



**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**

SECRETARÍA DE HACIENDA

**POLITICA DE COMUNICACIONES  
SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA**

*Código: POL-02 Versión: 7  
Vigente a partir de: 11 de Agosto de 2021*

**[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)**

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9



**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**  
SECRETARÍA DE HACIENDA

## Contenido

1.	DECLARACION DE COMPROMISO .....	3
2.	INTRODUCCIÓN.....	3
3.	PRESENTACIÓN .....	4
4.	PRINCIPIOS .....	4
5.	ALCANCE Y OBJETIVOS.....	5
6.	EJES DE LA POLÍTICA.....	6
6.1.	Comunicación Interna: Organizacional.....	6
6.2.	Comunicación Informativa: Externa.....	7
6.3.	Medios de Comunicación: .....	8
7.	ROLES Y RESPONSABLES.....	8
8.	INVENTARIO DE MEDIOS.....	9
9.	NORMOGRAMA.....	11
10.	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	11
11.	CONTROL DE CAMBIOS.....	12



## DECLARACION DE COMPROMISO

La Política de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda (SDH) define los procesos comunicativos de la Entidad con sus diferentes grupos de interés, tanto a nivel organizacional como público, con el ánimo de asegurar el conocimiento, el diálogo y la gestión participativa enfocada en el servicio y el gobierno abierto.

Igualmente, busca brindar mayores garantías de acceso a la información y la rendición de cuentas, garantizar un adecuado flujo de información y mantener la imagen reputacional de la Entidad.

La Política de Comunicaciones de la SDH define las directrices con base en las cuales se conciben, diseñan y ejecutan las acciones de comunicación de la Entidad, con el fin de asegurar el cumplimiento de procesos comunicativos e informativos orientados a visibilizar la gestión pública en pro del bien común y del posicionamiento de la imagen.

La Política de Comunicaciones de la SDH se basa en las directrices del Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, en las directrices establecidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, encargada de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y en la directiva 005 de 2020 de la Alcaldía Mayor sobre Gobierno Abierto de Bogotá.

Finalmente, la Política de Comunicaciones armoniza los diversos indicadores que evalúan la gestión para sintetizarlos en un solo grupo que responde a los requerimientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, para tener un panorama integral de la gestión. Y como la comunicación es una dimensión articuladora de las demás este propósito se materializa en los siguientes documentos:

- Proceso Comunicación Pública CPR-126
- Procedimiento comunicación organizacional e informativa 126-P-02
- Política de Comunicaciones POL-02
- Instructivo de Medios de Comunicación 126-I-01

## INTRODUCCIÓN

El rol de la SHD es transversal a todas las entidades del Distrito, pues es responsable de recaudar y administrar adecuadamente los recursos públicos que financian los planes y programas que se desarrollan en Bogotá.

Dentro de la organización administrativa del Distrito, la Secretaría como entidad cabeza del Sector con dos entidades adscritas: la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital y el FONCEP; y una vinculada: la Lotería de Bogotá, da los lineamientos generales y supervisa la ejecución de las estrategias de comunicación.

**[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)**

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9





Las acciones comunicativas de la Entidad se conciben desde la dimensión, responsabilidades y retos del Plan de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI”, para garantizar una gestión pública que facilita la relación democrática y transparente entre la administración distrital y la ciudadanía y para el análisis y gestión de los procesos de la entidad y la toma de decisiones basada en la evidencia.

## PRESENTACIÓN

Las acciones comunicativas de la SDH con sus grupos de interés tienen un carácter estratégico que son direccionadas desde la Oficina Asesora de Comunicaciones en cumplimiento de las directrices del Despacho del Secretario(a) de Hacienda, y la participación de todos los servidores y servidoras mediante un modelo de redes y en desarrollo de los procesos de la Entidad.

El direccionamiento, coordinación y seguimiento general de la comunicación aporta a la construcción y consolidación de una cultura digital para involucrar a la ciudadanía de forma incluyente y diferencial, donde la información y la comunicación, como una dimensión articuladora de las demás, permite a la entidad vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión, de acuerdo con MIPG.

## PRINCIPIOS

Los principios generales constituyen el marco conceptual dentro del cual se desarrolla y aplica la Política de Comunicaciones de la SDH y se definen de la siguiente manera:

- **Gobierno Transparente.** Informamos permanentemente qué hace la Entidad, y la información es pública y de acceso permanente para los ciudadanos a través de canales virtuales y presenciales para garantizar que la ciudadanía haga control social y genere valor público.
- **Enfoque de doble vía.** Las comunicaciones en la Secretaría de Hacienda Distrital promueven el diálogo social haciendo uso de la información pública y teniendo al ciudadano como centro de la gestión, atendiendo sus expectativas y necesidades y ofreciendo espacios para la participación centrada en la experiencia.
- **Claridad.** La Política de Comunicaciones de la Entidad se basa en la divulgación y suministro de información que facilita la comprensión de los contenidos y la relación de los ciudadanos con la Entidad. Además, promueve la inclusión social, la rendición de cuentas y el control social a través de mensajes claros y estrategias útiles que difundan las obligaciones y oportunidades ciudadanas en materia tributaria y financiera, socialicen los resultados de la gestión y generen confianza sobre el manejo que la SDH hace de las finanzas distritales.





- **Confianza.** Promueve la confianza [seguridad, certeza] como agente cohesionador que fortalece las relaciones y los acuerdos organizacionales. La comunicación facilita la interlocución y el trabajo en equipo, como eje para robustecer y mejorar las relaciones laborales y la promoción de la comunicación dialogante. Esta línea busca apoyar y facilitar la adecuada estructura organizacional y convertir la comunicación en el eje de la participación y el fortalecimiento de la institucionalidad.
- **Oportunidad.** Promueve la difusión de información, principios, directrices y valores para el fortalecimiento de las relaciones con los usuarios, ciudadanos y servidores [grupos de interés] de la Entidad a través de canales de comunicación apropiados a través de los cuales se transmite información de interés a los grupos de valor de la entidad con actualidad, exactitud y pertinencia.
- **Participación.** Promueve el diálogo con los ciudadanos para mejorar la experiencia de los usuarios mediante el uso incluyente de las TIC y la innovación pública. comunicación de doble vía para informar a los contribuyentes y ciudadanos en general y escuchar sus inquietudes.
- **Servicio.** Desarrolla la labor de comunicación con base en referentes de servicio como “tiempos de respuesta, cumplimiento de las expectativas de lo solicitado, buen trato y la resolución efectiva de situaciones específicas de crisis promoviendo la transparencia en la gestión y la integridad de los servidores públicos.
- **Seguridad.** La información que se soporta en el uso de las TIC, se genera, procesa y transmite de manera segura, garantizando su disponibilidad, integridad y veracidad.
- **Identidad de marca.** “Generar un concepto de imagen compartida, en el que confluyan nociones coherentes e integradas con respecto a la percepción del Distrito Capital”, es decir, una identidad institucional o corporativa.
- **Coordinación, cooperación y articulación.** El trabajo en equipo, en y entre entidades es importante para el desarrollo de relaciones que beneficien a sus clientes [grupos de interés] y que permitan emplear de una manera racional los recursos disponibles.

## ALCANCE Y OBJETIVOS

El proceso comunicativo comprende desde el diseño de las estrategias de comunicación internas y externas de la SDH, la producción de piezas gráficas y contenidos editoriales, gestión e implementación de las campañas, hasta el monitoreo, seguimiento, evaluación y ajustes para contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales de la Entidad y del Plan Distrital de Desarrollo.

Igualmente, a través del procedimiento interno la Oficina Asesora de Comunicaciones establece lineamientos básicos de comunicación para abordar situaciones de crisis,

[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DE HACIENDA



contingencia y/o emergencia de manera que se genere una respuesta institucional oportuna ante cualquier evento interno y/o externo que desestabilice la operación de la Entidad, afectando la prestación de servicios y la imagen de la SDH.

Es de aplicación para todos los funcionarios y funcionarias y personas naturales y/o jurídicas que le presten a la Entidad servicios asociados a temas de comunicación.

### **Objetivo general**

Orientar el proceso comunicativo para el establecimiento de directrices, la definición y optimización de productos de comunicación y el tratamiento informativo relacionado con el quehacer institucional para la concepción, diseño y ejecución de cualquier acción comunicativa para el relacionamiento con sus grupos de interés para vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión.

### **Objetivos específicos**

1. Propender por una comunicación que facilite el cumplimiento de los objetivos misionales, las políticas, directrices y la difusión de la información generada por la Entidad.
2. Garantizar el uso del lenguaje claro y sencillo para facilitar la comprensión y participación de la ciudadanía.
3. Generar espacios de comunicación interna y externa con los diferentes grupos de interés.
4. Utilizar de manera eficaz los medios de comunicación institucionales y externos para difundir, promover y establecer interacción de la Entidad con la ciudadanía.

## **EJES DE LA POLÍTICA**

Los ejes de la Política de Comunicaciones de la SDH son:

- Comunicación organizacional (Interna)
- Comunicación informativa (Externa)
- Medios de comunicación

### **6.1. Comunicación Organizacional (Interna)**

La comunicación organizacional orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la SDH con el fin de difundir los objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la Entidad para apoyar el fortalecimiento de la vocación de servicio, identidad, sentido de pertenencia, cultura y valores institucionales de sus servidores.

El grupo de interés interno de la Comunicación Organizacional se encuentra compuesto por

**[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)**

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9





los servidores públicos, entendidos como todos los funcionarios y funcionarias que prestan sus servicios en la SDH.

## 6.2. Comunicación Informativa: Externa

La comunicación informativa garantiza la difusión de información de la Entidad sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés externos. Está orientada a potenciar mecanismos, canales y lenguajes dirigidos a la ciudadanía en general. Su objetivo es fortalecer y consolidar la comunicación directa de la Entidad con los ciudadanos sobre temas que deben ser de su conocimiento como el rol que desempeña en el desarrollo de la ciudad, los servicios que ofrece, los resultados de su gestión, la rendición de cuentas, entre otros. Todo lo anterior está dirigido a cualificar cada vez más al ciudadano que trata con la SDH y a trascender la acción de pagar impuestos para construir relaciones aún más democráticas de la Entidad con sectores claves de la ciudad a través de programas como el de Educación Tributaria, liderado por la Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá (DIB).

Los grupos de interés externos o de la comunicación son:

- **Periodistas de medios de comunicación masivos, comunitarios y alternativos.** Los medios 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; los medios 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); los medios alternativos son canales no tradicionales a través de los cuales se pueden emitir mensajes institucionales como vallas, avisos en paraderos, en calle o en el sistema de Transmilenio, entre otros.
- **Contribuyentes de impuestos distritales.** Son los ciudadanos que tienen la obligación de pagar cualquiera de los impuestos del Distrito Capital (predial, sobre vehículos, de industria y comercio (ICA), delineación urbana, sobretasa a la gasolina, impuesto fondo al deporte, impuesto a la publicidad exterior visual, estampillas y el impuesto unificado de fondo de pobres, azar y espectáculos).
- **Organismos internacionales.** En este grupo se incluyen organizaciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco de Desarrollo de América Latina CAF, el Banco Mundial (BM) y otros organismos con los cuales la SDH establece proyectos y gestiona recursos de cooperación internacional para financiar proyectos de desarrollo de la ciudad.
- **Entidades públicas.** Corresponde a entidades del orden nacional y territorial con las cuales la SDH entabla relación en cumplimiento de su actividad misional. En este segmento se incluyen los organismos de control (Personería, Contraloría y Concejo de Bogotá) y corporaciones públicas de elección popular como el Congreso de la República.

[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9





- **Empresas.** Hace referencia a empresarios del sector privado que desarrollan su actividad económica en Bogotá.
- **Organizaciones gremiales.** Incluye a sectores económicos de la ciudad asociados, como la Cámara de Comercio de Bogotá, la Federación de Comerciantes Fenalco, la ANDI, Acopi, Camacol, Cámara Colombiana de la Infraestructura, entre otros, cuya actividad gremial tiene énfasis en la Capital.
- **Organizaciones ciudadanas.** Incluye las diferentes formas de organización ciudadana como los consejos de administración de los conjuntos de propiedad horizontal, las juntas de acción comunal, las asociaciones de vecinos, las organizaciones juveniles y todas aquellas que sean de interés de la Entidad en cumplimiento de su labor misional.
- **Ciudadanos en general y otros** que se generen a partir del ejercicio de la labor misional de la Entidad.

### 6.3 Medios de Comunicación:

Es el conjunto de canales (propios y externos) utilizados para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido hacia los diferentes grupos de interés. Incluye tanto a los medios de comunicación no institucionales (radio, prensa, televisión e internet de carácter masivo, comunitario y alternativo) como a los institucionales (red de medios de la SDH: portal web, las redes sociales, los boletines virtuales, la intranet, las carteleras virtuales y el resto de los canales incluidos en el Inventario de Medios relacionado en la parte inferior de este documento). Los grupos de interés de medios de comunicación incluyen tanto a los definidos para la comunicación organizacional como a los establecidos para la comunicación informativa.

Existen, además, canales no tradicionales como vallas, pendones, paraderos de buses Eucol y demás espacios de información institucional que posibilitan la comunicación de la SDH con sus diferentes grupos de interés.

### ROLES Y RESPONSABLES.

El vocero natural de la Entidad es el (la) Secretario(a) de Hacienda quien es el funcionario responsable de dirigirse a la sociedad en nombre de la organización. El secretario(a) puede delegar en el Subsecretario General de Hacienda o en el Subsecretario Técnico directamente dicha vocería. No obstante, y de acuerdo con la naturaleza de la información, también se podrá delegar en alguno de los directores dadas las especificidades técnicas del asunto a informar.

El vocero es el único interlocutor oficial encargado de transmitir el mensaje diseñado por el o la Jefe Asesor(a) de Comunicaciones, a los medios de comunicación o los grupos de interés.

**[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)**

Carrera 30 N° 25-90 Bogotá D.C. Código Postal 111311

PBX: +57(1) 338 50 00 - Información: Línea 195

NIT 899.999.061-9





Debe estar enterado de todos los temas que puedan generar noticia en los medios y mantenerse disponible para atender sus solicitudes informativas.

El o la Jefe de Comunicaciones debe asesorar al Secretario (a) Distrital de Hacienda en la definición, ejecución, seguimiento y evaluación de las prioridades estratégicas de comunicación, con base las directrices establecidas en la Política de Comunicación de la Entidad, con el fin de contribuir al proceso de toma de decisiones.

El grupo de profesionales de la Oficina Asesora de Comunicaciones debe ejecutar las directrices definidas por la alta dirección y la jefatura de comunicaciones.

### INVENTARIO DE MEDIOS.

Los medios que se utilizan en la Secretaría para divulgar los contenidos, mensajes y campañas que llegan a la comunidad son los siguientes:

Medios	Características del medio	Objetivo – Funcionamiento	Periodicidad	Clase	Dirigido a	Responsable – Seguimiento
Correo electrónico de comunicaciones: <a href="mailto:comunicaciones@shd.gov.co">comunicaciones@shd.gov.co</a>	Virtual, inmediato (envía mensajes en tiempo real) e informativo	Difundir información institucional y de interés general a todos los servidores de la SDH de forma inmediata.	Diario	Intern o/ externo	Grupos de interés internos	Oficina Asesora de Comunicaciones
Correo electrónico de obituarios: <a href="mailto:obituario@shd.gov.co">obituario@shd.gov.co</a>	Virtual, inmediato (envía mensajes en tiempo real) e informativo	Difundir información sobre fallecimientos de familiares de los funcionarios a todos los servidores de la SDH de forma inmediata.	Por demanda	Intern o	Grupos de interés internos	Oficina Asesora de Comunicaciones
Servicios de mensajería instantánea aprobados por la Entidad	Yammer	Difundir información institucional y de interés general a todos los servidores de la SDH de forma inmediata.	Por demanda	Intern o	Grupos de interés internos	Oficina Asesora de Comunicaciones
Intranet	Publicación virtual que informa a diario acerca de las actividades que realiza la SDH, así como los beneficios para los funcionarios, oportunidades de capacitación, servicios financieros y de salud, y demás	Difundir información institucional y de interés general a todos los servidores de la SDH.	Permanente	Intern o	Grupos de interés internos	Oficina Asesora de Comunicaciones

Medios	Características del medio	Objetivo – Funcionamiento	Periodicidad	Clase	Dirigido a	Responsable – Seguimiento
	noticias de interés para los funcionarios.					
Papel tapiz de pantalla de los computadores	Virtual, informativo	Difundir información institucional y de interés general a todos los servidores de la SDH, articulada a la campaña de comunicación que esté en curso, por lo general, de la Alcaldía Mayor o de alguna de las entidades del Distrito	Por demanda	Inter no	Grupos de interés internos (funcionarios, supernumerarios y contratistas)	Oficina Asesora de Comunicaciones
Carteleras	Virtuales, diarias, informativas	Difundir información de manera coherente con las campañas que se estén difundiendo a través de los demás medios de comunicación, y que aporten al entendimiento de las acciones para cumplir con las metas del Plan Distrital de Desarrollo.	Diaria	Inter no/ externo	Grupos de interés internos y externos (ciudadanos que visitan el CAD)	Oficina Asesora de Comunicaciones
Portal web de la SDH: <a href="http://www.shd.gov.co">www.shd.gov.co</a>	Virtual, de actualización permanente	Servir de canal de comunicación e información entre la SDH y contribuyentes, sectores financieros, académicos y la ciudadanía en general, a través de la difusión de información institucional y de interés general, trámites y servicios que faciliten y agilicen la relación entre la ciudadanía y el Distrito Capital.	Por demanda	Exte rno	Grupos de interés externos	Oficina Asesora de Comunicaciones

Medios	Características del medio	Objetivo – Funcionamiento	Periodicidad	Clase	Dirigido a	Responsable – Seguimiento
Mensajes de texto vía celular	Virtual, informativo y de servicio	Difundir información institucional y de interés general a los ciudadanos según los grupos de interés de la SDH.	Por demanda	Externo	Grupos de interés externos	Dirección de Impuestos de Bogotá - La Oficina Asesora Comunicaciones debe revisar todos los contenidos que se envíen al público.
Redes sociales: Twitter: @HaciendaBogota Facebook: /Hacienda Bogotá Instagram: Hacienda Bogota YouTube: haciendabogota	Virtual, informativo y de servicio	Difundir información institucional y de interés general a los usuarios.	Por demanda	Externo	Grupos de interés externos	Oficina Asesora de Comunicaciones

## NORMOGRAMA.

Ver Normograma en Proceso CPR-126 COMUNICACIÓN PÚBLICA SDH.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS.

**Estrategia de comunicaciones.** Conjunto de actividades organizadas secuencialmente para responder a una necesidad específica y facilitar el flujo de información que se da entre la organización y sus grupos de interés.

**Información.** Conjunto organizado de datos que tienen significado.

**Grupo de interés.** Es el conjunto de personas, entidades u organizaciones de características particulares en edad, sexo, clase social, ubicación, ocupación, entre otras, hacia quienes se dirigen las estrategias y acciones de comunicación.

**Información oficial.** Conjunto organizado de datos que tienen significado y están avalados por la alta dirección y/o por el Comité Directivo.

**SDH:** Secretaría Distrital de Hacienda.

**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.

### CONTROL DE CAMBIOS.

VERSION	FECHA	DESCRIPCION DE CAMBIOS
1		N/A
2	03/05/2013	Se modifica numeral 4. Inventario de Medios Se incluye fecha de publicación del documento
3	01/08/2013	Se modifica numeral 4. Inventario de Medios
4	07/01/2016	Eliminación componente GEL, Actualización a MECI 2014 y Actualización Inventario de medios
5	17/05/2017	Se modifican los siguientes numerales: 1. Declaración de compromiso 2. Introducción 3. Presentación 5. Alcance y objetivos 6. Despliegue de la política 7. Inventario de medios
6	11/12/2018	Se modifican los siguientes numerales: 2. INTRODUCCIÓN: en el último párrafo, se eliminan los documentos: - Procedimiento de Medios de Comunicación 126-P-03 Guía Equipo Transversal de Comunicaciones (ETC) 126-G-01 - Formato solicitud de servicios de comunicaciones 126-F.01 4. PRINCIPIOS GENERALES: se modifica PARTICIPACION. 5. ALCANCE Y OBJETIVOS: se ajustan los objetivos específicos Nos. 1 y 2. 6. DESPLIEGE DE LA POLÍTICA: se modifica el numeral 6.1 Comunicación Organizacional. 7. ROLES Y RESPONSABILIDADES: en el último párrafo se elimina lo concerniente al Equipo Transversal de Comunicaciones (ETC).” INVENTARIO DE CANALES: se elimina Correo electrónico <a href="mailto:opiniontributaria@shd.gov.co">opiniontributaria@shd.gov.co</a> , se cambia Sitio web de la SDH por Portal web de la SDH. En redes sociales se incluye “Instagram: Hacienda Bogotá”
7	11/08/2021	Se modifican los siguientes numerales: 1. En la Declaración de Compromiso se amplía el concepto de garantías para el acceso a la información y la rendición de cuentas y se introducen los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG y de la Directiva 005 de 2020. 2. Se ajusta a los lineamientos del Plan de Desarrollo “Un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo XXI” 3. Presentación. Se actualiza incluyendo la disposición del decreto distrital 189 de 2020 sobre involucramiento incluyente y diferencial. 4. En los principios se modifica Gobierno Transparente, se complementa Participación y se agregan Enfoque de doble vía y Seguridad para suprimir equidad, pedagogía y liderazgo. 5. Objetivo General. Se reformula el objetivo general para actualizarlo a MIPG y a la dinámica de comunicación digital, se incluye el uso del lenguaje claro y sencillo y se suprime la mención al manual de crisis. 6.3 Se complementa la enunciación de comunicación organizacional. 7. Se suprime destrezas y cualidades de los voceros y la mención del manual de crisis y se consigna la delegación de la vocería. 8. Se ajusta la dirección (dominio) de la página web de la Entidad y se suprimen el chat tributario, el correo infoinversionistas, el PBX y la línea 195.

**12. APROBACIÓN (DE ACUERDO CON EL ANEXO TÉCNICO 1 DEL PROCEDIMIENTO 01-P-01)**

<b>ELABORO/ACTUALIZÓ</b>	<b>REVISÓ</b>	<b>APROBÓ</b>
Cesar Ney Osorio Arango Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones Equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Eliana Castellanos Díaz Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	Juan Mauricio Ramírez Cortés Secretario Distrital de Hacienda Aprobó mediante Acta No. 35 del comité directivo del 28 de junio de 2021.