

SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE (SDA)

OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

PLAN DE COMUNICACIONES 2024

Tabla de contenido

Introducción	1
Objetivos.....	2
Objetivo general.....	2.1
Objetivos específicos.....	2.2
Estructura organizacional de la Oficina Asesora de Comunicaciones	3
Público objetivo	4
Líneas estratégicas.....	5
Lenguaje incluyente.....	6

1. Introducción

El Plan de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Ambiente 2024 busca establecer las acciones y herramientas en materia de comunicación que permitan mejorar la reputación y aumentar el posicionamiento de la entidad como autoridad ambiental de Bogotá.

En esa medida, el plan contempla el desarrollo de acciones estratégicas internas y externas, los canales de difusión y los indicadores que se propone alcanzar, teniendo en cuenta las necesidades y requerimientos planteados por la entidad para el cumplimiento de su misión, visión y objetivos institucionales, así como también los lineamientos del nuevo Plan de Desarrollo Distrital.

Conforme a lo anterior, el presente plan de comunicaciones se enmarca en la estrategia “Bogotá Resiliente: Juntos por nuestro medioambiente”, la cual surge como respuesta a la necesidad de sensibilizar, movilizar e informar a la ciudadanía sobre las acciones que pueden realizar para la conservación de los recursos naturales, el agua, el suelo, reducir la contaminación del aire y proteger la biodiversidad, tendientes a convertir a Bogotá en una ciudad líder en la lucha contra el cambio climático.

Finalmente, este documento también expone los lineamientos de la Guía de Lenguaje Incluyente establecidos por el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital (DASCD), con el objetivo de respetar, representar y reconocer la diversidad ciudadana.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Definir las acciones y lineamientos para mejorar la imagen institucional y aumentar el posicionamiento de la Secretaría Distrital de Ambiente como autoridad ambiental del Distrito Capital, mediante la difusión de información clara, efectiva y oportuna para promover los programas, planes, campañas y proyectos ejecutados por la entidad.

2.2 Objetivos específicos

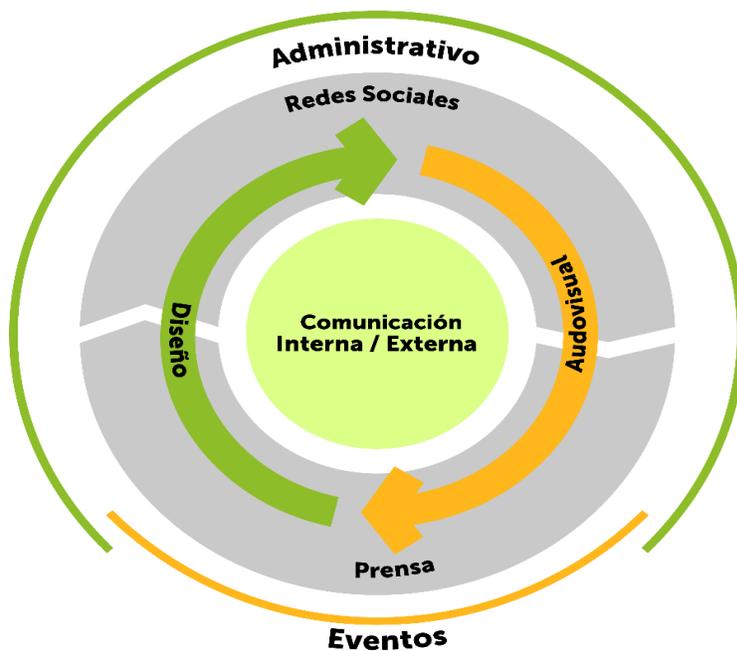
Comunicación interna y organizacional:

- Realizar una gestión proactiva y propositiva de la Oficina Asesora de Comunicaciones para atender las necesidades de las diferentes dependencias de la Secretaría Distrital de Ambiente.
- Promover los canales de comunicación interna, a través de la difusión oportuna de la información de interés general para el público interno de la Secretaría de Ambiente.
- Medir de manera cualitativa y cuantitativa la gestión de la Oficina Asesora de Comunicaciones, aportando insumos para la toma de decisiones y la mejora continua.

Comunicación externa e informativa:

- Informar de manera oportuna, veraz y proactiva las actuaciones institucionales a los grupos de interés y a los medios de comunicación para aumentar el posicionamiento de la Secretaría de Ambiente, como autoridad ambiental en Bogotá.
- Diseñar y poner en marcha campañas con enfoque pedagógico y promover las celebraciones del calendario ecológico, con el fin de posicionar mensajes institucionales y generar espacios de interacción y participación ciudadana, que permitan fomentar el cambio de hábitos en torno al uso sostenible de los recursos naturales y el cuidado del medioambiente.
- Fortalecer las plataformas de comunicación digital (portal web y redes sociales) para lograr mayor efectividad en la divulgación y facilitar la interacción y retroalimentación con las audiencias, líderes de opinión y las comunidades virtuales que siguen la información de la entidad.
- Medir de manera cualitativa y cuantitativa la gestión de la Oficina Asesora de Comunicaciones, aportando insumos para la toma de decisiones y mejora continua.

3. Estructura organizacional de la Oficina Asesora de Comunicaciones



4. Público objetivo

- Funcionarios y contratistas de la entidad
- Ciudadanía en general
- Periodistas, líderes de opinión, influenciadores, empresas y organizaciones

5. Líneas estratégicas

El Plan de Comunicaciones 2024 se implementa a partir de dos líneas estratégicas:

- Interna y organizacional
- Externa e informativa

5.1 Líneas de Comunicación Interna

La Comunicación interna y organizacional es el conjunto de acciones que implementa la Secretaría Distrital de Ambiente para mejorar la productividad, el clima organizacional, fortalecer los valores institucionales y promover, además de la articulación entre dependencias, el sentido de pertenencia y el liderazgo de los funcionarios y contratistas que trabajan por el ambiente y la sostenibilidad de Bogotá.

5.1.1 Acciones Estratégicas de comunicación Interna

A continuación, se describen las actividades de comunicación interna y organizacional que se desarrollarán en la vigencia 2024 para dar cumplimiento a los objetivos planteados.

- Responder a las necesidades de las diferentes dependencias en términos de acciones y gestión estratégica, teniendo como base la dinámica de las comunicaciones digitales.
- Socializar de manera permanente las temáticas, políticas y actividades distritales que sean solicitadas por la Red de Comunicación Interna de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Promover los procesos de comunicación fundamentados en el diálogo, el respeto y la participación de los servidores públicos para el fortalecimiento del trabajo en equipo.
- Informar a los colaboradores, de manera permanente y propositiva, los temas estratégicos de la entidad.

5.1.2 Canales de comunicación internos de la Secretaría de Ambiente

La Secretaría de Ambiente cuenta con diversas herramientas para divulgar y socializar información de interés e importancia para los colaboradores de la entidad:

- **‘Para estar en Ambiente’**: corresponde al boletín interno digital, mediante el cual semanalmente se comunican de manera escrita, gráfica y audiovisual las acciones desarrolladas por las diferentes dependencias de la SDA y entidades distritales.

- **Correo institucional:** al ser el medio interno que más consultan los colaboradores de la entidad, este canal permite socializar, de manera inmediata, noticias, campañas, proyectos y eventos institucionales e información de la Administración Distrital.
- **Intranet:** este canal facilita el acceso a las herramientas digitales institucionales y permite la consulta de políticas, protocolos, noticias y documentación de interés de los funcionarios y contratistas de la SDA.
- **Carteleras digitales:** a través de este medio se socializan piezas gráficas y audiovisuales, tanto de carácter institucional como distrital; están situadas en diferentes espacios de la entidad, en donde el público interno y externo puede visualizar la información publicada.
- **Fondos de escritorio:** este canal es utilizado de manera quincenal o mensual para divulgar, a través de piezas gráficas, información de coyuntura, eventos y/o campañas institucionales.
- **Grupo de WhatsApp:** es un canal conformado por colaboradores de la entidad, designados por el jefe de área, para cumplir el rol de enlace. Allí se comparte información de interés institucional para que sea replicada, por esta misma vía, de manera inmediata a todos los equipos de trabajo.

5.1.3 Indicadores internos

- Realizar una estrategia de comunicación interna para posicionar y dar a conocer los temas institucionales a los colaboradores de la entidad.
- Ejecutar dos (2) campañas anuales que promuevan la participación y el sentido de pertenencia de los colaboradores con la entidad.
- Aplicar una encuesta anual sobre el uso de los canales y la efectividad de la comunicación interna, con el propósito de conocer la percepción de los colaboradores de la Secretaría y emprender acciones de mejora.

5.2 Línea de Comunicación Externa e Informativa

La Comunicación Externa e Informativa permite a la Secretaría Distrital de Ambiente brindar información clara y oportuna a los ciudadanos, a través de los medios de comunicación, la página web y las redes sociales, con el propósito de dar a conocer la gestión y los resultados institucionales, para generar reconocimiento y confianza en la opinión pública.

A continuación, se describen las actividades de comunicación externa e informativa que se desarrollarán para la vigencia 2024, en cumplimiento a los objetivos propuestos:

5.2.1 Acciones Estratégicas de Comunicación Externa

- Informar de manera oportuna, veraz y proactiva las actuaciones institucionales a los grupos de interés y a los medios de comunicación para aumentar el posicionamiento de la Secretaría de Ambiente como autoridad líder en el tema ambiental.
- Afianzar las relaciones con los periodistas y medios de comunicación que cubren el sector ambiente, a partir de la entrega oportuna de información (*free press*) que contribuya al posicionamiento de mensajes sobre la gestión ambiental en Bogotá y la promoción positiva de la imagen de la entidad como autoridad ambiental.
- Diseñar y publicar piezas gráficas y audiovisuales innovadoras con enfoque pedagógico que divulguen e impulsen las acciones, campañas y logros de la entidad en beneficio del ambiente de la ciudad, que propicien la interacción y la participación ciudadana.
- Fortalecer las plataformas de comunicación digital (portal web y redes sociales), mediante la publicación permanente y oportuna de información para facilitar la interacción y retroalimentación con las audiencias, líderes de opinión y las comunidades virtuales que siguen la información de la entidad, así como aumentar el número de seguidores.
- Diseñar y poner en marcha campañas con enfoque pedagógico y promover las celebraciones del calendario ecológico para generar espacios de participación de las audiencias, de tal forma que fomenten el cambio de hábitos en torno al uso sostenible de los recursos naturales y el cuidado del medioambiente, a través de la difusión de mensajes estratégicos en los medios de comunicación, las redes sociales, la producción de material promocional, la realización de encuentros con grupos focales y la prestación de servicios logísticos en eventos de carácter ambiental, entre otros.
- Realizar el monitoreo permanente de la información de la Secretaría Distrital de Ambiente publicada en los medios de comunicación, con el objetivo de crear posicionamiento estratégico institucional.
- Ejecutar planes de medios, conforme al presupuesto disponible en el proyecto de inversión, que permita pautar en medios de comunicación tradicionales, comunitarios y digitales, los mensajes de las campañas de comunicación pública de la entidad.
- Realizar un trabajo articulado con las oficinas de comunicación y prensa del IDIGER, Jardín Botánico e IDPYBA como entidades que hacen parte del sector Ambiente para que el manejo de las comunicaciones externas se lleve a cabo de manera coordinada, siguiendo los lineamientos de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

5.2.2 Canales de comunicación externos de la Secretaría de Ambiente

Son aquellos recursos dispuestos por la Secretaría Distrital de Ambiente para dar a conocer toda la información relacionada con las actividades misionales, planes, proyectos, campañas y eventos que lleva a cabo la entidad.

- **Portal web:** por medio de este canal se divulgan las actuaciones institucionales y la información estratégica de la Secretaría de Ambiente en torno a las actividades, eventos y campañas ejecutadas, así como los servicios que presta la entidad a la ciudadanía en general.

En la página web se publican los boletines y notas de prensa para que los medios de comunicación y los grupos de interés estén enterados de los temas ambientales del Distrito Capital.

- **Redes sociales:** son el canal de contacto directo con la ciudadanía para difundir información. Asimismo, a través de estas plataformas digitales, se atienden inquietudes, quejas y peticiones ciudadanas, y se puede tener un proceso informativo de doble vía que permite la retroalimentación con los usuarios, a partir del envío de mensajes asociados a la misionalidad, la gestión, las campañas y los servicios que brinda la entidad.
- **Grupos de WhatsApp:** este canal permite compartir información a los periodistas de forma directa y en tiempo real sobre temas relacionados con medioambiente. A través de fotos, audios, boletines de prensa, piezas gráficas, videos y reels, se dan a conocer las actuaciones, campañas, hechos novedosos, noticiosos y de interés ambiental para la ciudad y se convoca a ruedas de prensa, operativos y eventos ejecutados por la entidad para garantizar la presencia permanente, positiva y de impacto de la SDA en los medios de comunicación masivos, comunitarios y digitales.
- **Contacto con periodistas:** a través del relacionamiento directo se hace contacto con los periodistas, para compartir información puntual y especializada y convocarlos a ruedas de prensa y eventos institucionales. Esta es una forma de generar información de valor y llamar la atención de los medios sobre determinados temas de la entidad. Igualmente, se atienden todas las solicitudes de entrevistas y de envío de material escrito, gráfico o audiovisual para el desarrollo de las notas que se emiten a través de los diferentes medios de comunicación.
- **Email:** mediante este canal se remite información (fotos, audios, boletines y notas de prensa, piezas gráficas y videos) con grupos de valor como ambientalistas, jefes de comunicaciones de entidades distritales y locales y medios de comunicación, a fin de garantizar la promoción y divulgación de la información institucional, las campañas pedagógicas, eventos y celebraciones del calendario ecológico.
- **Pauta en medios de comunicación:** este canal se utiliza por periodos o coyunturas, con el objetivo de reforzar o posicionar las campañas y mensajes institucionales que, de acuerdo con su alcance y el presupuesto disponible en la entidad en cada vigencia fiscal, se emiten a través de medios masivos, comunitarios, alternativos o digitales.

5.2.3 Indicadores externos

- Vincular a 40.000 personas que reciben las estrategias de comunicación institucionales en el cuatrienio 2024 – 2027, a través de las principales redes sociales, estableciendo un total de 5.000 personas para 2024.

- Apoyar la ejecución de seis (6) eventos liderados por las diferentes dependencias de la entidad, desde la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Abrir y posicionar la cuenta de LinkedIn a nivel interno y externo.
- Aplicar una encuesta semestral para medir la percepción de los ciudadanos sobre los productos de comunicaciones realizados y publicados, a través de los canales de comunicación externa, en donde se socializan las actuaciones de la SDA.

6. Lenguaje incluyente

La Secretaría Distrital de Ambiente implementará en 2024 los lineamientos de la Guía de Lenguaje Incluyente, establecidos por el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital (DASCD), con el propósito de:

- Visibilizar a las mujeres como sujetas de derechos.
- Cerrar de brechas de desigualdad entre hombres y mujeres.
- Deconstruir los estereotipos y prejuicios de género.
- Transformar las violencias simbólicas de género.
- Generar el reconocimiento y empoderamiento en las mujeres.
- Transformar los roles estereotipados a las mujeres.
- Visibilizar la diversidad de miradas de un mismo hecho o situación desde el lugar que se pare.