**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD**

**2020**

**Secretaría Distrital de Movilidad**

**Versión 4.0**

**Responsable:**

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

**Bogotá D.C, agosto 27 de 2020**

**CONTENIDO**

**1.Contexto**

**2.Objetivo Plan de Comunicaciones**

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

**4. Estrategias**

**5.Componentes del Plan de comunicaciones y Cultura para la Movilidad**

**6. Proyecto de Inversión**

**7. Metas 2020**

**8. Cronograma**

**9. Riesgos y Controles**

1. **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 afines con las necesidades de la población de Bogotá D.C. y su área de influencia. Prioriza modos ambientalmente sostenibles y fortalece un sistema de transporte inteligente e intermodal que promueva la accesibilidad, conectividad, seguridad vial y la integración regional contribuyendo con la equidad.

El papel de la comunicación y de la cultura para la movilidad 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 y unas estrategias de cultura ciudadana claras, oportunas, confiables, transparentes y solidarias será posible lograr la apropiación por parte de la población capitalina, de los temas referentes a la movilidad.

1. **Objetivo Plan de Comunicaciones**

Establecer e implementar un proceso estratégico frente al diseño, gestión, ejecución y evaluación de las diversas acciones de comunicación, información y cultura para la movilidad, con base tanto en las necesidades de la ciudadanía y partes interesadas como en los lineamientos institucionales y de la administración distrital.

## **Objetivos específicos para la comunicación estratégica:**

* Comunicar a la ciudadanía y a los servidores públicos de una manera clara y oportuna, las acciones de impacto adelantadas por la Entidad.
* Generar opinión entre los ciudadanos, partes interesadas y servidores públicos frente a los proyectos, planes y programas liderados por la SDM.
* 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.
* Fortalecer la imagen institucional
* Promover la cultura ciudadana para la movilidad y el respeto entre todos los usuarios de todas las formas de transporte, protegiendo en especial los actores vulnerables y los modos activos.
* Divulgar y fomentar el Sistema Integrado de Gestión de la Entidad conformado por las normas ISO 9001, 37001,45001 y documento normativo 1000-1(efr), a través de estrategias de comunicación dirigidas a los colaboradores, usuarios y partes interesadas.
* Promover los principios y valores definidos en el código de integridad y fortalecer las denuncias de hechos de corrupción y/o soborno.
1. **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 Secretaria Distrital de Movilidad durante el año 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 y del Sistema Integrado de Gestión, toda vez que, a través de acciones informativas, formativas, participativas y técnicas se adelantarán las actividades que promocionarán los actos seguros en la vía, la divulgación de la información de manera oportuna e integrada y el fortalecimiento institucional.

Asimismo, 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 los incidentes viales, y se enfocarán en el fortalecimiento de los hábitos y buenas costumbres de los ciudadanos frente al uso correcto del espacio público.

1. **Estrategias**

Con el diseño y desarrollo de las estrategias de comunicación y cultura ciudadana, se busca que la Secretaría Distrital de Movilidad sea reconocida por la veracidad y utilidad de los datos publicados y por las acciones adelantadas a nivel informativo y educativo. Para el desarrollo de Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, se establecen las siguientes estrategias que orientarán el cumplimiento de sus objetivos.

| ESTRATEGIAS | DESCRIPCIÒN |
| --- | --- |
| Comunicación para lainformación Y ATENCIÒN del ciudadano | Acceso a la información de manera oportuna,pertinente y de calidad,a través de los diversos canales con los que cuenta la Secretaría Distrital de Movilidad. |
| Fortalecimiento dela comunicacióny cultura interna | Las diferentes estrategias de comunicación interna, además de informar a los colaboradores, fortalecerán la apropiación de la gestión institucional, generando sentido de pertenencia y un mayor compromiso por la Entidad.  |
| Cultura para la movilidad | Conectar la Entidad con los ciudadanos, con el propósito de promover una movilidad segura, sostenible y accesible y así visibilizar la cultura ciudadana a través de experiencias y aprendizajes que activen valores y conductas apropiadas. |
| Relacionamiento estratégicocon medios de comunicación | Proceso esencial para brindar información oficial bajo estándares de eficacia, calidad y oportunidad, fortaleciendo la articulación entre la Entidad y los medios de comunicación. |
| Coordinación INTRA E interinstitucional | Las entidades que conforman el sector de movilidad y las diferentes dependencias de la SDM, trabajaran articuladamente para definir, implementar y comunicar de manera eficiente, efectiva y oportuna, las estrategias de cultura ciudadana para la movilidad.  |
| Fortalecimiento de canales digitales | Las redes sociales hacen parte del grupo de medios que han tomado mucha fuerza en el país y que pueden ser aprovechados para que los gobiernos interactúen y conozcan las necesidades ciudadanas. A través de estos medios, se interactúa de manera inmediata con las comunidades. |
| Comunicación para la participación y sensibilización ciudadana | Existen nuevas maneras para que la ciudadanía se acerque al gobierno, y viceversa. Estos nuevos medios no solamente han propiciado escenarios de comunicación, sino también de participación ciudadana, de tal manera que tanto ciudadanos como gobiernos trabajen colectivamente en el diagnóstico de problemáticas, así como en la implementación de soluciones de estas.  |
| Seguimiento y evaluación  | Monitoreo al desarrollo del Plan de Comunicaciones para conocer el impacto y promover el mejoramiento continuo en el desarrollo de estrategias de comunicación.  |

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

Ahora bien, para lograr un desarrollo apropiado de las acciones definidas frente a la gestión de la información y, así alcázar la sostenibilidad del Modelo Integrado de Gestión -MIPG, la Secretaría 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)
1. **Componentes del plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad**

La Secretaría Distrital de Movilidad determina que las comunicaciones internas y externas, deben incluir:

## **Principales temáticas para 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. Se comunica frente a los trámites y servicios de la Entidad, los resultados, actividades y acciones adelantadas a través del Sistema Integrado de Gestión, en cumplimiento de los requisitos normativos y reglamentarios.

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:

| TEMÁTICAS | ACCIONES A INFORMAR | PERIODO |
| --- | --- | --- |
| Movilidad Sostenible | Métodos alternativos de Movilidad no motorizada: todas las acciones enfocadas a lograr las metas establecidas en el Plan de Desarrollo en torno al fomento del uso de la bicicleta como opción predilecta de transporte de los bogotanos. En cuanto a peatones, promover las caminatas seguras y las normas de tránsito por medio de diferentes actividades. | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| Movilidad Segura | Todas las acciones que tienen que ver con la adopción de la política de reducción de incidentes viales. 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". | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| Movilidad Inteligente |  Acciones orientadas a la innovación y adopción de tecnologías de movilidad. En este eje está la comunicación de grandes proyectos como la Red Semafórica Inteligente, el Sistema Inteligente de Estacionamientos, La modernización del servicio de Taxis, la aplicación SIMUR, el sistema de detección automática de infracciones, entre otros | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| 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. La Promoción pedagógica para la movilidad/Educación Ciudadana: movilidad escolar y portafolio capacitaciones a las empresas, entre otras. | Inicio: enero 2020Finalización: enero2021 |
| Atención al Ciudadano | Información frente a los puntos de atención, con énfasis en los espacios donde se dictan los cursos de pedagogía. Datos sobre horarios de atención y requisitos necesarios para la implementación de los cursos de pedagogía. Promoción de los servicios y trámites ofrecidos por la Entidad y cómo acceder a ellos. | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| 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 sobre regulación y control del tránsito y transporte de los diferentes actores viales. | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| 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. Rendición de cuentas | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |
| Fortalecimiento institucional | Difusión de MIPG, Sistema Integrado de Gestión de la Entidad conformado por las normas ISO 9001, 14001, 37001,45001 y documento normativo 1000-1(efr), Ley de transparencia y acceso a la información, entre otros | Inicio: enero 2020Finalización: enero 2021 |

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

Estas temáticas estarán acompañadas de las siguientes acciones:

* Comunicación interna por medio de la Intranet, pantallas… incluida la pertinente con el Sistema Integrado de Gestión de la Entidad bajo el estándar del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, en el cual se incluyen los Subsistemas implementados en la Entidad.
* Cultura organizacional
* Informes de gestión
* Rendiciones de cuentas
* Políticas y programas de seguridad en la información y gestión ambiental.

**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.

Ahora bien, la comunicación del Sistema Integrado de Gestión - SIG debe realizarse de manera periódica y regular a toda la Entidad, conforme lo descrito en el cronograma consolidado por la Oficina Asesora de Planeación Institucional, el cual será remitido a la Oficina Asesora de Comunicaciones antes del 31 de enero de cada vigencia, detallando la frecuencia de comunicación de las temáticas definidas.

## **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: usuarios /ciudadanía en general/actores viales, sector privado, sector público, gremios, asociaciones de ciudadanos, entes de control, medios de comunicación y entidades gubernamentales, socios del negocio, entre otros.

-*Público interno*: Colaboradores y contratistas de la Secretaría Distrital de Movilidad.

## **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.

**Sistema de sonido interno**

**Portal web**

**Reuniones con diferentes actores viales, talleres y jornadas informativas y formativas**

**Intranet**

**Wallpaper página web**

**Intervención en vía**

**Carteleras digitales o pantallas electrónicas**

**Medios masivos: televisión, radio, periódico, etc**

**Correo institucional**

**Redes sociales**

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

El flujo de la información en la Entidad se da en diferentes direcciones, con el fin de tener una mayor cobertura, así:

* **Comunicación Ascendente:** Ocurre cuando la información fluye hacia arriba a través de la jerarquía de la empresa, desde los subordinados a los superiores.
* **Comunicación Descendente**: De la Alta Dirección a los colaboradores, se produce cuando la información y los mensajes fluyen hacia abajo, a través de la cadena de mando formal o estructura jerárquica de la Entidad.
* **Comunicación Horizontal:** Es aquella que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o donde no existe una relación de autoridad, es decir fluye lateralmente, como puede ocurrir entre los colaboradores de un mismo equipo o de diferentes dependencias.
* **Comunicación Externa:** Se establece entre las partes interesadas externas (ciudadanos, contratistas, socios del negocio, visitantes, etc.) y la Entidad, con el fin de conocer sus necesidades y expectativas, así mismo, divulgar las diferentes acciones emprendidas por parte de la entidad.

En cuanto al Sistema Integrado de Gestión y al tener en cuenta el flujo de información, en la siguiente tabla se describen los canales de comunicaciones dispuestos para la divulgación de las principales acciones:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Comunicación Ascendente | Comunicación Descendente | Comunicación Horizontal | Comunicación Externa |
|  efr:* Oídos atentos de Talento Humano, con periodicidad mensual.
* Batería de Riesgo Psicosocial, con periodicidad cada 2 años.
* Medición del clima laboral, con periodicidad cada 2 años
* Resultados de las encuestas de satisfacción de las actividades efr desarrolladas.
* Correo electrónico: tufelicidadnosmueve@movilidadbogota.gov.co, las solicitudes o recomendaciones tramitadas a través del correo electrónico se reciben permanentemente y se atienden dentro de los términos establecidos por la normatividad vigente.
 | SGAS, SGC, SG, SGSST y efr:* Página en intranet
* Carteleras digitales o pantallas electrónicas
* Correos institucionales
* Wallpaper
* Sistema de sonido interno
* Jornadas informativas y formativas
* Portal web
* Material impreso: (en zonas identificadas con una mayor exposición al riesgo de soborno utilizar el sistema Braille).
* Videos institucionales (utilizando en su mayoría lenguaje audiovisual).
 | SGAS, SGC, SG, SGSST y efr:* Reuniones y comités.
 | efr:link:[WWW.MASFAMILIA.ORG/CANAL](http://www.masfamilia.org/CANAL), canal a través del cual las personas que así lo consideren pertinente, pueden tramitar confidencialmente quejas y reclamos en materia de conciliación, directamente ante la Fundación.SGAS:Correo electrónico: denunciassoborno@movilidadbogota.gov.co, buzones.SGAS, SGC, SGA, SGSST y efr:Página web  |

Fuente: Sistema integrado de Gestión- SIG

## **Procesos 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 dependencias 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, como el manual de comunicaciones y cultura para la movilidad, el protocolo para la implementación de la ley de transparencia y de acceso a la información y, por supuesto el presente plan de comunicaciones, 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.

Es importante aclarar que la comunicación, no significa solo divulgación o difusión por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura Para la Movilidad, es responsabilidad de cada líder, tanto de los procesos como de los diferentes Sistemas de Gestión implementados en la Entidad, gestionar la comunicación que tiene con sus diferentes proveedores, así como con sus usuarios y partes interesadas, de manera eficaz, clara y estructurada.

Las generalidades para la comunicación con los usuarios, partes interesadas y proveedores, debe incluir:

a) Información completa y adecuada sobre los servicios y trámites y los canales para garantizar la transmisión de esa información, teniendo en cuenta el contexto de la Entidad.

b) Actividades de comunicación para dar respuesta a las peticiones, quejas, reclamos y solicitudes. Retroalimentación.

c) Información frente a cualquier incidente que se presente con la propiedad de los usuarios, cuando está bajo el control de la SDM.

d) Información frente a protocolos de cómo actuar, en caso de emergencias.

Por otra parte, la comunicación desde la Alta Dirección hacia los servidores públicos debe contener unas pautas para la implementación de las funciones y tareas, así como los criterios para su valoración. En cuanto a la comunicación entre los diferentes procesos, esta debe mejorar la relación y la fluidez de datos e información y con ello evitar la demora en la definición e implementación de acciones. El trabajo en equipo facilita la comunicación entre los colaboradores y genera el ambiente propicio para el cumplimiento de las metas.

Frente al Sistema Integrado de Gestión, se definen las siguientes responsabilidades

* **Líderes de procesos y/o Sistemas de Gestión**
* Presentar cronograma de las acciones a socializar para la correspondiente consolidación por parte de la Oficina Asesora de Planeación Institucional, antes del 31 de enero de cada vigencia.
* Remitir a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la movilidad, los contenidos técnicos dentro de los tiempos dado para ello y que se encuentran descritos en el Manual de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad.
* Revisar y aprobar el contenido y el diseño de las piezas comunicativas elaboradas por la OACCM para la socialización del sistema de gestión.
* Realizar el seguimiento al cumplimiento del cronograma propuesto en cada vigencia.
* Realizar la medición semestral sobre el impacto de la socialización de los temas referentes a cada sistema de gestión implementado de acuerdo con el indicador establecido.
* **Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad (OACCM)**
* Desarrollar y evaluar el plan estratégico de comunicaciones de la SDM, en coordinación con las demás áreas de la Secretaría Distrital de Movilidad.
* Atender las solicitudes de las dependencias de la SDM frente a las necesidades de comunicación.
* Orientar la línea de estilo, contenido, canales de comunicación y estrategia de difusión.
* Retroalimentar el contenido de la información, con el estándar mínimo exigido para su publicación.
* Publicar los contenidos de mensajes y piezas gráficas.

Nota: Los lineamientos generales frente a todo procedimiento requerido para el diseño e implementación tanto de las piezas gráficas como de acciones de comunicación, cultura ciudadana y pedagogía se encuentran descritos en el Manual de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, publicado en la intranet.

1. **Proyectos de Inversión asociados al desarrollo del Plan Estratégico de Comunicaciones**

La gestión pública efectiva hace parte del proceso de fortalecimiento de la información y la comunicación, a través de la implementación del modelo integrado de gestión pública MIPG, garantizando que los ciudadanos puedan acceder a la información pública y de esta manera conocer las acciones adelantadas a nivel institucional, de allí la obligación de las Entidades a divulgar información sin que medie solicitud alguna por parte de la comunidad, por lo anterior, la información debe estar a disposición de los interesados de manera clara, oportuna y en formatos accesibles.

El papel de la comunicación en los programas y proyecto de movilidad es decisivo por su importancia en los procesos de información y participación ciudadana, educación para el cambio, promoción de una movilidad sostenible y segura, ya que solo con una comunicación clara, oportuna, confiable, transparente y solidaria será posible lograr la apropiación por parte de la población capitalina, en los temas referentes a la movilidad. Las interacciones con los ciudadanos ofrecen la oportunidad de fortalecer las comunicaciones contrarrestando la posibilidad de que los mensajes, acciones y percepciones sean tergiversados por carencia o debilidad en los contenidos de la información, falta de oportunidad o claridad y/o confiablidad de ésta.

Los mensajes emitidos a través de los diferentes canales de comunicación, con los que cuenta la Entidad, le permiten 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 de lo cotidiano en la ciudad.

La cercanía con el ciudadano que tiene la Secretaría Distrital de Movilidad, a través de su presencia en medios digitales, redes sociales, sitio web, línea telefónica de atención al usuario y la existencia de otros canales, permite el acceso fácil a la información pública, a esto se suma la gestión en comunicación interna y externa que hace la Secretaría Distrital de Movilidad para que sus funcionarios y la ciudad estén informados de los principales programas, proyectos y actividades.

Ahora bien, para fortalecer la comunicación intensificada se debe tener claro que, la cultura para la movilidad hace referencia al respeto y convivencia de todos los actores viales que, de una u otra forma utilizan las vías públicas y, para promover comportamientos seguros, se deben coordinar proyectos de transformación cultural con la participación e inclusión de los elementos de control y de componente técnico tanto al interior de la Entidad como a nivel interinstitucional e intersectorial.

Por lo anterior, el proyecto de inversión que sustenta el plan de Comunicaciones es el 7581 “Fortalecimientode la comunicación y la cultura para la movilidad como elementos constructivos y pedagógicos del nuevo contrato social, en Bogotá

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Rubro | Descripción | Fuente118-Multas | Fuente 120 Derechos de Tránsito | Total General | Total Líneas PAA |
| 3-3-1-16-4-49-7581 | Fortalecimiento de la comunicación y la cultura para la movilidad como elementos constructivos y pedagógicos del nuevo contrato social en Bogotá | 6.312.564.477 | 804.491.875 | 7.117.056.352 | 76 |

Fuente: PAA 23 de julio de 2020.

Es importante mencionar que el rubro de la “apropiación vigente” puede varias de acuerdo con las necesidades planteadas por la Administración Distrital.

# Metas 2020

Con base en las acciones a desarrollar se han definido las siguientes metas, el cual se realizará por medio del Plan Operativo Anual POA con inversión y sin inversión.

| Nombre del Indicador | Objetivo | Tipo | Meta | Formula de indicador | Frecuencia de la medición | Registro | Responsable de la medición y análisis |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Porcentaje de apropiación de contenidos | Verificar que los servidores públicos han apropiado los contenidos difundidos a través de los diferentes canales de comunicación interna | Efectividad | Lograr el 90% de niveles de apropiación de los contenidos de comunicación interna en los encuestados | % de calificación logrado | Anual | Encuestas | Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad |
| Población impactada por contenido en Redes Sociales | Verificar el porcentaje de ciudadanos que ven/observan los contenidos de Movilidad publicados en redes sociales | Eficacia | Incrementar en un 10% el número de seguidores de las cuentas de redes sociales de la SDM: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y Linkedin | (No. De seguidores 2020- No. De seguidores 2019/ No. De seguidores 2019) \* 100 | Semestral | Insights de red social que maneja la SDM | Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad |
| Impacto de la comunicación del Sistema Integrado de Gestión | Propiciar que los colaboradores se apropien del Sistema Integrado de Gestión y reconozcan la importancia y la responsabilidad que tienen. | Efectividad | Lograr el 90% de los colaboradores que apliquen la prueba demuestren conocimiento del Sistema Integrado de Gestión implementado en la Entidad | (No. De colaboradores que responden encuesta con puntaje ≥70/No. Total de colaboradores que responden la encuesta) \*100 | Semestral | Encuesta virtual | Jefe Oficina de Planeación InstitucionalDirector(a) de Talento HumanoSubsecretario(a) de Gestión Corporativa |

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

A continuación, se describe la metodología para obtener el resultado de la meta.

* ***Porcentaje de apropiación de contenidos*:** Es una medición cuantitativa y cualitativa que se realiza de manera aleatoria a los colaboradores de la SDM, a través de un cuestionario que contiene aproximadamente 10 preguntas de selección múltiple con una única respuesta entre los aspectos pésimo, regular, bueno y excelente, los cuales miden la consistencia, claridad y oportunidad de los mensajes, así como la funcionalidad del canal utilizado para la divulgación de los contenidos de comunicación interna. Otra opción de pregunta es de múltiple respuesta, pero con información de acciones, nombres de campañas, nombres de productos de comunicación interna para medir recordación y sentido de pertenencia. Para evaluar el nivel de apropiación, se obtiene un (1) punto por cada respuesta pésima, dos (2) puntos por cada respuesta regular, tres (3) puntos por cada respuesta buena, y cuatro (4) puntos por cada respuesta excelente. Adicional se hace una pregunta abierta para calificar cualitativamente la perspectiva, comentarios y mejora continua de los canales y contenidos de comunicación interna.
* ***Población impactada por contenido en Redes Sociales*:** Es una medición cuantitativa que se deriva de las estadísticas que acumula directamente la plataforma de la red social (Facebook, Twitter, Instagram). Dentro de estas plataformas, podemos encontrar el crecimiento de personas que siguen cada cuenta de la Secretaría de Movilidad, esto nos indica cuánta gente hace parte de nuestra comunidad. Esta medición se puede seleccionar por el rango de tiempo que deseemos y así saber el público al que se le llegó con los mensajes en fechas específicas.
* ***Impacto de la comunicación del Sistema Integrado de Gestión:*** Medición porcentual de periodicidad semestral, realizada por medio de encuesta a correo electrónico, que permite establecer el grado de apropiación de los contenidos temáticos socializados a través de las diferentes piezas comunicativas divulgadas por los canales de la Entidad,

Frente a la medición de las campañas realizadas desde la OACCM, la medición se realiza dependiendo de los alcances de la intervención o del presupuesto. En tal sentido, se pueden plantear evaluaciones de procesos, de resultados o de impacto. Las mediciones serán usadas para responder a preguntas específicas con respecto al diseño, la implementación y los resultados.

En el proyecto de inversión 7581 *“Fortalecimiento de la comunicación y la cultura para la movilidad como elementos constructivos y pedagógicos del nuevo contrato social, en Bogotá*”, se encuentran las metas físicas donde hay una relacionada con *“el desarrollo y evaluación de las campañas”.*

# Cronograma

Se relacionan las actividades directas de la Oficina de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad

| Actividad No. | Acción o Actividad | Producto | Responsable | Fecha de inicio | Fecha Fin |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de los canales internos. | Boletín de comunicación internaWallpaper o fondo de escritorioCarteleras digitalesContenido intranet | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 01-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 2 | Mantener contacto/relaciones con los medios de comunicación. | Comunicados de prensaRuedas de PrensaPublicación en medios Monitoreo en medios de comunicación | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 02- ene-20 | 31- dic-2020 |
| 3 | Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales. | Publicaciones en redes sociales de la SDM | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 01-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 4 | Planear y diseñar las campañas requeridas así como estrategias de intervención frente a comunicación estratégica y/o cultura para la movilidad | Campañas Material de difusión/divulgaciónMaterial impreso | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 02-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 5 | Implementar campañas y/o estrategias de comunicación y/o cultura para la movilidad | Informe de desarrollo de actividadesCronogramas de intervenciónRegistros de intervenciónPOA | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 15-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 6 | Planear, diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad. | Informes de intervención | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 15-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 7 | Organizar e implementar eventos | Rueda de prensaLanzamiento campañasInforme | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 15-ene-20 | 31- dic-2020 |
| 8 | Diseñar piezas de comunicaciones | Pieza de comunicaciones | Jefe de la OACCMProfesional OACCM | 02-ene-20 | 31- dic-2020 |

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

Para el desarrollo de las diferentes piezas de comunicación, se coordina con las dependencias de la Secretaría Distrital de Movilidad, así como, con los líderes del Sistema Integrado de Gestión, responsables de las solicitudes y remisiones de los contenidos técnicos, así como de la aprobación de los mensajes.

# Riesgos y Controles.

La OACCM contribuye en casi la totalidad de riesgos de corrupción y de gestión, con controles tanto detectivos como preventivos direccionados apropiadamente a mitigar causas y consecuencias respectivamente, sin embargo, el riesgo directamente asociado con el proceso, así como sus controles es:

|  |  |
| --- | --- |
| RIEGOS ASOCIADOS | CONTROLES EXISTENTES |
| No 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. | Implementar y evaluar el Plan Estratégico de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad (preventivo) |

Fuente: Mapa de Riesgos- Secretaría Distrital de Movilidad

**Control de Cambios**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Fecha** | **Versión** | **Descripción** |
| 31/01/2020 | 1.0 | Adopción Plan de Comunicaciones vigencia 2020 |
| 21/05/2020 | 2.0 | Ajuste numeral 5 “ componentes del plan de comunicaciones y cultura para la movilidad”, numeral 7 “ metas” y numeral 8 “ cronograma” |
| 30/07/2020 | 3.0 | Ajuste numeral 6 “Proyectos de Inversión asociados al desarrollo del Plan Estratégico de Comunicaciones y 7 “metas” |
| 27/08/2020 | 4.0 | Inclusión de la información referente al Sistema Integrado de Gestión: Ajuste numeral 5 “ componentes del plan de comunicaciones y cultura para la movilidad” y numeral 7 “ metas” |