



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**

SECRETARÍA DE HACIENDA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Macroproceso: Relacionamiento Estratégico

Proceso: Comunicación Pública SDH

Código: 126-G-01

Versión: 2

Vigente a partir de: 31 de marzo de 2025



1 OBJETIVO

Brindar información, herramientas para la comunicación y establecer una adecuada administración de contenidos y facilitar la divulgación de información y/o ejecución de las estrategias de comunicación interna y externa a fin de fomentar un relacionamiento efectivo y positivo con los grupos de valor e interés.

2 ALCANCE

Establecer y describir los medios de comunicación de la Secretaría Distrital de Hacienda -SDH-, el servicio de préstamo de pendones o equipos y las responsabilidades que tienen los representantes de las dependencias designados en el Equipo Técnico de Contenidos -ETC- frente a la sede electrónica e Intranet de la SDH.

3 DEFINICIONES

- 3.1 Accesibilidad Web:** Son las condiciones y características de los contenidos dispuestos en medios digitales por parte de los sujetos obligados para que puedan ser utilizados por la mayoría de los ciudadanos independientemente de sus condiciones tecnológicas o del ambiente, e incluyendo a las personas con discapacidad.
- 3.2 Alcance de las publicaciones (scope of a publication):** Es un término que nos permite medir la cantidad de repercusión que una publicación determinada ha tenido. El alcance de las publicaciones en redes sociales se puede analizar con el número de personas que han interactuado con ella, ya sea compartiéndola o dándole me gusta, o simplemente cuántos usuarios la han visto.
- 3.3 Algoritmo:** Es una secuencia de reglas y fórmulas que permite clasificar a todas y cada una de las personas en las redes sociales, además de en los buscadores tradicionales.
- 3.4 Analíticas (Analytics):** Las analíticas permiten a los usuarios comprobar el funcionamiento de su página web o red social. Son un conjunto de métricas que indican los principales indicadores, como pueden ser el número de visitantes totales o el tiempo de visita.
- 3.5 Anuncio (Ad/Advertisement/Promotion):** En algunos casos se puede pagar para promocionar una publicación específica. Es una herramienta muy usada, puesto que logra ampliar considerablemente el alcance de esa publicación.
- 3.6 Arroba (@):** El símbolo de arroba, representado con el carácter @, se refiere a un usuario de internet, de manera que el @nombre se refiere al usuario en una determinada red social.
- 3.7 Avatar:** Es el icono que se utiliza en las redes sociales para indicar la foto de perfil.
- 3.8 Boletín Hacienda al día:** Herramienta de comunicación digital organizacional, enviada a diario por correo electrónico masivo, mediante la cual se dan a conocer las noticias de interés para el público interno de la Entidad.
- 3.9 Boletín Hacienda Express:** Herramienta de comunicación digital organizacional enviada por correo electrónico masivo que contiene noticias de última hora y campañas institucionales.
- 3.10 Boletín de Prensa / Comunicado:** Es un documento informativo que se envía a los medios de comunicación para difundir noticias, novedades o eventos relacionados con la Entidad. El objetivo

principal de un boletín de prensa es proporcionar información relevante y veraz sobre un tema específico que se considera de interés para el público y los medios de comunicación.

- 3.11 Campaña:** Es la composición de diferentes estrategias y acciones que persiguen el objetivo de promocionar, divulgar información y gestionar la relación con los grupos de valor e interés relevantes para una institución.
- 3.12 Canal digital:** Es una plataforma en línea que se utiliza para distribuir contenido digital, como video, audio, imágenes, publicidad, entre otros. Esta plataforma es uno de los medios de comunicación que permite el acceso a contenido específico, de forma rápida y conveniente.
- 3.13 Carrusel:** Es una publicación de red social, donde se pueden compartir hasta 10 imágenes al mismo tiempo.
- 3.14 Compromiso (Engagement):** Es la capacidad que tiene un producto, marca o individuo de crear relaciones sólidas con los usuarios.
- 3.15 Consultas de acceso a información pública:** Información contenida en bases de datos o repositorios digitales relacionadas a trámites u otros procedimientos administrativos de las autoridades a la cual puede acceder la ciudadanía de manera digital, inmediata y gratuita para el ejercicio de un derecho, una actividad u obligación, que puede ser accedida por el titular o un tercero utilizando o no, un mecanismo de autenticación según sea la tipología de la información de que se trate.
- 3.16 Confidencialidad:** Atributo que garantiza que la información sea accesible solo a aquellas personas autorizadas para ello.
- 3.17 Consejo Editorial:** Está compuesto por un grupo de profesionales de la Oficina Asesora de Comunicaciones, cuyo objetivo es definir y orientar las estrategias de contenidos de la Secretaría de Hacienda
- 3.18 Contenidos audiovisuales:** Se refieren a cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida. Incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido.
- 3.19 Disponibilidad:** Es la propiedad de la información que permite que ésta sea accesible y utilizable cuando se requiera
- 3.20 En vivo:** Transmisión en directo (Live).
- 3.21 Estrategia de comunicación:** Es un plan integral y coordinado diseñado para establecer y lograr los objetivos de comunicación de una organización, entidad, marca o proyecto, consiste en un conjunto de acciones y tácticas que se implementan de manera sistemática y coherente para transmitir un mensaje específico a un público objetivo y lograr los resultados deseados.
- 3.22 Equipo Técnico de Contenidos -ETC:** Está conformado por representantes de las dependencias de la Secretaría de Hacienda quienes son los responsables de supervisar, redactar y publicar contenidos en sus diferentes categorías o tipologías en la sede electrónica para facilitar el ejercicio de transparencia,

participación, acceso a la información, colaboración y control social, entre otros, con los grupos de interés de la Secretaría de Hacienda Distrital

- 3.23 Grupos de Interés (stakeholders):** Son los individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de la entidad, como gremios, asociaciones de usuarios, sindicatos, universidades, entidades, organismos entre otros.
- 3.24 Grupo de valor:** Son las personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad.
- 3.25 Hilo:** En redes sociales, es una secuencia de publicaciones enlazadas entre sí que permiten a los usuarios compartir contenido más largo, fragmentado o detallado sobre un tema específico y fomentar la interacción con otros usuarios.
- 3.26 Historia:** Es un formato de imagen que se posiciona visualmente en las redes sociales con información concreta.
- 3.27 Incidente de seguridad:** evento o serie de eventos de seguridad de la información no deseados o inesperados, que tienen probabilidad significativa de comprometer las operaciones del negocio y amenazar la seguridad de la información.
- 3.28 Indicadores rendimiento o KPI (Key Performance Indicators):** Indicadores que permiten medir los objetivos propuestos en una campaña.
- 3.29 Influencer:** Persona que destaca en una red social u otro canal de comunicación y expresa opiniones sobre un tema concreto que ejercen una gran influencia sobre muchas personas que la conocen; especialmente, cuando influye en los hábitos de consumo de sus seguidores.
- 3.30 Información:** Conjunto organizado de datos que tienen significado.
- 3.31 Información oficial:** Conjunto organizado de datos que tienen significado y están avalados por la alta dirección y/o por el Comité Directivo.
- 3.32 Integridad de la información:** Es la condición que garantiza que la información consignada en un mensaje de datos ha permanecido completa e inalterada, salvo la adición autorizada de algún endoso o de algún cambio que sea inherente al proceso de comunicación, archivo o presentación.
- 3.33 Interacciones:** Acción, conversación, reacción recíproca entre los usuarios de una red social.
- 3.34 Intranet:** Plataforma digital interna privada cuyo objetivo es asistir a los colaboradores en la generación de valor para la Entidad, poniendo a su disposición activos como contenidos, archivos, procesos de negocio y herramientas; facilitando la colaboración y comunicación entre las personas y los equipos.
- 3.35 Lenguaje Claro:** Es la forma de expresión precisa, comprensible y útil de las comunicaciones del Estado, para que los ciudadanos, independientemente de su condición socioeconómica o nivel educativo, ejerzan sus derechos y cumplan sus deberes.

Estilo de comunicación que permite que las personas puedan por sí mismas encontrar, comprender y usar la información pública.

- 3.36 Lenguaje incluyente:** Uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos y no el uso exclusivo del género masculino.
- 3.37 Manual del Usuario Editor:** Este manual describe cómo iniciar el trabajo con el sitio Web y los aspectos generales comunes presentes, recomienda la mejor forma de trabajar y describe las funcionalidades a las que se tiene acceso y tiene como objetivo guiar al usuario Administrador en la exploración del sitio Web Secretaria de Hacienda Distrital
- 3.38 Marca:** Es un conjunto de características y valores diferenciadores con los que se comunica al resto de individuos. En su conjunto, es la forma en la que se crea la personalidad de una marca que más tarde será interpretada y visualizada por el resto de los usuarios.
- 3.39 Material POP (Point of Purchase):** Son todos los elementos destinados a comunicar los mensajes de la Entidad y reforzar los valores de la Secretaría Distrital de Hacienda y de la Administración Distrital.
- 3.40 Medios de comunicación:** Es una herramienta o plataforma que permite la transmisión y difusión de información, noticias, ideas, mensajes y contenidos de diversa naturaleza a una audiencia o público objetivo. Estos medios desempeñan un papel fundamental en la sociedad, ya que facilitan la comunicación, el intercambio de conocimientos y la construcción de opinión pública, existen medios de comunicación masiva, medios comunitarios, alternativos y propios de la Entidad.
- 3.41 Medios de comunicación masivos:** Corresponden a radio, prensa, televisión e internet, cuya naturaleza en su mayoría es de carácter privado y su cobertura alcanza a grandes masas de la población.
- 3.42 Medios de comunicación alternativos y comunitarios:** Hacen referencia a medios de comunicación cuyos contenidos tienen un enfoque social, generalmente dirigidos a grupos específicos de población (localidades, barrios) o sectores sociales (asociaciones, conjuntos de propiedad horizontal, juntas de acción comunal, jóvenes, LGBTI, entre otros) que utilizan canales no tradicionales para difundir información.
- 3.43 Meme:** Son imágenes, expresiones, vídeos o gifs que usan el humor en la mayoría de los casos para expresar una idea o concepto y tienen gran capacidad de viralización.
- 3.44 Menciones o etiquetados:** Son publicaciones en redes sociales que incluyen referencias a tu marca. Esto incluye las publicaciones en las que tu marca está etiquetada (nos referiremos a ellas como @menciones) o simplemente se le menciona en la descripción de la foto.
- 3.45 Mensajes de interés General:** Información que genera la Secretaría de Hacienda para sus grupos de interés
- 3.46 MUPI: (Mueble Urbano para Publicidad Interior)** Es un soporte publicitario de gran formato que se instala en espacios públicos, como calles, parques o estaciones de transporte, suelen estar colocados a una altura que permite a los transeúntes verlos fácilmente, y pueden tener diferentes tamaños y formatos, son una forma efectiva de publicidad, ya que pueden llegar a un gran número de personas.
- 3.47 Numeral (Hashtag):** Etiqueta asociada a un tema o discusión que puede ser indexada en redes sociales, insertando el símbolo de numeral (#) antes de la palabra o frase.

- 3.48 Otro Procedimiento Administrativo (OPA):** conjunto de requisitos, pasos o acciones dentro de un proceso misional, que determina una entidad u organismo de la administración pública o particular que ejerce funciones administrativas, para permitir el acceso de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés a los beneficios derivados de programas o estrategias cuya creación, adopción e implementación es potestativa de la entidad.
- 3.49 Papel tapiz:** Conocido además como wallpaper, fondo de escritorio o fondo de pantalla, se trata de la fotografía o la ilustración que el administrador de una computadora (ordenador), escoge como fondo de la pantalla.
- 3.50 Piezas de Comunicación:** Elementos gráficos o textuales a través de los cuales se transmite un mensaje.
- 3.51 Plan de medios:** Es una estrategia integral que describe cómo una organización o entidad planea utilizar diversos canales y plataformas de comunicación para difundir su mensaje, promocionar productos o servicios y alcanzar sus objetivos de comunicación. Este plan tiene como objetivo determinar cómo y dónde se asignarán los recursos (presupuesto, tiempo, esfuerzo) para maximizar el impacto de la campaña.
- 3.52 Portal de Gobierno Digital de MINTIC:** Es un sitio web del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia que promueve el uso de las TIC para modernizar el Estado y a los ciudadanos. El portal los lineamientos e iniciativas de la Política de Gobierno Digital, así como los casos de éxito y los eventos que realizamos para entidades públicas y ciudadanos, entre otros recursos para entidades públicas y ciudadanos con los que buscamos avanzar en el desarrollo de un Estado más cercano y al servicio de todos
- 3.53 Portal específico de un programa transversal del Estado:** sitio en Internet que integra información, recursos u oferta institucional de un programa o iniciativa del Estado, con impacto nacional, y que involucra más de una autoridad. Ejemplo: Portal de Economía Naranja
- 3.54 Posicionamiento SEM (Search Engine Marketing):** Es una práctica que mejora la visibilidad de una marca mediante acciones de marketing pagadas. Por tanto, se relaciona con los anuncios de pago en buscadores.
- 3.55 Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization):** Optimización de motores de búsqueda, conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento (la visibilidad) en buscadores de un sitio web en Internet, dentro de los resultados orgánicos en los motores de búsqueda.
- 3.56 Redes sociales:** Son plataformas digitales que permiten a las personas conectarse, interactuar y compartir contenido en línea. Estas plataformas facilitan la creación de comunidades virtuales en las que los usuarios pueden comunicarse con amigos, familiares, colegas y personas de intereses similares.
- 3.57 Reel:** Es una herramienta que permite a los usuarios crear videos cortos que pueden viralizarse rápidamente en las redes sociales.
- 3.58 Reputación digital:** Es la percepción pública de una persona o empresa en internet. Se basa en contenidos (noticias, artículos y medios) e interacciones (valoraciones, opiniones y comentarios) publicados en redes sociales, blogs y sitios web especializados. Los comentarios pueden dar como

resultado una reputación positiva o negativa. La reputación online es el prestigio o la estima que tiene una persona o marca en internet, es decir, son todos los elementos que conforman la imagen online de una persona o empresa.

- 3.59 Re tweet:** En las redes sociales es una acción que permite a los usuarios compartir un mensaje publicado por otra persona en su propia cuenta.
- 3.60 Sede electrónica/sitio web:** Es la dirección electrónica de titularidad, administración y gestión de cada autoridad competente, dotada de las medidas jurídicas, organizativas y técnicas que garanticen calidad, seguridad, disponibilidad, accesibilidad, neutralidad e interoperabilidad de la información y de los servicios. La sede electrónica permitirá las interacciones digitales existentes como trámites, servicios, ejercicios de participación, acceso a la información, colaboración y control social, entre otros.
- 3.61 Seguridad de la información:** preservación de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información (ISO/IEC 27000).
- 3.62 Servicio de Autenticación Digital:** Es el procedimiento que, utilizando mecanismos de autenticación, permite verificar los atributos digitales de una persona cuando adelanten trámites y servicios a través de medios digitales. Además, en caso de requerirse, permite tener certeza sobre la persona que ha firmado un mensaje de datos, o la persona a la que se atribuya el mismo en los términos de la Ley 527 de 1999 y sus normas reglamentarias, o las normas que la modifiquen, deroguen o subroguen, y sin perjuicio de la autenticación notarial.
- 3.63 Servicio de Carpeta Ciudadana Digital:** Es el servicio que le permite a los usuarios de servicios ciudadanos digitales acceder digitalmente de manera segura, confiable y actualizada al conjunto de sus datos, que tienen o custodian las entidades señaladas en el artículo 2.2.17.1.2. del Decreto 1078 de 2015. Adicionalmente, este servicio podrá entregar las comunicaciones o alertas, que las entidades señaladas tienen para los usuarios, previa autorización de estos.
- 3.64 Servicio de Interoperabilidad:** Es el servicio que brinda las capacidades necesarias para garantizar el adecuado flujo de información e interacción entre los sistemas de información de las entidades, permitiendo el intercambio, la integración y la compartición de la información, con el propósito de facilitar el ejercicio de sus funciones constitucionales y legales, acorde con los lineamientos del marco de interoperabilidad.
- 3.65 Sinergia:** Son varios mensajes que apuntan a un mismo objetivo de comunicación y que se puede distribuir en diferentes momentos y en diferentes cuentas.
- 3.66 Tablero principal (Feed):** Es el tablero principal de inicio de las redes sociales, donde se muestran todas las publicaciones e interacciones.
- 3.67 Tótem:** Dispositivo vertical que se utiliza para mostrar publicidad en espacios públicos. Los tótems suelen estar hechos de metal o plástico, y pueden tener una variedad de tamaños y formas. Algunos tótems son digitales, mientras que otros son impresos. Son una forma efectiva de llegar a una gran audiencia, están colocados en lugares estratégicos, como calles, parques y estaciones de transporte. Los tótems también son visibles desde lejos, lo que los hace ideales para captar la atención de los transeúntes.

- 3.68 Trámite:** Conjunto de requisitos, pasos o acciones reguladas por el Estado, dentro de un proceso misional, que deben efectuar los ciudadanos, usuarios o grupos de interés ante una entidad u organismo de la administración pública o particular que ejerce funciones administrativas, para acceder a un derecho, ejercer una actividad o cumplir con una obligación, prevista o autorizada en la ley.
- 3.69 Trámites y OPA automatizados:** Son aquellos trámites y Otros Procedimientos Administrativos (OPA) totalmente en línea, cuya gestión al interior de la autoridad se realiza haciendo uso de tecnologías de la información y las comunicaciones, sin requerir la intervención humana.
- 3.70 Trámite y OPA parcialmente en línea (parcialmente: digital, electrónico o sistematizado):** Es el trámite y OPA dispuesto por una autoridad en el cual el solicitante puede realizar por medios digitales o a través de la sede electrónica, al menos uno de los pasos o acciones necesarias para obtener el bien o servicio requerido.
- 3.71 Trámite y OPA totalmente en línea (totalmente: digital, electrónico o sistematizado):** Es el trámite y OPA dispuesto por una autoridad a través de las sedes electrónicas y en el cual el solicitante puede realizar por medios digitales la totalidad del conjunto de pasos o acciones, así como la presentación de los requisitos necesarios, hasta obtener el bien o servicio requerido.
- 3.72 Usabilidad:** Se refiere a la capacidad de un sistema de comunicación para ser utilizado de manera eficiente, efectiva y satisfactoria por parte de los usuarios, un sistema de comunicación con una buena usabilidad es aquel que presenta interfaces claras, intuitivas y fáciles de navegar, minimizando la carga cognitiva y el esfuerzo requerido por parte del usuario.
- 3.73 Usuario de impacto:** Es aquella persona que tiene una presencia significativa y una influencia notable en plataformas de redes sociales, estos individuos han logrado construir una audiencia considerable y tienen la capacidad de afectar las opiniones, comportamientos y tendencias de su audiencia a través de sus publicaciones y actividades en línea y que pueden afectar positiva o negativamente la reputación de la Entidad, generalmente se destacan por el número de seguidores que tienen, así como por su capacidad para generar interacciones.
- 3.74 Ventanilla única:** Sitio o canal que integra actuaciones administrativas de dos o más autoridades que contribuyen a una misma finalidad para atender a un ciudadano, usuario o grupo de valor. Las actuales "Ventanillas Únicas" que involucran a una sola entidad estarán en la sección transaccional de la sede electrónica.
- 3.75 Vocero:** Es el interlocutor (a) oficial de la Secretaría Distrital de Hacienda responsable de hablar con los medios de comunicación y/o con los grupos de interés, según sea el caso.

4 CONTENIDO

A continuación se detallan: los medios de comunicación de la Secretaría Distrital de Hacienda, el servicio de préstamo de pendones o equipos y las responsabilidades que tiene los representantes de las dependencias designados en el Equipo Técnico de Contenidos -ETC frente a la sede electrónica e Intranet de la Secretaría de Hacienda Distrital.

4.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En concordancia con el Plan de Comunicaciones Anual la Oficina Asesora de Comunicaciones evalúa las estrategias de comunicación y contenidos informativos a difundir a través de los diferentes medios que cuenta la Secretaría Distrital de Hacienda, a continuación se describen cada uno de ellos.

4.1.1. Sede Electrónica

Es el sitio oficial en internet de la Secretaría Distrital de Hacienda, al que se accede a través de una dirección electrónica (<https://www.haciendabogota.gov.co>) en la que se dispone información, trámites, servicios y demás elementos ofertados por la Entidad y cuya titularidad, administración y gestión le corresponde.

Esta sede electrónica está dotada de las medidas jurídicas, organizativas y técnicas que garanticen calidad, seguridad, disponibilidad, accesibilidad, neutralidad e interoperabilidad de la información y de los servicios, así mismo la sede electrónica permitirá las interacciones digitales existentes como trámites, servicios, ejercicios de participación, acceso a la información, colaboración y control social, entre otros.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de gestionar la distribución de contenidos, garantizando el cumplimiento de los criterios de accesibilidad y usabilidad de acuerdo con la normatividad vigente de la Sede electrónica.

4.1.2. Intranet

Es la plataforma digital interna privada que tiene la Secretaría de Hacienda Distrital (<http://intranet.shd.gov.co/>) cuyo objetivo es asistir a los colaboradores en la generación de valor para la Entidad, poniendo a su disposición activos como contenidos, archivos, procesos de negocio y herramientas; facilitando la colaboración y comunicación entre las personas y los equipos.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de gestionar la distribución de contenidos, garantizando el cumplimiento de los criterios de accesibilidad y usabilidad de acuerdo con la normatividad vigente de la Intranet.

4.1.3. Redes sociales:

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de administrar y gestionar las redes sociales de la Secretaría Distrital de Hacienda, a excepción del tema relacionado con la atención de peticiones, quejas y reclamos en las redes sociales.

4.1.3.1. Red social Interna.

Actualmente, la red social utilizada por la Entidad es la proporcionada por las herramientas colaborativas de Microsoft 365. Esta red social es privada, de comunicación institucional bidireccional, que permite a los colaboradores de la Entidad comunicarse entre sí de forma efectiva y mejorar la coordinación y la eficiencia en los procesos de trabajo.

Ofrece diversas herramientas para la comunicación, incluyendo la posibilidad de crear grupos de discusión, enviar mensajes directos, compartir archivos y documentos, y crear perfiles de usuario.

Todos los colaboradores de la Entidad que tienen cuenta activa en Office 365, podrán acceder y publicar contenidos así:

- Información institucional: la cual deberá asociarse al grupo General “Secretaría Distrital de Hacienda” y los grupos creados en el marco de los procesos de la Entidad.
- Información personal: asociada a gustos, preferencias e intereses de los colaboradores, teniendo en cuenta las siguientes premisas:

- Ser amable y respetoso
- No subir contenidos prohibidos de conformidad con la Política de Tratamiento de Datos Personales de la Secretaría Distrital de Hacienda y demás normatividad vigente.
- Las transacciones y comentarios que se realicen en dicha red serán responsabilidad de quienes publican.

4.1.3.2. Redes sociales Externas.

Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común con la Secretaría Distrital de Hacienda. Estas redes sociales permiten una conversación continua con la ciudadanía que facilita la consolidación de nexos con el entorno, así como nuevas pautas de relación con la Entidad. Asimismo, ofrecen una gran variedad de alternativas para realizar seguimiento y control de gestión, adicionalmente funciona como un medio para divulgar información, y comunicarse.

A nivel externo las redes sociales vigentes son:

- X
- Facebook
- Instagram.
- LinkedIn.

4.1.4. Correo electrónico institucional.

La Oficina Asesora de Comunicaciones administra el correo electrónico institucional ***comunicaciones@shd.gov.co*** mediante el cual comunica el “*Boletín Hacienda al Día*”, “*Boletín Hacienda Express*”, *obituarios* y demás información interna relevante para los servidores de la Entidad.

4.1.5. Carteleras digitales y video Wall.

En la Entidad existen dieciséis (16) carteleras digitales ubicadas en los pisos que corresponden a la Secretaría Distrital de Hacienda de la sede CAD, una (1) en la sede del Archivo carrera 32 N.º 12-45 y un (1) video Wall en el Supercade CRA 30.

La Oficina Asesora de Comunicaciones realiza la administración de contenidos (por medio del software Magic Info Autor), de estos medios; así mismo todas las solicitudes de mantenimiento, configuración y actualización de los dispositivos se deberán tramitar con la Subdirección de Servicios de TIC.

4.1.6. Papel tapiz.

Se trata de la fotografía o la ilustración que el administrador de una computadora (ordenador), escoge como fondo de la pantalla y son utilizados para difusión de información y del contenido informativo de acuerdo con la estrategia de comunicación. La Oficina Asesora de Comunicación administra y gestiona este medio.

4.1.7. Pantallas Transmilenio.

Por Acuerdo distrital, las entidades del sector central pueden usar hasta el 10% de la parrilla (distribución de la pauta publicitaria en medios digitales, impresos y de la emisora radial) del sistema, cada entidad es responsable de generar los contenidos (videos, cuñas e impresos) y contratar la instalación y desmonte de los elementos cuando corresponda o entregarlos a las dependencias de Transmilenio S.A. asignadas para su divulgación.

4.1.8. Sistema de Video y Pantallas digitales en Supercades.

Son el conjunto de pantallas independientes que trabajan de manera sincronizada para mostrar un contenido unificado. La Oficina Asesora de Comunicación administra y gestiona este medio.

4.1.9. MUPI (Eucol).

Están dirigidos al público que utiliza diariamente el Sistema de Transporte Público en la ciudad de Bogotá D.C. Son puntos con una alta circulación peatonal y vehicular, lo cual genera un alto impacto y una comunicación exterior efectiva. Este medio es administrado y gestionado por Transmilenio S.A.

4.1.10. Servicio de préstamo de pendones o equipos

La Entidad cuenta con elementos promocionales (pendones) de diferentes tamaños y características, y equipos de sonido los cuales son administrados por la Oficina Asesora de Comunicaciones y son sujetos de préstamo a las dependencias cuando estas los requieren.

El solicitante hace el requerimiento a través de correo electrónico o memorando radicado dirigido al jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, con mínimo tres (3) días hábiles previos al evento, indicando la siguiente información:

- Elemento requerido
- Tipo de evento
- Fechas
- Dependencia solicitante
- Servidor responsable

El préstamo queda sujeto a análisis y aprobación, una vez sea validada la solicitud, se emite respuesta al solicitante, indicando la fecha de entrega e instrucciones de instalación, en el caso de equipos de comunicación se diligenciará el formato 116-F.05 Autorización de movimientos de bienes de consumo, activos fijos y otros

La Oficina Asesora de Comunicaciones revisará y actualizará la documentación legal y reglamentaria periódicamente y mínimo cada año.

4.2. EQUIPO TECNICO DE CONTENIDOS

Está conformado por representantes de las dependencias de la Secretaría de Hacienda quienes son los responsables de supervisar, redactar y publicar contenidos en sus diferentes categorías o tipologías en la sede electrónica para facilitar el ejercicio de transparencia, participación, acceso a la información, colaboración y control social, entre otros, con los grupos de interés de la Secretaría Distrital de Hacienda.

Los representantes del tendrán las siguientes responsabilidades:

- Redactar y/o publicar el contenido en un lenguaje claro, incluyente y accesible de acuerdo con la normatividad nacional y distrital vigente en la sede electrónica y/o en la Intranet de manera oportuna, los contenidos de responsabilidad de la dependencia a la que pertenecen garantizando su veracidad y calidad
- Cuando lo consideren necesario, enviar el contenido a publicar a la Oficina Asesora de Comunicaciones para la revisión y ajuste teniendo en cuenta el manual de estilo sitio web, los lineamientos vigentes de accesibilidad, usabilidad y lenguaje claro e incluyente.
- En caso de que la publicación requiera diseño de material gráfico, realizar la solicitud a la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Reportar los requerimientos técnicos de la sede electrónica y de la intranet, al líder técnico: Dirección de Informática y Tecnología.
- Cuando se requiera la creación o modificación de páginas o secciones en la intranet se debe coordinar entre líder técnico: Dirección de Informática y Tecnología y líder de contenidos: Oficina Asesora de Comunicaciones.

- En caso de que la información deba ser publicada en el home principal de la sede electrónica de la Entidad o Intranet se deberá enviar un correo electrónico a comunicaciones@shd.gov.co o el que se indique en su momento.
- Mantener la confidencialidad del usuario y clave de acceso al administrador de contenidos de la sede electrónica, hay que recordar que la clave es personal e intransferible.
- Gestionar los permisos de acceso para el “rol de administrador – publicador” a la Intranet con la Dirección de Informática y Tecnología.
- Actualizar los ítems que correspondan a la dependencia a la que pertenecen y garantizar la publicación de los contenidos del esquema de publicación de la sede electrónica y sección de transparencia de acuerdo con la Ley 1712 de 2014 y la Resolución 1519 de 2020.
- Actualizar los ítems que correspondan a la dependencia en la Intranet.
- Cumplir con los lineamientos y documentación legal y reglamentaria nacional, distrital y de la entidad que se encuentra consignada en el NORMOGRAMA
- Participar en las capacitaciones y socializaciones que se realicen en temas relacionados con las responsabilidades del Equipo Técnico de Contenidos -ETC

5. CONTROL DE CAMBIOS		
VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS
1	18/10/2023	Se crea el documento
2	31/03/2025	Se ajusta y actualiza el objetivo y alcance. Se actualiza e incluyen definiciones acordes con el objetivo y alcance de la guía. Se ajusta y actualiza los medios de comunicación, servicios que presta la Oficina Asesora de Comunicaciones. Se ajustan las responsabilidades del Equipo Técnico de Contenidos ETC.

6. APROBACIÓN <i>(DE ACUERDO CON EL ANEXO TÉCNICO 1 DEL PROCEDIMIENTO 01-P-01)</i>		
ELABORÓ/ACTUALIZACIÓN	REVISÓ	APROBO
<i>Rolando Garnica Arias Profesional Especializado Equipo Oficina Asesora de Comunicaciones</i>	<i>Clara Marcela Mejía Múnera Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones</i>	<i>Clara Marcela Mejía Múnera Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones</i>