Defensoria del Espacio Público

OFICINA DE COMUNICACIONES

Plan de Comunicaciones

2016 - 2020

Gobierno, Ciudad y Convivencia
Defensoría del Espacio Público

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS

1 PARA QUE ESTE PLAN?

El presente plan tiene como objeto, trazar los criterios básicos de la comunicación interna y externa; que los comunicadores a través de su gestión desarrollarán con el propósito de informar y emitir asertivamente las actividades y logros al interior y exterior de la entidad.

A través de un objetivo claro y con unos tiempos definidos, se informará a la ciudad todos aquellos mensajes que bajo la línea de la Dirección, el DADEP se necesitan transmitir, identificando los públicos objetivos estratégicamente identificados, priorizándolos dentro de la emisión de los mensajes, así como definiendo los canales para hacerlo.

Esta guía, contiene información sobre el desarrollo de las comunicaciones, atendiendo los requisitos establecidos en el Plan de Comunicaciones del Distrito Capital y la NTD 001:2011.

2 CUAL ES EL OBJETIVO GENERAL DE ESTE PLAN?

Implementar estrategias para lograr una efectiva comunicación interna y externa a través de acciones que, de manera transversal, permitan fortalecer la identidad de la Defensoría del Espacio Público y mejorar la percepción de los ciudadanos frente a la misionalidad de la entidad.

2.1 CUALES SON LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE ESTE PLAN?

A
- Mejorar el posicionamiento de la Defensoría del Espacio Público de Bogotá, generando reconocimiento por parte del público interno y externo promoviendo los intangibles de la entidad y proyectando la marca y funcionalidad efectiva para la ciudad

B
- Realizar un trabajo de fortalecimiento institucional en las comunicaciones interna. "No olvides que tu empelado es aquél que puede hacer la mejor propaganda de tu empresa"

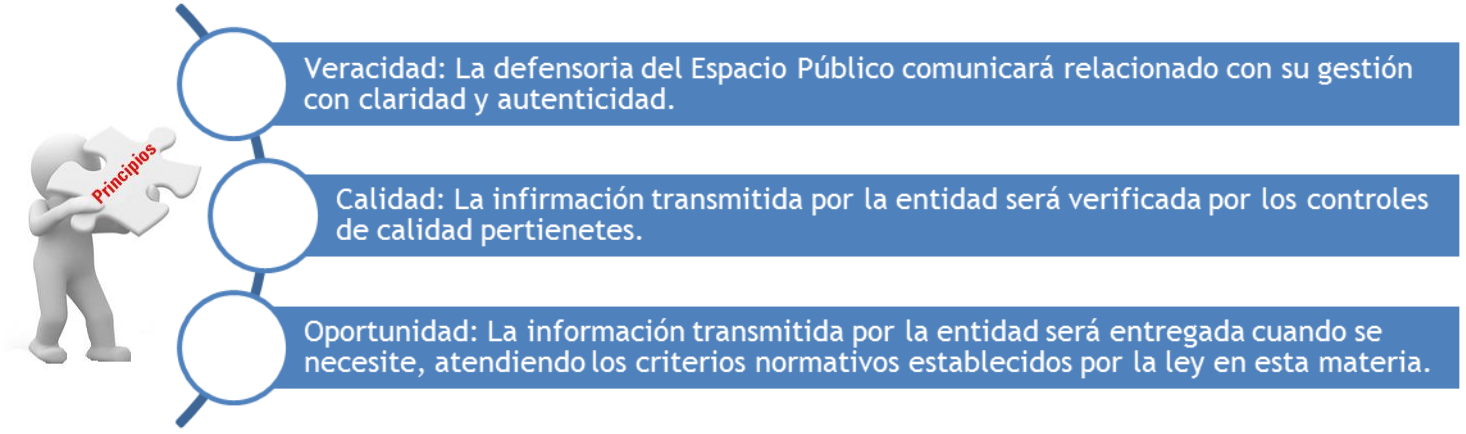
C
- Afianzar en los funcionarios la misión, visión y objetivos de la entidad.
- Generar un buen clima laboral
- Desarrollar sentido de pertenencia y compromiso con la Defensoría del Espacio Público de Bogotá.
- Realizar campañas pedagógicas a través de los canales de comunicación institucionales, redes sociales y medios de comunicación externos.
- Producir contenidos comunicativos propios en los que se informe sobre las actividades que adelanta la entidad.
- Establecer relaciones publicas con los medios de comunicación.
- Fortalecer las redes sociales de la entidad.

3 CUAL ES EL COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN FRENTE A LA COMUNICACIÓN

Disponer los recursos físicos, económicos, tecnológicos, de infraestructura y de talento humano requeridos para el desarrollo de la comunicación interna y externa.

[1]http://es.globedia.com/imagenes/noticias/2015/8/5/objetivos-comunicacion-interna_1_2277830.jpg

4 CUALES SON LOS PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN EN LA ENTIDAD?



[2]

5 CUALES SON LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN CUANTO A ?

Información y promoción:

- Toda la información de carácter estratégico, que la entidad entregue a los ciudadanos y partes interesadas, a través de medios masivos de comunicación serán autorizados por la Dirección y diseñados por el equipo de comunicaciones atendiendo los lineamentos del lenguaje claro.
- La información que se divulgue a través de medios de comunicación internos diferentes a memorandos y correos electrónicos, será revisada y autorizada por el equipo de comunicaciones, teniendo en cuenta el cronograma de divulgación

[2] http://www.unacar.mx/unacar/imagenes/imagenes_varias/Principios.jpg

Operación:

- El equipo de comunicaciones se encargará de divulgar y socializar el contenido del Plan de Comunicaciones y garantizará el cumplimiento de su contenido.
- Todas las comunicaciones estratégicas de orden externo serán autorizadas por la Dirección. Funcionarios del equipo directivo podrán entregar información de tipo estratégico solo con la autorización de la dirección.

Seguimiento y Control:

- El equipo de comunicaciones a través de su líder, verificará el desarrollo y cumplimiento de actividades e indicadores.
- La Oficina Asesora de planeación trimestralmente llevará a cabo seguimiento al cumplimiento de cronograma e indicadores.

De Manejo de la Imagen Institucional

- Se adoptarán los lineamientos establecidos en el Manual de Imagen Institucional de la Administración Distrital y el eslogan o lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., para el período 2016-2019".

6 CUALES SON LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN ?

CORPORATIVA

Aquella que la organización procesa y la proyecta al entorno exterior; es decir, hacia el público externo. En el caso de las entidades del Distrito, hacia el ciudadano y los medios masivos de comunicación.

[3]http://delcampovillares.com/wp-content/uploads/2014/08/comunicacion-en-las-organzaciones.jpg

INTERNA

Hace referencia, única y exclusivamente, a aquella que proviene del entorno inmediato y que se procesa y gestiona en su interior; es decir, que va dirigida a los servidores y/o áreas de la organización.[4]

Ordinaria: la que se genera en las dependencias, entidades y organismos y que puede ser del conocimiento de todos los servidores y de la sociedad en general.

Reservada: que solo debe ser del conocimiento de los servidores de la dependencia que la genera.

Confidencial: cuya divulgación, aun cuando no ponga en peligro la seguridad distrital, es perjudicial para la ciudad o a algunas de sus dependencias.

Secreta: cuya revelación puede poner en peligro la seguridad de la ciudad, dependencias, entidades y organismos distritales, o la comisión de una misión de gran importancia.

7 QUIEN ES RESPONSABLE DE LA GESTIÓN DE CONTENIDOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

[5]

El responsable de la gestión de contenidos y del manejo de los medios de comunicación en la entidad es el equipo de comunicaciones, quien coordina la estrategia de comunicaciones con la Dirección.

A nivel interno, los subdirectores y jefes de Oficina son los responsables del manejo de los memorandos y cada servidor público es responsable del manejo de la comunicación a través del correo interno y chat institucional.

[4] Manual de comunicación organizacional distrital.
[5] http://2.bp.blogspot.com/-6ighirO7TcQ/UD0YS2wodGI/AAAAAAAAVJM/NxdCebyPof0/s1600/abc.png

8 CUÁL ES LA POBLACIÓN OBJETIVO DE NUESTRAS COMUNICACIONES

PUBLICO OBJETIVO	DESCRIPCION	RELACION
Academia	Facultades de Ingeniería Civil, Ingeniería Catastral o geodesta. Arquitectura y demás carreras relacionadas con temas urbanísticos. Sociología o antropología.	La relación con la academia será de carácter informador y formador teniendo en cuenta las experiencias desarrolladas por el DADEP y que puedan servir como elemento base para el desarrollo del conocimiento.
Actores Políticos o entes externos	Concejales y ediles, como representantes políticos de la ciudadanía con poder de decisión, así como las demás entidades con funciones de vigilancia y control de gestión de las entidades públicas.	La relación con actores políticos o entes de control se desarrollará mediante la entrega oportuna de la información requerida en el ejercicio de las funciones propias de su naturaleza.
Curadurías; Constructores y Urbanizadores	Entidades que deben proveer información para su consolidación en el sistema de información de Espacio Público	La comunicación con dichas entidades será a través de los canales establecidos para las comunicaciones oficiales, teniendo en cuenta el carácter misional de las mismas.
Medios de Comunicación	Todo el grupo de medios de comunicación de radio, prensa , televisión, digitales y alternativos, así como medios comunitarios que se encuentren registrados en la base de datos del IDPAC	La relación con los medios de comunicación será de carácter institucional y se desarrollará mediante la convocatoria a ruedas de prensa, emisión de boletines de prensa, conversatorios, entrega de publicaciones técnicas con la información de interés para los medios.
Organizaciones comunitarias	Todas aquellas organizaciones de vecinos "JAC"; organizaciones sin ánimo de lucro "asociaciones" y "fundaciones", que son reconocidas por la comunidad como líderes participativos ante las iniciativas del distrito en temas de ciudad y que promueven el buen uso de los bienes de uso público.	Los mecanismos o canales para llegar a la comunidad serán: entrevistas, reuniones, boletines informativos, edición de informes especiales, cartillas, textos.
Ciudadanía en General	Cualquier ciudadano habitante del Distrito Capital que desee obtener cualquier tipo de información pública referente al manejo de Espacio Público de la ciudad, de acuerdo con las competencias dela entidad.	La relación con el ciudadano se puede dar por varios canales de comunicaciones: comunicaciones oficiales, puntos de atención presencial, pagina web, comunicados en diferentes medios de comunicación.

PUBLICO OBJETIVO	DESCRIPCION	RELACION
Público Interno	Son los servidores que trabajan en la entidad ya sea en calidad de funcionarios de carrera administrativa, libre nombramiento, provisionales o contratistas, y que desarrollan su labor dentro o fuera de las instalaciones del DADEP.	Los servidores de la entidad desarrollan las actividades requeridas para cumplir con la misionalidad de la entidad.

9 QUIENES SE COMUNICAN?

Con relación a la comunicación externa los siguientes son los medios y responsables del desarrollo de las comunicaciones:

Quién?	Con quién?	Cómo?	Qué es?
El (la) Director(a) de la entidad o a quien delegue.	Comunicación con la ciudadanía en general	Vocerías Institucionales	Divulgación de temas estratégicos de la gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios.
Equipo de comunicaciones de la entidad		Medios Electrónicos	La comunicación con la ciudadanía en general, realizada por medios electrónicos tales como la página web y redes sociales se harán a través de la rendición de cuentas, divulgación de información pública y transmisión de noticias y publicaciones de interés.
Cada proceso es responsable de reportar la información según el medio establecido.		Comunicaciones Oficiales y atención presencial	Con relación a la solicitud de información por medio escrito, se tendrá en cuenta el procedimiento establecido para las comunicaciones oficiales.
La comunicación con las organizaciones comunitarias será desarrollada por los equipos de trabajo establecidos en las áreas misionales para tal fin.	Organizaciones comunitarias	Reuniones	Espacio de interacción en donde las organizaciones son informadas de los trámites y servicios a realizar con relación a la administración y defensa del espacio publico

Quién?	Con quién?	Cómo?	Qué es?
La información requerida por actores políticos y entes de control será canalizada por el asesor del despacho delegado para tal fin, quien coordinará las respuestas requeridas con las dependencias, de acuerdo a los temas solicitados.	Actores Políticos o entes externos	Comunicaciones Oficiales	Respuesta escrita a los requerimientos realizados por los interesados.
Se desarrollarán por cada dependencia misional o administrativa, teniendo en cuenta el tema específico a tratar	Curadurías; Constructores y Urbanizadores	Comunicaciones Oficiales	Respuesta escrita a los requerimientos realizados por los interesados.

Con relación a la comunicación interna:

Teniendo en cuenta que la información es indispensable para el desarrollo de los procesos internos y el desarrollo de las actividades, se fomentará la circulación fluida en todas las dependencias, garantizando su socialización y retroalimentación.

En este sentido, todas las dependencias comunicarán a los funcionarios que hagan parte de sus equipos de trabajo la información requerida para el desarrollo de sus actividades.

La información de orden transversal, que sea de interés general, será canalizada a través del equipo de comunicaciones los cuales transmitirán la información requerida por el canal más idóneo, teniendo en cuenta su contenido.

10 QUE INFORMACIÓN COMUNICAMOS?

La información comunica de manera externa es la siguiente:

Que INFORMACION?	Por qué medio MEDIO?
Respuestas de orden técnico de acuerdo a lo establecido en la normatividad vigente y la información que se encuentra en el sistema de información SIDEP. Respuesta a organismos de control sobre la gestión del Departamento.	Comunicación escrita
Toda la información pública establecida en los requerimientos normativos en la materia (Estatuto Anticorrupción, ley de transparencia y Gobierno en Línea)	Página web
Temas relacionados con la administración y defensa del Espacio público	Reuniones con la comunidad
Mensajes estratégicos, por medio de pauta informativa.	Plan de Medios
Temas de interés general relacionados con el espacio público	Redes sociales
Temas estratégicos de la gestión.	Vocerías institucionales

Los medios internos que por lo regular son propiedad o están administrados por la Entidad, se usan para canalizar la puesta en común de los significados del diálogo interno con sus servidores y en algunas ocasiones con públicos externos (intranet, correo electrónico, etc.).A continuación se relacionan las herramientas con las que cuenta el Departamento para realizar la comunicación interna:

Que INFORMACION?	Por qué MEDIO?
Noticias e información de carácter oficial, de interés general, campañas, eventos sociales en donde se destaca la labor de los funcionarios.	Café DADEP
Toda la información requerida o relacionada con las actividades realizadas por la dependencia.	Correo interno Memorandos
Documentos transversales de interés general para los funcionarios de la entidad y noticias importantes de las dependencias.	Intranet
Información requerida, relacionada con las actividades realizadas por cada dependencia. Noticias e información de carácter inmediato.	Chat Institucional

11 CUALES SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

COMUNICACIÓN EXTERNA

Que utiliza algún tipo de tecnología de la información y se usan como medio para informar, debatir, interactuar y generar diálogos.

PLAN DE MEDIOS	**Medios Alternativos**: Publimilenio (avisos en las estaciones y portales de Transmilenio), eucoles (avisos en los paraderos de buses), pendones de poste (Codensa).
	Radio: Precisar si se realizarán cuñas, mención en programa, visita a emisoras y entrevistas, serie radial o sección de programa. Definir: cadena, emisora, programa, frecuencia de emisión, horario, número de impactos e índice de sintonía y tiempo de duración.
	Prensa: Precisar si se realizarán avisos, publirreportajes, crónicas, entrevistas y breves en revistas, periódicos, medios especializados y comunitarios. Se debe definir nombre del medio escrito, zona de distribución, sección, página, tamaño de los avisos, tiraje, color (policromía, blanco y negro).
	Televisión: Precisar si se realizarán comerciales, menciones, sección de programa, serie de programas, visita a noticieros, entrevistas en directo y pregrabadas. Cada una de estas piezas puede ser divulgada en medios masivos y comunitarios. Se debe establecer: canal, programa, horario, índice de audiencia y formato- comercial, mención en programa y tiempo de duración.
FREE PRESS	**Boletines de Prensa:** Comunicados de no más de dos páginas, con información estratégica de interés ciudadano, redactado en términos periodísticos.
PÁGINA WEB	Es un canal de comunicación con los públicos externos, donde se publican noticias e información general acerca de los proyectos que adelanta la entidad, así como contenidos de carácter institucional y legal.
REDES SOCIALES	La entidad cuenta con perfil de facebook, twitter y un canal en youtube, tres plataformas que por el número de usuarios registrados y por sus múltiples opciones a la hora de publicar contenidos, nos permiten comunicar en tiempo real la información de manera eficiente.

COMUNICACIÓN INTERNA

MEDIO	DEFINICION	INFORMACION QUE SE TRANSMITE
Café DADEP	Medio de comunicación que canaliza el flujo de la información, desarrolla contenidos breves, en tono informativo e incluye diversidad de temas importantes de la Entidad y del Distrito. El boletín se distribuye a través de la cuenta de correo electrónico institucional, con frecuencia semanal	Noticias e información de carácter oficial, de interés general, campañas, eventos sociales en donde se destaca la labor de los funcionarios.
Correo interno	El correo electrónico es una herramienta de trabajo que permite el intercambio de información, no sólo al interior de la Entidad, sino a otros ámbitos externos a ella, por lo tanto no debe usarse como el buzón de una cuenta personal.	Toda la información requerida o relacionada con las actividades realizadas por la dependencia.
Intranet	Es una herramienta que facilita el flujo de la información y optimiza la comunicación al interior de la Entidad. Los criterios para la selección de contenidos, obedecen al qué hacer de la entidad y a la necesidad de cada una de las subdirecciones y oficinas	Documentos transversales de interés general para los funcionarios de la entidad y noticias importantes de las dependencias.
Chat Institucional	Herramienta de comunicación que genera entre los funcionarios una comunicación ágil y directa sin la necesidad del uso del teléfono y sin tener que desplazarse por los corredores de la entidad, ésta herramienta permite la posibilidad de compartir archivos de cualquier tipo y contribuye a descongestionar el correo electrónico	Información requerida, relacionada con las actividades realizadas por cada dependencia. Noticias e información de carácter inmediato.
Memorando	El **memorando** es un escrito breve por el que se intercambia información entre distintos departamentos de la entidad comunicar alguna indicación, recomendación, instrucción, disposición, etc.	Acciones a desarrollar, lineamientos sobre determinado tema, políticas establecidas en la entidad.

12 CUAL ES LA FRECUENCIA DE LAS COMUNICACIONES?

COMUNICACIÓN EXTERNA

INFORMACION	FRECUENCIA
Temas estratégicos de la gestión.	Es variable dependiendo de la coyuntura e importancia del tema para la ciudad.
Noticias de interés general.	Se redactan según la información existente y que tenga interés común, oscilan entre 1 y 5 mensuales.
Toda la información establecida en la ley 1712 de 2014, Estatuto Anticorrupción y Estrategia Gobierno en Línea	La información en la página web debe estar actualizada de forma permanente. Y se cumplirán las fechas establecidas normativamente.
Temas relacionados con la administración y defensa del Espacio público	Según el cronograma establecido por la dependencia de orden misional.
Respuestas de orden técnico de acuerdo a lo establecido en la normatividad vigente y la información que se encuentra en el sistema de información SIDEP.	Teniendo en cuenta los tiempos de respuestas establecidos por el procedimiento de Comunicaciones oficiales.
Temas de interés general relacionados con el espacio público	Según la información existente y que tenga interés común.

COMUNICACIÓN INTERNA

INFORMACION	FRECUENCIA
Toda la información requerida, relacionada con las actividades realizadas por cada dependencia.	Diaria. Es el canal de comunicación más usado por los servidores de la entidad.
Intranet. Documentos transversales de interés general para los funcionarios de la entidad y noticias importantes de cada dependencia.	Permanente de acuerdo a los requerimientos de cada dependencia
Información requerida, relacionada con las actividades realizadas por cada dependencia. Noticias e información de carácter inmediato.	De acuerdo a la necesidad e inmediatez de la información a comunicar.
Actividades de bienestar.	Dos veces a la semana.
Noticias e información de carácter oficial, de interés general, campañas, eventos sociales y se destaca la labor de los funcionarios.	Dos veces a la semana.

13 CUALES SON LOS DOCUMENTOS QUE EVIDENCIAN LA COMUNICACIÓN?

Comunicación externa

El esquema de publicación de información es el instrumento del que disponen los sujetos obligados para informar, de forma ordenada, a la ciudadanía, interesados y usuarios, sobre la información publicada y que publicará. Si desea solicitar información adicional o algún ajuste a dicho esquema lo puede realizar a través del correo dadepbogota@dadep.gov.co.

Comunicación interna

Memorandos: Pueden ser consultados a través del sistema de información de gestión documental ORFEO.

Correos Internos, Chats e Intranet: Los cuales reposan en las plataformas tecnológicas establecidas para este fin. En la entidad se realizan periódicamente back up a los computadores los cuales guardan la información proveniente de estos medios.

14 COMO VAMOS A MEDIR LA EJECUCIÓN Y EFECTIVIDAD DEL PLAN ?

Para medir la gestión y el impacto que se tenga frente a la ejecución del Plan de Comunicaciones del DADEP para la vigencia 2016-2017, se medirán y evaluaran los siguientes indicadores:

6 https://www.google.com.co/search?q=bienestar+social&rlz=1C1CAFB_enCO668CO668&espv=2&biw=1280&bih=899&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjHieScm8PMAhWKKB4KHddFAdMQ_AUIBigB#tbm=isch&q=indicadores&imgrc=PHsxp2xYCQxpiM%3A

INDICADOR	OBJETIVO	FÓRMULA	PERIODICIDAD DE MEDICIÓN
Aparición de la entidad en medios masivos de comunicación	Establecer el número de apariciones en medios por medio del free press (publicidad sin costo).	Número de medios escritos y audiovisuales que publicaron información sobre los servicios, trámites y canales de interacción por medio del free press (publicidad sin costo).	Trimestral
Grado de impacto en los medios de comunicación	Establecer el número de Noticias positivas de la entidad en medios escritos y audiovisuales que publicaron información sobre los servicios, trámites y canales de interacción.	No. de noticias positivas/No. de noticias totales*100	Trimestral
Medición del conocimiento de la entidad	Establecer el grado de conocimiento que tienen los asistentes a los eventos programados por la entidad una vez se da por terminado. Se realizará por medio de encuestas al finalizar los eventos.	No. de encuestas con 80% de preguntas respondidas acertadamente/sobre No. de encuetas aplicadas*100	Semestral
% De realización de las acciones previstas en el plan de comunicaciones	Establecer el grado de cumplimiento del plan de comunicaciones internas y externas de la entidad.	No. de acciones realizadas/No. de acciones programadas*100	Trimestral

15 CUALES SON LAS NORMAS QUE LE APLICAN A ESTE PLAN?

NORMA	CONTENIDO ESPECÍFICO
Norma Técnica Distrital del sistema Integrado de Gestión 001:2011	Numeral 4.2.7 PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LA PARTICIPACIÓN, que establece el contenido mínimo del plan de comunicaciones.

Manual de Comunicación Organizacional Distrital	se definen políticas y procedimientos que deben ser aplicados por parte de las áreas de comunicación interna de todas las entidades del Distrito, en el momento de planear, ejecutar, medir y realizar mejoras en todos y cada uno de los productos y canales comunicacionales
Decreto 208 de 2016	"Por medio del cual se adopta el Manual de Imagen Institucional de la Administración Distrital y el eslogan o lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., para el período 2016-2019"

16 CUAL ES NUESTRO CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES?

El cronograma de actividades se encuentra en el anexo 1 de este documento. Anexo 1

NADIME YAVER LICHT
Directora – DADEP

Proyecto: Angélica Beltrán Beltrán
Revisó: Mauricio Luque / Isaías Sánchez
Aprobó: Mauricio Luque / Isaías Sánchez
Código: 4012802

CONTROL DE CAMBIOS		
VERSIÓN	**FECHA**	**DESCRIPCIÓN DE MODIFICACIÓN**
2	27/07/2016	Se realiza ajuste general del documento y de las actividades a desarrollar durante la vigencia 2016. Inclusión de lineamientos de la guía de lenguaje claro.
3	17/10/2017	Se actualiza el cronograma de actividades de acuerdo con el lineamiento Décimo Octavo Lineamiento del Sistema Integrado de Gestión Distrital Diciembre 2015.

ANEXO: PLAN DE COMUNICACIONES

PROCESO: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO		PROCEDIMIENTO Y/O DOCUMENTO: N/A	
VIGENCIA	2017 a 2020	RESPONSABLE	Mauricio Luque
OBJETIVO:	Dar a conocer las acciones que desarrolla la Defensoría del Espacio Público a nivel interno con el fin de mantener actualizados a los servidores de las actividades y logros de la entidad, determinando el posicionamiento y el reconocimiento planificado, empleando para ello los diferentes medios y canales de comunicación.		
Estrategia:	Diseñar una estructura de difusión de información interna que permita tener comunicación clara y eficaz, de manera consisa dar a conocer por los diferentes canales dispuestos las acciones y todo lo referente a la gestión de la entidad.	**Area o dependencias involucradas :**	**irección, subdirección, oficinas asesoras, oficina de comunicacione**

Meta:

Difundir de manera veraz y oportuna los logros y acciones que la entidad desarrolla en su actuar diario, teniendo como énfasis la comunicación interna. La meta estipulada de alcance es de 70 %, el metodo de medición de impactos y de consolidación de la comucación interna esta determinada por las mediciones digitales que arrojan las diferentes plataformas digitales.

Número de personas a las que va dirigida la estrategia :

300 personas Porcentaje cuantificable / funcionarios y contratistas: 300

Medios de Comunicación

Reuniones, medios escritos; comunicaciones escritas formales, medios tecnologicos: Intranet, Brújula DADEP, email, chat interno,redes sociales corporativas, wallpapers, televisión, pagina web.

Población objetivo:

Servidores públicos, contratistas servidores que trabajan en la entidad ya sea en calidad de funcionarios de carrera administrativa, libre nombramiento, provisionales o contratistas, y que desarrollan su labor dentro o fuera de las instalaciones del DADEP.

Mensaje:

Comunicaciónes sencillas donde se informe de manera oportuna sobre las acciones de la entidad.

TÁCTICA Y CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS	PRODUCTO	SEM	Vigencia 2017												Vigencia 2018												Vigencia 2019												Vigencia 2020												SEGUIMIENTO
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Elaboración de mensajes institucionales	Yelitza Villa, Juan David Carrión, Astrid Lorena Vera.	Información, radio, prensa.	Boletín de prensa, conceptos campaña.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																		
Realización de videos	Andrea Angulo, Mauricio Luque, Diego Pinzón	Video, imagenes, audio.	Video, edición, publicación	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Realizar las invitaciones y convocatorias a las actividades de interés interno	Yelitza Villa y Juan David Carrión	Fotografías, ilustraciones, texto, plataformas multimediales.	Piezas gráficas, audio comunicativo, correo masivo, cartelera digital, revista digital, intranet, publicaciones web.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Realizar el diseño de las piezas comunicacionales para ser publicadas en las redes	Andrés Martínes y Johana Pinto	Fotografías, ilustraciones, texto.	Piezas gráficas, gifs animados, presentaciones, publicaciones redes sociales.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Producción de mensajes institucionales a través de audios de la entidad	Yelitza Villa y Fernando Gutiérrez, Astrid Lorena Vera	Textos, conceptos, voz, efectos radiales.	Audios emitidos en el sistema de sonido de la entidad.	**Programado**	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Campañas de cultura ciudadana	Yelitza Villa, Juan David Carrión, Astrid Lorena Vera, Diego Pinzón, Fernando Gutiérrez, Johana Pinto, Mauricio Luque, Juan	Conceptos, fotografías, ilustraciones, textos, investigaciónes, videos.	Campañas institucionales, difusión e impactos.	**Programado**	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Archivo fotográfico de la entidad	Juan Sebastian Cuellar	Fotografías.	Fotografías.	**Programado**	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	

PROCESO: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO		PROCEDIMIENTO Y/O DOCUMENTO: N/A	
VIGENCIA	2017 a 2020	RESPONSABLE	Mauricio Luque

OBJETIVO Generar comunicaciónes externas que consoliden la percepción ciudadana frente a la misionalidad de la entidad permitiendo posicionarla como referente en recuperación, mantenimiento y sostenibilidad del espacio público.

Estrategia:

Campañas de cultura ciudadana. Difusión en medios de comunicación tradicionales y plataformas digitales de las campañas y de los mensajes institucionales.

Area o dependencias involucradas :

Dirección, subdirecciones, oficinas asesoras, oficina de comunicaciones.

Meta:

Alcanzar mediante el uso de medios masivos el posicionamiento de la gestión de la entidad de manera clara y eficaz. La meta estipulada de alcance es de 70 %, el metodo de medición de impactos y de consolidación de la comucación externa esta determinada por las medicionesque se realicen a través del monitoreo de medios contrartado por la entidad.

Número de personas a las que va dirigida la estrategia :

8.000.000 millones de ciudadanos / Porcentaje cuantificable, Monitoreo de medios, alcance de impactos: televisión, radio y medios digitales.

Medios de Comunicación

Medios tradicionales, alternativos, radio, prensa, televisión, boletines de prensa, medios digitales, pagina web, redes sociales.

Población objetivo:

Academia, actores políticos o entes externos, curadurías; constructores y urbanizadores, medios de comunicación, organizaciones comunitarias, ciudadania en general, público externo, asociaciones de vecinos, el Concejo de la ciudad y entidades distritales.

Mensaje:

Comunicación sencilla y eficiente de la misionalidad de la entidad y la manera como beneficia a a los habitantes de la ciudad.

TACTICA Y CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS	PRODUCTO	SEM	Vigencia 2017												Vigencia 2018												Vigencia 2019												Vigencia 2020												SEGUIMIENTO
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Elaboración de boletines de prensa	Alex Pineda y Mauricio Luque	Información, radio, prensa.	Boletín de prensa, conceptos campaña.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Realización de videos	Mauricio Luque, Andrea Angulo, Diego Pinzón	Video, imagenes, audio.	Video, edición, publicación	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Realizar el diseño de las piezas comunicacionales para ser publicadas en las redes	Andrés Martínes y Johana Pinto	Fotografías, ilustraciones, texto.	Piezas gráficas, gifs animados, presentaciones, publicaciones redes sociales.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Archivo fotográfico de la entidad	Juan Sebastian Cuellar	Fotografías.	Fotografías.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Producción programa radial espacio público derecho de todos.	Mauricio Luque Fernando Gutiérrez, Alex Pineda, Astrid Lorena Vera	Entrevistas, mensajes institucionales, campañas de cultura ciudadana, eventos de la entidad y acciones relacionadas con la misionalidad.	Programa radial emitido por la emsora digital DC RADIO.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	
Campañas de cultura ciudadana	Yeltza Villa, Juan David Carrión, Astrid Lorena Vera, Diego Pinzón, Fernando Gutiérrez, Johana Pinto, Mauricio Luque, Juan Sebastian Cuellar	Conceptos, fotografías, ilustraciones, textos, investigaciónes, videos.	Campañas institucionales, difusión e impactos.	Programado	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
				Ejecutado																																																	

ELABORADO POR:	Juan David Carrión	APROBADO POR:	Mauricio Luque	RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO:	Mauricio Luque
CARGO	Diseñador gráfico	CARGO	Contratista	CARGO	Contratista