

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	PIEZA GRÁFICA	Diseñar piezas de comunicaciones	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	PIEZA GRÁFICA	Diseñar piezas de comunicaciones	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el periodo comprendido entre abril y el 30 de junio de 2026, el equipo de diseño de la OACCM desarrolló piezas gráficas impresas y digitales orientadas a apoyar las diferentes campañas, estrategias e iniciativas lideradas por la Oficina y las distintas áreas de la entidad. Los requerimientos fueron gestionados y validados a través de los profesionales de comunicaciones asignados a cada dependencia y elaborados conforme a los lineamientos gráficos y de comunicación establecidos por la Alcaldía y la entidad. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	PIEZA GRÁFICA	Diseñar piezas de comunicaciones	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Durante el periodo comprendido entre enero a marzo del 2026 se diseñaron piezas impresas y piezas digitales frente a los proyectos, programas y metas en temas de movilidad como movilidad segura, eficiente y accesible, entre otros, acudiendo a la necesidad de cada campaña organizada desde OACCM y desde cada área. Fueron filtradas bajo la gestión del periodista correspondiente de cada dependencia y desarrolladas bajo las directrices de Alcaldía. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1XaT07BJrre4bCn4pM1O3-bbfdKciYCoP	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	PIEZA GRÁFICA	Diseñar piezas de comunicaciones	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Dar respuesta a las inquietudes o comentarios allegados a través de redes sociales	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Se dio respuesta a las dudas e inquietudes de la ciudadanía que llegaron a través de las redes sociales, especialmente X que es una de ls que mayor conversación genera, pero de igual manera ese dio respuesta a la ciudadanía en otras como Facebook e Instagram en las cuales la SDM también cuenta con una comunidad activa y participativa. A través de las redes sociales de la SDM, entre enero y marzo del 2026, se entregaron 282 respuestas a la ciudadanía, dando respuesta a preguntas, dudas o inquietudes sobre el sistema de movilidad en general, así como el estado de la movilidad, entre otros de interés. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Dar respuesta a las inquietudes o comentarios allegados a través de redes sociales	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Dar respuesta a las inquietudes o comentarios allegados a través de redes sociales	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Dar respuesta a las inquietudes o comentarios allegados a través de redes sociales	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Se atendieron las dudas, inquietudes y requerimientos de la ciudadanía recibidos a través de las redes sociales institucionales, con especial énfasis en la plataforma X, debido a su alto nivel de interacción y conversación sobre temas de movilidad. De igual manera, se brindó respuesta oportuna a las solicitudes y comentarios gestionados a través de Facebook e Instagram, plataformas en las que la SDM mantiene comunidades activas y participativas, fortaleciendo el relacionamiento y la atención a la ciudadanía en los entornos digitales. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Desarrollar de campañas de comunicación interna, producción de piezas gráficas, vídeo y fotografías	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Desarrollar de campañas de comunicación interna, producción de piezas gráficas, vídeo y fotografías	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Con corte a junio, se gestionaron 38 solicitudes de piezas gráficas asociadas a los siete Sistemas de Gestión de la entidad. Adicionalmente, se atendieron 43 requerimientos de diseño y producción de piezas gráficas para diferentes necesidades institucionales, contribuyendo al fortalecimiento de las estrategias de comunicación y divulgación de la información. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Desarrollar de campañas de comunicación interna, producción de piezas gráficas, vídeo y fotografías	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Como parte de las acciones de cumplimiento y por iniciativa de la Oficina de Comunicaciones, se viene desarrollando de manera anual una campaña orientada a fortalecer y visibilizar el sentido de pertenencia institucional. Por medio de piezas audiovisuales, se destacan historias de vida, trabajo en equipo y acciones que han generado impactos positivos en comunidades o grupos específicos. Esta estrategia se enmarca en el eslogan “Nos Movemos de Corazón” y, durante el primer trimestre del año, ha permitido resaltar diversos equipos de trabajo que han postulado sus propias historias como ejemplo para otros colaboradores. La campaña “Nos Movemos de Corazón” ha logrado posicionarse entre los colaboradores de la SDM, quienes la reconocen como un espacio para visibilizar buenas prácticas y referentes institucionales. Un avance significativo en este periodo es el incremento en la participación activa, evidenciado en la postulación voluntaria de equipos y funcionarios, lo que ha permitido ampliar el alcance y evitar que historias valiosas queden sin ser compartidas. En este sentido, la estrategia ha generado un impacto positivo en la cultura organizacional y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, incentivando a más colaboradores a participar. La población beneficiada corresponde a las y los colaboradores de la entidad, quienes a su vez actúan como multiplicadores de la información hacia la ciudadanía en general. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9ci0Ar8FcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Desarrollar de campañas de comunicación interna, producción de piezas gráficas, vídeo y fotografías	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Evaluar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Evaluar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Evaluar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el periodo se realizaron 2.310 aplicaciones de instrumentos de medición, distribuidas en 771 evaluaciones en empresas, entidades e instituciones educativas, 652 mediciones pretest y 858 posttest en intervenciones en vía, así como 29 aplicaciones en el marco de la estrategia Tintatón. Estos ejercicios permitieron generar evidencia para el análisis de resultados, la evaluación de las intervenciones y el fortalecimiento de la toma de decisiones basada en datos. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Evaluar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Se evaluaron las acciones frente a educación ciudadana de la siguiente manera: Empresas, entidades e instituciones educativas: 561 personas Acciones en vía: 753 personas en su versión pretest y 549 en su versión posttest Tintón: 28 instrumentos Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oi0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Eventos	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Eventos	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Eventos	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Los cubrimientos de los eventos se evidencian en las publicaciones de notas en las carteleras digitales, y en el top 5 de la semana resumen de los eventos y noticias destacados de la entidad. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Eventos	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el periodo se desarrollaron y acompañaron diversas actividades institucionales de especial relevancia, entre las que se destacan la despedida de la Secretaria en las dos sedes de la entidad, el lanzamiento del noticiero institucional en el mes de junio, el stand temático de fútbol, la Semana de la Salud, la Semana de la Integridad y la Semana de la Colombianidad, iniciativas orientadas al fortalecimiento de la comunicación interna, el bienestar y la cultura organizacional. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Implementar campañas y/o estrategias de cultura para la movilidad	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Implementar campañas y/o estrategias de cultura para la movilidad	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Se realiza un primer concepto de preproducción y conceptualización ATL Y BTL, para la nueva versión de la campaña contra el Mal Parqueo en busca de concientizar a la ciudadanía sobre el uso adecuado del espacio público. Basados en el valor del comparendo, se invita a la ciudadanía a entregar razones para el buen parqueo. Posteriormente, se desarrolla un segundo concepto como resultado de un proceso de ideación y participación ciudadana, en busca de establecer que concepto de campaña sería más efectivo con los Mal Parqueados. Por otra parte, en el primer trimestre de 2026 se avanzó en el diseño e implementación inicial de la Estrategia "Prudencia", con diagnóstico técnico, definición de componentes y ejecución de 2 intervenciones pedagógicas que impactaron a 355 personas, validando acciones y fortaleciendo comportamientos seguros. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBt9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Implementar campañas y/o estrategias de cultura para la movilidad	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Implementar campañas y/o estrategias de cultura para la movilidad	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el segundo trimestre de 2026 se planificaron 778 jornadas de intervención y se fortaleció la oferta pedagógica mediante el diseño del curso para ciclistas "A rodar con técnica y seguridad" y la actualización del módulo de Movilidad Accesible y Universal. De igual manera, se desarrollaron 601 acciones de Cultura para la Movilidad que impactaron a 42.266 personas, contribuyendo a la promoción de comportamientos seguros, la apropiación de las normas de tránsito y la convivencia en el espacio público. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Participación y retroalimentación de las comunicaciones internas	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Participación y retroalimentación de las comunicaciones internas	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Este espacio se tiene planeado para finales de abril, pero se han desarrollado otras actividades de participación y retroalimentación como socializaciones en uso de imagen institucional citada por alcaldía, participación en una campaña de aseo a nivel distrital, participación en la encuesta de clima organizacional también tema distrital entre otras. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBt9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Participación y retroalimentación de las comunicaciones internas	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Se llevó a cabo un evento institucional de despedida en reconocimiento a la gestión de la Secretaria. De manera complementaria, se realizaron acciones de comunicación interna mediante la difusión de mensajes y piezas audiovisuales orientadas a destacar los principales logros y aportes alcanzados durante su periodo de gestión. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Participación y retroalimentación de las comunicaciones internas	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Planear y diseñar las campañas requeridas, así como estrategias de intervención frente a comunicación estratégica	1/01/2026	15/12/2026						COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Planear y/o diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Se planificaron 493 jornadas de intervención, se diseñaron acciones lúdico-pedagógicas de la estrategia "Prudencia"; así cómo, un protocolo de movilidad eléctrica. Se implementaron 439 jornadas de sensibilización que impactaron a 34.325 personas, promoviendo la normatividad, la percepción del riesgo y comportamientos viales seguros, corresponsables y sostenibles. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oi0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Planear y/o diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el segundo trimestre de 2026 se implementó la Estrategia Prudencia a través de 34 jornadas de intervención, de las cuales 9 correspondieron a acciones pedagógicas y 25 a actividades BTL, orientadas a fortalecer la sensibilización ciudadana y la promoción de comportamientos seguros en el entorno vial. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFa1lqSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Planear y/o diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	CULTURA PARA LA MOVILIDAD	Planear y/o diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	ALIANZAS	Planear y/u organizar y/o concretar alianzas con empresas del sector privado y otro tipo de entidades que aporten a generar mayor alcance de las iniciativas y/o proyectos de la SDM	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Gestión y articulación con el sector privado mediante la entrega de incentivos, la suscripción de memorandos de entendimiento u otros instrumentos de cooperación para el desarrollo de acciones conjuntas, la formulación de planes de trabajo con aliados actuales y potenciales, y la elaboración de informes de resultados y seguimiento. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFa1lqSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	ALIANZAS	Planear y/u organizar y/o concretar alianzas con empresas del sector privado y otro tipo de entidades que aporten a generar mayor alcance de las iniciativas y/o proyectos de la SDM	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Durante el primer trimestre de 2026, se consolidó acciones orientadas a fortalecer las alianzas con diferentes sectores: Gestión de incentivos del sector privado: Se reportaron 15 acciones de articulación con actores del sector privado, que contribuyeron a la ampliación de campañas y mensajes institucionales. Estas alianzas facilitaron la habilitación de espacios, así como la entrega de productos y servicios a la ciudadanía en el desarrollo de eventos liderados por la Secretaría Distrital de Movilidad, incrementando el alcance y la apropiación de la cultura para la movilidad. Articulación interinstitucional y relacionamiento estratégico: Se desarrollaron 7 mesas de trabajo enfocadas en la recuperación del espacio público afectado por el mal parqueo y en el fortalecimiento del relacionamiento estratégico de alto nivel para la Secretaría. Estas mesas contaron con seguimiento sistemático mediante correos electrónicos, reuniones y llamadas con las partes interesadas, garantizando trazabilidad, cumplimiento de compromisos y continuidad en la gestión. Formalización de alianza estratégica con la Cámara de Comercio de Bogotá: Se gestionó la suscripción de un Memorando de Entendimiento entre la Secretaría Distrital de Movilidad y la Cámara de Comercio de Bogotá, firmado por la Subsecretaria de Gestión Corporativa, Clemencia Rojas Arias, y el Presidente de la entidad, Ovidio Claros Polanco. Este instrumento tiene como propósito establecer una alianza estratégica para fortalecer las iniciativas y campañas de las áreas misionales, mediante el desarrollo de actividades conjuntas, la habilitación de espacios para eventos y la difusión de información institucional de interés ciudadano, contribuyendo a la consolidación de una movilidad segura, sostenible, inclusiva y eficiente, así como al desarrollo de una ciudad más próspera y equitativa. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TC0	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	ALIANZAS	Planear y/u organizar y/o concretar alianzas con empresas del sector privado y otro tipo de entidades que aporten a generar mayor alcance de las iniciativas y/o proyectos de la SDM	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	ALIANZAS	Planear y/u organizar y/o concretar alianzas con empresas del sector privado y otro tipo de entidades que aporten a generar mayor alcance de las iniciativas y/o proyectos de la SDM	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	A través de las redes sociales de la SDM se difundió información pertinente, clara y oportuna sobre el Sistema de Movilidad, así como sobre las condiciones de las vías y la movilidad en la ciudad en tiempo real. Esta gestión propició una participación activa de la ciudadanía, reflejada en interacciones con los contenidos publicados mediante reacciones, compartidos, contenido guardado, reposts y comentarios, de acuerdo con las funcionalidades habilitadas por cada plataforma digital. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Durante el periodo enero-marzo de 2026, la Secretaría de Movilidad brindó a la ciudadanía información clave sobre trámites y servicios, como la salida de patios, pago de comparendos en línea, traslado de matrículas a Bogotá y horarios de atención. En total, se realizaron 134 publicaciones que alcanzaron a 194.784 personas, facilitando el acceso a información clara, oportuna y confiable. De manera complementaria, a través de la cuenta de X (@bogotatransito) y con cobertura permanente de lunes a domingo, se informó en tiempo real sobre el estado de la movilidad en la ciudad. En este periodo se realizaron 1.370 publicaciones, con un alcance de 3.879.916 personas, contribuyendo a la toma de decisiones informadas en los desplazamientos. Población beneficiada: Hombres y mujeres en Bogotá entre los 18 y 55 años de edad, que siguen y consultan las redes sociales de la Secretaría de Movilidad. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKRT9ni0Ar8rEcl_7Mr229lS0l_4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de los canales de comunicación interna establecidos en la Entidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Con corte a junio, los grupos institucionales de WhatsApp registraron un total de 1.475 suscriptores activos. Durante el periodo se realizaron 19 envíos del boletín informativo Movilidad al Día, con una periodicidad diaria, así como la publicación de 32 contenidos en las carteleras digitales institucionales y la difusión de 75 piezas informativas a través de los grupos de WhatsApp, fortaleciendo las estrategias de comunicación interna y la circulación oportuna de la información. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallgSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de los canales de comunicación interna establecidos en la Entidad.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	A través de acciones orientadas a la información oportuna, la generación de espacios de diálogo y la visibilización de buenas prácticas, se buscó consolidar una cultura organizacional más conectada, participativa y alineada con los objetivos estratégicos de la entidad. Con el propósito de fortalecer la participación institucional, se puso a disposición de los colaboradores un formulario para vincularse a los planes y proyectos de la vigencia, permitiendo recoger retroalimentación y aportes para su mejora. En el mes de febrero se realizó la rendición de cuentas del Sector Movilidad, como un espacio para socializar el cumplimiento de logros, metas y proyectos estratégicos correspondientes a la vigencia 2025. Asimismo, se llevó a cabo la jornada del Día sin Carro y sin Moto en la ciudad, una iniciativa que promueve la reflexión y la adopción de prácticas de movilidad sostenible, movilizando a la ciudadanía de manera consciente. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de los canales de comunicación interna establecidos en la Entidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN INTERNA	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de los canales de comunicación interna establecidos en la Entidad.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Producción de Información para Medios de Comunicación	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Producción de Información para Medios de Comunicación	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Producción de Información para Medios de Comunicación	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Se emitieron 60 boletines de prensa que ampliaron el alcance de la información institucional y aseguraron presencia en medios. Esto permitió sostener la agenda en temas estratégicos y lograr un cubrimiento amplio, mayoritariamente favorable para la entidad. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Producción de Información para Medios de Comunicación	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el periodo se emitieron 117 boletines de prensa orientados a ampliar el alcance y la difusión de la información institucional, favoreciendo la presencia permanente de la entidad en los medios de comunicación. Esta gestión permitió posicionar la agenda institucional en temas estratégicos y alcanzar un amplio cubrimiento mediático, predominantemente favorable para la entidad. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallqSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

ID	PLAN DE ACCIÓN	MACROACTIVIDAD	ACCIÓN / ACTIVIDAD	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	% META	% VALOR META	% AVANCE	MES DE REPORTE	NOTA DE AVANCE	PROCESO RESPONSABLE
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Relacionamiento con los medios de comunicación.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	12		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Relacionamiento con los medios de comunicación.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	3	Durante el primer trimestre se realizaron 51 ruedas de prensa y atenciones a medios, evidenciando alta gestión y capacidad de respuesta. Estas acciones posicionaron temas clave como seguridad vial, Día sin carro y planes éxodo, fortaleciendo la vocería y la visibilidad institucional. Evidencia en: https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1TS-0-nKBT9oj0Ar8rFcL7Mr229LS0L4D	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Relacionamiento con los medios de comunicación.	1/01/2026	15/12/2026	25	25	50	6	Durante el primer trimestre se llevaron a cabo 94 ruedas de prensa y atenciones a medios de comunicación, reflejando una alta capacidad de gestión y respuesta institucional. Estas acciones contribuyeron al posicionamiento de temas estratégicos relacionados con la seguridad vial, la movilidad sostenible, el control y la gestión en vía, fortaleciendo la vocería institucional y la visibilidad de la entidad ante la ciudadanía y los diferentes grupos de interés. https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Y-NOROTYb_-6VFallqSVna8Tc_z7rQw	COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
378	Plan de comunicaciones 2026	COMUNICACIÓN EXTERNA	Relacionamiento con los medios de comunicación.	1/01/2026	15/12/2026	25		50	9		COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD