

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD 2022

**OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y CULTURA PARA LA MOVILIDAD
OACCM**

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN
27/01/2022	1.0	Adopción Plan de Comunicaciones vigencia 2022

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. Principios para una comunicación pública.....	3
2. Objetivos.....	4
2.1. Objetivo general	4
2.2. Objetivos específicos para la comunicación estratégica:	4
3. Componentes/estrategias del plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad	4
3.1. Población y grupos de interés	7
3.2. Comunicación.....	9
a. Principales temáticas para comunicar (Qué comunicar)	9
b. de la comunicación (Cuándo comunicar).....	11
c. Audiencia a impactar (A quién comunicar)	11
d. Nuestros medios/canales de comunicación (Cómo comunicar).....	12
e. Procesos o instancias encargadas de comunicar (Quién comunica)	13
4. Indicadores y metas	15
5. Proyectos y distribución presupuestal	17
6. Descripción de los riesgos	18
7. Acciones de Comunicaciones/cronograma.....	20

INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, describe las estrategias y proyectos que ejecutará la Secretaría Distrital de Movilidad durante el año 2022, 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 el Modelo Integrado de Planeación y Gestión –MIPG, el Manual de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, el Sistema Integrado de Gestión y el protocolo de transparencia y acceso a la información pública, 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 para con ello lograr el fortalecimiento institucional.

Asimismo, las acciones que hacen parte del Plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, estarán dirigidas a aumentar la percepción del riesgo en la vía, así como a disminuir 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. En línea con el enfoque de Cultura para la Movilidad incluido en el Plan de Desarrollo Distrital, el Plan de Comunicaciones reconoce que los comportamientos ciudadanos son multimotivados, es decir, obedecen a razones, intereses y emociones basados también en dinámicas informales. Por esta razón, las estrategias empleadas para el cumplimiento del Plan de Comunicaciones son sensibles del reconocimiento de los factores culturales y sociales que moldean las actitudes y comportamientos de los ciudadanos, y que pueden posibilitar u obstaculizar la efectividad de las estrategias comunicativas y pedagógicas.

1. Principios para una comunicación pública

Desde la administración distrital se han determinado acciones comunicacionales que la Entidad ha adoptado en el Manual Estratégico de Comunicaciones, los cuales se constituyen en principios para la comunicación pública, entre los que se encuentran:

- Enfoque en la ciudadanía: canales efectivos con las partes interesadas, con el fin de conocer sus expectativas y necesidades.
- Servicio: disposición de escuchar al otro y actitud de respeto. Con ello se pretende lograr una imagen favorable de la Entidad.
- Unidad Conceptual de imagen: para la implementación de acciones de comunicación, se tendrá en cuenta los conceptos de imagen definidos y aprobados por la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Funcionalidad Integral: coordinación con las diferentes dependencias de la Entidad.
- Capacitación: presentación de propuestas pedagógicas encaminadas a fortalecer la cultura para la Movilidad

- Índice de Satisfacción de la Ciudadanía: definición de factores de medición de imagen e impacto de las publicaciones en medios de comunicación, así como la efectividad de las actividades realizadas en cultura ciudadana.
- Lenguaje incluyente: uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos.

En cumplimiento de la política de comunicación incluyente, expedida por el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital, se relacionan en el *“Manual de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad”*, publicado en la intranet, los lineamientos que tienen como finalidad garantizar *“ambientes laborales en los que la diferencia no divide si no que acerca y la utilización del lenguaje incluyente sea naturalizada”*. La utilización del lenguaje incluyente se entiende como acción afirmativa a ser cumplida por las servidoras y los servidores públicos de la Secretaría Distrital de Movilidad.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

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, con el fin de fortalecer el sistema de información y comunicación de la Entidad.

2.2. 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.
- 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, 4500, 14001 y documento normativo 1000-1(efr), a través de estrategias de comunicación dirigidas a los colaboradores, usuarios y partes interesadas, en coordinación con los líderes de cada Sistema.
- Promover los principios y valores definidos en el código de integridad y fortalecer las denuncias de hechos de corrupción y/o soborno.

3. Componentes/estrategias del plan de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad

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 los siguientes componentes que orientarán el cumplimiento de sus objetivos.

ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN
Comunicación, información y acciones educativas en espacio público	Campañas: conjunto de estrategias que tienen como objetivo dar a conocer un producto o servicio y con ello, generar un impacto. Esto se logra a través de diferentes acciones que aparecen en uno o varios medios de comunicación durante un periodo determinado. Promoción pedagógica para la movilidad: Las acciones pedagógicas en educación vial y cultura para movilidad enmarcan sus contenidos, metodologías y herramientas didácticas en tres ejes estructurales: Visión cero, Educar en Infraestructura y Cultura para la Movilidad
Publicaciones	Procedimiento que se debe llevar a cabo para la revisión de publicaciones emitidas por la Secretaría Distrital de Movilidad, dentro de las que se cuentan libros, revistas, manuales, anuarios y guías entre otras, con el fin de garantizar una redacción clara y fluida, el correcto uso de la la ortografía y la uniformidad en el lenguaje y los mensajes institucionales.
Imagen Corporativa Institucional	La identidad visual de la Secretaría Distrital de Movilidad es determinada por la Alcaldía de Bogotá quienes establece los lineamientos para el uso de los elementos visuales y comunicativos del distrito en la administración actual. Esta información deberá estar contenida en un manual de uso que abarque todas las normas de aplicación de la imagen, con el fin de facilitar los procesos de trabajo en el área de diseño y afines, y así mantener una imagen uniforme en todas las entidades distritales y garantizar el uso correcto del logo de la Alcaldía con la marca de la administración.
Comunicación en Crisis	La identificación de una posible crisis hace referencia a la existencia de un riesgo que afecta la imagen institucional o de la ciudad, y su manejo corresponde al plan de tratamiento de dicho riesgo. Este elemento se encuentra directamente relacionado con la gestión del riesgo institucional y el Manual de Manejo de Crisis es el equivalente a un control para la gestión del riesgo del proceso de comunicaciones.
Comunicación para la información y atención de la Ciudadanía	Divulgación de información de manera oportuna, pertinente y de calidad, a través de los diversos canales de comunicación con los que cuenta la Secretaría Distrital de Movilidad, conforme a lo establecido en el protocolo de transparencia y acceso a la información pública.
Fortalecimiento de la comunicación y cultura interna/ Institucionalidad	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.

ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN
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 para la movilidad a través de experiencias y aprendizajes que activen valores y conductas apropiadas, acción colectiva y la corresponsabilidad en la vía.
Relacionamiento estratégico con 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, así como los proyectos, programas y planes de gran impacto para la ciudad y de interés de la ciudadanía.
Fortalecimiento de los canales digitales	Las redes sociales de la Secretaría Distrital de Movilidad están alineadas estructuralmente con la visión y misión general de la entidad, las cuales deben verse representadas en todos los canales de comunicación, siendo las redes sociales uno de los medios de divulgación más relevantes para la ciudadanía. La Entidad, creó la infraestructura necesaria para estar en contacto con sus partes interesadas.
Comunicación para la participación	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.
Alianzas Estratégicas	Articulación, gestión y acercamiento a actuales y potenciales aliados del sector privado que se suman al propósito de expandir la cultura para la movilidad y la visión de que Bogotá sea referente en movilidad sostenible para el 2030
Seguimiento y evaluación	Monitoreo al desarrollo del Plan Estratégico de Comunicaciones para conocer el impacto y promover el mejoramiento continuo en el desarrollo de estrategias de comunicación, con enfoque de Cultura para la Movilidad

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

Para lograr un desarrollo apropiado de las acciones definidas frente a la gestión de la información y, así alcanzar la sostenibilidad del Modelo Integrado de Gestión -MIPG, la Secretaría realiza las siguientes acciones:

- Identificación de las necesidades de información interna.
- Identificación las necesidades de información externa por parte de los grupos de valor.
- Recolección de manera sistemática la información necesaria y relevante para la toma de decisiones.

- Identificación de los flujos de la información (vertical, horizontal, hacia afuera de la Entidad, entre otros).
- Identificación y mantenimiento de las condiciones de almacenamiento, conservación y análisis de la información (desde su competencia).
- Así como de las condiciones de uso de la información.
- Promoción de uso de tecnologías para el manejo de la información (de acuerdo con las capacidades propias de la Entidad)

3.1. Población y grupos de interés

La Secretaría de Movilidad, cuenta con el documento de “*caracterización de usuarios y partes interesadas*”, donde se prioriza las variables que le permiten a la Entidad identificar, segmentar y conocer sus grupos de valor, con el fin de establecer las principales necesidades en aras de prestar un mejor servicio a sus usuarios y partes interesadas y definir estrategias que aborden las principales problemáticas.

Ahora bien, las acciones y estrategias planteadas en el Plan de Comunicaciones están dirigidas a todos los ciudadanos y el rol que desempeñan en el espacio público de la ciudad, el cual hace parte del sistema de movilidad. Son las personas, quienes dan vida a la circulación de la capital y es así como cada decisión tomada por los individuos frente a la movilidad se hace desde la norma, la cultura y la moral. Tanto el derecho a la vida como el derecho a la circulación, se encuentran descritos en la Constitución política colombiana, por supuesto, donde prevalece como derecho fundamental, el derecho a la vida.

Por lo anterior y en aras de reducir los incidentes viales, con el plan de comunicaciones se busca impactar a los diferentes actores, al tener en cuenta que la movilidad en Bogotá es cambiante a nivel del comportamiento, es decir, en algún momento se modifican los roles, como, por ejemplo, se puede pasar del rol de conductor al rol de peatón o a la inversa. No obstante, en las estrategias diseñadas e implementadas se reconocerá las particularidades y diferencias de los modos de transporte de los diferentes actores viales y se garantizará el acceso e inclusión en los servicios de la entidad a todos los usuarios de las vías.

Las partes interesadas están agrupadas en varios tipos de actores, el primero, perteneciente a la Secretaría Distrital de Movilidad, actuando como cabeza de sector movilidad y como entidad que tiene por objeto orientar y liderar la formulación de las políticas del sistema de movilidad para atender los requerimientos de desplazamiento de pasajeros y de carga en la zona urbana, tanto vehicular como peatonal y de su expansión en el área rural del Distrito Capital. En este tipo, también se podrían incluir las entidades que hacen parte de la administración distrital y que deben trabajar al unísono para lograr el cumplimiento del Plan Distrital de Desarrollo de Bogotá, D.C.

Al segundo tipo pertenecen los actores viales y la ciudadanía en general, quienes asumen un rol determinado, para hacer uso de las vías, con la finalidad de desplazarse de un lugar a otro, entendiendo que en la seguridad vial interviene el ser humano como actor de tránsito en su rol de: peatón, pasajero, ciclista, motociclista o conductor.

En el tercer tipo, se destacan los medios de comunicación y los entes de control que pueden estar dentro del grupo de cooperantes, pero pueden estar en alguna ocasión, en desacuerdo con las acciones adelantadas por la Secretaría de Movilidad.

Y por último, los ciudadanos oponentes: entendiéndose este como todo ciudadano o actor social activo que cuestiona y manifiesta su opinión contraria sobre las iniciativas adelantadas por la administración, en relación con la temática del Plan de Comunicaciones.

ACTOR	INFORMACIÓN DEMANDANTE	INTERÉS EN LA INFORMACIÓN	CONTRIBUCIÓN
Servidores Públicos	• Actos Administrativos • Datos función pública • Datos frente a políticas, proyectos, planes y programas	Fortalecimiento institucional	Conocimiento para difundir información de manera clara y oportuna
Alcaldía Mayor Diferentes Sectores de la Administración Distrital	• Informes de Gestión y Resultados • Actos Administrativos • Datos frente a políticas, proyectos, planes y programas	Mejorar las actitudes, prácticas y manera de sentir y vivir la movilidad en la ciudad región entre los ciudadanos y partes interesadas.	Creación e implementación de acciones y herramientas de manera articulada y enfocadas a mejorar las actitudes, prácticas y manera de sentir y vivir la movilidad en la ciudad región.
Agremiaciones	• Información de políticas, planes y programas • Actos Administrativos • Trámites y Servicios • Datos Sistema de Movilidad	Fortalecer las relaciones Hacer gestión y control de los recursos públicos de manera eficiente, eficaz y efectiva	Creación y/o continuidad en procesos estratégicos. Administración y control de los recursos públicos.
Ciudadanía - Actores viales en Bogotá Instituciones Educativas	• Trámites y Servicios • Información de alto impacto como políticas, proyectos, planes y programas • Datos Sistema de Movilidad • Datos frente a normativa, accidentes y seguridad vial	Mejorar la manera de sentir y vivir la movilidad en la ciudad. Mejorar la percepción ciudadana frente a nueva movilidad incluyente y sostenible.	Cambiar actitudes y prácticas negativas entre los actores viales. Aportar a una participación incidente que contribuya al mejoramiento de la seguridad vial
Entes de Control y políticos	• Informes de Gestión y Resultados	Mejora continua en el desarrollo de las acciones y en el manejo de los recursos financieros	Seguimiento oportuno al cumplimiento de las metas y objetivos, así como, con lo dispuesto en la normativa y en los requisitos institucionales.
Medios de Comunicación	• Datos frente a políticas, proyectos, planes y programas	Mejorar los procesos de información de los contenidos dirigidos a la ciudadanía en general.	La información debe circular de manera oportuna y pertinente para con ello

ACTOR	INFORMACIÓN DEMANDANTE	INTERÉS EN LA INFORMACIÓN	CONTRIBUCIÓN
			disminuir la divulgación de datos erróneos.

Fuente: Caracterización usuarios y partes interesadas- SDM

3.2. Comunicación

La Secretaría Distrital de Movilidad debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes, que incluyan:

a. Principales temáticas para comunicar (Qué comunicar)

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad informa 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 internos y externos. Con lo anterior se busca mantener la ciudadanía informada, disminuir los tiempos de desplazamiento y aumentar la percepción del riesgo vial.
- 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, limpia y accesible	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 2022 Finalización: enero 2023
Seguridad Vial: 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 2022 Finalización: enero 2023
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	Inicio: enero 2022 Finalización: enero 2023

TEMÁTICAS	ACCIONES A INFORMAR	PERIODO
	aplicación SIMUR, el sistema de detección automática de infracciones, entre otros	
Cultura Ciudadana/ Experiencia en el desplazamiento	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 de acciones pedagógicas dirigidas a empresas, entre otras.	Inicio: enero 2022 Finalización: enero 2023
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 2022 Finalización: enero 2023
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 2022 Finalización: enero 2023
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 2022 Finalización: enero 2023
Fortalecimiento institucional	Difusión del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG, Ley de transparencia y acceso a la información, Sistema Integrado de Gestión; conformado por: Sistema de Gestión de la Calidad (SGC), Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), Empresa Familiarmente Responsable (efr), Sistema de Gestión Antisoborno (SGAS) y Sistema de Gestión Ambiental (SGA), entre u otros temas. Nota: Se publicará en la Web de la Entidad, información relevante y de interés colectivo traducida a lenguas indígenas, de acuerdo con lo estipulado en el protocolo de la ley de transparencia y acceso a la información, numeral 10.	Inicio: enero 2022 Finalización: enero 2023

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

Para el desarrollo del Plan de Comunicación, en especial las exhibidas en el presente numeral, se debe tener en cuenta que los mensajes estarán en el idioma español y se utilizará un *lenguaje claro* de acuerdo con la guía del Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) donde establece como transformar el lenguaje técnico que utiliza la Entidad en un lenguaje claro, de fácil comprensión para el ciudadano:

- Primero: identificar los temas o contenidos que se quieren informar e identificar quiénes son los interlocutores.
- Segundo: relacionar los conceptos con el contexto de la realidad del ciudadano: con la cultura, la satisfacción de una necesidad, la prestación de un servicio concreto.

- Tercero: convertir en lenguaje claro y sencillo los conceptos técnicos que se usan en la administración pública u ofrecer definiciones en términos de fácil comprensión para el ciudadano.
- Cuarto: definir las estrategias de comunicación, estableciendo los canales y medios de comunicación para la interlocución (DAFP, 2001. p.19).

Los elementos/ lineamientos que se deben tener en cuenta para escribir en lenguaje claro:

- La redacción debe ser de fácil comprensión para el lector, los textos y oraciones no deben ser demasiado largos.
- Los párrafos deben tener una secuencia lógica
- Se debe contar con ayudas como negrilla, viñetas entre otros, que faciliten la lectura del texto y resalten la información relevante.
- No usar con frecuencias las palabras muy técnicas.
- Los tamaños de las letras de los textos deben facilitar la lectura
- Los textos deben contener un encabezado que indique el asunto o referencia.
- Usar verbos en lugar de sustantivos
- Usar un tono y lenguaje adecuado

El principal elemento para comunicar un mensaje de lenguaje claro es

- Pensar en la audiencia que leerá el texto, si conoce mucha información del tema, cuáles son sus intereses y qué características tiene ese lector
- Se debe dar respuesta a las preguntas de: Cómo, cuándo, dónde, por qué y qué
- Los pasos que se deben seguir cuando se realizan escritos es: analizar, escribir, revisar y validar el documento

Para cuando se está comunicando por medio diferente al escrito, es recomendable tener en cuenta

- Ser directo con lo que se quiere expresar
- Enfrentarse al problema no a la persona
- Tratar lo específico, no lo general
- No dar explicaciones excesivas

b. 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.

c. 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, academia, medios de comunicación y entidades gubernamentales, socios del negocio, entre otros.

-*Público interno*: Colaboradores, funcionarios y contratistas de la Secretaría Distrital de Movilidad. Asimismo, se presenta la información demandante de los grupos de interés y la contribución que se realiza con la divulgación oportuna y de calidad y que corresponde a toda la Entidad, siendo relevantes para la OACCM los servidores públicos, ciudadanía en general y los medios de comunicación.

d. Nuestros medios/canales 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.



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 y que están liderados, no solo por la Oficina de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad sino por los procesos que lideran los Sistemas de Gestión.

Comunicación Ascendente	Comunicación Descendente	Comunicación Horizontal	Comunicación Externa
<u>efr:</u> - 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.	<u>SGAS, SGC, SGA, SGSST y efr:</u> - 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).	<u>SGAS, SGC, SGA, SGSST y efr:</u> - Reuniones y comités.	<u>efr:</u> link: 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. <u>SGAS:</u> Correo electrónico: denunciassoborno@movilidadbogota.gov.co , buzones. <u>SGAS, SGC, SGA, SGSST y efr:</u> Página web

Fuente: Sistema integrado de Gestión- SIG

e. 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**

- Remitir a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad, las solicitudes relacionadas con comunicación y cultura para la movilidad, así como 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, dentro de los tiempos estipulados.
 - Remitir a la OACCM las preguntas relacionadas con los Sistemas de Gestión y que harán parte de la encuesta de apropiación de contenidos. De acuerdo con los resultados, deberán desarrollar un plan de mejora.
- **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.

4. Indicadores y metas

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 95% de niveles de apropiación de los contenidos de comunicación interna en los encuestados	% de calificación logrado	Semestral	Encuestas	Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad

Nombre del Indicador	Objetivo	Tipo	Meta	Formula de indicador	Frecuencia de la medición	Registro	Responsable de la medición y análisis
Población impactada por contenido en Redes Sociales	Verificar el porcentaje de ciudadanos que ven/observan los contenidos de Movilidad publicados en redes sociales	Efectividad	Aumentar el 1.0 % del alcance tomando como referencia, la vigencia inmediatamente anterior	% de alcance aumentado	Anual	Insights de red social que maneja la SDM	Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad
Plan estratégico de comunicaciones y cultura para la movilidad desarrollado	Implementar el plan de acción y los lineamientos establecidos en el Plan de Comunicaciones	Eficacia	Desarrollar el 100% del plan estratégico de comunicaciones y cultura para la movilidad	Porcentaje de avance de las actividades ejecutadas en el plan anual estratégico de comunicaciones/ Porcentaje total de avance de las actividades programadas en el plan anual estratégico de comunicaciones	Anual	Poa de Inversión	Oficina Asesora de Comunicaciones y Cultura para la Movilidad

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 a los colaboradores de la SDM, a través de un cuestionario virtual 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. Adicionalmente se pueden realizar preguntas abiertas 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.

- **Cumplimiento del Plan de Comunicaciones:** Corresponde a las actividades ponderadas porcentualmente de ejecución de las acciones programadas para el desarrollo del plan anual estratégico de comunicaciones.

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”*.

5. Proyectos y distribución presupuestal

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 confiabilidad de ésta. Así mismo, la comunicación como herramienta posibilita el diálogo con la ciudadanía y la puesta en marcha de estrategias encaminadas a la transformación de actitudes y comportamientos en un marco de Cultura para la Movilidad.

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.

Proyecto de Inversión	Fuente	Nombre del proyecto de inversión	Código Rubro Presupuestal y/o Proyecto	Valor
7581	1-100-I017 VA-Multas de tránsito 1-100-I027 VA-Derechos de tránsito	Fortalecimiento de la comunicación y la cultura para la movilidad como elementos constructivos y pedagógicos del nuevo contrato social, en Bogotá	O23011604490000007581	7.095.388.000

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

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

6. Descripción de los riesgos

La OACCM contribuye en la gestión 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 su control es:

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO		ANÁLISIS DE RIESGO RESIDUAL			
Causa raíz	Evento potencial	Controles existentes	Procesos que establece el control	Probabilidad	Impacto
Implementación del manual y el plan de comunicaciones fuera de los	Posibilidad de afectación reputacional por aumento de reclamos por	-El profesional responsable del procedimiento, revisa permanentemente que el diseño de las metodologías de intervención esté acorde con los lineamientos	Comunicaciones y Cultura para la Movilidad	-Media	-Moderado

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO		ANÁLISIS DE RIESGO RESIDUAL			
Causa raíz	Evento potencial	Controles existentes	Procesos que establece el control	Probabilidad	Impacto
requerimientos técnicos y procedimentales para la divulgación de las piezas de comunicación.	parte de la ciudadanía, posibles investigaciones de tipo administrativas y disciplinarios por entes de control debido a la implementación de lineamientos y políticas a nivel de comunicación fuera de los requerimientos técnicos y procedimentales para la divulgación de las piezas de comunicación.	y/o políticas descritos y documentados en el sistema, dejando como registro los correos electrónicos y/o actas y/o lista de chequeo y/o informes -El Jefe de la Oficina o el profesional delegado por él, valida de manera permanente que la información contenida en la pieza de comunicación sea consecuente con la entregada por el área técnica y aprueba el contenido para la publicación, dejando como registro las observaciones/anotaciones realizadas a través de correo electrónico. -El profesional responsable del procedimiento verifica de manera continua que se haya realizado la evaluación de las estrategias de cultura para la movilidad, de acuerdo con los lineamientos y/o políticas de intervención, dejando como registro correos electrónicos y/o actas y/o informes y/o listados de asistencia y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo y/o mensajes de texto- whatsapp-hangouts y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo. -El Jefe de la Oficina valida de manera permanente el diseño, desarrollo y evaluación de las estrategias de cultura para la movilidad dejando como registro las observaciones/anotaciones realizadas a través de correo electrónico y/o actas de reunión y/o informes y/o listados de asistencia y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo y/o mensajes de texto- whatsapp-hangouts y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo.		- Baja	-Moderado
				-Baja	- Moderado
				-Muy Baja	-Moderado
Ejecución de propuestas fuera de los lineamiento y políticas dadas a nivel distrital e institucionales.	Posibilidad de afectación reputacional por el incremento de las solicitudes por parte de la	-Los profesionales del proceso responsables de la elaboración de las piezas comunicativas verifican de manera permanente junto con la dependencia técnica, los contenidos antes de remitirlo para	Comunicaciones y Cultura para la Movilidad	-Media	-Moderado

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO		ANÁLISIS DE RIESGO RESIDUAL			
Causa raíz	Evento potencial	Controles existentes	Procesos que establece el control	Probabilidad	Impacto
	ciudadanía y entes de control frente al diseño, desarrollo y evaluación de estrategias efectivas de cultura para la movilidad que conlleven a la disminución de incidentes viales, debido a la ejecución de propuestas fuera de los lineamiento y políticas dadas a nivel distrital e institucionales.	la validación y aprobación por parte del jefe de la Oficina o su delegado, dejando como registros anotaciones en los correos electrónico y/o actas de reunión y/o informes y/o listados de asistencia y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo y/o mensajes de texto- whatsapp-hangouts y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo. - El Jefe de la Oficina o el profesional delegado por él, valida de manera permanente que la información contenida en la pieza de comunicación sea consecuente con la entregada por el área técnica y aprueba el contenido para la publicación, dejando como registro las observaciones/anotaciones realizadas a través de correo electrónico y/o actas de reunión y/o informes y/o listados de asistencia y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo y/o mensajes de texto- whatsapp-hangouts y/o imágenes (pantallazos) de las reuniones o mesas de trabajo.		-Baja	-Moderado

Fuente: Mapa de Riesgos- Secretaría Distrital de Movilidad

7. Acciones de Comunicaciones/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 establecidos	Boletín de comunicación interna Wallpaper o fondo de escritorio Carteleras digitales Contenido intranet	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22

Actividad No.	Acción o Actividad	Producto	Responsable	Fecha de inicio	Fecha Fin
2	Mantener contacto/relaciones con los medios de comunicación.	Comunicados de prensa Ruedas de Prensa Publicación en medios Monitoreo en medios de comunicación	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
3	Planear, diseñar y divulgar contenidos a través de las redes sociales.	Publicaciones en redes sociales de la SDM	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
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/divulgación Material impreso	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
5	Implementar campañas y/o estrategias de comunicación y/o cultura para la movilidad	Informe de desarrollo de actividades Cronogramas de intervención Registros de intervención POA	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
6	Planear, diseñar e implementar las acciones frente a educación ciudadana, en temas de movilidad.	Informes de intervención	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
7	Organizar e implementar eventos	Rueda de prensa Lanzamiento campañas Informe	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
8	Diseñar piezas de comunicaciones ¹	Pieza de comunicaciones	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22
9	Planear, organizar y concretar alianzas con empresas del sector privado y otro tipo de entidades que aporten a generar mayor alcance de las	Entrega de incentivos por parte del sector privado, memorandos de entendimiento con	Jefe de la OACCM Profesional OACCM	01/02/2022	31-dic-22

¹ 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.

Actividad No.	Acción o Actividad	Producto	Responsable	Fecha de inicio	Fecha Fin
	iniciativas y proyectos de la SDM	actuales y/o potenciales aliados			

Fuente: OACCM- Secretaría Distrital de Movilidad

APROBACIÓN DEL DOCUMENTO²: Este documento fue revisado y aprobado en el Comité Institucional de Gestión y desempeño - CIGD conforme al acta de fecha 27 de enero de 2022.

² Los cambios o actualizaciones que se realicen en este plan no requieren aprobación adicional.