

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD 2019

Secretaría Distrital de Movilidad

**Responsable:
Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura
para la Movilidad**

**Bogotá
2019**

CONTENIDO

- 1. Fundamento Legal**
- 2. Contexto**
- 3. Alcance del Plan de Comunicaciones**
- 4. Objetivos del plan de comunicaciones**
- 5. Metas anuales establecidas en el Plan Operativo Anual 2016-2020**
- 6. Política de comunicaciones**
- 7. Acciones Estratégicas**
- 8. Componentes Plan de Comunicaciones**
 - 8.1 Audiencias a impactar**
 - 8.2 Oficinas o instancias encargadas de comunicar (Quién comunica)**
 - 8.3 Principales temáticas a comunicar en 2019 (Qué comunicar)**
 - 8.4 Nuestros medios de comunicación (Cómo comunicar)**
 - 8.5 Frecuencia de la comunicación (Cuándo comunicar)**
- 9. Evaluación y seguimiento**
- 10. Plan de Acción**
- 11. Medida orientada a la lucha contra la corrupción 2019 Secretaría Distrital de Movilidad**

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD

1. Fundamento Legal

A continuación, se listan las normas tenidas en cuenta para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicaciones:

- **Constitución Política de Colombia:** Artículo 20, derecho a la información.
- **Acuerdo 675 de 2016** "Plan de Desarrollo 2016-2020
- **Acuerdo 257 de 2006** "Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, distrito capital, y se expiden otras disposiciones"
- **Decreto 672 de 2018** "Por medio del cual se modifica la estructura organizacional de la Secretaría Distrital, de Movilidad y se dictan otras disposiciones".
- **Decreto 591 de 2018** "Por medio del cual se adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión Nacional y se dictan otras disposiciones"
- **Norma Técnica ISO 9001 – 2015. Sistemas de Gestión de Calidad.** Numeral 5.5.3, 7.2.3 y 8.2.1
- **Manual Operativo del Sistema de Gestión.** V2. DAFP. 2018
- **Manual Modelo Integrado de Planeación y Gestión de la Secretaría Distrital de Movilidad.** 2019

2. Contexto

La Secretaría Distrital de Movilidad como cabeza del sector Movilidad y autoridad de tránsito y transporte, presta servicios, planea y formula las políticas del sector, generando condiciones de movilidad acordes con las necesidades de la población de Bogotá D.C. y su área de influencia, priorizando modos ambientalmente sostenibles y la implementación de un sistema de transporte inteligente e intermodal que promueve la accesibilidad, conectividad, seguridad vial y la integración regional contribuyendo con la equidad.

El papel de la comunicación en estos programas es decisivo por su importancia en los procesos de información y participación ciudadana, educación para el cambio, promoción de una movilidad sostenible y segura. Solo con una comunicación clara, oportuna, confiable, transparente y solidaria será posible lograr la apropiación por parte de la población capitalina, de los temas referentes a la movilidad.

Las interacciones con los ciudadanos ofrecen la oportunidad para fortalecer las comunicaciones y de esta manera, contrarrestar la posibilidad de que los mensajes, acciones y percepciones sean tergiversados por carencia de información, falta de oportunidad o claridad o confiabilidad de la misma.

Los mensajes emitidos a través de los diferentes canales de comunicación, con los que cuenta la Entidad, aportan a la construcción de una plataforma de comunicación con los

ciudadanos y le permiten a la Secretaría construir, con la participación de los usuarios del sistema de movilidad y con sus grupos de interés, conceptos y prácticas alrededor de la cultura ciudadana como parte del cotidiano de la ciudad.

La Secretaría de Movilidad tiene dentro de sus tareas, garantizar la estabilidad y el mejoramiento de la comunicación con los ciudadanos, en un marco de construcción conjunta entre sus funcionarios, la comunidad, los líderes de opinión y los usuarios del sistema de movilidad. Esta estabilidad también garantiza la regulación de las relaciones entre la sociedad, sus realidades y la administración distrital.

Ahora bien, los ciudadanos de acuerdo con sus comportamientos son el reflejo de la cultura, que se basa en los hábitos y costumbres cotidianas, por lo tanto, la cultura se caracteriza por la inclusión de principios y valores, pero también, por los vicios y comportamientos negativos.

Dentro de los comportamientos riesgosos identificados en Bogotá se incluyen mal uso de la infraestructura vial, la cual ha sido diseñada para proporcionar mejores condiciones de seguridad vial a cada uno de los actores del sistema de movilidad. A lo anterior, se suma la baja percepción del riesgo que tienen los bogotanos sobre algunas conductas que pueden afectar su seguridad y la de otros a la hora de movilizarse en la ciudad.

Sin embargo, implementar acciones que permitan la resolución de esos conflictos, en el marco de una Política incluyente, accesible, complementaria con otros entes y servicios, requiere un modelo de gestión administrativa de la ciudad que, facilite la búsqueda de escenarios de encuentro con la comunidad, a propósito de las garantías que deben darse para vincular a los actores viales (se resaltan como los más vulnerables peatones y ciclistas) en la propuesta de soluciones a las diferentes problemáticas sectoriales y locales.

Para dar cumplimiento con lo dispuesto en la propuesta de una movilidad sostenible y que proteja la estructura de una cultura ciudadana, es importante, no solo formar e informar sobre el comportamiento que se debe tener en la vía, si no el de promover procesos de participación y organización. Se participa para fomentar el desarrollo humano de la ciudad, de tal manera que las acciones a corto, mediano y largo plazo, susciten el crecimiento económico y el mejoramiento en la calidad de vida de los bogotanos. Es una manera de empoderar a los ciudadanos para generar procesos de responsabilidad.

Es así como se puede definir que Cultura Ciudadana para la Movilidad, es un conjunto de costumbres y actitudes individuales y colectivas que generan un uso apropiado y positivo del espacio público, donde la corresponsabilidad debe existir. Es un ejercicio individual para asumir compromisos de interacción social fundada en el respeto y responsabilidad. Por ello, es fundamental cumplir con las normas de tránsito y facilitar las condiciones para la transformación de la ciudad.

3. Alcance del Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad

El Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, describe las estrategias y proyectos que ejecutará la Secretaría Distrital de Movilidad en el año 2019 y primer semestre del 2020, en temas relacionados con la comunicación interna y externa, así como las acciones requeridas en Cultura para la Movilidad, en cumplimiento del Decreto 672 de 2018. En términos generales, establece los objetivos, metas y acciones para lograr su implementación y evaluación dentro de los estándares de calidad y oportunidad.

El Plan se encuentra acorde con lo propuesto por el Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG, toda vez que, a través de acciones informativas, formativas, participativas y técnicas, se adelantarán las actividades que promocionarán los actos seguros en la vía y la divulgación de la información de manera oportuna e integrada.

Las acciones que hacen parte del Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, estarán dirigidas al aumento de la percepción del riesgo, así como a la disminución de la siniestralidad, y se enfocarán en el fortalecimiento de los hábitos y buenas costumbres de los ciudadanos ante el uso correcto del espacio público, hecho que redundará en la legitimidad de una cultura ciudadana.

Con el Plan se busca que la información y comunicación se articule con las demás dependencias que hacen parte de la Entidad, ya que permite ampliar y profundizar el uso y aprovechamiento de la información para los procesos internos, así como la interacción con la ciudadanía.

4. Objetivo Plan de Comunicaciones

Objetivo General

Establecer e implementar un proceso estratégico frente al diseño, gestión, ejecución y evaluación de las diversas acciones de comunicación, información y campañas, basado tanto en las necesidades de la ciudadanía y partes interesadas como en los lineamientos del proyecto de inversión 585 y 1004 y en las directrices en temas de movilidad, descritas en el Plan de Desarrollo 2016-2020.

Objetivos específicos para la comunicación estratégica:

- Divulgar y conectar a los bogotanos con los servicios, políticas públicas, metas, logros y resultados de la Secretaría de Movilidad.
- Posicionar a la Secretaría de Movilidad como una entidad inteligente que trabaja por mejorar la movilidad y condiciones de seguridad vial para los bogotanos.
- Comunicar a los servidores públicos y demás partes interesadas, las acciones de impacto, adelantadas por la Entidad.
- Establecer directrices para el correcto uso de la imagen institucional, de acuerdo con las políticas de la Secretaría Distrital de Movilidad y la Alcaldía Mayor de Bogotá.

- Difundir material de referencia para la toma de decisiones de las partes interesadas frente a la movilidad en la ciudad.
- Fomentar la cultura ciudadana y el respeto entre todos los usuarios de todas las formas de transporte, protegiendo en especial los actores vulnerables y los modos activos.
- Asesorar a todas las dependencias de la Secretaría de Movilidad en la formulación e implementación de las estrategias de cultura ciudadana.
- Definir mecanismos para la articulación, vinculación y operación integrada en temas de cultura ciudadana para la movilidad, en instancias inter e interinstitucionales.

5. Metas anuales establecidas en el Plan Operativo Anual 2016-2020

En este mismo contexto se establecen las siguientes metas:

- Implementar el 100% de la estrategia para la sostenibilidad del Subsistema de Responsabilidad Social en la entidad.
- Realizar el 100% de las campañas requeridas a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad.
- Alcanzar el 90% en la encuesta de percepción de comunicación interna.
- Cumplir el 100% de las actividades propuestas en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG por partes la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Realizar el 100% de las actividades programadas en el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano de la vigencia por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Realizar el 100% de las actividades propuestas para promover y fortalecer una cultura para la movilidad

Las metas señaladas, se enfocan en el eje de comunicación externa e interna, así como en las estrategias de cultura para la movilidad. Para este caso, las acciones implementadas a lo largo del periodo deben concentrarse en los objetivos establecidos en el plan anual de comunicaciones y se traducen en la implementación del mismo.

6. Política de Comunicaciones

Al tener en cuenta el contexto organizacional de la Secretaría Distrital de Movilidad, la plataforma estratégica, la gestión de riesgos y oportunidades, así como los principios de gestión de la calidad, la siguiente es la política de comunicaciones, la cual proporciona el marco de referencia para el cumplimiento de los objetivos y metas relacionadas con el plan de comunicaciones:

"La Secretaría Distrital de Movilidad orienta y lidera las estrategias, proyectos y líneas de comunicación a través de los diferentes canales con los que cuenta, con el fin de mejorar las relaciones con los ciudadanos y las partes interesadas, informar y formar, así como divulgar y promover la imagen institucional de la entidad y fortalecer una cultura ciudadana segura y respetuosa de las normas de tránsito, consciente de la protección propia y de todos los actores viales".

Para la implementación de la política de comunicaciones, la Entidad establece los siguientes principios:

1. La gestión de la comunicación de la Secretaría Distrital de Movilidad se destaca por:
 - La oportunidad y calidad en la información.
 - La veracidad en los datos.
 - La generación de información técnica.
 - La capacidad para traducir la información técnica a un lenguaje periodístico y entendible por los ciudadanos.
 - La participación de la ciudadanía y las partes interesadas.
2. La comunicación de la Secretaría Distrital de Movilidad con sus grupos de interés es:
 - Asertiva
 - Incluyente
 - Propositiva
 - Abierta al diálogo
 - Acorde con el interés general de la ciudad
 - Clara y sencilla
3. La promoción de la Cultura Ciudadana para la Movilidad, tiene en cuenta:
 - Movilidad Segura: Visión Cero.
 - La Movilidad Sostenible: Métodos alternativos de Movilidad no motorizada. La Movilidad Inteligente.
 - La Regulación y control de Tránsito y Transporte.
 - La Atención al Ciudadano.
 - La Gestión Social: Inclusión y participación.
 - La Promoción pedagógica para la movilidad/Educación Ciudadana.

7. Acciones estratégicas

El Formulario Único Reporte de Avances de la Gestión - Furag - señala que, para la gestión de la información, la Entidad debe:

- Identificar las necesidades de información interna.
- Identificar las necesidades de información externa por parte de los grupos de valor.
- Recolectar de manera sistemática la información necesaria y relevante para la toma de decisiones.
- Identificar los flujos de la información (vertical, horizontal, hacia afuera de la entidad, entre otros).

- Identificar y mantener condiciones de almacenamiento, conservación y análisis de la información (desde su competencia).
- Identificar y mantener condiciones de uso de la información.
- Promover el uso de tecnologías para el manejo de la información (de acuerdo con las capacidades propias de la entidad).

Por lo tanto, la publicación de la información permite que la Secretaría Distrital de Movilidad sea reconocida por sus grupos de valor por la veracidad y utilidad de los datos publicados, promueva la transparencia y la participación ciudadana y de sus grupos de valor, mejore los datos publicados a través de la atención de requerimientos de sus grupos de valor, y promueva una cultura de análisis y medición entre su talento humano y grupos de valor.

Para el desarrollo de Plan de Comunicaciones, se establecen los siguientes procedimientos que ayudarán en el cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad.

Coordinación interinstitucional

- Se hace necesario que las entidades que conforman el sector de movilidad trabajen articuladamente para comunicar de manera eficiente, efectiva y oportuna.

Comunicación para la información del ciudadano

- Se debe promover el acceso a la información del sector de una manera oportuna, pertinente, de calidad y en condiciones de equidad para todos, de tal forma que se brinde la información a través de diversos canales y que el ejercicio informativo no se limite a una emisión de datos unidireccional.

Fortalecimiento de la comunicación y cultura interna

- Las diferentes estrategias de comunicación interna, además de informar a los colaboradores, apuntarán a fortalecer la apropiación de los servidores de la gestión institucional, generando sentido de pertenencia y un mayor compromiso con la entidad.

Relacionamiento estratégico con medios de comunicación

- Este proceso se considera esencial para brindar información oficial bajo estándares de eficacia, calidad y oportunidad, generando articulación de manera estratégica entre la entidad y los medios de comunicación masiva en prensa, radio, televisión, redes sociales y online.

Cultura Ciudadana para la Movilidad

- Conectar a la Entidad, al Distrito y a todos los bogotanos con el propósito de generar una movilidad inteligente y visibilizar la seguridad vial a través de experiencias y aprendizajes que activen valores y conductas apropiadas.

La Secretaría de Movilidad, a través de la Oficina Asesora de comunicaciones y Cultura para la Movilidad, definió unas estrategias y lineamientos para el diseño, establecimiento, ejecución, seguimiento y evaluación de resultados de políticas, planes, programas y proyectos en materia de cultura ciudadana relacionada con la movilidad, como son:

- a. *Comunicación, información y acciones educativas en espacio público:* Campañas, plan estratégico de comunicaciones, ley de transparencia, acciones educativas en vía, información dirigida a la ciudadanía por medio de los diferentes canales de comunicación, promoción de la bicicleta y las caminatas al colegio, recuperación de la autoridad, entre otros.
- b. *Promoción pedagógica para la movilidad:* Seguridad Vial en empresas, Cursos sobre normas de tránsito (infractores), Seguridad Vial en comunidades (CLM) y seguridad vial en instituciones educativas, entre otros.
- c. *Componente Social:* Plan Institucional de Participación a través de los Centros Locales de Movilidad/ Gestión Social.
- d. *Componte Técnico:* Mejorar condiciones de seguridad vial, medidas de mitigación/estudios de tránsito, sistema inteligente de transporte: semaforización y señalización, gestión del tránsito, control del tránsito, entre otros.

8. Componentes del Plan de comunicaciones

8.1. Audiencia a impactar (A quién comunicar)

La audiencia o el público objetivo, variará de acuerdo con el tipo de campaña, mensajes y medios utilizados, sin embargo, para el desarrollo del Plan de Comunicaciones, se reúnen en dos (2) grandes grupos:

-Público externo: Todos los grupos, partes interesadas o colectivos de interés informativo como: ciudadanía en general/actores viales, sector privado, sector público, gremios, asociaciones de ciudadanos, entes de control, medios de comunicación y entidades gubernamentales, entre otros.

-Público interno: Directivos, funcionarios, contratistas y demás colaboradores de la Secretaría Distrital de Movilidad.

8.2. Oficinas o instancias encargadas de comunicar (Quién comunica)

Si bien, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad es la encargada de informar a las diferentes audiencias a través de la planificación, implementación y evaluación de estrategias y acciones de comunicación, se requiere el apoyo de las diferentes áreas de la Secretaría Distrital de Movilidad para obtener, corroborar y aprobar la información

que se busca difundir. En este sentido, los diferentes colaboradores que hacen parte de la entidad, así como la Alta Dirección, tienen una responsabilidad frente a la entrega de información veraz y oportuna para la construcción y validación de contenidos.

Es por ello que se han establecido diferentes procedimientos de comunicación e información, en respuesta a los requisitos establecidos por la ley, la norma, la entidad y, por supuesto, la ciudadanía. Los servidores y los líderes de las diferentes dependencias se encuentran directamente vinculados con la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad para adelantar las acciones necesarias y de esta manera fortalecer la institucionalidad y la calidad de vida de la comunidad.

La Entidad cuenta con voceros autorizados por el despacho, acorde con las competencias e información a divulgar.

8.3. Principales temáticas a comunicar (Qué comunicar)

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad informará sobre las diferentes acciones y estrategias diseñadas e implementadas por la Secretaría Distrital de Movilidad, con el fin de mejorar el contenido de los mensajes, así como los canales de comunicación tanto internos como externos. Con lo anterior se busca mantener la ciudadanía informada, disminuir los tiempos de desplazamiento y aumentar la percepción del riesgo.

Sin desconocer la información y comunicación cotidiana frente al quehacer de la Entidad y la movilidad en la ciudad, se han perfilado algunos temas específicos, como:

- Movilidad Sostenible
- Movilidad Segura
- Movilidad Inteligente
- Cultura Ciudadana
- Atención al Ciudadano
- Gestión Social
- Regulación y Control del Tránsito y Transporte

Estas temáticas estarán acompañadas de las siguientes acciones:

- Comunicación interna incluida la pertinente con el sistema de gestión de calidad de la entidad y el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, que contiene el Sistema de Control Interno.
- Cultura organizacional
- Informes de gestión
- Rendiciones de cuentas
- Políticas y programas como el medio ambiente, seguridad en el trabajo y seguridad en la información.

La información que publica la Entidad en su página web, se encuentra disponible en formato accesible para personas en condición de discapacidad visual, auditiva y cognitiva, y se encuentra disponible en otras lenguas o idiomas.

8.4. Nuestros medios de comunicación (Cómo comunicar)

El contenido de los mensajes estará sujeto al grupo de interés a quien va dirigido y del medio o canal que se utilice para informar y comunicar. En el caso de la Secretaría Distrital de Movilidad se han puesto a disposición los siguientes canales para la comunicación interna y externa.

- Correo Institucional
- Carteleras digitales o pantallas electrónicas
- Wallpaper Página web
- Intranet
- Portal web
- Sistema de sonido interno
- Redes sociales
- Medios masivos: televisión, radio, periódicos, etc...

En los documentos del proceso PE02 “COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD”, publicados en la intranet de la Entidad, se establecen los lineamientos para diseñar e implementar estrategias de comunicación y cultura ciudadana, en los temas relacionados con la movilidad de la ciudad.

8.5. Frecuencia de la comunicación (Cuándo comunicar)

La frecuencia en la emisión de la información será constante y dependerá de la necesidad tanto de la Administración como de la ciudadanía en relación con los temas urgentes y de impacto que se debe dar a conocer. Por ejemplo, a través de las redes sociales se informa de manera constante, con una periodicidad (horas) que depende entre cada red social. En contraparte, las ruedas de prensa serán realizadas en coordinación con el Despacho de la Secretaría de Movilidad y según sus directrices y la estrategia de comunicación planificada.

La comunicación interna es permanente y responde con lo descrito en los numerales 8.3. y 8.4 del presente documento.

9. Evaluación y seguimiento.

Si bien, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, busca relacionarse constantemente y tener un *feedback* de sus usuarios y partes interesadas, el seguimiento y evaluación a nivel general, es implementado por la Entidad, a través de los siguientes mecanismos de medición:

- **Encuestas de percepción de la satisfacción de los usuarios:** La medición de la

satisfacción en la Entidad, tiene como objetivo la mejora de los servicios que se prestan, los cuales deben plantearse siempre desde el punto de vista de las personas usuarias y partes interesadas. Un “servicio de calidad” es aquel que satisface las expectativas de quienes lo utilizan, por tanto, conocer la opinión y el grado de satisfacción de los usuarios quienes acceden a los servicios ofrecidos por la Secretaría de Movilidad como de las partes interesadas, permite una mejora continua.

- **Evaluación evento de rendición de cuentas:** La ciudadanía que participa en el evento, evalúa el desarrollo de la actividad, a través de cuestionario.
- **SDQS:** Es un mecanismo que le permite a los usuarios registrar quejas, reclamos, sugerencias y solicitudes de información de manera virtual, presencial o telefónica. Se resalta que, para administrar estas solicitudes, el Distrito Capital cuenta con el Sistema Distrital de Quejas, cuya administración está en cabeza de la Dirección Distrital de Servicio al Ciudadano de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D. C.
- **Evaluación de Aprendizaje:** Este mecanismo es utilizado por los usuarios, quienes asisten a los cursos de pedagogía por infracción a las normas de tránsito y busca, medir el nivel de aprendizaje adquirido una vez sea aplicada la técnica didáctica, seleccionada de acuerdo con el tipo de población participante.
- **Acceso a la información pública:** a través de la implementación de la Ley 1712 de 2014, la Secretaría Distrital de Movilidad adopta los elementos para facilitar el acceso a la página web de los usuarios y partes interesadas, cuyo protocolo para conocimiento interno, está publicado en la intranet de la entidad

En cuanto a la medición y seguimiento de la comunicación interna y externa que lidera la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, se encuentran las siguientes herramientas:

- **Encuestas de percepción interna:** miden el impacto de los canales de comunicación al interior de la SDM, buscando una comunicación asertiva, participativa y directa (anual).
- **Seguimiento y plan de mejoramiento:** Se lleva a cabo anualmente, se evalúan y se determinan las acciones correctivas para mejorar la comunicación transversal de la entidad.
- **Seguimiento de campañas de comunicación externa:** Se realiza a través de redes sociales y medios digitales, esto permite tener una mejor visión de lo que piensa y opina el ciudadano. También el de tener mejores prácticas al interior de la entidad, y que se reflejan en la atención del usuario y de las partes interesadas.
- **Monitoreo de medios de comunicación:** se realiza diariamente, para medir el impacto de las notas publicadas en los portales web de los diferentes medios de

comunicación: radio, prensa y televisión, donde se mencionen a la entidad o al sector movilidad.

10. Plan de Acción

OBJETIVO ESTRATÉGICO	TEMÁTICAS	ACTIVIDAD	PERIODO 2019-2020
Fomentar la cultura ciudadana y el respeto entre todos los usuarios de todas las formas de transporte, protegiendo en especial todos los actores vulnerables y los modos activos	Movilidad Sostenible	Métodos alternativos de Movilidad no motorizada: todas las acciones enfocadas a lograr las metas establecidas en el Plan de Desarrollo 2016-2020 en torno al fomento del uso de la bicicleta como opción predilecta de transporte de los bogotanos, bajo los mensajes "Bogotá como la Capital Mundial de la Bici" y "Más ciclistas y mejores viajes en bici para todos". En cuanto a peatones, promover las caminatas seguras y las normas de tránsito por medio de las actividades: cien pies y tú también eres peatón, entre otros.	Enero 2019 a junio 2020
	Movilidad Segura	Visión Cero: todas las acciones que tienen que ver con la adopción de la política internacional "Visión Cero", teniendo en cuenta los siguientes mensajes: "Ninguna muerte en el tránsito es aceptable: todas son evitables". Bogotá trabaja en la reducción sustancial de víctimas fatales y lesionadas en siniestros de tránsito, especialmente de los actores más vulnerables: peatones, ciclistas y motociclistas".	Enero 2019 a junio 2020
	Movilidad Inteligente	Acciones orientadas a la innovación y adopción de tecnologías de movilidad, bajo el mensaje: "Bogotá está a la vanguardia con las mejores ciudades del mundo: tecnología e innovación en la gestión de la movilidad". En este eje está la comunicación de grandes proyectos como Sistema de Semáforos Inteligente, el Sistema Inteligente de Estacionamientos, Taxi Inteligente y la herramienta para informar las condiciones de movilidad en la ciudad y en la región.	Enero 2019 a junio 2020
	Cultura Ciudadana	Todas las estrategias y acciones de la SDM y aliados para promover la cultura ciudadana en la ciudad, a través de estrategia de comunicación con enfoque de cultura ciudadana que busca mejorar comportamientos: El Poder del Cono (mal parqueo). Dígame No a los tramitadores (trámites y servicios), Dígame No a la Corrupción (corrupción al interior de la entidad). La Promoción pedagógica para la movilidad/Educación Ciudadana: movilidad escolar y portafolio capacitaciones a las empresas, entre otras.	Enero 2019 a junio 2020
	Atención al Ciudadano	Acciones para sensibilizar e informar a los ciudadanos de las ventajas de realizar el curso de pedagogía sobre las normas de tránsito. Promoción de los puntos de atención.	Enero 2019 a junio 2020
	Regulación y Control del Tránsito y Transporte	Recuperación de la autoridad: Promoción frente la importancia de atender como ciudadano, las directrices de la autoridad en temas de movilidad, así como las posibles consecuencias al no respetar y acatar la normativa vigente	Enero 2019 a junio 2020

OBJETIVO ESTRATÉGICO	TEMÁTICAS	ACTIVIDAD	PERIODO 2019-2020
		sobre regulación y control del tránsito y transporte de los diferentes actores viales.	
	Gestión Social	Promoción de acciones frente a las estrategias para la sostenibilidad social, participación y el logro de los beneficios sociales esperados con una perspectiva inclusiva y diferencial, que le permita a la ciudadanía informarse, expresarse y organizarse alrededor de temas de movilidad desde el principio de corresponsabilidad.	Enero 2019 a junio 2020

Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad-SDM

MEDIDA ORIENTADA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN 2019 SECRETARÍA DISTRITAL DE MOVILIDAD

La lucha contra la corrupción es una preocupación mundial. La Convención del 2005 (UNCAC) de Naciones Unidas invita a:

- Adoptar medidas para prevenir y combatir más eficaz y eficientemente la corrupción, así como el fortalecimiento de las normas existentes.
- Fomentar la cooperación internacional y la asistencia técnica en la prevención y la lucha contra la corrupción.
- Promover la integridad, la obligación de rendir cuentas y la debida gestión de los asuntos y bienes públicos.

Por lo anterior, en el 2019 la Secretaría Distrital de Movilidad, realizará como medida orientada a la lucha contra la corrupción, adicional a las expuestas en el PAAC 2019, la campaña institucional “DÍGALE NO A LA CORRUPCIÓN”.

Objetivo general:

Sensibilizar a los colaboradores de la Secretaría Distrital de Movilidad sobre la importancia de establecer acciones que permitan evitar los actos de corrupción al interior de la entidad.

Objetivos específicos:

- Desarrollar una campaña que invite a los colaboradores de la entidad a denunciar actos de corrupción.
- Fomentar una cultura de transparencia, y centrada en el código de ética de entidad.
- Generar compromiso y recordación con los valores éticos de la entidad, a través de la campaña de lucha anticorrupción.

Alcance de la campaña:

Colaboradores de la Secretaría Distrital de Movilidad y visitantes a las sedes. La implementación de las acciones, se reflejará hacia los ciudadanos y usuarios de la Entidad.

Aspectos Generales de la campaña:

- Durante el desarrollo de la campaña se elaborarán piezas gráficas donde se visibilizará la problemática, haciendo un llamado a la acción para que desde la labor del servidor público haya un compromiso para ponerle **ALTO** a la corrupción.
- A través de la intranet y el correo institucional se reproducirán videos con mensajes de la ciudadanía, servidores públicos, y directivos del Distrito, alertando sobre las consecuencias de cometer actos de corrupción y, sobre el trabajo de transparencia que desde cada entidad se realiza para luchar contra este delito.
- La campaña finalizará con un compromiso de todos los servidores públicos para acabar con actos ilegales al interior de la entidad.

¿Cómo lo haremos?

Las acciones a realizar, se generarán a través de mensajes que inviten a los servidores públicos a no cometer y a denunciar actos de corrupción.

Estrategia

La estrategia de la campaña estará dirigida a implementar las siguientes etapas comunicativas:

1. **Visibilizar** la problemática
2. **Actuar** ante la problemática
3. **Comprometernos** al cambio

CAMPAÑA INSTITUCIONAL “DÍGALE NO A LA
CORRUPCIÓN”



Responsables: Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad.

Recursos para el desarrollo: los estipulados en el proyecto de inversión 585 Sistema Distrital de información para la movilidad.



CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN
13/08/2019	1.0	Adopción del Plan de comunicaciones 2019 mediante acta de comité directivo