Claridad en las prioridades, atención interna, seguimiento efectivo, puntualidad en comunicación y estabilidad estratégica.</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p> <p>Asesor: Metodología de comunicación interna de la CDH</p>																																															
	Comité autogestivo (Ciclo de talleres Narrativa estratégica y visualización)	<p>Elaboración de la comunicación interna de la Consejería atendiendo a los fundamentos de la narrativa estratégica, incorporando el tipo de información interna y externa, promoviendo la estabilidad institucional y fortaleciendo a los colaboradores para que eleven niveles de comunicación y sean más activos desde su rol. Resultados esperados: Fortalecimiento de la narrativa interna, mejora en el tipo de comunicación, mayor puntualidad, incremento en la actividad institucional y relaciones horizontales.</p> <p>Asesor: El equipo de Comunicación de la Consejería</p> <p>Asesoría: Talleres cada dos meses (Bimestral)</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: 20 miembros del comité de autogestión</p> <p>Asesor: Metodología de comunicación interna de la Consejería</p> <p>Asesor 2: Metodología del ciclo de talleres bimestrales</p>																																															
	Kit de comunicación interna	<p>Presentar el kit en primer taller (Comité de autogestión)</p> <p>Objetivo: Crear herramienta como guía, base clara y sencilla de métodos para facilitar el uso de la narrativa</p> <p>Contenido: Digital (PDF) y físico</p> <p>Formato: Mensaje clave de la Consejería</p> <p>Participantes: Comité de autogestión</p> <p>Asesor: Metodología de comunicación interna de la Consejería</p> <p>Asesor 2: Metodología de comunicación interna de la Consejería</p>																																															
	Canal de reporte de acciones y logros	<p>Objetivo: Tener un espacio institucional para que los colaboradores reporten sus acciones y muestran avances, impacto y rol de la narrativa</p> <p>Formato: Formato digital estandarizado para enviar en las reuniones bimestrales</p> <p>Asesor: 4: Manera sencilla de acciones - plantilla de este documento, de Excel</p>																																															
'COMUNICACION ALIADOS (DISTRITO, LOCALES E INTERNACIONALES)	Kit de comunicación para aliados	<p>Elaborar el kit de comunicación para aliados (mensaje escrito con audio)</p> <p>Objetivo: Promover conocimiento sobre el rol de la narrativa interna para que los aliados conozcan el rol de la narrativa y puedan utilizar para comunicar mensajes clave y alineados con la narrativa. Estrategia de Promoción de Buenos Hábitos de Bogotá</p> <p>Contenido: Carta institucional y acceso a la internacionalización de Bogotá con la narrativa y mensajes clave.</p> <p>Participantes: Buenos Hábitos de Bogotá</p> <p>Formato: Para redes sociales y comunicación de prensa sobre el resultado.</p> <p>Recursos: Oficios (Bogotá, infographic, video)</p> <p>Asesor: 5: Kit de comunicación para aliados</p>																																															
	Equipo en cumbre internacionales (temática)	<p>Objetivo: Fortalecer el rol de la Consejería Central de Relaciones Internacionales, unidades y/o equipos de trabajo en la comunicación interna y generar alianzas entre aliados estratégicos y actores involucrados para fortalecer los logros y avances de la internacionalización de Bogotá.</p> <p>Metodología: Investigación por sesión</p> <p>Formato: Temático</p> <p>Objetivo: Temático (diferenciado) o virtual en caso de limitaciones</p> <p>Asesor: Equipo de comunicación y atención, con un tiempo reservado para taller y presentación</p> <p>Asesor 2: Metodología de reunión temática</p>																																															
	Reuniones de sensibilización y educación con actores sectoriales y entidades	<p>Objetivo: Fortalecer el rol de la Consejería, la importancia de la participación de aliados y su impacto en la internacionalización de Bogotá. Objetivos: Fortalecer y/o presenciar con representantes de entidades</p> <p>Contenido: Introducción a la narrativa estratégica y el mensaje clave: "Abrimos la puerta para el mundo" de buena calidad al mundo y recibir el mejor del mundo"</p> <p>Formato: Taller</p> <p>Participantes: Temático (Capítulo de 3 a 5 funcionarios)</p> <p>Asesor: 7: Metodología reunión temática con aliados</p>																																															
	Identificación de voceros aliados	<p>Objetivo: Identificar representantes clave en entidades estatales, internacionales, académicas y empresariales, que sean aliados de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Asesor: 8: Metodología identificación de voceros aliados</p>																																															
COMUNICACION CIUDADANA (ACCIONES DE MAYOR ALCANCE)	Acciones de visibilización corporativa (Recorridos con aliados)	<p>Objetivo: Destacar el impacto de los aliados y promover la narrativa de la internacionalización como un valor colectivo</p> <p>Formato: Recorridos por proyectos asociados con los aliados y acompañar en redes sociales con testimonios de aliados y casos de éxito</p> <p>Asesor: 9: Recorridos con aliados</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Asesor 2: Campaña de visibilización corporativa - recorridos aliados</p>																																															
	"Presentación del portafolio de bienes prácticos, temáticas, creativas y situaciones innovadoras"	<p>Objetivo: Comunicar digitalmente con los sectores del Distrito y la integración de actores internacionales</p> <p>Formato: Presentación digital</p> <p>Asesor: 10: Presentación digital</p> <p>Asesor 2: Presentación digital</p>																																															
	"Comunicar el impacto de relaciones con actores internacionales y de cooperación internacional"	<p>Objetivo: Comunicar digitalmente con los sectores del Distrito y la integración de actores internacionales</p> <p>Formato: Presentación digital</p> <p>Asesor: 11: Presentación digital</p> <p>Asesor 2: Presentación digital</p>																																															
	"Comunicar acción internacional de Bogotá. Objetivo: Generar conversación"	<p>Objetivo: Comunicar digitalmente con los sectores del Distrito y la integración de actores internacionales</p> <p>Formato: Presentación digital</p> <p>Asesor: 12: Presentación digital</p> <p>Asesor 2: Presentación digital</p>																																															
LOGROS EN SECTORES ESTRATÉGICOS	Educación	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	Cultura	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	Desarrollo económico	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	TIC	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
ACCIONES CLAVE DE LA CDH	Mayor	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	Habitat (Agua)	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	Seguridad	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															
	Reuniones estratégicas	<p>Objetivo: Fortalecer los logros de los sectores estratégicos aliados con la narrativa de la internacionalización de Bogotá</p> <p>Formato: Presencial</p> <p>Participantes: Todos los integrantes de la Consejería</p>																																															



(OPCIONALES) ACCIONES ADICIONES PARA EL PLAN DE COMUNICACIONES CONSEJERÍA DISTRITAL DE RELACIONES INTERNACIONALES

(OPCIONALES) ACCIONES ADICIONES PARA EL PLAN DE COMUNICACIONES CONSEJERÍA DISTRITAL DE RELACIONES INTERNACIONALES

ACCIONES POR REALIZAR			ENERO					FEBRERO					MARZO					ABRIL					MAYO					JUNIO					JULIO					AGOSTO					SEPTIEMBRE					OCTUBRE					NOVIEMBRE					DICIEMBRE				
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
COMUNICACIÓN INTERNA	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	OFRECER RECURSOS Y EXPERIENCIAS					DEMANDAR RECURSOS Y EXPERIENCIAS					COMUNICAR LA ACCIÓN INTERNACIONAL					FORTALECER EL SISTEMA DE GOBERNANZA INTERNA																																												
	Boletín interno mensual	Objetivo: Mantener a los funcionarios informados sobre los hitos comunicativos, mensajes clave y resultados destacados. Contenido: Resumen de las principales acciones de la Consejería. Noticias de alto impacto y cómo se alinean con la estrategia. Reconocimiento a funcionarios destacados en comunicación.																																																												
	Reconocimiento de logros	Objetivo: Destacar el impacto de la Consejería en Bogotá e impactar positivamente en los funcionarios. Contenido: Noticias de éxito de la Consejería, logros colectivos y logros individuales. Formato: Presentación de los logros más destacados individualmente o por equipos en 5 minutos. Evento interno de una hora o hora y media. Frecuencia: Cada semestre.																																																												
"COMUNICACIÓN ALIADOS (DISTRITO, LOCALES E INTERNACIONALES)"	Rit de comunicación para aliados Espacio en comités intersectoriales (Distrital) Reuniones de sensibilización y alineación con enlaces sectoriales y entidades Identificación de voceros aliados Acciones de visibilización conjunta (Recordatorios con aliados)	Objetivo: Conversar con los aliados sobre la importancia de la comunicación para la internacionalización de las ciudades. Contenido: Paneles sobre el impacto de comunicaciones en la internacionalización. Invitados o invitados especiales con trayectoria internacional en comunicación de ciudades. Presentación de casos de éxito. Reconocimiento público de aliados. Incentivar la participación activa destacando el aporte de los aliados en la internacionalización.																																																												



5. Anexos Plan de comunicaciones 2025

Foto por: wirestock
elements.envato.com



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ

Anexo 1: Reunión estratégica semanal

Objetivos

- Identificar acciones clave de la Consejería para la semana siguiente: Determinar actividades estratégicas y operativas que requieren visibilidad o comunicación.
- Hacer seguimiento a las acciones en curso: Revisar avances, identificar logros y desafíos en las actividades previamente definidas.
- Fortalecer la alineación interna: Garantizar que todos los miembros estén actualizados, alineados con la narrativa y los objetivos estratégicos de la Consejería.
- Promover la proactividad en la comunicación: Motivar a los equipos a informar sobre actividades relevantes y a contribuir al posicionamiento de Bogotá Internacional.

Estructura de la reunión

Duración: 1 hora

Formato: Presencial

Participantes: Todos los integrantes de la Consejería

Metodología

1. Preparación previa (Opcional)

Responsable: Cada integrante del equipo debe compartir un resumen de sus actividades relevantes antes de la reunión, utilizando una plantilla estandarizada virtual que incluya:

Título de la actividad, fecha y lugar, aliados involucrados, objetivo de la actividad, relevancia estratégica (conexión con las líneas de acción) y avances.

2. Gestión de la reunión:

Moderación: El equipo de comunicaciones lidera la reunión, con la Consejera(o) interviniendo en puntos estratégicos o de alineación.

3. Revisión:

Formato virtual para visualizar los temas en tiempo real.
Registro de compromisos y acuerdos para su seguimiento.

Agenda

I. Apertura (5 minutos)

Moderador: Miembro del equipo de comunicaciones.

Contenido:

Bienvenida.

Resumen de los objetivos de la reunión.

Revisión breve de los temas destacados de la semana anterior.

II. Presentación de acciones clave (30 minutos)

Objetivo: Identificar actividades relevantes de la semana y priorizarlas para comunicación.

Formato: Cada integrante tiene 2 minutos para presentar sus acciones clave de la semana, siguiendo la plantilla estandarizada.

El equipo de comunicaciones toma nota de información adicional de las actividades prioritarias para comunicación y consulta ¿qué apoyo comunicativo se requiere? solo si aplica

III. Seguimiento de acciones en curso (15 minutos)

Objetivo: Revisar avances de actividades estratégicas y abordar desafíos.

Formato:

Breves actualizaciones de las actividades relevantes en curso.

Resolución de dudas o ajustes necesarios.

Ejemplo:

“¿Qué avances tenemos en la firma del acuerdo con [actor internacional]? ¿Qué mensajes clave debemos reforzar?”



IV. Planificación comunicativa (5 minutos)

Objetivo: Definir las prioridades comunicativas para la semana.

Selección de actividades que se comunicarán en redes sociales, medios o canales internos.

Identificación de voceros o responsables de comunicación para cada actividad.

V. Cierre y compromisos (5 minutos)

Moderador: Equipo de comunicaciones.

Contenido:

Resumen de las decisiones tomadas y actividades priorizadas.

Confirmación de responsabilidades asignadas.

Despedida y motivación para continuar construyendo una Bogotá Internacional.

Recomendaciones para el éxito de la reunión

- **Tiempo y enfoque:** Respetar la duración de 1 hora y evitar desvíos temáticos.
- **Participación activa:** Fomentar la intervención de todos los integrantes para asegurar una visión integral.
- **Uso de tecnología:** Utilizar herramientas digitales para registro y seguimiento en tiempo real (ej. Google Docs, grabación de las sesiones...).
- **Seguimiento posterior:** Compartir un resumen ejecutivo de la reunión con todos los participantes para garantizar claridad en los acuerdos.



Anexo 2: Ciclo de talleres con equipo interno (Bimestral)

Objetivo

Fortalecer la comunicación interna de la Consejería, alineando a los funcionarios con la narrativa estratégica, mejorando el flujo de información interna y externa, promoviendo la visibilidad institucional y empoderando a los equipos para que sean activos en la comunicación.

Estructura general del ciclo de talleres

Duración total: 6 talleres de 30 minutos

Formato: Presencial

Participantes: Todos los integrantes de la Consejería

Metodología de los talleres

Preparación previa

Responsable: Equipo de comunicaciones.

Materiales: Presentaciones, casos prácticos, plantillas de ejercicios y herramientas digitales.

Durante el Taller

Facilitador: miembro del equipo de comunicaciones.

Formato: Combinación de presentaciones breves y discusión abierta corta.

Seguimiento

Compartir un resumen ejecutivo del taller con los participantes.

Enviar tareas prácticas para reforzar el aprendizaje (ej. publicar campaña institucional en LinkedIn, completar la matriz de gestión...).

Temas de los talleres

Taller 1: Sensibilización y alineación estratégica

Objetivo: Alinear a los funcionarios con la narrativa estratégica, el mensaje clave y el rol de la Consejería como articuladora de la internacionalización de Bogotá.

Contenidos:

- Justificación de la narrativa y mensaje clave
- Elementos centrales de la narrativa
- Mensaje clave
- Conexión entre la gestión de la Consejería y las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización



Taller 2: Entendiendo flujo de información interna

Objetivo: Mejorar el flujo de información interna, asegurando que el equipo de comunicaciones reciba datos relevantes para alimentar la narrativa.

Contenidos:

- Cómo identificar y reportar logros, avances y aliados.
- Introducción a la matriz de gestión de actividades para sistematizar información.
- Ejemplos de casos exitosos compartidos en la matriz para que los funcionarios sean capaces de reportar información clave de manera estructurada y eficiente.
- Importancia del feedback continuo en la comunicación interna.

Taller 3: Empoderamiento en comunicación

Objetivo: Sensibilizar a los funcionarios sobre su papel como comunicadores activos en sus roles diarios.

Contenidos:

- Estrategias para visibilizar la Consejería a través de las actividades cotidianas. Enseñar a los funcionarios cómo integrar la comunicación estratégica en sus actividades diarias. La idea es que identifiquen los momentos clave (acción, reunión, o logro de los funcionarios) para que contribuyan a la narrativa general de la Consejería y a su posicionamiento como líder en la internacionalización de Bogotá.
- Uso estratégico de canales digitales personales (en especial LinkedIn) para que los funcionarios sean proactivos en comunicar logros y actividades en sus redes profesionales.
- Ejemplo de publicaciones efectivas: cómo compartir logros propios y de la Consejería y cómo interactuar y generar interacciones. Ejemplo: Comentar y compartir publicaciones de aliados estratégicos o del perfil institucional de la Consejería.
- Definir qué se está esperando en comunicaciones de cada persona del equipo.

Taller 4: Visibilidad institucional y fortalecimiento de relaciones

Objetivo: Reforzar la visibilidad de la Consejería y mejorar las relaciones con aliados y enlaces sectoriales.

Contenidos:

- Cómo proyectar el impacto de las acciones de la Consejería en el marco de la internacionalización. Explicar que no se trata solo de informar actividades, sino de mostrar cómo generan valor tangible para Bogotá y sus ciudadanos ¿Qué impacto genera esta acción? ¿Cómo beneficia a la ciudadanía o los sectores estratégicos? ¿Qué cifras o historias pueden reforzar el mensaje?



- Promover los mensajes compartidos con aliados estratégicos. Explicarles la importancia.
- Fortalecer las relaciones: Reconocer públicamente el rol y las contribuciones de los aliados y enlaces sectoriales en las acciones de la Consejería; visibilizar objetivos compartidos; generación de beneficios compartidos (Mostrar cómo participar en la comunicación conjunta les beneficia a ellos y a sus sectores); establecer relaciones cercanas y mantener una comunicación fluida y accesible para coordinar las acciones comunicativas -definir canales si hacen falta-; facilitar recursos de comunicación; invitarlos a planear; y abrir espacios de co-creación para apoyar las iniciativas de los aliados o conjuntas.
- Casos de éxito: Ejemplos de colaboraciones exitosas entre instituciones.

Taller 5: Promoviendo la comunicación digital

Objetivo: Fomentar el uso de herramientas digitales para amplificar los mensajes de la Consejería y sus logros.

Contenidos:

- Introducción a herramientas y métricas de comunicación digital (ej. LinkedIn Analytics). Ejemplo práctico: Analizar una publicación exitosa de la Consejería para entender qué funcionó.
- Mejores prácticas para la creación de contenido visual y narrativo. Enseñar a los funcionarios cómo redactar mensajes claros y atractivos, complementados con contenido visual simple pero efectivo. Estructura básica de una publicación: Título llamativo que resalte el logro o la acción, descripción breve, invitar a interactuar o compartir, etiquetar a las organizaciones y personas. Frecuencia de publicaciones (Una vez por semana sobre temas relevantes).
- Campañas digitales internas: cómo compartir logros de manera consistente. Sincronización con las campañas institucionales: Uso de hashtags oficiales. Ejemplos concretos de campañas recientes de la Consejería.

Taller 6: Evaluación y proyección

Objetivo: Evaluar el impacto de los talleres y proyectar las estrategias de comunicación interna y externa para 2026.

Contenidos:

- Reconocimiento de logros de casos de éxito y en general a todos los participantes.
- Revisión de avances en comunicación interna.
- Identificación de áreas de mejora y retos pendientes.
- Definición de metas compartidas para el próximo año.



Anexo 3: Kit de comunicación interna

Objetivo del Kit:

Este kit está diseñado para que todos los colaboradores de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) se conviertan en comunicadores activos y efectivos de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá. A través de herramientas prácticas y ejemplos claros, buscamos fortalecer su capacidad de visibilizar sus acciones, conectar con aliados y promover la narrativa estratégica en sus interacciones diarias y profesionales.

3.1 Introducción

¿Por qué es importante el kit? Una comunicación activa y alineada permite:

- Mostrar el impacto de las acciones de la Consejería en Bogotá y su ciudadanía.
- Crear un entendimiento compartido de la internacionalización como un proyecto colectivo.
- Generar mayor confianza y colaboración con aliados sectoriales e internacionales.
- Posicionar a Bogotá como una ciudad global en constante transformación.

“Cada uno de ustedes es un promotor de la internacionalización de Bogotá. Con sus acciones y comunicaciones, fortalecen nuestra visión de abrir puertas al mundo.”

Pasos prácticos para implementar este Kit

1. Reconoce tu rol como comunicador activo

¿Qué hacer?

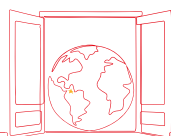
Piensa en cada tarea, reunión o proyecto como una oportunidad para comunicar la misión y logros de la Consejería.

Considera cómo tu trabajo diario conecta con el mensaje clave:

“Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo.”

¿Cómo implementarlo?

Dedica unos minutos al final de tu jornada para identificar una acción o logro que podría ser compartido con el equipo o aliados.



2. Adopta la narrativa estratégica como guía

¿Qué hacer?

Familiarízate con la narrativa estratégica y úsala como base para hablar sobre tu trabajo.

Ejemplo práctico: Si estás trabajando en un proyecto con una embajada, enfoca tu comunicación en cómo esta colaboración mejora la calidad de vida en Bogotá.

¿Cómo implementarlo?

Antes de una reunión o interacción, revisa cómo el proyecto conecta con las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización.

3. Comparte información clave con el equipo de Comunicaciones

¿Qué hacer?

Siempre que completes una acción relevante, informa al equipo de comunicaciones sobre:

¿Qué se logró?

¿Quién participó?

¿Qué impacto tiene?

¿Cómo implementarlo?

Usa las reuniones estratégicas semanales con el equipo de comunicaciones y la Consejera(o) y/o la plantilla o matriz simple proporcionada para reportar información en un formato claro y consistente.

4. Fortalece tu visibilidad como promotor

¿Qué hacer?

Aprovecha oportunidades en tus redes profesionales (LinkedIn) y reuniones con aliados para amplificar los mensajes de la Consejería.

¿Cómo implementarlo?

Publica logros en tus redes utilizando mensajes claros y atractivos.

Ejemplo: “Hoy dimos un paso importante hacia la sostenibilidad en Bogotá gracias a nuestra alianza con [aliado].”

Usa hashtags como: **#BogotaInternacional #RelacionesInternacionales #PuertasAbiertas.**

“Cada palabra, acción y mensaje cuenta. Este kit te da las herramientas para convertirte en el comunicador activo que Bogotá necesita.”

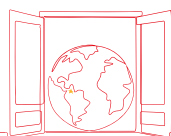


3.2 Narrativa y mensaje clave

La narrativa es el eje central que guía todas las comunicaciones y su estructura coherente, efectiva y diplomática posiciona a la Consejería como un líder articulador y gestor en la internacionalización de Bogotá con un impacto claro en la ciudadanía, fortaleciendo las relaciones con aliados estratégicos y construyendo una comunicación colaborativa.

Elementos centrales

- **Impacto o beneficios a la ciudadanía:** La comunicación debe priorizar mostrar cómo las acciones internacionales mejoran la vida cotidiana de los ciudadanos y a quiénes.
- **Abrir puertas:** Resaltar el rol de la CDRI como facilitador de oportunidades para Bogotá y sus habitantes, estableciendo alianzas y proyectando la ciudad como un actor relevante en el ámbito internacional.
- **Dar y recibir:** Destacar las acciones en doble vía de la internacionalización donde Bogotá aporta al mundo sus mejores prácticas, mientras recibe recursos y conocimientos globales.
- **Bogotá Internacional:** Comunicar que Bogotá no solo participa, sino que lidera en el escenario global, con acciones que posicionan a la ciudad como una capital de innovación, sostenibilidad y cultura.
- **Trabajo en equipo:** Resaltar que la internacionalización es un proyecto de todo el Distrito, enfatizando la articulación/gestión entre la Consejería, sectores de distrito y actores internacionales con el fin de garantizar una gestión efectiva de las relaciones internacionales, y cómo esto beneficia a toda la ciudad. Foco en la construcción de relaciones basadas en objetivos comunes y beneficios compartidos.
- **Liderazgo en articulación:** La CDRI actúa como puente, facilitando el diálogo y la cooperación entre actores locales e internacionales.



Mensaje clave

“Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo. Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional, creando alianzas y compartiendo oportunidades”.

El mensaje logra describir el propósito de la Consejería y de la Estrategia de Relaciones Internacionales de Bogotá 2024-2027 de forma sencilla, clara y emotiva. Este debe ser utilizado como referencia para cualquier tipo de comunicación interna o externa y facilita que cualquier audiencia (ciudadanos, aliados técnicos, entidades públicas) comprenda la labor de la Consejería y el impacto de su trabajo. Descripción:

“Abrimos las puertas”: Conecta directamente con el objetivo general de la estrategia, que es posicionar a Bogotá como una ciudad de puertas abiertas al mundo, reflejando accesibilidad, inclusión y proyección internacional.

“Ofrecer lo mejor de la nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo”: Resalta el enfoque en doble vía de la estrategia para el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, alineándose con las líneas de acción de Ofrecer recursos y experiencias locales hacia el mundo y Demandar recursos y experiencias internacionales.

“Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional”: Refuerza el compromiso activo y el liderazgo de la CDRI para promover el trabajo en equipo y la articulación/gestión entre sectores y actores internacionales, vincula la internacionalización con beneficios concretos y el propósito de resolver problemas y evidencia su esfuerzo en la internacionalización de la ciudad y su objetivo de proyectarla como un referente global.

“Creando alianzas y compartiendo oportunidades”: Explica de manera sencilla y clara el papel de la Consejería como articulador clave, destacando que una de sus labores importantes es la construcción de relaciones estratégicas y la generación de valor compartido.



Conexión entre la gestión de la Consejería y la Estrategia de Internacionalización

Asociación con las áreas estratégicas: Relacionar cada actividad con una o varias de las cuatro líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización y resaltar cómo las iniciativas específicas de la CDRI contribuyen directamente a una o más:

- Demandar recursos y experiencias internacionales.
- Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo.
- Fortalecer el sistema de gobernanza internacional.
- Comunicar la acción internacional de Bogotá.

Narrativa coherente: Utilizar una narrativa que evidencie la alineación de las actividades diarias con los objetivos estratégicos a largo plazo. Ejemplos:

- Para Demandar recursos y experiencias internacionales: “A través de alianzas estratégicas, Bogotá asegura la transferencia de tecnología e inversión para proyectos de transporte y energía limpia que benefician directamente a los ciudadanos.”
- Para Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo: “Bogotá comparte su riqueza cultural y académica con el mundo, promoviendo talentos locales en escenarios internacionales.”
- Para Fortalecer el sistema de gobernanza internacional: “Como ciudad global, Bogotá lidera en temas de cooperación y se consolida como un actor clave en la agenda de sostenibilidad urbana.”
- Para Comunicar la acción internacional: “Informar y acercar a la ciudadanía al impacto tangible de nuestras acciones internacionales es parte de nuestro compromiso con la transparencia y el desarrollo.”

Seguimiento y sostenimiento de la comunicación de hitos o acciones clave

- Los hitos de comunicación no deben ser eventos aislados, sino momentos que generen una conversación continua. Es clave que cada avance, resultado o acción posterior a un hito sea comunicado para mantener el interés y la relevancia.
- Elegir y darle continuidad también a acciones relevantes de la CDRI.
- Aprovechar temas coyunturales para conectar los hitos. Ejemplo: Destacar los proyectos que ha gestionado la Consejería



Articulación con entidades distritales y aliados internacionales:

- Buscar acuerdos o crear contenidos compartidos que las entidades distritales y aliados internacionales con los cuales trabaja proyectos la Consejería para amplificar la gestión y resultados.
- Apoyar la gestión de encuentros entre el equipo de comunicaciones de la Consejería y los enlaces y equipos de comunicación en entidades distritales y aliados internacionales para fortalecer la comunicación de proyectos conjuntos (Depende de la importancia del proyecto o del aliado).

3.3 Herramientas prácticas

3.3.1. Guía para la comunicación de logros

Incorporar la narrativa en las comunicaciones diarias

- ¿Cómo identificar logros clave?

Preguntas para reflexionar:

1. ¿Cómo impacta esta acción a la ciudadanía o a un sector?

Ejemplo: Un acuerdo con una agencia internacional mejora el acceso al agua potable en comunidades vulnerables.

2. ¿Qué aliados participaron y qué rol jugaron?

Ejemplo: La Embajada de Japón financió y brindó asistencia técnica para el proyecto.

3. ¿Cómo conecta este logro con las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización?

Ejemplo: Esta acción se alinea con “Demandar recursos y experiencias internacionales.”

- Plantilla de comunicación de logros

1. Acción:

Describe brevemente la actividad.

Ejemplo: “Firma de un acuerdo con la Embajada de Japón para la implementación de sistemas de riego inteligentes.”



2. Impacto:

Detalla los beneficios concretos y medibles.

Ejemplo: “Beneficiará a 10.000 agricultores bogotanos, incrementando su productividad y acceso al agua.”

3. Aliados:

Menciona quiénes participaron y su contribución.

Ejemplo: “La Embajada financió el proyecto y brindó asistencia técnica; la Secretaría de Desarrollo Rural coordinó la implementación local.”

- Usar el mensaje clave como base para crear mensajes personalizados

¿Qué hacer?

Adapta el mensaje clave a las acciones específicas que realices, asegurando que siempre refleje el espíritu de “Puertas Abiertas.”

Ejemplo práctico:

Acción: Proyecto de cooperación técnica en educación.

Mensaje personalizado: “Gracias a nuestras alianzas internacionales, estamos mejorando el acceso a la educación en Bogotá, ofreciendo lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibiendo conocimientos innovadores para beneficiar a nuestros jóvenes.”

Ejercicios prácticos

1. Reconoce las conexiones con la narrativa

Paso 1: Identifica una actividad que realizaste en la última semana

Paso 2: Responde estas preguntas:

¿Cómo conectó esta actividad a Bogotá con el mundo?

¿Qué impacto positivo generó para la ciudad o la ciudadanía?

Paso 3: Redacta un mensaje corto utilizando la narrativa estratégica.

Ejemplo:

Acción: Firma de un acuerdo para cooperación técnica en agua potable.

Mensaje: “Con este acuerdo, Bogotá fortalece su red internacional para garantizar agua potable a miles de ciudadanos, conectando lo mejor de nuestra ciudad con el mundo.”



2. Práctica de adaptación del mensaje clave

Paso 1: Toma el mensaje clave original.

Paso 2: Adáptalo al contexto de una actividad concreta.

Ejemplo:

Actividad: Presentación del portafolio de talentos de Bogotá.

Relaciona tu actividad con “ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo” o “recibir lo mejor del mundo.”

Mensaje adaptado: “Hoy abrimos las puertas al talento bogotano en el mundo, mostrando lo mejor de nuestra ciudad en escenarios internacionales y creando oportunidades para nuestros ciudadanos.”

3.3.2 Herramientas para comunicación en redes personales

- Recomendaciones para LinkedIn

1. Optimización del perfil profesional:

Descripción del Rol:

Incluye tu posición en la Consejería y cómo contribuyes a la internacionalización de Bogotá.

Ejemplo: “Especialista en relaciones internacionales, conectando a Bogotá con aliados globales para generar oportunidades y transformar vidas.”

Foto profesional: Una imagen nítida y profesional que refleje tu rol institucional.

2. Publicación estratégica:

Destaca logros con un lenguaje claro y positivo.

Ejemplo:

“Hoy avanzamos en la movilidad sostenible de Bogotá gracias a nuestra alianza con [organización]. Este es un paso más hacia una ciudad global y sostenible.”

Incluye un llamado a la acción cuando sea posible: “Descubre más sobre este proyecto en nuestras redes institucionales.”

3. uso de hashtags y menciones:

Usa hashtags relevantes: **#BogotáInternacional #RelacionesInternacionales #PuertasAbiertas.**

Etiqueta o menciona aliados, instituciones o personas involucradas para ampliar el alcance.

- Plantilla sugerida para publicaciones



1. Título:

Ejemplo: “Bogotá avanza con alianzas internacionales en educación.”

2. Descripción:

Ejemplo: “Gracias a nuestra colaboración con [organización], implementamos un programa de becas que beneficiará a más de 500 jóvenes bogotanos.”

3. Hashtags:

Ejemplo:

#EducaciónGlobal

#BogotáInternacional #AlianzasQueTransforman.

3.3.3 Materiales (promover con el equipo de comunicaciones)

- Infografías

Contenido:

Ejemplo: “4 logros clave de la Consejería en el último trimestre.”

Cooperación en agua potable: +10,000 beneficiados.

Programa de becas con la UE: 500 estudiantes apoyados.

Acuerdo de movilidad sostenible con Japón: -15% de emisiones en corredores clave.

Participación en foro internacional: Representación destacada de Bogotá.

- Mensajes clave para aliados

Cómo adaptarlos:

Ajustar el lenguaje según el público (embajadas, agencias de cooperación, sector privado).

Relacionar los logros con el impacto colectivo.

Ejemplo: “Junto a la Embajada de Alemania, avanzamos en la implementación de tecnologías limpias que benefician la movilidad en Bogotá y contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.”



3.4 Rol activo en comunicación conjunta

Propósito: Participación activa de los colaboradores de la Consejería en la comunicación conjunta, fortaleciendo las relaciones con aliados estratégicos y fomentando una cultura de colaboración interna y externa para amplificar la acciones.

3.4.1 Fortalecimiento de relaciones con aliados

¿Qué hacer?

1. Identificar aliados estratégicos

Revisa cuáles son los aliados clave con quienes trabajas regularmente (embajadas, agencias de cooperación, entidades distritales).

Ejemplo: Si trabajas en un proyecto de movilidad, identifica a la embajada o agencia de cooperación involucrada.

2. Recopilar información relevante:

¿Qué rol juegan los aliados en el proyecto?

¿Qué logros conjuntos pueden destacarse?

¿Cómo beneficia esta colaboración a Bogotá y sus ciudadanos?

3. Compartir mensajes claros:

Usa la estructura de la narrativa y el mensaje clave de la Consejería adaptado al contexto de la colaboración.

Ejemplo de mensaje para un aliado: “Junto a la Embajada de Canadá, implementamos tecnologías sostenibles en el sistema de transporte público, conectando a Bogotá con soluciones innovadoras.”

4. Herramienta:

Mensajes compartidos con aliados.

Ejemplo de correo para agradecer y proponer co-comunicación de logros:

“Gracias por su apoyo en [proyecto]. Sería valioso comunicar conjuntamente los logros alcanzados para visibilizar el impacto de esta alianza en Bogotá. Compartimos un mensaje clave que puede ser útil para sus canales.”



3.4.2 Dinámicas para incentivar la participación

¿Qué hacer?

1. Promover la comunicación activa:

Comparte logros relevantes con el equipo de comunicaciones para que sean difundidos en los canales institucionales.

Participa en reuniones o eventos donde se resalten las colaboraciones con aliados.

2. Dinámicas internas para promover colaboración

¿Qué hacer?

1. Promover reuniones conjuntas con aliados con el apoyo del equipo de comunicaciones de la CDRI:

Gestiona encuentros informales con aliados para revisar avances y discutir estrategias de comunicación conjunta.

Lleva ejemplos de cómo otros aliados han trabajado en la narrativa de Bogotá Internacional.

3. Iniciativas colectivas:

Identificar, con el apoyo del equipo de comunicaciones, campañas temáticas con aliados, como por ejemplo “Bogotá innovadora en sostenibilidad.”

Identificar e invitar a aliados a participar en hitos de comunicación planificados por la Consejería.

“Todos somos responsables de fortalecer las relaciones y amplificar la visión de Bogotá Internacional. Tu participación activa no sólo visibiliza tu trabajo, sino que potencia el impacto de nuestra Consejería.”



3.5 Uso del kit

¿Cómo Implementarlo?

1. Revisar las herramientas cada vez que se deba comunicar una acción o logro.

Antes de redactar o comunicar un logro, consulta las plantillas y ejemplos del kit.

Pasos prácticos:

- Identifica el tipo de acción: ¿es un logro sectorial, una colaboración con aliados, o un impacto ciudadano?
- Usa la plantilla de comunicación de logros para estructurar el mensaje.
- Verifica que el mensaje esté alineado con la narrativa estratégica y el mensaje clave: “Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo. Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional, creando alianzas y compartiendo oportunidades”.

2. Coordinar con el equipo de comunicaciones para asegurar alineación narrativa

Comunica al equipo de comunicaciones cualquier acción, logro o evento relevante.

¿Cómo hacerlo?

- Envía un resumen de la actividad siguiendo la estructura del kit:
 - Acción realizada.
 - Impacto generado.
 - Aliados involucrados.
- Solicita retroalimentación si tienes dudas sobre cómo enmarcar el mensaje.
- Participa en las reuniones semanales estratégicas para priorizar los mensajes clave.

3. Compartir materiales y logros relevantes en reuniones internas y externas

Usa el kit como apoyo en reuniones.

¿Qué hacer?

En reuniones internas:

Presenta logros recientes de tu área utilizando las plantillas del kit.

Comparte cómo tu trabajo contribuye a la narrativa estratégica.



En reuniones externas (con aliados o enlaces sectoriales):

Muestra infografías o resúmenes de impacto.

Refuerza la narrativa de colaboración:

Ejemplo: “Este logro fue posible gracias al trabajo conjunto entre la Consejería y [aliado].”

“El éxito de nuestra comunicación depende de cada uno de nosotros.”



Anexo 5: Kit de comunicación para aliados

“Gracias por ser parte de nuestra visión de Bogotá como una ciudad global. Nuestro trabajo en equipo con los aliados, en beneficio de quienes vivimos en la ciudad, tiene como objetivo transformar vidas y generar oportunidades. Por ello, es fundamental fortalecer nuestra relación para comunicar nuestras acciones y logros conjuntos.”

Rol de la Consejería

La Consejería Distrital de Relaciones Internacionales es el articulador y gestor estratégico que conecta a Bogotá con el mundo.

- Qué significa ser articulador:
 - Facilitar relaciones y alianzas entre actores locales e internacionales.
 - Integrar recursos, conocimientos y experiencias globales para beneficiar a la ciudad y su ciudadanía.
 - Proyectar a Bogotá como una ciudad global, abierta e innovadora.

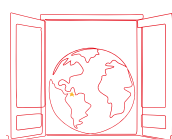
Trabajamos para maximizar el impacto de la internacionalización en cuatro líneas de acción:

1. Demandar recursos y experiencias internacionales.
2. Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo.
3. Fortalecer el sistema de gobernanza internacional del distrito.
4. Comunicar la acción internacional de Bogotá.

Comunicación con nuestros aliados

Qué significa para los aliados:

- Ustedes son socios estratégicos en la construcción de una Bogotá Internacional.
- Sus contribuciones son esenciales para que esta narrativa cobre vida, mostrando cómo sus acciones generan impacto local y fortalecen las conexiones globales de la ciudad.
- Impacto conjunto:
- Cuando trabajamos juntos, logramos hitos importantes, transformamos vidas, generamos oportunidades y posicionamos a Bogotá como una ciudad global.



¿Cómo se comunica la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales?

“Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo. Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida de los que vivimos en la ciudad y construir una Bogotá Internacional, creando alianzas y compartiendo oportunidades.”

Narrativa conjunta:

- Nuestros aliados son protagonistas:

“Abrimos las puertas”:

- Los aliados son quienes contribuyen a Bogotá a abrir estas puertas mediante acuerdos, proyectos y colaboraciones.

“Ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo”:

- Ustedes son clave para exportar el talento, la cultura y las soluciones bogotanas, al tiempo que nos traen innovaciones y recursos globales.

“Trabajamos uniendo fuerzas para mejorar la calidad de vida”:

- Destacamos el trabajo conjunto y cómo sus acciones contribuyen directamente al bienestar de los ciudadanos.

“Creando alianzas y compartiendo oportunidades”:

- Ustedes son clave como gestores de los proyectos conjuntos y cómo generamos valor compartido.

- Queremos mostrar sus logros:

Reconocimiento público:

- Queremos destacar su papel en cada proyecto y cómo sus contribuciones impactan positivamente a la ciudadanía.

Visibilidad conjunta:

- Trabajaremos para que sean reconocidos por sus aportes en las comunidades, en redes internacionales y con diferentes audiencias clave.



Vocería compartida:

- Ustedes son la voz global y/o local de las acciones que transforman vidas en Bogotá.

Construcción de confianza:

- Su presencia activa en la comunicación fortalece la credibilidad de los logros y motiva a otros actores a sumarse.

Propuestas de Co-Comunicación

- Trabajaremos juntos en la difusión de logros: desde comunicados de prensa conjuntos hasta campañas en redes sociales.

- Protagonismo activo

Compartir historias:

- Ayúdenos a visibilizar su papel enviándonos detalles sobre cómo sus contribuciones han impactado los proyectos conjuntos.

Ser voceros activos:

- Utilicen sus redes internas y externas para amplificar los mensajes clave de los proyectos.

Proponer iniciativas conjuntas:

- Su experiencia y conocimiento son valiosos para identificar nuevas oportunidades de colaboración y comunicación.

“Juntos construimos una narrativa poderosa que conecta a Bogotá con el mundo.”

Elementos centrales de comunicación

- **Impacto o beneficios a la ciudadanía:** La comunicación debe priorizar mostrar cómo las acciones internacionales mejoran la vida cotidiana de los ciudadanos y a quiénes.
- **Dar y recibir:** Destacar las acciones en doble vía de la internacionalización donde Bogotá aporta al mundo sus mejores prácticas, mientras recibe recursos y conocimientos globales.



- **Bogotá Internacional:** Comunicar que Bogotá no solo participa, sino que lidera en el escenario global, con acciones que posicionan a la ciudad como una capital de innovación, sostenibilidad y cultura.
- **Trabajo en equipo:** Resaltar que la internacionalización es un proyecto de todos, enfatizando la articulación/gestión entre la Consejería, sectores del distrito y actores internacionales con el fin de garantizar una gestión efectiva de las relaciones internacionales, y cómo esto beneficia a toda la ciudad. Foco en la construcción de relaciones basadas en objetivos comunes y beneficios compartidos.

Seguimiento y sostenimiento de la comunicación

- Las acciones relevantes de comunicación no deben ser eventos aislados, sino momentos que generen una conversación continua. Es clave que cada avance, resultado o acción posterior a una acción relevante sea comunicado para mantener el interés y la relevancia.



Anexo 6: Reuniones comité intersectorial trimestral

Reuniones trimestrales para relacionamiento, sensibilización y alineación estratégica.

Objetivo

Explicar el rol de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales, sensibilizar sobre la importancia de la comunicación conjunta, y generar sinergias entre aliados estratégicos y enlaces sectoriales para visibilizar los logros y avances de la internacionalización de Bogotá.

Metodología

Duración: 20 minutos por sesión.

Frecuencia: Trimestral.

Formato: Presencial (preferido) o virtual en caso de limitaciones logísticas.

Enfoque: Espacios para sensibilización y alineación, con un tiempo reservado para escuchar ideas y comentarios.

Responsable: Equipo de comunicaciones de la CDRI.

Materiales: Presentaciones, casos prácticos y herramientas digitales.

Formato: Combinación de presentaciones breves y discusión abierta corta.

Cierre: Buscar reuniones 1:1 con aliados clave luego de la reunión.

Seguimiento

Compartir un resumen ejecutivo de las reuniones con los participantes y los compromisos con los responsables.

Estructura ciclo de reuniones

Reunión 1: Introducción y sensibilización sobre la estrategia de internacionalización

Tema: El rol de la internacionalización como motor de transformación en Bogotá.

Contenido:

- Explicación del rol de la Consejería como articulador clave en la internacionalización.
- Introducción a la narrativa “Bogotá Internacional”:
 - Cómo conectar las acciones locales con resultados globales.
 - Ejemplo de logros recientes por sector o aliado estratégico.
- Beneficios para las entidades y aliados al trabajar en equipo:
- Visibilidad conjunta de logros.
- Fortalecimiento de relaciones con actores globales.



Cierre: Invitación a reflexionar sobre las oportunidades que ofrece la internacionalización para su sector o entidad y que tema se puede tratar en comunicaciones para el próximo comité interinstitucional.

Reunión 2: Construcción de una comunicación conjunta

Tema: Importancia de la comunicación conjunta en la internacionalización.

Contenido:

- Cómo la comunicación estratégica conjunta potencia los logros sectoriales y su visibilidad.
- Presentación de casos de éxito en comunicación conjunta entre entidades distritales y aliados internacionales.
- Introducción a la estrategia digital de la Consejería:
 - Uso del hashtag #BogotaInternacional.
 - Beneficios de publicar logros conjuntos en redes sociales.

Cierre: Escuchar propuestas de los participantes sobre cómo se podrían comunicar mejor los logros de sus entidades.

Reunión 3: Motivación y proactividad en la comunicación

Tema: Cómo cada enlace y aliado puede contribuir proactivamente a la narrativa de Bogotá Internacional.

Contenido:

- Herramientas prácticas para identificar y comunicar logros relevantes:
- Ejemplo: Plantilla para la comunicación de logros (acción, impacto, aliados).
- Importancia del seguimiento: Cómo mantener la conversación activa sobre los logros internacionales.
- Motivación: Ejemplo de una entidad distrital o aliado internacional que logró amplificar su impacto comunicativo gracias a la proactividad.

Cierre: Reflexión sobre cómo cada participante puede asumir un rol más activo en la comunicación de sus logros y su alineación con Bogotá Internacional.

Reunión 4: Fortalecimiento de relaciones y proyección futura

Tema: Construyendo un ecosistema colaborativo para la internacionalización de Bogotá.

Contenido:

- Importancia de fortalecer relaciones interinstitucionales y con aliados internacionales.
- Introducción a la “Red de voceros de Bogotá Internacional”:
 - Cómo los participantes pueden convertirse en embajadores activos de la estrategia de internacionalización.



- Beneficios de unirse a la red: reconocimiento, visibilidad y apoyo estratégico.
 - Proyección a futuro:
 - Plan de comunicación conjunto para 2026.
 - Ejemplo: Eventos clave donde la internacionalización será protagonista.
- Cierre: Espacio para escuchar ideas sobre cómo fortalecer las relaciones y maximizar el impacto comunicativo.



Anexo 7: Reunión trimestral con aliados estratégicos

Objetivo:

Fortalecer la relación y la alineación estratégica entre la Consejería, los aliados internacionales y los enlaces sectoriales distritales y/o directores de comunicación, promoviendo sinergias y activación conjunta en la comunicación de logros y acciones que impulsen la internacionalización de Bogotá, así como garantizar el seguimiento efectivo de los compromisos adquiridos.

Metodología:

- Mensaje previo a la reunión con objetivo y solicitud para identificar acciones o proyectos de la internacionalización de Bogotá.
- Duración de reuniones: 1 hora por reunión.
- Frecuencia: Trimestral.
- Formato: Presencial preferiblemente (según la disponibilidad).
- Participantes: Aliados internacionales (embajadas, agencias de cooperación y otras organizaciones) y enlaces sectoriales de las entidades del distrito (en grupos de máximo 3 representantes).
- Cada reunión debe ser con 4 enlaces/representantes distritales o aliados internacionales (no unir a la enlaces distritales con aliados internacionales a menos que sea un proyecto conjunto).
- Enfoque: Práctico y orientado a resultados, con acuerdos y responsabilidades claras.

Mensaje previo a la reunión trimestral (Correo electrónico)

Invitación a reunión trimestral: Alianzas estratégicas y logros conjuntos para Bogotá Internacional.

- Objetivos de la reunión
 - Identificar y priorizar acciones de comunicación sobre los logros y proyectos que han contribuido a la internacionalización de Bogotá.
 - Establecer acuerdos claros para comunicar dichos logros de manera efectiva, resaltando el impacto positivo en la ciudadanía y fortaleciendo nuestra narrativa conjunta.
- Solicitud de información previa



- Identificar hasta 5 logros, acciones o proyectos relevantes de su sector/ organización que cumplan con alguno de los siguientes criterios:
 - Para entidades distritales:
 - Proyectos beneficiados por cooperación internacional o alianzas estratégicas internacionales.
 - Acciones que hayan tenido un impacto positivo en la ciudadanía gracias a recursos, conocimientos o experiencias internacionales.
- Para aliados internacionales:
 - Logros conjuntos o proyectos en Bogotá que hayan generado beneficios concretos.
 - Iniciativas en proceso que fortalecerán a la ciudad en el futuro.
- Para cada logro o proyecto identificado, considerar información breve sobre:
 - Descripción de la acción.
 - Impacto en Bogotá o su ciudadanía.
 - Rol de los aliados o enlaces distritales involucrados.

Estructura de la reunión

1. Inicio de la reunión (10 minutos)

- Bienvenida:
 - Breve introducción sobre el objetivo de la reunión y su importancia en la comunicación conjunta.
 - Reafirmar la narrativa estratégica:
 - “Estamos aquí para alinear esfuerzos y amplificar el impacto de nuestras acciones conjuntas, conectando a Bogotá con el mundo y generando beneficios para nuestra ciudadanía.”
- Rol de la Consejería
 - La Consejería Distrital de Relaciones Internacionales es el articulador y gestor estratégico que conecta a Bogotá con el mundo.
 - Impacto de la internacionalización en cuatro líneas de acción:
 - Demandar recursos y experiencias internacionales.
 - Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo.
 - Fortalecer el sistema de gobernanza internacional del distrito.
 - Comunicar la acción internacional de Bogotá.



- Resultados previos de comunicación:
 - Compartir ejemplos de logros comunicados de manera conjunta con otros enlaces o aliados internacionales.

2. Dinámica principal: Identificación y priorización de acciones de comunicación (40 minutos)

Paso 1: Identificar acciones clave (20 minutos) - Lista previa solicitada por correo

- Dinámica: “Mapa de logros y oportunidades”
 - Cada participante comparte acciones o logros relacionados con su sector u organización que pueda ser comunicado conjuntamente.
 - Preguntas guía:
 - ¿Qué acción o resultado reciente refleja el impacto positivo de su organización en Bogotá?
 - ¿Qué necesita comunicar su organización para fortalecer su relación con la ciudad?
 - ¿Qué resultados conjuntos queremos resaltar?
 - ¿Qué oportunidades de comunicación tenemos en este año o en el próximo?
 - Ofrecerles visibilidad conjunta y apoyo para amplificar la comunicación del impacto de sus acciones internacionales en Bogotá a través de la red de comunicaciones del distrito (dependiendo el impacto para la ciudad).
 - Ejemplo:
 - Un proyecto de movilidad sostenible desarrollado con una embajada o un acuerdo de cooperación técnica en educación.

Paso 2: Priorización y acuerdos de comunicación (15 minutos)

- Seleccionar acciones prioritarias para comunicar en el año, enfocándose en:
 - Relevancia: Impacto positivo en la ciudadanía.
 - Oportunidad: Relación con coyunturas relevantes (eventos, celebraciones, hitos).
 - Viabilidad: Facilidad de ejecución.

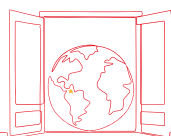
Paso 3: Acordar reuniones 1:1 para avanzar con las acciones priorizadas ya sea con enlaces sectoriales o aliados internacionales (5 minutos).

3. Establecimiento de seguimiento (10 minutos)

- Creación de un plan de seguimiento para los acuerdos:
 - Correos electrónicos.



- Definición de fechas de entrega para los materiales de comunicación.
- Revisión de progreso en reuniones bilaterales si es necesario.
- Asignación de un punto de contacto:
 - Nombrar a un responsable en la Consejería y en cada aliado o enlace distrital para garantizar la implementación de los acuerdos.
- Cierre:
 - Reiterar la importancia de cumplir con los compromisos adquiridos.
 - Recordar el impacto positivo de estas acciones en la ciudadanía y en la proyección internacional de Bogotá y de los mismos sectores y aliados internacionales.



Anexo 8: Identificación de voceros aliados

Objetivo

Establecer una red de voceros aliados estratégicos (enlaces distritales y aliados internacionales) que amplifiquen la comunicación sobre las acciones de internacionalización de Bogotá, generen conversación alrededor de sus líneas de acción y proyecten el impacto positivo en la ciudadanía.

1. Parámetros para la identificación de voceros aliados

A. Enlaces distritales

- Rol clave en el sector:
 - Funcionarios que lideran proyectos estratégicos relacionados con la internacionalización en sus respectivas secretarías o entidades del Distrito.
 - Ejemplo: Secretario/a de Movilidad, líder de programas educativos internacionales, jefe de comunicaciones en Desarrollo Económico.
- Conocimiento de la narrativa de la Consejería:
 - Enlaces que entiendan y puedan articular cómo las acciones de su sector contribuyen a las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá.
- Habilidades de comunicación:
 - Funcionarios que tengan experiencia en vocerías, manejo de medios de comunicación o comunicación estratégica.

B. Aliados internacionales

- Representantes visibles:
 - Personas con roles públicos en embajadas, agencias de cooperación u organizaciones internacionales, como directores de programas, agregados culturales o voceros oficiales.
- Historial de colaboración:
 - Aliados que hayan participado activamente en proyectos conjuntos con la Consejería y cuenten con ejemplos tangibles de impacto positivo.
- Capacidad de influencia:
 - Representantes que cuenten con redes amplias (redes sociales, contactos institucionales) y puedan proyectar mensajes clave a nivel nacional e internacional.



- Afinidad con la narrativa de Bogotá Internacional:
 - Aliados que comparten el enfoque estratégico de la internacionalización y están motivados a participar en la comunicación conjunta.

2. Parámetros para la creación y activación de la red

A. Creación de la red

- Invitación oficial:
 - Enviar una invitación formal desde la Consejería, destacando el propósito de la red y su rol estratégico en la internacionalización de Bogotá.
 - Ejemplo:
 - “La CDRI busca amplificar las historias de éxito de Bogotá Internacional y visibilizar cómo nuestras alianzas benefician a sus habitantes.”
- Acercamiento informal:
 - Mantener contacto y construir relaciones cercanas para colaborar constantemente en la comunicación de logros conjuntos o en conversaciones sobre la internacionalización de Bogotá.
 - Crear espacios de conversación para fortalecer las habilidades comunicativas relacionadas con la narrativa.
- Reconocimiento público:
 - Garantizar que los voceros sean visibilizados y reconocidos públicamente como aliados clave de la internacionalización.

B. Dinámicas para activar la red

- Campañas conjuntas:
 - Proponer temas específicos en los que los voceros participen activamente, como:
 - “El impacto de la cooperación internacional en la educación.”
 - “Bogotá: un modelo de sostenibilidad urbana para el mundo.”
- Producción de contenidos:
 - Solicitar a los voceros la creación de videos cortos, testimonios o publicaciones relacionadas con su rol y los logros conjuntos.
 - Proveer plantillas y guías para facilitar la elaboración de estos contenidos.
 - Ejemplo de solicitud:
 - “Envíenos un video de 1 minuto destacando el impacto de [proyecto] en Bogotá y cómo esta colaboración refuerza la agenda internacional de la ciudad.”



Anexo 9: Recorridos con aliados - Acciones de visibilización conjunta

Objetivo

Comunicar los recorridos realizados entre la Consejería y los aliados internacionales en lugares apoyados con recursos financieros, conocimientos o en especie por los aliados, destacando el impacto de estas colaboraciones en la ciudadanía y reforzando la narrativa de internacionalización de Bogotá como un esfuerzo colectivo.

Metodología

1. Planeación del recorrido

A. Identificación del espacio o proyecto

- Criterios para elegir el lugar del recorrido:
 - Espacios, proyectos o programas emblemáticos que hayan sido beneficiados por la colaboración de aliados internacionales.
 - Lugares con impacto directo en la ciudadanía o con resultados tangibles.
 - Escenarios que promuevan las líneas de acción de la Estrategia de Internacionalización y/o sectores estratégicos (educación, cultura, movilidad, desarrollo económico, TIC, Mujer, Hábitat, Seguridad, etc.).

B. Participación de los aliados

- Contactar a los aliados y proponer el recorrido como una oportunidad para:
 - Mostrar el impacto tangible de su apoyo.
 - Comunicar sus logros y aportes a la ciudadanía en Bogotá.
- Preguntar estratégicamente:
 - “¿Qué le gustaría comunicarle a Bogotá sobre su gestión y su colaboración con nosotros?”

C. Definición de mensajes clave

- Trabajar conjuntamente con el aliado para alinear los mensajes del recorrido a la narrativa de la Consejería:
 - “Abrimos las puertas para ofrecer lo mejor de nuestra ciudad al mundo y recibir lo mejor del mundo.”
 - Resaltar la colaboración en doble vía: lo que Bogotá ha recibido y lo que ha ofrecido al mundo gracias al apoyo de los aliados.



2. Ejecución del Recorrido

A. Dinámica del Recorrido

- Presentación inicial:
 - Breve introducción del lugar o proyecto.
 - Palabras de la Consejería destacando la importancia de la colaboración.
 - Participación del aliado explicando su aporte y la motivación detrás de su apoyo.
- Testimonios en vivo:
 - Incorporar testimonios de beneficiarios (ciudadanos, trabajadores del lugar) que reflejen el impacto tangible del proyecto.
 - Espacio para que los aliados compartan su visión y propósito.
- Recorrido guiado:
 - Mostrar puntos clave del proyecto, resaltando los logros conjuntos.
- Entrega de un reconocimiento simbólico:
 - Ejemplo: Placa conmemorativa o un certificado público de agradecimiento por su aporte al desarrollo de Bogotá Internacional.

B. Documentación del recorrido

- Capturar los momentos clave en video, fotografías y entrevistas:
 - Entrevistas breves con el vocero del aliado y la Consejería.
 - Testimonios espontáneos de beneficiarios del proyecto.

3. Campaña de visibilización conjunta

A. Estrategia de Contenido

- Formato de contenido:
 - Videos cortos (1-2 minutos) que resuman el recorrido y cuenten la historia de impacto.
 - Carruseles en redes sociales destacando datos clave del proyecto y citas de los aliados.
 - Testimonios en primera persona: “Gracias al apoyo de [aliado], Bogotá avanza hacia una ciudad más conectada e inclusiva.”
- Calendario de publicaciones:
 - Día del recorrido: Video de resumen del recorrido.
 - Semana posterior: Publicación de historias individuales (testimonios de beneficiarios, entrevista con el aliado, impacto en cifras).



- Reseñas trimestrales: Recordar los recorridos realizados con un resumen de impacto acumulado.

B. Colaboración con los aliados

- Proveer materiales preaprobados (videos, imágenes y mensajes clave) para que los aliados los publiquen en sus propios canales.
- Pedir que los aliados compartan contenido con el hashtag oficial:
 - Ejemplo: **#BogotáInternacional #AliadosBogotá #PuertasAbiertas.**

C. Elementos clave en las publicaciones

- Impacto en la ciudadanía:
 - “Más de 5,000 familias en Bogotá han mejorado su acceso al agua potable gracias al apoyo de [aliado].”
- Resaltar el esfuerzo colectivo:
 - “Este logro es un ejemplo de cómo trabajamos juntos para construir una Bogotá Internacional.”
- Visibilizar al aliado:
 - “Agradecemos a [aliado] por su invaluable contribución a este proyecto que transforma vidas.”

4. Seguimiento

- Crear un documento compartido con los aliados donde se registre:
 - Impacto del recorrido comunicado.
 - Fechas clave de publicación.
 - Feedback del aliado sobre el recorrido y la comunicación conjunta.



Anexo 10: Hitos de comunicación

Hito 1: Presentación del Portafolio de buenas prácticas, talentos, conocimiento y soluciones innovadoras de Bogotá

Fecha: Primer trimestre de 2025

Línea de acción: Ofrecer recursos y experiencias locales al mundo

Hashtag: **#BogotaOfreceLoMejorAlMundo**

Objetivo

Visibilizar el portafolio de Bogotá como una ciudad innovadora que exporta talento, conocimiento y soluciones al mundo, reforzando la narrativa de internacionalización como un esfuerzo colectivo.

Plan de comunicación (Medios de comunicación y digital)

1. Gestión de medios de comunicación tradicionales:

- Comunicado de prensa.
- Entrevistas exclusivas.
- Gira de medios.

2. Estrategia digital:

- Campaña en redes sociales.
- Publicaciones conjuntas con aliados que hayan implementado buenas prácticas de Bogotá o que estén interesados en apoyar la campaña.

3. Colaboración con aliados estratégicos:

- Difusión del portafolio por parte de embajadas y organismos internacionales.
- Publicaciones conjuntas.

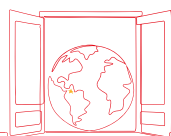
4. Continuidad en la comunicación:

- Seguimiento del impacto del portafolio con resultados, avances y próximos pasos.

Cronograma

Etapa 1: Preparación (Enero 2025)

- Definir el contenido del portafolio:
 - Seleccionar las buenas prácticas, talentos y soluciones innovadoras a destacar.
 - Ejemplos concretos: un emprendimiento destacado en TIC, un programa educativo exitoso y un proyecto cultural con impacto global.



- Diseño de materiales:
 - Comunicado de prensa:
 - Título sugerido: “Bogotá presenta al mundo su portafolio de innovación y talento: una ciudad que ofrece soluciones globales.”
 - Incluye: resumen de las líneas del portafolio, ejemplos concretos y citas del vocero.
 - Material de apoyo para medios:
 - Infografías, dossier de prensa, fotografías y videos de los proyectos y biografías de los talentos destacados.
- Planificación de la gira de medios:
 - Contactar a los principales medios de Bogotá (radio, televisión, prensa escrita, medios digitales).
 - Confirmar entrevistas exclusivas con el vocero.
- Coordinar con aliados estratégicos:
 - Identificar embajadas, agencias de cooperación y organizaciones internacionales para invitarlos a compartir el portafolio en sus redes y comunidades o que hablen de alguna buena práctica que hayan implementado.

Etapa 2: Ejecución (Febrero-Marzo 2025)

A. Lanzamiento del Portafolio

- Publicación del comunicado de prensa:
 - Enviar el comunicado a medios nacionales e internacionales.
 - Publicarlo en las plataformas digitales de la Consejería (web, redes sociales).
 - Material de apoyo de casos de buenas prácticas (video, audio, infografías y fotos).
- Gestión de entrevistas exclusivas:
 - Vocero de la Consejería en entrevistas con medios clave.
 - Resaltar en cada entrevista ejemplos concretos del portafolio y cómo posicionan a Bogotá como un referente global.
- Gira de medios:
 - Participación del vocero en programas de radio, televisión y medios digitales para ampliar el alcance del mensaje.
 - Si es posible, que acompañe un representante de buena práctica la gira de medios.



B. Estrategia Digital

- Campaña en redes sociales (#BogotaOfreceLoMejorAlMundo):
 - Publicaciones iniciales:
 - Anuncio del portafolio con piezas visuales (imágenes, videos cortos).
 - Historias destacadas:
 - Publicaciones semanales con ejemplos concretos del portafolio.
 - Videos testimoniales de talentos y proyectos incluidos.
- Colaboración con aliados:
 - Proveer a los aliados con materiales preaprobados (imágenes, videos y mensajes clave).
 - Publicaciones conjuntas: “Con orgullo compartimos el portafolio de Bogotá Internacional. #BogotaOfreceLoMejorAlMundo.”

C. Colaboración estratégica con aliados internacionales

- Invitación formal a embajadas y organismos internacionales:
 - Pedir su apoyo para compartir el portafolio en sus redes y eventos.
 - Ejemplo: Una embajada comparte en LinkedIn: “Bogotá nos inspira con su portafolio de innovación. Una ciudad abierta al mundo. #BogotaOfreceLoMejorAlMundo.”

Etapa 3: Continuidad en la comunicación (Abril 2025)

- Seguimiento del impacto del hito:
 - Interacciones, descarga del portafolio, alcance de publicaciones, etc.
- Resultados y avances:
 - Publicar casos de éxito derivados del lanzamiento.
 - Ejemplo: “Gracias al portafolio, Bogotá ha iniciado conversaciones con [Organización] para replicar su programa de educación inclusiva.”
- Preparación para el próximo hito:
 - Conectar los resultados del portafolio con la narrativa del siguiente hito de comunicación.

Plan de comunicación (Alcaldías de Colombia y Latinoamérica)

Estrategia

Utilizar herramientas de comunicación estratégica y relaciones públicas para posicionar el portafolio como una solución práctica e inspiradora, con especial énfasis en formatos atractivos, canales personalizados y experiencias inmersivas.



Acciones prácticas por canal

1. Materiales promocionales

A. Pieza impresa sencilla y atractiva con código QR

- Contenido:
 - Título llamativo: “Bogotá comparte: Soluciones innovadoras para ciudades del futuro.”
 - Diseño visual: Resaltar imágenes de éxito, logros y beneficios para la ciudadanía.
 - Código QR: Enlace directo al portafolio completo.
- Propuesta:
 - Un sobre elegante que incluya el impreso con QR y una breve nota personalizada: “Con orgullo, Bogotá comparte estas soluciones para inspirar a su ciudad.”
- Uso:
 - Entrega en eventos, reuniones y visitas diplomáticas.
 - Incluido en cartas y kits enviados a alcaldías y cuerpos diplomáticos.

B. Adaptación digital del portafolio (opcional)

- Crear un micrositio interactivo que destaque las buenas prácticas.
 - Ejemplo: Filtros por categoría (movilidad, cultura, tecnología) y videos cortos que expliquen los casos de éxito.
 - Formato en varios idiomas (español, inglés y portugués).

2. Envío directo a públicos estratégicos

A. Carta impresa a alcaldías de Colombia y cuerpo diplomático internacional

- Contenido de la carta:
 - Introducción: “Bogotá se enorgullece de compartir su experiencia para que juntos construyamos ciudades más innovadoras y sostenibles.”
 - Incluir el impreso con el QR al portafolio.
- Distribución:
 - Enviar por correo certificado para garantizar recepción.
 - Personalizar las cartas con el nombre del alcalde o diplomático firmadas por la Consejera(o).



B. Mailing electrónico

- Contenido:
 - Asunto: “Bogotá comparte soluciones para el futuro de las ciudades.”
 - Cuerpo del mensaje:
 - Resaltar 3 casos concretos del portafolio.
 - Invitación a consultar el portafolio completo.
 - Incluir enlace al micrositio (opcional).
- Bases de datos:
 - Alcaldías de Colombia y principales ciudades de Latinoamérica.
 - Cuerpo diplomático y organismos internacionales.

3. Activaciones y eventos

A. Entrega del material impreso

- Situaciones clave:
 - Reuniones y eventos con cuerpos diplomáticos en Bogotá.
 - Visitas oficiales de alcaldes u organizaciones internacionales.

B. Encuentro internacional de buenas prácticas (opcional)

- Evento virtual o híbrido:
 - Invitar a alcaldías de Colombia y Latinoamérica.
 - Presentar las principales prácticas del portafolio con paneles temáticos (movilidad, cultura, tecnología).
- Invitados:
 - Voceros de la Consejería.
 - Alcaldes o representantes que ya hayan colaborado con Bogotá.

C. Exposición itinerante de buenas prácticas (opcional)

- Crear una exposición física o digital que se instale en embajadas, consulados y oficinas de cooperación internacional en Colombia.
- Utilizar materiales visuales como infografías, videos cortos y maquetas interactivas.



Hito 2: Comunicar el impacto de las relaciones con actores internacionales y de cooperación internacional

Fecha: Segundo trimestre de 2025

Línea de acción: Demandar recursos y experiencias internacionales

Hashtag: **#BogotaRecibeLoMejorAlMundo**

Objetivo

Destacar el impacto tangible de las relaciones internacionales de Bogotá, consolidando logros concretos en sectores estratégicos mediante una estrategia de comunicación integral con medios, aliados y ciudadanos.

Estrategia

1. Medios de comunicación:

- Comunicado de prensa.
- Entrevistas exclusivas con voceros de la Consejería y representantes de actores internacionales.
- Resaltar logros clave y proyectos en marcha.

2. Estrategia digital:

- Campaña en redes sociales (#BogotaRecibeLoMejorDelMundo).
- Infografía con beneficios concretos y cifras.

3. Eventos estratégicos (opcional Anexo 8: Recorridos impacto aliados - campaña de visibilización conjunta):

- Recorridos con ciudadanos beneficiados y representantes internacionales.

4. Colaboración con aliados internacionales:

- Generación de publicaciones conjuntas.
- Participación activa de aliados en la difusión de los logros.

5. Continuidad en la comunicación:

- Seguimiento de los logros, avances y próximos pasos derivados de las relaciones internacionales.

Cronograma

Etapa 1: Preparación (Abril 2025)

A. Definir contenido clave:

- Seleccionar acuerdos y proyectos destacados gestionados desde anteriores administraciones y la actual.



- Ejemplo: Proyectos en movilidad sostenible, inversiones en tecnología educativa, y programas de cooperación en salud pública.
- Identificar cifras clave:
 - Inversiones, beneficiarios, impacto por sector.

B. Producción de materiales:

- Comunicado de prensa:

Destacar logros consolidados y en marcha.

- Citas del vocero de la Consejería y representantes internacionales.
- Título sugerido: “Bogotá consolida su posición global: Recursos internacionales impulsan el desarrollo de la ciudad.” Con la consolidación de la información posiblemente cambie el titular y se defina temas prioritarios de comunicación.
- Infografía:
 - Ejemplo de contenido:
 - “Gracias a la cooperación internacional, Bogotá ha recibido \$XX millones en inversiones, beneficiando a más de XX ciudadanos en los sectores de movilidad, educación, mujer y salud.”

C. Gestión de aliados:

- Invitar a actores internacionales a participar en entrevistas y recorridos.
- Solicitar su colaboración para generar contenido conjunto.

D. Planificación del evento (opcional y descrito en el anexo 8):

- Definir el recorrido:
 - Lugares beneficiados por la cooperación internacional (ejemplo: un hospital, una escuela, un proyecto de movilidad).
- Coordinar la participación de ciudadanos beneficiados y representantes internacionales.

Etapa 2: Ejecución (Mayo 2025)

A. Lanzamiento del hito:

- Publicación del comunicado de prensa:
 - Distribuir a medios nacionales e internacionales.
 - Publicar en las plataformas digitales de la Consejería.
- Entrevistas exclusivas:
 - Facilitar entrevistas con:
 - Vocero de la Consejería.



- Representantes de actores internacionales.
- Beneficiarios directos de los proyectos destacados.

B. Campaña digital:

- Lanzamiento del hashtag #BogotaRecibeLoMejorDelMundo:
 - Publicaciones iniciales con los logros destacados.
 - Historias en redes con testimonios de beneficiarios.
- Publicación de la infografía:
 - Compartir en redes sociales y con medios de comunicación.
 - Adaptar la infografía para formatos de carrusel en Instagram y LinkedIn.

C. Evento: Recorridos estratégicos (opcional y descrito en el anexo 8)

Etapas 3: Continuidad en la comunicación (Junio 2025)

A. Publicaciones posteriores:

- Resultados:
 - Compartir cifras de impacto del hito:
 - Número de beneficiarios.
 - Logros adicionales derivados de las relaciones internacionales.
- Avances y próximos pasos:
 - Comunicar nuevos acuerdos o proyectos en desarrollo relacionados con los logros destacados en el hito.

B. Colaboración continua:

- Publicaciones conjuntas con aliados:
 - Solicitar a los aliados internacionales que compartan los resultados en sus redes sociales y boletines internos.
 - Ejemplo:
 - “Nos enorgullece trabajar con Bogotá en proyectos que impactan positivamente a sus ciudadanos. #BogotaRecibeLoMejorDelMundo.”
- Campañas digitales recurrentes:
 - Historias de éxito derivadas de los logros comunicados.

Justificación propuesta hito 3: Bogotá Internacional, en el marco de la celebración del cumpleaños de la ciudad.



Oportunidad única para Bogotá

El cumpleaños de Bogotá representa un momento clave para conectar con la ciudadanía y celebrar los avances de nuestra ciudad. Este 2025, proponemos enmarcar esta celebración bajo el mensaje “Bogotá Internacional”, proyectando a Bogotá como una ciudad que lidera en innovación, sostenibilidad y cooperación global. La programación de la celebración organizada por todas las entidades de la administración podría mostrar cómo contribuye al posicionamiento internacional de Bogotá y cómo se beneficia la ciudadanía.

¿Por qué “Bogotá Internacional”?

La internacionalización no solo es una herramienta de desarrollo; es una historia de éxito que conecta a Bogotá con el mundo y muestra cómo esas relaciones se traducen en beneficios concretos para los ciudadanos. Esta narrativa puede ser el hilo conductor que conecte la gestión distrital, los logros de las entidades y sectores, y el orgullo ciudadano.

Las acciones de internacionalización de Bogotá son transversales a todos los sectores de la administración y contribuiría a visibilizar lo que ofrecemos en recursos y experiencias al mundo, lo que recibimos en recursos y experiencias internacionales, así como el fortalecimiento institucional en la internacionalización de la ciudad.

¿Por qué hacerlo ahora?

Visibilización de logros y alianzas internacionales:

Bogotá ha construido relaciones sólidas con aliados globales. Este cumpleaños puede convertirse en un escenario para mostrar cómo estas alianzas impactan la educación, la cultura, la movilidad y otros sectores clave. Es el momento para reconocer los aportes de nuestros aliados internacionales y estrechar relaciones; y mostrar el esfuerzo colectivo de la administración.

Ejemplo: ¿Qué mejor manera de celebrar que mostrar cómo un programa de cooperación internacional está mejorando las condiciones de barrios necesitados?

Posicionamiento de Bogotá como un referente global:

Esta administración tiene la oportunidad de consolidar la percepción de Bogotá como una ciudad global, inclusiva e innovadora. La narrativa de “Bogotá Internacional” refuerza ese mensaje ante la ciudadanía y aliados internacionales.

Articulación estratégica con el Plan Distrital de Desarrollo:

La propuesta se alinea perfectamente con las metas de sostenibilidad, diversidad cultural y desarrollo económico plasmadas en el plan de su administración.



Conexión emocional con la ciudadanía:

Los bogotanos y los que viven en Bogotá quieren ver que su ciudad avanza y que su calidad de vida mejora. Esta celebración proyectará cómo la internacionalización trae beneficios tangibles y reafirmará el orgullo por pertenecer a Bogotá.



Hito 3: Proyección de Bogotá Internacional en el marco del cumpleaños de la ciudad.

Fecha: Tercer trimestre de 2025

Línea de acción: Comunicar la acción internacional de Bogotá.

Hashtag: #BogotaInternacional

Objetivo

Posicionar la internacionalización como un motor de desarrollo estratégico para Bogotá, resaltando los beneficios que aporta a sus ciudadanos y destacando cómo la ciudad se proyecta al mundo como un referente global, innovador y colaborativo.

Narrativa

“Bogotá Internacional: Celebramos una ciudad abierta al mundo, que recibe y ofrece lo mejor para transformar vidas, construir oportunidades y liderar en el escenario global.”

Objetivos específicos

- 1.** Generar conversación positiva sobre la internacionalización de Bogotá en la ciudadanía, aliados internacionales y medios de comunicación.
- 2.** Alinear la narrativa de todas las entidades distritales bajo el mensaje “Somos parte de Bogotá Internacional.”
- 3.** Resaltar el impacto tangible de la estrategia de internacionalización en los sectores clave de la ciudad (educación, cultura, movilidad, tecnología, seguridad, entre otros).
- 4.** Fortalecer las relaciones internacionales al visibilizar los aportes de los aliados internacionales.

Acciones Clave

1. Comunicado oficial de la administración

- Contenido:
 - Introducción: Además de la programación de la celebración, resaltar el cumpleaños de Bogotá como un momento para celebrar su rol en el escenario global.
 - Ejemplos concretos de logros:
 - “Gracias a la cooperación internacional, más de 50,000 ciudadanos han accedido a programas de educación y tecnología avanzada.”
 - “Bogotá ha compartido sus soluciones de movilidad sostenible en redes internacionales, inspirando a otras ciudades del mundo.”



- Convocatoria: Invitar a la ciudadanía a ser parte activa de “Bogotá Internacional.”
- Difusión:
 - Publicación en el sitio web oficial de la Alcaldía.
 - Envío a medios nacionales e internacionales.
 - Adaptación para boletines electrónicos dirigidos a aliados internacionales.
 - Mensaje del alcalde y del consejero(a) destacando los logros de Bogotá en el ámbito internacional.

2. Comunicación multicanal del distrito

- Alineación de entidades y alcaldías locales:
 - Plan para que cada entidad del Distrito publique en sus canales:
 - “Desde la Secretaría de Movilidad, hemos integrado tecnologías internacionales que mejoran la movilidad en Bogotá.”
 - “Gracias a nuestras alianzas culturales, Bogotá lidera como epicentro artístico en Latinoamérica.”
 - Envío de lineamientos narrativos y visuales a los equipos de comunicación de cada entidad y alcaldía local.
- Línea gráfica uniforme:
 - Diseño de piezas gráficas con el mensaje: “Somos parte de Bogotá Internacional.”
 - Materiales: banners, headers para redes sociales, plantillas de publicaciones, y stickers para eventos.

3. Participación de aliados internacionales

- Convocatoria a embajadas y gobiernos internacionales:
 - Invitación formal para que participen en la estrategia de comunicación para que compartan mensajes sobre su contribución al desarrollo de Bogotá y sobre las buenas prácticas de la ciudad.
 - Solicitar contenido:
 - Testimonios de representantes internacionales:
 - “Gracias a Bogotá, aprendimos nuevas estrategias en sostenibilidad urbana.”
 - “Nuestra cooperación con Bogotá ha impactado positivamente en temas de equidad de género.”
 - Publicaciones en redes de aliados con el hashtag #BogotaInternacional.



4. Campaña digital

- Hashtag Oficial: #BogotaInternacional
 - Uso por todas las entidades distritales, aliados internacionales y ciudadanía.
- Contenido digital:
 - Publicaciones durante la celebración:
 - Series de contenido destacando historias de impacto internacional.
 - Logros concretos por sector.
 - Testimonios de ciudadanos beneficiados.
 - Videos cortos de embajadas y aliados internacionales.
- Historias en redes sociales:
 - Carruseles mostrando “5 beneficios que Bogotá ha recibido gracias a la cooperación internacional.”
 - Historias interactivas con trivias: “¿Sabías que Bogotá exporta soluciones en [mencionar área estratégica]?”

5. Video institucional

- Concepto:
 - “Bogotá Internacional: Impacto global, beneficio local.”
- Contenido:
 - Apertura con imágenes icónicas de Bogotá.
 - Testimonios de ciudadanos beneficiados por proyectos internacionales.
 - Clips de embajadas y organismos internacionales compartiendo su experiencia con Bogotá.
 - Logros clave en sectores estratégicos con datos visuales.
- Difusión:
 - Publicación en las redes sociales de la Alcaldía y entidades distritales.
 - Proyección en eventos presenciales y virtuales durante la celebración.

Acciones adicionales (opcionales)

1. Eventos:

- Festival Internacional: Espacios culturales con representaciones de países aliados, resaltando su impacto en Bogotá.
- Reconocimiento Internacional: Entrega de reconocimientos a las embajadas y aliados internacionales que han contribuido al desarrollo de la ciudad.
- Exhibición de buenas prácticas internacionales: Mostrando logros tangibles



en sectores clave como salud, cultura, tecnología, etc.

Opciones de temáticas para generar conversación sobre “Bogotá Internacional” en el Cumpleaños de Bogotá (Opcional)

1. Conversación: ¿Por qué Bogotá es internacional?

- Dinámica:
Una campaña en redes sociales que invite a aliados internacionales, entidades distritales y ciudadanos a compartir por qué consideran que Bogotá es una ciudad internacional.
- Quiénes generan el contenido:
 - Embajadas y organismos internacionales: Compartir ejemplos de cómo han trabajado con Bogotá o aspectos de la ciudad que consideran globales.
 - Ciudadanos: Publicar anécdotas, fotos o historias que muestren la diversidad e internacionalidad de la ciudad.
- Descripción de la actividad:
 - Crear plantillas gráficas con la pregunta “¿Por qué Bogotá es internacional?” para que las embajadas, entidades y ciudadanos las usen en redes.
 - Recopilar respuestas destacadas y compartirlas como historias o publicaciones en las cuentas de la Alcaldía y la Consejería.

2. Bogotá, sus barrios y la huella internacional

- Dinámica:
Embajadas seleccionadas generan contenido sobre barrios de Bogotá que llevan el nombre de su país, ciudad o personajes históricos relacionados.
Ejemplo: “¿Sabías que el barrio Normandía lleva el nombre de una región francesa? Descubre su historia con nosotros.”
- Quiénes generan el contenido:
 - Embajadas, con el apoyo del equipo de comunicaciones de la Consejería.
 - Entidades distritales: Secretaría de Cultura e IDPC pueden aportar información histórica o participar en la conversación. También puede elegirse al IDPC para coordinar la parrilla de contenidos con el apoyo de la Consejería y embajadas.
- Descripción de la actividad:
 - Publicaciones en redes sociales con imágenes de los barrios y explicaciones de su historia y conexión internacional.



- Posibilidad de organizar recorridos presenciales en los barrios destacados.

3. Historias de las comunidades internacionales en Bogotá

- Dinámica:
 - Realizar entrevistas o cápsulas audiovisuales con miembros de comunidades internacionales que residen en Bogotá (ejemplo: china, española, francesa, libanesa, israelí, coreana).
 - Preguntar sobre su experiencia en la ciudad y cómo contribuyen a su diversidad cultural.
- Quiénes generan el contenido:
 - Consejería y embajadas, en colaboración con líderes de las comunidades internacionales.
 - Voceros de las comunidades seleccionadas.
- Descripción de la actividad:
 - Publicar estas historias como videos cortos en redes sociales.

4. Gastronomía internacional: Bogotá en sabores

- Dinámica:
 - Ciudadanos de origen internacional residentes en Bogotá preparan platos típicos de sus países en un evento abierto.
 - Cada stand incluye una breve historia de la relación entre su país y Bogotá.
- Quiénes generan el contenido:
 - Ciudadanos internacionales en Bogotá, con apoyo logístico de la Consejería y embajadas.
 - Influencers locales en gastronomía, para amplificar la visibilidad del evento (opcional).
- Descripción de la actividad:
 - Evento presencial con degustación de platos y contenido en vivo en redes sociales (ejemplo: “Un tour gastronómico por Bogotá Internacional”).
 - Publicaciones digitales con recetas e historias de los ciudadanos participantes.

5. Colegios Internacionales en Bogotá

- Dinámica:
 - Conversación en redes y eventos presenciales sobre la importancia de los



colegios internacionales en Bogotá (ejemplo: Colombo Hebreo, Colombo Alemán, Liceo Francés).

- Incluir testimonios de estudiantes y directivos sobre el impacto de estos colegios en la educación multicultural.
- Quiénes generan el contenido:
 - Colegios internacionales en Bogotá.
 - Consejería, Secretaría de Educación.
- Descripción de la actividad:
 - Publicaciones en redes sociales con testimonios en video.
 - Jornadas de puertas abiertas en algunos colegios para mostrar cómo enriquecen la diversidad cultural y educativa de Bogotá.

6. Bogotá aprende del mundo: proyectos de cooperación en acción

- Dinámica:

Resaltar proyectos concretos en los que Bogotá ha implementado buenas prácticas aprendidas a través de cooperación internacional.

 - Ejemplo: Movilidad sostenible, manejo de residuos sólidos, educación bilingüe.
- Quiénes generan el contenido:
 - Consejería, Secretaría de Movilidad, Secretaría de Ambiente, y otras entidades directamente beneficiadas por la cooperación.
 - Embajadas y agencias internacionales que han participado en estos proyectos.
- Descripción de la actividad:
 - Infografías y videos mostrando antes y después de los proyectos.
 - Conversaciones digitales con aliados internacionales explicando su rol en los proyectos.

7. Bogotá en el mundo: Qué ofrecemos

- Dinámica:

Mostrar cómo Bogotá exporta su cultura, conocimiento y talentos al mundo.

 - Ejemplo: Artistas bogotanos en ferias internacionales, proyectos urbanísticos replicados en otras ciudades, iniciativas culturales como Bogotá Capital Mundial del Libro.
- Quiénes generan el contenido:
 - Secretaría de Cultura, Secretaría de Desarrollo Económico.



- Bogotanos en el exterior o en otras ciudades de Colombia.
- Descripción de la actividad:
 - Publicaciones en redes con el hashtag #BogotaEnElMundo.
 - Eventos digitales con testimonios de bogotanos que están dejando su huella internacional.

Hito 4: Muestra de la articulación distrital en la internacionalización de la ciudad.

Fecha: Cuarto trimestre de 2025

Línea de acción: Fortalecer el sistema de gobernanza internacional.

Hashtag: #JuntosPorBogotaInternacional

Objetivo

Resaltar el impacto de la colaboración interinstitucional en la internacionalización de Bogotá, visibilizando los logros conjuntos entre la Consejería y las entidades distritales/secretarías, y posicionar el sistema de gobernanza internacional del Distrito como un modelo de cooperación estratégica.

Estrategia

Crear una campaña digital integral que utilice historias de éxito, reconocimiento institucional y contenido visual atractivo para promover el impacto de la integración de esfuerzos entre las entidades distritales y aliados internacionales en beneficio de la ciudad.

Acciones clave

1. Comunicación digital: Gestión con sectores del distrito

- Reunión de coordinación previa:
 - Convocar a los equipos de comunicación de las entidades distritales clave.
 - Explicar el objetivo de la campaña y asignar temas o casos de éxito específicos.
- Plan de publicación:
 - Cada entidad publicará en sus canales institucionales una historia o historias de éxito relacionada con la internacionalización en las que haya participado.
 - Ejemplo de contenido:
 - “Desde la Secretaría de Educación, en colaboración con la Consejería, logramos implementar un programa de intercambio internacional que ha beneficiado a más de 10,000 estudiantes en Bogotá.”



2. Historias en profundidad: Contenido detallado

- Identificar casos de éxito relevantes:
 - Seleccionar ejemplos destacados de colaboración interinstitucional e impacto tangible.
 - Ejemplo: Un proyecto de movilidad sostenible en alianza entre la Secretaría de Movilidad, la Consejería y organismos internacionales.
- Formato del contenido:
 - Videos cortos (1-2 minutos) con testimonios de los secretarios/directores y ciudadanos beneficiados.
 - Publicaciones en LinkedIn con gráficos y datos relevantes.
- Publicación:
 - Historias destacadas en publicaciones compartidas, entre las entidades y la Consejería, en las redes sociales.

3. Diseñar contenido visual: impacto de la integración de esfuerzos

- Infografías:
 - Ejemplo: “¿Cómo la colaboración entre la Secretaría de Cultura y la Consejería fortaleció la proyección internacional de Bogotá?”
 - Incluir cifras clave, actores involucrados y beneficios concretos.
- Carruseles en redes sociales:
 - Diseñar carruseles que expliquen, paso a paso, cómo se desarrolló una acción internacional en colaboración entre entidades.
- Animaciones breves:
 - Crear videos animados que resalten los logros y su impacto en la calidad de vida de los ciudadanos.

4. Campaña de reconocimiento: #JuntosPorBogotaInternacional

- Lanzamiento del Hashtag:
 - Activar el hashtag #JuntosPorBogotaInternacional para unificar la campaña y promover la participación.
- Reconocimiento público:
 - Publicar piezas gráficas destacando a los secretarios/directores y sus logros.
 - Ejemplo:



- “Felicitamos a la Secretaría de Ambiente por su liderazgo en el proyecto de cooperación internacional que mejoró la gestión de residuos sólidos en Bogotá. #JuntosPorBogotaInternacional”
- Incentivar participación de aliados internacionales:
 - Solicitar que embajadas y organismos internacionales compartan publicaciones con el hashtag, destacando su rol en los logros.

5. Comunicación escrita: reconocimientos y proyección de próximos pasos

- Reconocimientos formales:
 - Enviar cartas personalizadas a los representantes de las entidades distritales, agradeciendo su contribución.
 - Resaltar logros específicos y destacar cómo sus esfuerzos fortalecieron la internacionalización.
- Proyección estratégica:
 - Incluir en la comunicación escrita un resumen de los próximos pasos en la estrategia de internacionalización, alentando su participación activa en futuras iniciativas.



Anexo 11: Logros en sectores estratégicos

Objetivo

Visibilizar los logros de los sectores estratégicos del Distrito alineados con la narrativa de la Estrategia de Internacionalización de Bogotá, mostrando cómo estas acciones benefician a la ciudad y a sus habitantes, y destacando el papel de la Consejería Distrital de Relaciones Internacionales (CDRI) como articuladora clave en este proceso.

Estrategia

Crear una campaña continua que, sector por sector, resalte los logros y avances clave, promoviendo la narrativa de la internacionalización como un esfuerzo colectivo. El plan de comunicación se desarrollará con un enfoque multicanal, enfatizando la colaboración entre la Consejería y los sectores estratégicos para cocrear contenidos.

Estructura del plan

1. Articulación con los sectores estratégicos

- Reuniones iniciales con equipos de comunicación de los sectores clave:
 - Explicar el objetivo de visibilizar los logros del sector bajo la narrativa de “Bogotá Internacional.”
 - Identificar los logros más destacados relacionados con la internacionalización.
 - Alinear mensajes clave para cada sector, resaltando el trabajo conjunto entre las entidades y la Consejería.
- Identificación de los proyectos o temáticas clave por sector:
 - Educación, cultura, desarrollo económico, TIC, mujer, hábitat (Agua), seguridad.

2. Calendario mensual de comunicación por sectores

- Frecuencia: Una semana al mes dedicada a un sector específico.
- Propuesta de rotación:
 - Enero: Educación
 - Febrero: Cultura
 - Marzo: Desarrollo Económico
 - Abril: TIC
 - Mayo: Mujer
 - Junio: Hábitat (Agua)
 - Julio: Seguridad



(Repetir la rotación en el segundo semestre, ajustando según logros y coyunturas o sumar sector).

- Ejemplo de semana dedicada a Educación:
 - Lunes: Publicación en redes sociales sobre un proyecto destacado (ej.: intercambio internacional para estudiantes).
 - Miércoles: Testimonio en video de un beneficiario del proyecto.
 - Viernes: Infografía sobre el impacto del proyecto en cifras (número de estudiantes beneficiados, instituciones participantes).

3. Contenido y formatos de comunicación

- Historias destacadas:
 - Publicaciones con historias humanas (testimonios de beneficiarios).
 - Ejemplo: “Ana, estudiante de Bogotá, ahora lidera un proyecto de innovación gracias a un programa de intercambio.”
- Infografías:
 - Resumen visual del impacto del sector.
 - Ejemplo: “5 cifras clave sobre cómo Bogotá Internacional transforma la educación.”
- Videos cortos:
 - Testimonios de funcionarios, aliados y ciudadanos beneficiados.
 - Ejemplo: Secretario de Educación explicando cómo la cooperación internacional ha transformado las escuelas públicas.
- Campaña digital:
 - Activación de hashtags específicos por sector:
 - #BogotaInternacionalEducacion
 - #BogotaInternacionalCultura
 - #BogotaInternacionalTIC
 - Publicaciones coordinadas entre la Consejería y las entidades del sector.

4. Campaña multicanal

- Redes sociales:
 - Publicaciones en las cuentas oficiales de la Consejería y las entidades sectoriales.
 - Carruseles en Instagram y LinkedIn mostrando logros específicos.



- Medios tradicionales (opcional):
 - Comunicados de prensa para cada sector con énfasis en los logros internacionales (gestión de equipos de comunicación de entidades).
 - Entrevistas en radio y televisión con voceros de la Consejería y de los sectores.
- Comunicación escrita:
 - Boletines digitales enviados a aliados internacionales y ciudadanos interesados, destacando los logros sectoriales.

5. Seguimiento y continuidad

- Durante la Acción:
 - Publicaciones en tiempo real sobre eventos y actividades relacionadas con el sector.
 - Reposteo de contenido generado por aliados y ciudadanos.
- Después de la acción:
 - Resúmenes de impacto:
 - Ejemplo: “Gracias a la cooperación internacional, más de 100,000 ciudadanos han accedido a servicios culturales en Bogotá.”
 - Publicación de próximos pasos:
 - Ejemplo: “En el segundo semestre de 2025, Bogotá continuará trabajando con aliados internacionales para expandir el programa de becas tecnológicas.”





CONSEJERÍA DISTRITAL DE
**RELACIONES
INTERNACIONALES**



Desarrollado con el apoyo de:





CONSEJERÍA DISTRITAL DE
**RELACIONES
INTERNACIONALES**



Desarrollado con el apoyo de:

