



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DE AMBIENTE

Resolución No. 4102

**“Por la cual se establece el Plan de Comunicaciones 2009 de la Secretaría Distrital de Ambiente”**

### **EL SECRETARIO DISTRITAL DE AMBIENTE**

En ejercicio de sus atribuciones legales y en especial las que le confiere el literal g del artículo 8º del Decreto 109 de 2008; y

#### **CONSIDERANDO**

Que el artículo 11 del Decreto 109 de 2008 de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., *“Por el cual se modifica la estructura de la Secretaría Distrital de Ambiente y se dictan otras disposiciones”*, señala que la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene por objeto asesorar en la formulación, coordinación y ejecución de políticas y planes de comunicación.

Que el literal b del artículo 11 ibídem, consagra como una de las funciones de la Oficina de Asesora de Comunicaciones, *“Desarrollar y evaluar, en coordinación con las demás áreas de la Secretaría, el plan estratégico de comunicaciones, las campañas de divulgación y comunicación sobre los logros institucionales, acontecimientos, eventos y actos que se impulsen en la Secretaría, y velar por el correcto uso de la imagen institucional”*.

Que es deber de la Secretaría Distrital de Ambiente garantizar el derecho ciudadano de acceso a la información, así como contar con herramientas de comunicación adecuadas que generen confianza en la Administración por parte de la ciudadanía.

Que la Comunicación en la Secretaría Distrital de Ambiente es un eje estratégico para la construcción de identidad institucional y para el logro de sus objetivos, por ello el plan de comunicaciones, establece las políticas de operación no solo para promover buenas relaciones con los medios de comunicación, que garanticen la difusión de sus actuaciones, sino para contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

Que el Plan de Comunicaciones propone la realización de acciones directas de impacto, que permitan posicionar la imagen de la Secretaría como una autoridad ambiental transparente y eficiente en su gestión.



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DE AMBIENTE

**Continuación de la Resolución No. 4102**

“Por la cual se establece el Plan de Comunicaciones 2009 de la Secretaría Distrital de Ambiente”

Que los directores, subdirectores y jefes de oficina son realizadores del Plan de Comunicaciones, por cuanto deben apoyar su ejecución y conocer y aplicar las políticas de comunicación, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores públicos para que se vinculen a las actividades que éste emprenda.

**RESUELVE**

**ARTÍCULO PRIMERO.** Adoptar el Plan de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Ambiente, el cual se anexa y hace parte integral de la presente resolución.

**PARAGRAFO: Aplicación:** El contenido del Plan de Comunicaciones será aplicado como la directriz que define las políticas de Comunicación Organizacional o Interna y las políticas de Comunicación Informativa o Externa, así como el Plan de Medios y Acciones Comunicativas de la entidad.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** La ejecución y actualización del Plan de Comunicaciones, de acuerdo con las orientaciones del Secretario Distrital de Ambiente, estará a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

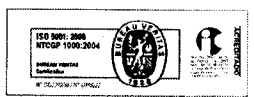
**ARTÍCULO TERCERO.** La presente Resolución rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial la resolución 3393 del 22 de septiembre de 2008

**PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.** 02 JUL 2009

Dada en Bogotá, D. C. a los

*[Firma manuscrita]*  
**JUAN ANTONIO NIETO ESCALANTE**  
Secretario Distrital de Ambiente

Proyectó: Viviana Vanegas Vásquez  
Revisión Técnica: Gloria Maribel Torres Ramírez *[Firma]*  
Revisión Jurídica: Alexandra Lozano Vergara  
Directora Legal Ambiental



## CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

1. MARCO INSTITUCIONAL
  - 1.1. Misión
  - 1.2. Visión
  - 1.3. Política de Calidad
  - 1.4. Objetivos Institucionales
  - 1.5. Líneas rectoras y principios éticos de la SDA

## SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE SDA

2. MARCO CONCEPTUAL
  - 2.1. Comunicación
    - 2.1.1. Comunicación Organizacional
    - 2.1.2. Comunicación Informativa
    - 2.1.3. Medios de Comunicación
  - 2.2. Plan de Comunicación
    - 2.2.1. Formulación del diagnóstico de la Comunicación
    - 2.2.2. Objetivos del Plan de Comunicación
    - 2.2.3. Diseño de estrategias del Plan de Comunicación
    - 2.2.4. Diseño y ejecución de procesos
      - 2.2.4.1. Políticas de Comunicación
      - 2.2.4.2. Plan de Medios
      - 2.2.4.3. Rendición de cuentas a la Comunidad
      - 2.2.4.4. Constitución y aplicación de indicadores
      - 2.2.5. Establecimiento de niveles de responsabilidad

## OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

3. PLAN DE COMUNICACIONES DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE
  - 3.1. Objetivo General
  - 3.2. Objetivos Específicos
  - 3.3. Estrategia de Comunicación 2009
    - 3.3.1. ¿Quién comunica?
    - 3.3.2. ¿Qué se comunica? (contenido)
    - 3.3.3. ¿A quién se comunica?
    - 3.3.4. ¿Con qué objetivos se comunica?
    - 3.3.5. ¿Por qué medios?
    - 3.3.6. ¿Cómo se va a comunicar?
  - 3.4. Signos de identidad
  - 3.5. Identidad Corporativa
  - 3.6. Políticas de Comunicación de la Secretaría Distrital de Ambiente
    - 3.6.1. Comunicación Organizacional
      - 3.6.1.1. Principios Fundamentales y Lineamientos
      - 3.6.1.2. Alcances
      - 3.6.1.3. Políticas de Comunicación Organizacional o interna
    - 3.6.2. Comunicación Informativa
      - 3.6.2.1. Políticas de Comunicación Informativa o Externa
    - 3.6.3. Medios de Comunicación
      - 3.6.3.1. Medios de Comunicación Internos de la SDA
      - 3.6.3.2. Medios de Comunicación Externos de la SDA
  - 3.7. Plan de Medios y de Acciones Comunicativas Externo
  - 3.8. Plan de Medios y de Acciones Comunicativas Interno

## PLAN DE COMUNICACIONES 2009

## INTRODUCCIÓN

El ejercicio de la comunicación garantiza el derecho ciudadano de estar informado sobre las actuaciones de las entidades públicas, apoya la construcción de visión compartida y mejora las relaciones de una entidad con sus grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

La comunicación en las entidades públicas tiene una dimensión estratégica, al ser el factor que hace posible que las personas puedan asociarse para lograr objetivos comunes, en tanto involucre todos los niveles y procesos de la organización.

En este sentido el presente Plan de Comunicaciones propone la realización de acciones que permitan la construcción de identidad y valor institucional para el reconocimiento de las intenciones de la Secretaría Distrital de Ambiente, como garante de cumplimiento de los principios y finalidades públicas ambientales en el Distrito Capital.

Operativa y funcionalmente, el Plan apunta a propiciar espacios de participación, como estrategia para multiplicar el conocimiento del quehacer de la Secretaría y la divulgación de las acciones emprendidas para la protección del ambiente de la capital y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

El Modelo Estándar de Control Interno MECI, precisa tres elementos de comunicaciones: el organizacional, el informativo y los medios de comunicación, los cuales están encaminados a la producción, visualización y circulación de la información que se promueve, dentro y fuera de la entidad, así como al desarrollo de la gestión institucional de manera eficiente, eficaz y efectiva.

Estos factores fueron tenidos en cuenta para diseñar el Plan de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Ambiente, con el fin de contribuir al cumplimiento de su misión y objetivos institucionales.

El presente Plan está conformado por tres capítulos: El primero, relacionado con el marco institucional, el segundo con el marco conceptual del componente de comunicación, señalado en el Manual de Implementación del MECI y el tercero contiene el desarrollo del Plan, la Estrategia, y las Políticas de Comunicación, así como el Plan de medios y Acciones Comunicativas aplicable a la entidad.

Hacen parte integral de este Plan de Comunicaciones, la Política de Publicaciones, el Manual de Identidad Corporativa de la Alcaldía Mayor y los procedimientos, formatos e instructivos del proceso de comunicaciones elaborados por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

## 1. MARCO INSTITUCIONAL

### 1.1. Misión

La Secretaría Distrital de Ambiente (SDA) es la autoridad promotora del desarrollo sostenible y el ambiente sano en el Distrito Capital para elevar la calidad de vida de sus habitantes. La SDA auspicia el respeto a la naturaleza, administra los recursos naturales, controla e interviene los factores urbanos y rurales de deterioro ambiental y coordina la gestión estatal.

### 1.2. Visión

En 2011, la Secretaría Distrital de Ambiente será la autoridad ambiental reconocida como líder en la promoción del desarrollo sostenible del Distrito y la región, con la vinculación activa de sus habitantes.

### 1.3. Política de Calidad

La entidad está comprometida con el desarrollo sostenible y la búsqueda de un ambiente sano en el Distrito Capital, para tal fin implementará sistemas de información y tecnología adecuados, mantendrá recursos humanos idóneos y competentes, y mejorará continuamente los procesos cumpliendo con estándares de calidad.

### 1.4. Objetivos Institucionales

1. Contribuir en la construcción de una ciudad competitiva, responsable con el ambiente e integrada con su territorio circundante y la Nación

- 1.1 Velar por la calidad ambiental para garantizar una ciudad habitable
- 1.2 Promover el desarrollo sostenible como proyecto colectivo
- 1.3 Impulsar la ecoeficiencia en el perímetro urbano y rural de la ciudad
- 1.4 Orientar la transformación del territorio para garantizar la preservación de los recursos naturales.
- 1.5 Lograr una adecuada simbiosis urbano regional
- 1.6 Dinamizar procesos de participación social para la gestión ambiental local involucrando la participación ciudadana, institucional y comunitaria

2. Incrementar la capacidad técnica y administrativa de la SDA

- 2.1 Optimizar la estructura organizacional
- 2.2 Implementar sistemas de gestión de calidad y de control interno
- 2.3 Establecer sistemas de información oportunos y confiables
- 2.4 Fortalecer las competencias del talento humano
- 2.5 Gestionar los recursos físicos y de infraestructura
- 2.6 Fortalecer la comunicación como eje estratégico de la gestión

### 1.5 Líneas rectoras y principios éticos de la SDA

- **Probidad**

Es la cualidad que caracteriza al servidor público distrital como una persona justa, íntegra y recta. En el actuar, se deben tener presentes la integridad, la honestidad, la decencia, la seriedad, la moralidad, la eucarimidad, la rectitud, la justicia y la equidad, tanto en la ejecución de las tareas y obligaciones, como en el uso de los recursos.

- **Respeto**

Es el principio por el cual los servidores distritales expresan un trato humano a los ciudadanos y a sus compañeros de trabajo, reconociéndolos como sujetos de derecho sin ninguna discriminación. Es la consideración y aprecio por la dignidad de las personas, sin menosprecio de su imagen y estima.

- **Responsabilidad**

Es el principio por el cual los servidores distritales se hacen cargo de las consecuencias de sus acciones, decisiones, palabras, actuaciones y en general de todos los actos libres que realicen, no solamente cuando de ellos se deriven consecuencias buenas y gratificantes, sino también cuando éstas sean adversas e indeseables. Ello supone, responder por los propios actos y enmendar los errores cuando sea posible.

- **Solidaridad**

Es el valor que surge del reconocimiento de la igualdad entre los seres humanos. Es la aplicación del principio de dignidad humana, para reaccionar fraternalmente en las relaciones cotidianas y actuar con idoneidad ante las adversidades.

- **Trabajo en equipo**

Es el valor por el cual los servidores distritales coordinarán e integrarán esfuerzos para obtener mayores niveles de productividad, lograr los objetivos institucionales, mejorar la prestación del servicio y garantizar la materialización de los derechos de los ciudadanos de Bogotá, haciendo que el aprendizaje individual sea también colectivo e institucional.

- **Servicio**

Es el valor por el cual los servidores distritales, que tienen el encargo constitucional y legal de administrar lo que es de todos y para todos, facilitan el cumplimiento de las responsabilidades del Distrito Capital, ofrecen respuestas efectivas a los requerimientos, necesidades, inquietudes y expectativas de la ciudadanía y garantizan el cumplimiento de los deberes y la realización efectiva de los derechos a todos los ciudadanos de la Capital.

## 2. MARCO CONCEPTUAL

El Modelo Estándar de Control Interno - MECI, relaciona los elementos conceptuales de los componentes de control "comunicación" e "información", como parte fundamental para una adecuada gestión.

Igualmente señala, que la comunicación en las entidades públicas tiene una dimensión estratégica, al ser el factor que hace posible que las personas puedan asociarse para lograr objetivos comunes, en tanto involucre todos los niveles y procesos de la organización. Un instrumento para facilitar este fin y para unificar políticas que marquen el derrotero para realizar la práctica comunicativa en las entidades públicas, lo constituye el Plan de Comunicaciones.

A continuación se presenta el marco conceptual señalado en el Manual de Implementación del MECI del Departamento Administrativo de la Función Pública y en el Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPQI elaborado por Casals & Associates Inc.

### 2.1. COMUNICACIÓN

Conjunto de elementos que fortalece la construcción de visión compartida y las relaciones de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

El ejercicio de la comunicación en las entidades debe plantear soluciones a la necesidad de divulgar su gestión administrativa y a proyectar y posicionar una buena imagen de la entidad.

La comunicación es producto de:

- La manera como las entidades logran construir articulaciones internas que garantizan la necesaria coherencia entre su planteamiento estratégico y su actuación en la realidad cotidiana.
- El cabal cumplimiento de su responsabilidad de abrir el acceso a la información a los propios servidores y a la ciudadanía, como insumo fundamental para el conocimiento y la comprensión de sus procesos.
- La capacidad de la entidad para interactuar con otros actores colectivos o individuales para lograr el cumplimiento de sus propósitos misionales.

La interacción comunicativa es inherente al suministro de información oportuna y necesaria dentro de las entidades; para facilitar el desarrollo de los procesos y las actividades, garantizar la circulación suficiente y transparente de la información, así como promover la participación

ciudadana, la rendición de cuentas a la ciudadanía y el control social como mecanismos que permiten reorientar el quehacer institucional.

El Componente de Control de la Comunicación se divide en tres elementos:

- Comunicación Organizacional
- Comunicación Informativa
- Medios de Comunicación

### 2.1.1. Comunicación Organizacional

Busca garantizar la organicidad y coherencia de las entidades para lograr el propósito misional, orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad.

En una entidad la comunicación circula en varias direcciones lo que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas, que incidan en los flujos de comunicación descendente, ascendente y transversal.

### 2.1.2. Comunicación Informativa

Garantiza la difusión de información de la entidad sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés. La divulgación de la información y la interlocución con la ciudadanía, los clientes, usuarios y beneficiarios es una condición necesaria para que se realicen los principios de la democracia participativa y de democratización de la Administración Pública.

Como un elemento adicional que facilita la comunicación informativa entre las entidades y las partes interesadas se deben adelantar estrategias permanentes de rendición de cuentas a la ciudadanía, a través de las cuales se respondan públicamente por las funciones encomendadas, los recursos, los planes, programas y servicios asignados por la Constitución y las leyes.

La comunicación organizacional e informativa facilita la apertura, interlocución y visibilidad de la entidad, como se señala en el siguiente cuadro:

CAMPO	EJE TEMÁTICO	CATEGORÍA
Comunicación Organizacional	Receptividad	Apertura
	Actitud de servicio	
	Visión compartida	
Comunicación Informativa	Trabajo colaborativo	Interlocución
	Sistematización de la información	
	Socialización de la información	
	Publicidad	
Rendición de cuentas a la ciudadanía	Posicionamiento	Visibilidad

Cuadro Categorías, ejes temáticos y campos - Modelo de Comunicación Pública

### 2.1.3. Medios de Comunicación

Están conformados por el conjunto de procedimientos, estrategias, recursos e instrumentos utilizados por la entidad pública, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información, hacia los diferentes grupos de interés.

La entidad debe establecer lineamientos de operación, mecanismos internos y externos para socializar la información generada, esto es, diseñar un Plan de Comunicación, el cual debe contener las políticas de comunicación internas y externas.

### 2.2. PLAN DE COMUNICACIÓN

Un Plan de comunicación es un conjunto de directrices, políticas, estrategias y acciones comunicativas que se establecen y articulan para la consecución de un propósito comunicativo. En tal sentido, el objetivo del plan de comunicación es fortalecer y garantizar la circulación, producción, visualización, socialización de la comunicación, para que funcione como un sistema que permita integrar cada una de sus áreas en un todo.

Para diseñar e implementar el Plan de Comunicaciones el Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPOI de Casals & Associates Inc., propone la siguiente metodología:

- ✓ **Formulación de elementos de diagnóstico de la comunicación:** es el punto de partida técnico, ofrece información sobre la situación de la comunicación en la entidad.
- ✓ **Definición de Objetivos:** marca el horizonte hacia el cual se dirigen las estrategias y acciones del Plan.
- ✓ **Diseño de Estrategias:** Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos del Plan. Son el cómo lograr y hacer realidad cada objetivo.
- ✓ **Diseño y ejecución de procesos:** conjunto de políticas que generan un resultado o práctica comunicativa.
- ✓ **Establecimiento de niveles de responsabilidad:** define los actores que intervienen en la comunicación y sus funciones.

### 2.2.1. Formulación del diagnóstico de la comunicación

El diagnóstico es el punto de partida técnico para el diseño del Plan, su finalidad consiste en ofrecer información sobre la situación de la comunicación en la entidad y se constituye en la línea base para la evaluación del Plan.

### 2.2.2. Objetivos del Plan de Comunicación

Los objetivos marcan el horizonte hacia el cual se dirigirán el conjunto de estrategias y acciones que se adopten dentro de los procesos comunicacionales que integran el Plan. Los objetivos del Plan están orientados hacia los siguientes intereses:

**Cohesión**, generar fuertes vínculos de comunicación entre los miembros de la organización que permita enfocar el trabajo hacia unos mismos objetivos.

**Sanear el clima organizacional**, establecer canales de comunicación en todas las direcciones, eliminando vicios comunicativos para encauzar todo el potencial informativo hacia la eficiencia y el desarrollo.

**Fomentar el trabajo en equipo**, al potenciar las habilidades comunicativas, las barreras se reducen y las dependencias de la organización se acoplan mucho mejor, además, permite amplios canales de intercambio de información y conocimiento.

**Facilitar la adaptación al cambio**, la comunicación compacta a la organización hacia el interior y a su vez genera una cohesión que le permite acoplarse a los cambios, con la visualización clara de metas y objetivos se dinamiza el mejoramiento continuo.

**Permitir el desarrollo personal**, al canalizar expectativas, necesidades y sugerencias mediante planes participativos, la organización aprovecha al máximo su potencial de conocimientos, permitiendo a los servidores el desarrollo personal y profesional. Logra que los empleados valoren más su trabajo imprimiéndole interés.

**Dar cuerpo**, al establecer canales de comunicación éstos se convierten en una sólida red de interacciones que le da cuerpo y solidez a la organización, hecho que impacta a nivel externo generando sentimientos de confianza y seriedad en los usuarios.

**Unificar su lenguaje**, al divulgar los principios de la organización se establecen reglas de juego a partir de las cuales se genera el lenguaje y la cultura de la organización.

**Agilizar los procesos**, con el fomento de la participación y el trabajo en equipo se eliminan los "gaps" y las barreras interfuncionales que entorpecen el desarrollo de los procesos, haciendo de la organización una entidad ágil para resolver sus problemas de servicio al cliente, eficiencia y mejoramiento continuo.

\* Tomado de la Revista DE FENALCO, página 41, Noviembre 97.

### 2.2.3. Diseño de estrategias del Plan de Comunicación

Las estrategias son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos del Plan y de las unidades que lo ejecutan y así hacer realidad los resultados esperados. Son el cómo lograr y hacer realidad cada objetivo (Serna, 2003).

El Modelo general de comunicación pública propone dos grandes tipos de estrategias para implementar el Plan de Comunicación (Jaramillo, 2002):

- **Estrategia Estructurante:**

El Plan de comunicación debe mantener activos y en funcionamiento simultáneo tres niveles de actuación que son fundamentales para la estructuración de la movilización organizacional:

**Político:** Es el nivel de voluntad política, donde se diseñan instrumentos y acciones de comunicación que garantizan que la información circule de manera adecuada entre los directivos y jefes y que estos estén al tanto de las ejecutorias del Plan en forma permanente.

**Organizativo:** Éste es el nivel donde se integra los actores institucionales y se generan espacios de encuentro y concertación con las áreas de trabajo para que hagan parte de la ejecución de las acciones comunicativas.

**Masivo:** Éste es el nivel donde se realizan las acciones dirigidas al conjunto de servidores, usuarios y comunidad en general, a través de la utilización de medios de comunicación internos y/o externos.

- **Estrategia Operativa:**

El Plan de Comunicación puede contener acciones comunicativas que corresponden a tres tipos de estrategias de operación:

**Informativa:** Plano de construcción de opinión para propiciar periodismo público e incluir a la ciudadanía, permiten construir confianza y el fortalecimiento de actores institucionales y locales.

**Pedagógica:** Plano formativo y de administración de procesos para la construcción de ciudadanía y de conciencia de lo público, mediante la realización de eventos académicos, lúdicos o de capacitación.

**Interacción:** Plano de convocatoria para el logro de objetivos concertados con las diferentes áreas en función de propósitos comunes. Es un nivel que concreta y resume la actividad institucional y que debe traducirse en cultura política y en acciones participativas que contribuyan al buen desempeño de la entidad.

### 2.2.4. Diseño y ejecución de procesos

Un proceso puede definirse como un conjunto armónico de actividades que lógicamente relacionadas generan un resultado o un producto para un grupo de interés, interno o externo. La implementación del Plan de Comunicación requiere de cuatro procesos que están orientados a transformar la práctica comunicativa de las entidades en la medida que es institucionalizada para mejorar los niveles de apertura, interlocución y visibilidad.

Los procesos para la implementación del Plan de Comunicación son:

- Desarrollo y aplicación de políticas de comunicación
- Elaboración y ejecución del plan de medios y acciones comunicativas
- Redición de cuentas a la ciudadanía
- Construcción y aplicación de indicadores

### 2.2.4.1. Políticas de Comunicación

Una política es una directriz u orientación acerca de cómo debe relacionarse la entidad con sus servidores públicos, diferentes clientes, usuarios, beneficiarios o partes interesadas para el cumplimiento de los objetivos que se ha propuesto. La política de comunicación establece el carácter estratégico que la entidad le reconoce a la comunicación de manera que se garantice la necesaria coherencia entre sus prácticas y sus propósitos.

### 2.2.4.2. Plan de Medios

El Plan de Medios y de Acciones Comunicativas consiste en la selección de los medios y acciones que van a ser implementados para lograr los objetivos, debe partir del análisis del diagnóstico y contar con cronograma y presupuesto.

### 2.2.4.3. Redición de cuentas a la Comunidad

Consiste en la realización periódica de eventos públicos a través de los cuales la entidad da cuentas a la ciudadanía del cumplimiento de metas del Plan de Desarrollo y de los Planes de Acción. Como proceso comunicativo, la rendición de cuentas supone la construcción de una cultura de la información como bien público y colectivo en las entidades, cuyo objetivo es lograr que la gestión pública responda a los principios de transparencia y visibilidad.

### 2.2.4.4. Construcción y aplicación de indicadores

Los indicadores se constituyen en instrumentos de orden gerencial, necesarios para el seguimiento y apoyo a la gestión de la comunicación. Son un conjunto de variables cuantitativas y cualitativas sujetas a medición que permiten observar la situación y las tendencias de cambios generados en la entidad en relación con el logro de objetivos y metas previstos.

### 2.2.5. Establecimiento de niveles de responsabilidad

El ordenamiento de la comunicación empieza por definir con claridad quiénes son los actores que intervienen en ella y cuál es su función dentro del Plan de Comunicación, para ello se requiere la adopción de políticas de comunicación que reglamenten las prácticas comunicativas que se dan al interior de todas las áreas de la entidad, por ello el principio para la correcta aplicación es "Unidad de criterios y diversidad de fuentes de realización".

La ejecución del Plan es liderada por el jefe del área de comunicaciones de la entidad, con el apoyo de los jefes o directores de las otras dependencias, que se convierten en sus realizadores en lo que tiene que ver con la aplicación y cumplimiento de las políticas de comunicación.

## 3. PLAN DE COMUNICACIONES DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE SDA

La Comunicación en la Secretaría Distrital de Ambiente, es un eje estratégico para la construcción de identidad institucional y para el logro de los objetivos, por ello este plan de comunicaciones, establece las políticas de operación para promover no sólo unas buenas relaciones con los medios de comunicación y garantizar la difusión de sus actuaciones, sino contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

El Plan de Comunicación de la SDA recoge y formaliza, de acuerdo a los diferentes grupos de interés, los medios de comunicación y las piezas divulgativas institucionales para fortalecer y garantizar la circulación, producción, visualización y socialización de la gestión de la Secretaría.

La ejecución del Plan es orientada por el Secretario Distrital de Ambiente y se lidera desde la Oficina Asesora de Comunicaciones, así mismo todos los jefes y directivos son realizadores del plan, por cuanto deben conocer y aplicar las políticas de comunicación y apoyar su ejecución, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores para que se vinculen a las actividades que este empresa (capacitaciones, campañas, movilizaciones, etc).

Este Plan recoge las necesidades e inquietudes identificadas en los elementos de diagnóstico de la comunicación en la entidad, realizado mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información y el dialogo directo con los actores institucionales internos y externos.

### Diagnóstico interno

Una vez ejecutadas las actividades programadas en el marco del Plan de comunicaciones 2008, se registró una activa participación de los servidores en las acciones de comunicación interna realizadas como: desayunos entre el Secretario Distrital de Ambiente y los servidores de todas las dependencias, jornadas de sensibilización para la apropiación del sistema de Gestión de Calidad (Meci-Calidad), auditorías de calidad y el concurso "premio distrital a la gestión 2008".

Esta participación permite evidenciar que la información generada por la alta dirección y por los jefes de oficina está bajando a los distintos niveles de la entidad y que ha mejorado la comunicación entre las áreas de trabajo.

De igual forma en dialogo directo con actores internos, se resalta el acercamiento que el Secretario y su equipo directivo han tenido con los servidores de la entidad, generando con esto relaciones de confianza y un mejor clima laboral.

Teniendo en cuenta estos resultados, para la ejecución del Plan de Comunicaciones 2009 se realizan algunas modificaciones y se crean otros medios y canales de comunicación internos, que facilitan el flujo permanente de información, abriendo espacios para la retroalimentación de la misma.

### Diagnóstico Externo

Con el fin de identificar la percepción de la ciudadanía frente a las condiciones ambientales del Distrito Capital y el conocimiento que tienen acerca de las acciones de la Secretaría Distrital de Ambiente, se aplicaron 300 encuestas a los capitalinos, de forma directa y a través de la página web de la entidad.



Una vez tabulada la información se tiene el siguiente diagnóstico:

El resultado de las encuestas permite establecer que a pesar del poco tiempo de existencia de la Secretaría Distrital de Ambiente, 22 meses, el reconocimiento de la misma entre la ciudadanía es bastante alto, pues el 82% de los encuestados la reconocen como autoridad ambiental en el Distrito. Sin embargo es necesario continuar el trabajo de posicionamiento si se tiene en cuenta que entidades como el Ministerio de Ambiente y la CAR tienen un 15% de reconocimiento entre la comunidad.

Para el 40% de los encuestados el problema ambiental que más los preocupa es la contaminación de los ríos y humedales de Bogotá, seguido de un importante 31% que piensa que el principal problema es la contaminación del aire. De acuerdo con estos datos es preciso que la actividad de prevención y control de la Secretaría se enfoque principalmente en estos temas.

El 58% de los encuestados encuentra la gestión de la Secretaría entre excelente y buena. Es necesario reforzar las acciones tendientes a mejorar la imagen frente al 35% de los ciudadanos que califican la misma entre regular y mala.

A pesar del reconocimiento y posicionamiento que ha adquirido la SDA en el último año. Es necesario buscar alternativas de comunicación más efectivas por medio de las cuales los ciudadanos no solo la reconozcan, sino que recuerden las acciones que se vienen adelantando en cumplimiento de su labor misional para el mejoramiento del ambiente de la ciudad.

### 3.1. OBJETIVO GENERAL

El presente plan de comunicación tiene como objetivo institucionalizar la comunicación en la Secretaría Distrital de Ambiente como un proceso estratégico y transversal, que permita consolidar una cultura de la comunicación pública dentro y fuera de la entidad en desarrollo de su ejercicio de autoridad ambiental.

### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Institucionalizar la comunicación pública ambiental como una acción estratégica y misional de la SDA para hacer visible, de forma permanente, el ejercicio de autoridad ambiental.
- Adoptar la gestión de información pública para la divulgación oportuna, efectiva y transparente de las políticas, planes y proyectos de la entidad en los diferentes niveles de intervención y actuación, a través de las herramientas comunicativas con que cuenta la Secretaría.
- Garantizar que tanto la información que se recibe y se procesa, como aquella que se produce al interior de la entidad, fluye ágilmente entre los servidores y el público en general para propiciar la adecuada comunicación.
- Cualificar y optimizar las herramientas formales de comunicación con que cuenta la Secretaría Distrital de Ambiente.

### 3.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2009

La estrategia de comunicaciones de la Secretaría Distrital de Ambiente, es la carta de navegación que sigue la Oficina Asesora de Comunicaciones para poder cumplir con su objetivo de comunicar interna y externamente la gestión de la entidad, con el fin de promover la construcción de una visión compartida, facilitar los procesos de rendición de cuentas y suministrar información de manera oportuna; así como, brindar atención directa a los usuarios, responder, tramitar y controlar las quejas y reclamos de los usuarios.

De igual forma la estrategia permite dar cumplimiento a las metas contenidas en el Plan de Desarrollo Bogotá Positiva, en materia de comunicación que son responsabilidad de la SDA.

- "Ejecutar 5 estrategias comunicativas para fortalecer los procesos educativos y participativos en torno a la gestión ambiental".
- "Incrementar en un 100% las estrategias de comunicación de 5 entidades de la administración distrital".

En este sentido la Secretaría Distrital de Ambiente formuló el proyecto 576 "Comunicación transparente al servicio de los ciudadanos para la formación de una cultura ambiental", el cual establece las siguientes metas para el periodo 2008 -2012.

- Generar 3279 registros informativos en medios de comunicación masivos y comunitarios.
- Diseñar y producir 3 herramientas comunicativas (radio, prensa, televisión, Internet y medios comunitarios).
- Realizar 11 acciones de comunicación y gestión interna y externa que permitan socializar y divulgar el cumplimiento de la misión de la entidad, así como las actividades adelantadas por la misma.
- Diseñar y ejecutar 66 campañas institucionales, eventos ambientales y celebraciones del calendario ecológico, que permitan generar espacios para la construcción de cultura ambiental en el Distrito Capital.
- Diseñar y producir 48 piezas divulgativas, editoriales, audiovisuales, promocionales y multimedia institucionales para difusión masiva.

A partir de los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta de percepción ambiental ciudadana, se estableció que el eje central de la estrategia de comunicaciones para el año 2009, será el tema de "Contaminación Atmosférica", con énfasis en ruido.

La estrategia contempla el diseño y la ejecución de una campaña institucional sobre este tema, que involucre la ejecución de planes de medios y la realización de piezas de comunicación para radio, prensa, televisión, internet y medios alternativos, que permitan posicionar a la Secretaría Distrital de Ambiente ante la ciudadanía y la opinión pública como autoridad ambiental en el Distrito Capital.

Igualmente establece acciones para la consecución y divulgación de información que garantice la presencia permanente, positiva y de impacto de la entidad en los medios de comunicación masivos y comunitarios (divulgación oportuna, proactiva, no reactiva), la ejecución de campañas ambientales temáticas dirigidas a los grupos de interés específico, la elaboración de piezas de comunicación y la producción de material editorial, audiovisual y promocional.

El Plan de Medios y acciones comunicativas, contenido en este documento, describe cada una de las acciones propuestas interna y externamente para el desarrollo de la estrategia de comunicación.

La ejecución de la estrategia de la SDA responde a la siguiente estructura comunicacional:

**3.3.1. ¿Quién comunica?**

La Secretaría Distrital de Ambiente es la emisora de todos los mensajes que se divulgan y es la alta dirección quien decide qué se comunica a los servidores y a la ciudadanía en general.

**3.3.2. ¿Qué se comunica? (Contenido)**

La Secretaría Distrital de Ambiente comunica información acerca de los planes, proyectos, actividades y campañas realizadas para el mejoramiento de las condiciones ambientales de la ciudad, así como las acciones de control realizadas en su ejercicio de autoridad ambiental.

De acuerdo al público objetivo se define el contenido de los mensajes emitidos por la Secretaría, estableciendo qué tipo de información es directa, cual indirecta o masiva y qué dependencias trabajarán de la mano de la Oficina Asesora de Comunicaciones, para impartirla de modo eficaz.

**3.3.3. ¿A quién se comunica?**

La Secretaría Distrital de Ambiente tiene diversos grupos o públicos objetivos a quienes dirige y comunica la información institucional. El público objetivo se define de acuerdo con la relación que tenga con el tema y el contenido de los mensajes, teniendo en cuenta criterios como edad, sexo, estrato socioeconómico escolaridad y ocupación.

Los públicos objetivos identificados en la SDA son:

- Comunidad en general de todos los estratos socioeconómicos
- Periodistas y medios de comunicación
- Comunidad Educativa: Niños, niñas, jóvenes, docentes, padres de familia, administrativos
- Empresas privadas, comerciantes, sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias de la SDA.
- Entidades e institutos de Investigación del Sistema Nacional Ambiental SINA
- Entidades del Sistema Ambiental del Distrito Capital SIAC

- Organismos de Control político, fiscal y disciplinario
- Entidades Públicas y Policivas
- Organizaciones No Gubernamentales de carácter ambiental
- Funcionarios y Contratistas de la SDA, cuando el mensaje deba generar cultura organizacional.

**3.3.4. ¿Con qué objetivos se comunica?**

Los principales objetivos de comunicación en la entidad son:

- Difundir información acerca de los planes, proyectos, acciones, campañas y apuestas de la SDA.
- Construir conceptos y valores comunes que faciliten la interlocución y cooperación entre actores de la gestión ambiental en el Distrito y la región.
- Generar cambios voluntarios de actitud y conducta de los distintos actores para mejorar las condiciones ambientales.
- Mantener adecuadas relaciones con los usuarios, garantizando que la información llegue de manera oportuna, suficiente y transparente.
- Proporcionar la información y la comprensión necesaria para que los servidores puedan desempeñar sus funciones.
- Promover la motivación, la cooperación y la satisfacción del trabajo en cada uno de los servidores que integran la entidad.

**3.3.5. ¿Por qué medios?**

La Oficina Asesora de Comunicaciones determina el medio y la actividad más apropiada para la divulgación de información, a partir del análisis de los formatos para solicitar la realización de acciones de comunicación externa e interna (que hace parte de los procedimientos del proceso de comunicaciones), teniendo en cuenta criterios como público objetivo, temática ambiental, medio de comunicación más pertinente para la divulgación del mensaje, resultados esperados y presupuesto.

Estos formatos se encuentran colgados en la intranet de la SDA en el link del Modelo Estándar de Control Interno-MECI y deben ser diligenciados por todas las dependencias que requieran dar a conocer información tanto interna como externamente, o quieran realizar un evento o campaña institucional.

La divulgación, socialización y publicación de información de la entidad se realiza a través de medios escritos, televisivos, radiales, multimedia, audiovisuales, virtuales (internet e intranet), campañas masivas, actividades lúdicas, productos comunicativos y otros espacios como los seminarios, foros y conferencias, de conformidad con el Plan de Medios y Acciones Comunicativas.

**3.3.6. ¿Cómo se comunica?**

Mediante la implementación del Plan de Medios y Acciones Comunicativas que contiene este Plan de Comunicación, donde se identifican las herramientas, la estrategia y los canales para la divulgación de las actividades adelantadas por la Secretaría Distrital de Ambiente.

La Secretaría comunica a través de:

- Comunicación directa: involucra el diálogo, es decir que la SDA es emisora pero al mismo tiempo receptora de información. Para comunicar y atender de manera directa a los usuarios se cuenta con la ventanilla de atención al ciudadano, el PBX, los puntos de información en Cades y Supercajes, la presencia en ferias de servicio al ciudadano, el sitio web, las oficinas de Enlace del Aeropuerto y la Terminal de Transporte, el Centro de Documentación y las Aulas Ambientales, igualmente se entrega a los diferentes actores ambientales piezas de comunicación impresas como plegables, volantes, afiches, publicaciones etc.
- Comunicación indirecta y masiva: Acciones de carácter masivo como campañas y eventos que implementa la SDA, para ello la Oficina Asesora de Comunicaciones lidera la emisión de mensajes institucionales. En primera instancia es la única autorizada para impartir información a los medios de comunicación, lo que significa que una de sus tareas es la de servir como filtro para definir lo que se debe informar y de qué manera. Igualmente para la ejecución de campañas masivas de comunicación, define el contenido de los mensajes institucionales y las piezas de comunicación que divulguen la temática ambiental de las mismas, de acuerdo al público objetivo.

### 3.4. Los Signos de Identidad

La comunicación es un elemento integrador y valorizador de significados y representaciones sociales. Por esta razón la comunicación en la Secretaría Distrital de Ambiente es la suma de lo que es, lo que hace (cultura, conducta e identidad) y lo que transmite hacia adentro y hacia su entorno (imagen).

Los signos de identidad son verbales (nombre y marca) y visuales (logotipo, símbolo, y colores corporativos). La imagen corporativa se conforma de estos signos distintivos, los cuales deben estar presentes en toda clase de eventos, así como en el material editorial y promocional en concordancia con el manual de identidad visual de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

### 3.5. Identidad Corporativa

Lo que define la identidad visual en términos operativos es la elaboración e implementación del Manual de Imagen Corporativa, el cual permite la correcta aplicación de los signos de identidad en todas las piezas que se elaboren en la entidad para mantener una presencia coherente interna y externamente.

## ESTRATEGIA COMUNICACIONES 2009

ESTRATEGIA	OBJETIVO	RESULTADO ESPERADO	META PROYECTA	ACTIVIDADES	INDICADORES	RESPONSABLES	INSTRUMENTOS OPERATIVOS
Comunicación interna	Lograr que todos los servidores de la entidad estén informados y hagan uso de los canales de comunicación.	Conocer una red de comunicación acorde con nuestro programa bandera 2009 "TRACA" y generar la apropiación por nuestra marca.	Realizar 2 acciones de comunicación y gestión interna y externa que permitan fortalecer el desarrollo y cumplimiento de la misión de la entidad, así como las actividades adelantadas por la misma.	Divulgar de manera permanente a través de los canales internos de comunicación las acciones generadas por la SDA.	Nº de mensajes, emails por el correo interno / Nº de mensajes SMS por los servidores Nº de acciones y gestiones internas ejecutadas / Nº de acciones y gestiones internas programadas	Oficina Asesora de Comunicaciones, despacho, jefes y servidores de todas las dependencias de la SDA	
Comunicación externa	Preservar la Secretaría Distrital de Ambiente como la Autoridad Ambiental en el Distrito Capital.	Valorizar en la gestión ambiental que realiza la entidad.	Generar 1 (uno) registro de información en medios de comunicación masivos y alternativos. "Disertar y producir 3 herramientas comunicativas (radio, prensa, televisión, Internet y medios alternativos). "Disertar y ejecutar 26 campañas radiofonas, eventos ambientales y celebraciones al calendario religioso. "Disertar y producir 40 piezas de gestión ambiental: diagnósticos, informes, audiovisuales, promocionales y multimediales para la difusión masiva.	Elaboración y divulgación de comunicados de prensa a los medios de comunicación para la publicación de información y conocimiento a través de los canales de comunicación masivos y alternativos. Cuestiones en general, casos de control, medios de comunicación. Disertar y ejecutar las actividades técnicas, logísticas y operativas para la ejecución de las campañas y eventos ambientales y piezas de comunicación que permitan generar reconocimiento en la ciudadanía.	Nº de registros programados / Nº de registros publicados	Oficina Asesora de Comunicaciones, despacho, jefes y servidores de las dependencias de la información	\$ 1.800.000.000

### 3.6 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE

Las comunicaciones en la Secretaría Distrital de Ambiente conforman un eje estratégico para la construcción de identidad institucional, el logro de los objetivos misionales, el fortalecimiento de su gestión y su efectiva interlocución y visibilidad, acuerdo con los parámetros establecidos en el plan de comunicaciones de la entidad con los públicos internos y externos.

Las políticas de comunicación determinan el conjunto de responsabilidades que le corresponde asumir a la Oficina Asesora de Comunicaciones y las que son de competencia de las demás áreas y establecen normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias de la entidad.

Consistente con lo expresado en el MECI, el presente Plan de Comunicaciones define las políticas de Comunicación Organizacional o Interna y las políticas de Comunicación Informativa o Externa. Estas políticas son la guía por la cual se adoptan las pautas de actuación y las reglas de juego que deben aplicar todos los servidores de la Secretaría Distrital de Ambiente.

#### 3.6.1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional está orientada a promover una visión compartida, un trabajo colaborativo e incrementar el sentido de pertenencia de los funcionarios y contratistas de la entidad, a través de la apropiación de los objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la Secretaría Distrital de Ambiente, en torno a la construcción de su imagen corporativa, identificando y realizando seguimiento a la información interna y externa.

Partiendo de que la comunicación organizacional divulga el quehacer de la entidad, para el establecimiento de políticas internas de comunicación de la SDA se tomó como guía los principios fundamentales y lineamientos, así como los alcances de la comunicación establecidos en la Política de Comunicación Interna, realizada por la Red Distrital de Comunicación Interna (de la cual hace parte la SDA), las disposiciones del Modelo Estándar de Control Interno – MECI, que establece todo un capítulo de comunicación organizacional que se debe aplicar en las instituciones y de manera complementaria se definieron las políticas de comunicación interna u organizacional que constituyen el derrotero a seguir en la Secretaría.

##### 3.6.1.1. Principios Fundamentales y Lineamientos

- **Equidad**, las acciones de comunicación permitirán que todos los y las servidoras tengan acceso a la información, productos y servicios con igualdad, garantizando los derechos de quienes producen la información y de quienes participan en la cadena comunicacional.
- **Participación**, construir nuevas formas de comunicación para los servidores públicos, fundamentadas en procesos participativos y no formales, permitiendo la apropiación de la Política de Comunicación Interna.

- **Concertación**, fortalecer los procesos democráticos con base en la discusión de las realidades internas de la SDA.
- **Enfoque Estratégico**, asociar los procesos de comunicación interna con los grandes retos de la Administración Distrital, señalando el camino para el cumplimiento de los objetivos.

- **Socialización**, poner en marcha y divulgar las metas, programas, experiencias exitosas, campañas y regulaciones de la Administración Distrital en temas de comunicación.

##### 3.6.1.2. Alcances

La comunicación organizativa es imprescindible para diseñar los procesos que permitan generar cambios organizacionales y mecanismos de información que mejoren la gestión pública de la entidad, se precisan los siguientes alcances:

- **Informar**, una buena información es necesaria para que los servidores conozcan los alcances y el desarrollo de la gestión que se realiza, igualmente para fortalecer el sentido de pertenencia con la entidad, para construir una cultura organizacional y un servicio que esté a la medida de las necesidades de la ciudadanía.
- **Formar hábitos y costumbres**, los procesos de comunicación deben estar enfocados a consolidar una cultura enmarcada en la interiorización de valores comunes, la ética y calidad del servicio, con la capacidad de evolucionar y adaptarse a los cambios de su entorno.
- **Retroalimentación**, la comunicación entre las distintas dependencias que componen la SDA genera una interlocución recíproca que fomenta la retroalimentación y el diálogo, de tal forma que se garantice la participación de todos los servidores en los procesos de comunicación.

##### 3.6.1.3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL O INTERNA

- La comunicación contiene un ingrediente básico y esencial sin el cual no podría darse: el mensaje informativo. Este se convierte en un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo que debe por tanto fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal, para propiciar la toma acertada de decisiones en todos los niveles.
- La comunicación interna es un elemento que permite generar cultura y clima organizacional óptimo, facilitando el crecimiento personal y la productividad institucional. Al interior de la Secretaría Distrital de Ambiente se propende porque los servidores interioricen la visión, la misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.
- La comunicación entre los servidores públicos de la Secretaría Distrital de Ambiente debe procurar unas relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.
- Cada servidor de la Secretaría debe convertirse en agente multiplicador de la información recibida internamente a través de los distintos canales con que cuenta la entidad (web, intranet, correo interno, entre otros), para que dichos servicios lleguen a todos los

funcionarios y contratistas y se propician relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores.

- Es responsabilidad de los jefes, asegurarse de que los integrantes de su equipo de trabajo reciban y comprendan la información que la SDA suministra para el cumplimiento de los objetivos institucionales.
- Los jefes deben generar espacios de conversación con sus equipos de trabajo en forma periódica y constante para suministrar la información necesaria que les permita a los servidores desempeñar eficientemente sus labores y hacer retroalimentación sobre los temas tratados.
- Los jefes tienen la responsabilidad de transmitir a los conductos regulares pertinentes las consultas, opiniones, sugerencias y propuestas de su equipo de trabajo y hacerles seguimiento.
- Es deber de todos los servidores de la Secretaría Distrital de Ambiente para garantizar la adecuada comunicación interna:
  - ⇒ Leer el correo interno, mínimo 2 veces al día.
  - ⇒ Contestar de manera educada el teléfono de la entidad.
  - ⇒ Utilizar los procedimientos del proceso de comunicaciones.
  - ⇒ Aplicar los instructivos de uso y administración de carteleras, correo interno y teléfono, que se encuentran en los procedimientos de comunicaciones.
  - ⇒ Divulgar la información de interés general con los contratistas que no tienen acceso al correo interno.

### 3.6.2. COMUNICACIÓN INFORMATIVA

La comunicación informativa tiene como propósito brindar información clara y oportuna al ciudadano, garantizar la difusión de información sobre la gestión y los resultados de la Secretaría Distrital de Ambiente en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés, facilitar la rendición de cuentas a la comunidad y organismos de control y posicionar la entidad.

Para lograr este propósito se cuenta con diversos medios impresos, radiales, televisivos y electrónicos que permiten enviar o recibir información para los públicos externos de la Secretaría.

#### 3.6.2.1. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INFORMATIVA O EXTERNA

**La información es un bien colectivo**

Siendo la información un bien colectivo indispensable para el conocimiento de los procesos de la entidad, se fomentará su producción y circulación fluida a todos los niveles.

Dado los diversos clientes, usuarios o beneficiarios de la Secretaría se establecieron las siguientes políticas para cada grupo de interés así:

### Vocerías Institucionales - Manejo de Prensa

- La Oficina Asesora de Comunicaciones, en concordancia con el tratamiento de la imagen institucional señalada por la Alcaldía Mayor de Bogotá, es la encargada de brindar el soporte necesario a los servidores para el correcto manejo de los medios.
- El vocero oficial de la Secretaría Distrital de Ambiente ante los medios de comunicación es el Secretario (a) de la entidad o el funcionario que éste delegue, de común acuerdo con la Oficina de Comunicaciones.
- La única dependencia encargada de preparar, suministrar y enviar información (escrita, oral o audiovisual) a los medios de comunicación y a periodistas, es la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Solamente el Secretario (a) de la SDA, en consenso con la Oficina de Comunicaciones designará los funcionarios que pueden responder a las inquietudes o preguntas presentadas por los medios masivos y reportar información, con previa autorización.
- La elaboración y envío de boletines de prensa es resorte exclusivo de la Oficina de Comunicaciones, ningún funcionario o contratista de la Secretaría puede asumir labores inherentes al trabajo de prensa de la entidad.
- Es función exclusiva de los servidores de la Oficina de Comunicaciones, adelantar contactos con periodistas y medios de comunicación para divulgar información o convocarlos a eventos organizados o apoyados por la Secretaría.

### Manejo de la imagen corporativa

- El Manual de Imagen Corporativa es elaborado y actualizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones, en concordancia con el manual de imagen visual de la Alcaldía Mayor y con la Política de Publicaciones de la entidad. La aplicación de estos documentos garantizan que todas las piezas que se produzcan en la entidad guarden uniformidad en su estilo y presentación.
- La Oficina de Comunicaciones proporcionará a las todas las dependencias las plantillas necesarias para la presentación los documentos institucionales, no obstante es responsabilidad de los grupos de trabajo solicitar estos materiales, al igual que las orientaciones necesarias para su correcta aplicación.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones, cuenta con profesionales en diseño gráfico que apoyan la elaboración de las piezas de comunicación que requieren las diferentes dependencias de la Secretaría, las cuales se deben solicitar con la debida antelación, conforme al procedimiento establecido.
- Las piezas de comunicación utilizadas para la promoción y divulgación de campañas, eventos, planes y programas de la SDA como afiches, volantes, plegables, pendones, invitaciones, escarpelas, libros, memorias, carpetas, boletines, calendarios, avisos de prensa, botones, esferos, libretas, entre otros, deben responder y cumplir los lineamientos establecidos en el Manual de Imagen Corporativa y en la Política de Publicaciones de la

entidad y ser revisados y aprobados por el Comité Editorial el cual se preside en la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- Toda pieza de comunicación que se produzca, derivada de un contrato o convenio externo y que lleve la imagen de la Secretaría, debe seguir las pautas de presentación e identificación corporativa contenidas en el Manual de Imagen Corporativa y ser revisadas por el Comité Editorial de la entidad.

#### **Relaciones con los Medios de Comunicación**

La relación de la Secretaría Distrital de Ambiente con los medios de comunicación tiene carácter institucional y está basada en principios de veracidad, libertad, claridad, confianza, y oportunidad, centrada en la crítica objetiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte del nivel directivo.

#### **Apertura y Visibilidad en la Comunicación con la Comunidad**

La comunicación con los usuarios, beneficiarios y comunidad en general se da en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio y en el ejercicio de los principios de publicidad, cordialidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos, mediante la rendición de cuentas y respuestas periódicas y oportunas a los usuarios.

#### **Comunicación con los Contratistas y/o Proveedores**

La comunicación con los contratistas y proveedores está enmarcada en la aplicación de los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia, mediante la implementación de mecanismos de comunicación eficaces y la difusión suficiente y oportuna de las necesidades de la entidad, adoptando parámetros de legalidad, conveniencia y economía.

#### **Interacción Informativa con los Organismos de Control**

La interacción informativa de la Secretaría con la Veeduría Distrital, la Contraloría, la Personería, el Concejo de Bogotá y demás entes de control, está enmarcada por el respeto e independencia, atendiendo los diferentes requerimientos y presentando en forma oportuna los informes tanto de carácter obligatorio como los demás que resulten de la gestión adelantada.

#### **Interacción con Entidades Públicas en General**

La interacción con las entidades públicas se realiza en desarrollo de los principios de coordinación, cooperación y apoyo, con el fin de brindar mejores servicios a la comunidad y hacer uso eficiente, eficaz y efectivo de los recursos del Estado.

### **3.6.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Para facilitar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información, hacia los diferentes grupos de interés, la Secretaría Distrital de Ambiente, cuenta con medios y herramientas comunicativas clasificadas de acuerdo con su propósito y público objetivo.

### **3.6.3.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS DE LA SDA**

Son aquellos mecanismos dispuestos por la Secretaría Distrital de Ambiente para divulgar y dar a conocer elementos y aspectos de interés e importancia para los servidores que integran la entidad.

Es indispensable que los funcionarios y contratistas sean los primeros en enterarse de las actividades institucionales, para que se conviertan en difusores y multiplicadores de la información.

Por lo anterior y como parte del sistema de Gestión de Calidad, dentro del proceso estratégico "Comunicaciones", se definieron los procedimientos y formatos para el uso de los medios de comunicación internos.

Para ello se creó el "formato para solicitar la realización de acciones de comunicación interna", que se encuentra colgado en la intranet de la SDA en el link del Modelo Estándar de Control Interno-NECI, el cual debe ser diligenciado y entregado en la Oficina de Comunicaciones, por las dependencias que requieran dar a conocer información a través de los medios o canales internos.

En la actualidad están dispuestos al interior de la Secretaría los siguientes medios:

#### **❖ Cartelera Institucional**

Las cartelera son piezas de divulgación masiva, su propósito es el de servir de conducto para dar a conocer información, comunicados, noticias, eventos o decisiones de la entidad y están dirigidas tanto a los funcionarios como al público externo que visita los diferentes pisos de la SDA.

La administración de las cartelera está a cargo de Oficina Asesora de Comunicaciones, quien actualiza de forma permanente la información publicada. Las cartelera del tema de bienestar institucional y de la Dirección Legal son manejadas por sus respectivas áreas.

#### **❖ Correo Electrónico Interno - Outlook**

Es una herramienta de comunicación que posibilita la interconexión de información, casi en tiempo en real, permitiendo que entre los servidores y entre las diferentes dependencias de la entidad se intercambie información.

El correo interno es manejado de forma directa por cada servidor de la SDA. Para hacer más eficiente su uso se cuenta con el siguiente instructivo.

- o Revisar de manera constante el correo, mínimo 2 veces al día, para garantizar que se está enterado de la información que es enviada.
- o Borrar los correos ya leídos.
- o Escribir los textos en mayúsculas y minúsculas. La mayúscula sostenida dificulta la lectura.

- o Firmar todos los mensajes enviados.
- o No decorar con fondos de pantalla los mensajes enviados, ni enviar cadenas ni chistes.
- o No utilizar vocabulario irrespetuoso hacia los compañeros de la entidad.
- o Los avisos clasificados tendrán una plantilla especial en el correo, por tal razón, se debe enviar la información a la Oficina de comunicaciones quien se encargará de divulgar de manera unificada todos los anuncios.

La aplicación de este instructivo garantiza y mejora el uso de esta herramienta virtual, ya que cada servidor es responsable del uso y de la información que emita.

La Oficina de Comunicaciones divulga a través de este medio, boletines de prensa, agenda de actividades, convocatorias a eventos, el registro diario de las noticias ambientales y de la Administración Distrital e información de interés para los servidores de la entidad.

#### ❖ Intranet

La intranet es una red interna de área local, que es de uso exclusivo de la entidad que la ha instalado y lleva un par de décadas siendo utilizada ampliamente en las empresas.

En el caso de la Secretaría Distrital de Ambiente esta herramienta da a conocer información noticiosa, contiene aplicaciones administrativas y misionales como la plataforma S/A, los manuales de funciones y de procesos y procedimientos, tiene enlace directo con el noticiero virtual Amarillo Rojo de la Alcaldía Mayor, que hace parte de la Red de Comunicación Interna al servicio de los servidores de la Administración Distrital.

La intranet "Mi Ambiente", es administrada por la Dirección de Planeación y Sistemas de Información y la sección de noticias se actualiza diariamente por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

#### ❖ Boletín "Mi Ambiente Interno"

Buscando nuevas y distintas maneras de informar de manera efectiva y directa a los servidores, se creó el boletín impreso "Mi Ambiente Interno", el cual se ubica semanalmente en todos baños de la entidad.

Este boletín es realizado por la Oficina de Comunicaciones, a partir de la información suministrada por la Dirección de Gestión Corporativa, divulga temas administrativos de interés de los funcionarios y contratistas para motivar su activa participación.

#### ❖ Boletín Virtual "MARTES"

Medio Ambiente Recurso de Todos los Empleados de la Secretaría - MARTES, es un boletín virtual, que informa las actividades ejecutadas por la Secretaría Distrital de Ambiente, en cumplimiento de su misión y objetivos institucionales, como autoridad ambiental en el Distrito Capital.

Este boletín es realizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y se envía a funcionarios y contratistas.

#### ❖ Campañas internas

Las campañas internas de comunicación permiten dar a conocer mensajes de carácter institucional o de interés particular para una entidad.

En la Secretaría las campañas se lideran desde la Oficina Asesora de Comunicaciones y se realizan de forma articulada con la Dirección de Gestión Corporativa, con el fin de sensibilizar y motivar a los servidores, generar sentido de pertenencia y mejorar el clima laboral.

#### ❖ Facilitadores comunicación interna

Para facilitar el adecuado flujo de información y fomentar el sentido de pertenencia de los servidores, al interior de la Secretaría se cuenta con un equipo transversal e interdisciplinario, conformado por representantes de las diferentes dependencias de la entidad.

Este equipo es orientado por la Oficina de Comunicaciones y tiene como labor garantizar la difusión y la retroalimentación de la información hacia y desde cada uno de los grupos de trabajo, para que todos los servidores usen y se apropien de los medios y canales existentes en la entidad y estén entreados de las acciones de la Secretaría.

#### ❖ Cubrimiento interno:

Para cubrir y apoyar las necesidades de comunicación de las dependencias de la Secretaría Distrital de Ambiente, la Oficina Asesora de Comunicaciones designó profesionales por "fuente" (dependencias), para recolectar y garantizar la difusión interna de la información emitida por cada una de ellas.

#### ❖ Monitoreo de Medios

Permite conocer la percepción de los medios de comunicación y de la opinión pública sobre las actividades que realiza la Secretaría, así como llevar a cabo el seguimiento a la publicación de las noticias generadas por la entidad. El resumen del monitoreo de medios es divulgado diariamente por correo electrónico (interno - externo) a todos los servidores; los recortes de las noticias de prensa se publican en las carteleras de la entidad.

#### 3.6.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS DE LA SDA

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, mediante la colaboración de los diferentes medios masivos y comunitarios de comunicación.

Como parte del sistema de Gestión de Calidad, dentro del proceso estratégico "Comunicaciones" se definieron los procedimientos y formatos para el uso de los medios de comunicación externos.

El "formato para solicitar la realización de acciones de comunicación externa" se encuentra colgado en la intranet de la SDA en el link del Modelo Estándar de Control Interno-MECI y debe ser diligenciado por todas las dependencias que requieran dar a conocer información a través de los medios o canales externos de comunicación, realizar un evento o una campaña institucional.

La Secretaría Distrital de Ambiente cuenta con los siguientes medios de comunicación de carácter externo:

❖ **Comunicados de Prensa**

Son informaciones con contenido y orientación noticiosa y periodística que van dirigidos a los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y portales de internet).

Dentro de los temas que se divulgan en los comunicados de prensa están: información sobre los planes, proyectos y acciones de la Secretaría, estadísticas, lanzamiento y realización de campañas y operativos de control, entre otros. Constituyen el *free press* de la entidad, es decir el manejo libre de los medios que garantiza de forma gratuita la presencia permanente y positiva de la entidad en los medios de comunicación.

La Oficina Asesora de Comunicaciones elabora los comunicados a partir de la información suministrada por los diferentes grupos de trabajo y los envía, vía e mail o entrega personalizada, a los periodistas que cubren la fuente de medio ambiente, suministrando datos adicionales como mapas, fotos, gráficas y piezas publicitarias.

❖ **Ruedas de Prensa**

Una rueda de prensa es un acto informativo organizado por la entidad, al que se convoca a los medios de comunicación masivos y comunitarios (prensa, radio, televisión e internet), para divulgar de manera oficial, a través del vocero designado, información de importancia para la ciudad. Terminada la exposición el vocero es interrogado por los periodistas, con el fin de ampliar el contenido del anuncio.

Las ruedas de prensa son organizadas y convocadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones, donde se escriben los comunicados de prensa que se entregan a los periodistas con el desarrollo de la información y la posición oficial de la entidad frente al tema a tratar.

❖ **Programa de Radio y/o Sección Patrocinada "Ambiente de Ciudad"**

La radio es un medio de comunicación masivo que permite llegar a diferentes segmentos de la población, de acuerdo a sus gustos y preferencias.

La Secretaría Distrital de Ambiente, cuenta con un espacio radial, en donde se informa a la audiencia los principales acontecimientos en materia ambiental, así como los planes y proyectos adelantados por el Sector Ambiente para el mejoramiento de la calidad ambiental de la ciudad; su producción y emisión está a cargo de la Oficina de Comunicaciones.

❖ **Programa de Televisión y/o Sección Patrocinada "Ambiente de Ciudad"**

La televisión es un medio masivo que permite llegar a la ciudadanía con contenidos educativos y pedagógicos, conjugados con el entretenimiento.

La SDA cuenta con un espacio televisivo que permite a los habitantes de Bogotá conocer el quehacer de la entidad, así como las acciones adelantadas con empresarios, comerciantes, gremios productivos, el sector académico y las entidades, que son un equipo integral de actores que participan activamente en la dinámica ambiental y en la sostenibilidad de la ciudad.

La producción y emisión de este espacio está a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

❖ **Revista "Ambiente de Ciudad"**

Las revistas son publicaciones que difunden información de interés y actualidad, permiten educar y recrear historias, así como motivar la reflexión y la sana crítica frente a diversos temas.

La revista "Ambiente de Ciudad", tiene como propósito informar a los servidores y a la ciudadanía en general sobre las acciones desarrolladas, logros y resultados de la gestión ambiental en el Distrito Capital, obtenidos por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente; la producción, impresión y distribución está a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

❖ **Página Web**

Una página web es una fuente de información accesible mediante un navegador de internet, es una herramienta dinámica y llamativa que puede contener textos, imágenes y audio.

La página web de la SDA es el medio de comunicación más actualizado, en donde los usuarios tienen acceso a información de carácter técnico y normativo, cuenta con un centro de descargas para acceder a los formularios y formatos de trámites ambientales, así como un aula virtual para resolver consultas y preguntas frecuentes en materia ambiental. Igualmente ofrece galería de fotografías, videos y noticias de la entidad. Los contenidos son administrados por la Oficina Asesora de Comunicaciones y la plataforma del sistema es operada por la Dirección de Planeación y Sistemas de Información. Las dependencias de la Secretaría que deseen divulgar información en la web deben enviarla a la Oficina de comunicaciones, para que sea filtrada y publicada de acuerdo a la organización temática dispuesta el sitio web.

❖ **Campañas Institucionales**

Las campañas son acciones de tipo pedagógico que la Secretaría Distrital de Ambiente realiza con el propósito de generar en los habitantes de Bogotá actitudes de valoración y respeto por el ambiente, para la construcción de una cultura ambiental y de ciudad sostenible.



Para el desarrollo de las campañas ambientales intervienen varias dependencias de la entidad y se conjugan diversas herramientas de comunicación que guardan unidad en su eslogan y en su mensaje, como actividades lúdicas realizadas en lugares de afluencia masiva, producción de elementos promocionales o de merchandising que generen recordación de mensajes institucionales en la ciudadanía, avisos de prensa, cuñas radiales, comerciales de televisión, material impreso, boletines o ruedas de prensa, entre otros.

La Secretaría realiza las campañas, por lo general, a través de una agencia u operador externo que se encarga de diseñar los mensajes creativos, organizar el lanzamiento y ejecutar los planes de medios, con la orientación de la Oficina Asesora de Comunicaciones, a partir de los lineamientos establecidos por el grupo o la dependencia solicitante.

Los temas desarrollados en las campañas responden a las prioridades de la entidad y al Plan de Desarrollo.

#### ❖ Celebraciones del Calendario Ecológico

Estas celebraciones tienen como fin generar la movilización ciudadana de carácter local o ligada a ecosistemas estratégicos, a partir de convocatorias públicas para conmemorar fechas de importancia ambiental establecidas nacional o mundialmente.

La Secretaría Distrital de Ambiente con el apoyo de aliados estratégicos (comunidad educativa, entidades locales, distritales y nacionales y la empresa privada), organiza una agenda compuesta, por lo general, de actividades lúdicas, académicas y recreativas, que permiten sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de preservar los recursos naturales y el ambiente, así como generar espacios de participación para conocer las propuestas de los diferentes grupos poblacionales acerca del tema ambiental en el Distrito Capital.

Las actividades programadas para estas celebraciones se realizan en lugares de afluencia masiva para recordar expresiones y movimientos realizados en torno a la defensa del ambiente y para llamar la atención de la ciudadanía sobre las acciones que se pueden emprender para mejorar las condiciones ambientales de nuestra ciudad.

#### ❖ Eventos de Carácter Ambiental

La Secretaría Distrital de Ambiente organiza y participa en eventos como agendas académicas, foros, seminarios, conversatorios, talleres, seminarios, etc, en donde, de acuerdo a la temática del evento, se dan a conocer las acciones adelantadas por la entidad, y se hace presencia mediante la instalación del stand institucional y la entrega de material divulgativo.

Estos espacios permiten la socialización y profundización de temas de interés ciudadano en materia ambiental, el intercambio de información y la rendición de cuentas a la comunidad.

#### ❖ Material Editorial

El universo de lo impreso se compone de dos elementos básicos: la letra y la imagen. Estos dos elementos conjugados permiten llegar a las personas y enriquecerlas con la información ofrecida.

Las piezas gráficas transmiten mensajes de manera ágil, llamativa y directa. La Secretaría produce, entre otros, volantes, plegables, afiches, cartillas, manuales y libros, que se utilizan para divulgar información de interés acerca de los planes, proyectos y campañas adelantados por la entidad.

Este material es distribuido de forma directa al público objetivo, así como en la ventanilla de atención al ciudadano, los puntos de información dispuestos en los Cades y Supercales, las ferias de servicio al ciudadano, las oficinas de Enlace del Aeropuerto y la Terminal de Transporte, las Aulas Ambientales, el Centro de Documentación y en la Oficina Asesora de Comunicaciones.

La Secretaría cuenta con profesionales que apoyan la producción de material editorial, de acuerdo a las necesidades de cada dependencia. La realización de las piezas de comunicación se debe solicitar, con la debida antelación, a la Oficina de Comunicaciones, conforme al procedimiento establecido, de tal forma que se disponga del tiempo necesario para hacer piezas de calidad que proyecten buenos contenidos y mensajes.

#### ❖ Material Divulgativo o de Merchandising

La Oficina de Comunicaciones realiza el diseño y la producción de material promocional con la imagen y los mensajes institucionales, el cual es entregado a actores claves de la gestión ambiental. Dentro de los materiales elaborados se encuentran: agendas, almanaque, esteros y lápices, portaplumas, gorras, camisetas, llaveros, calcomanías, elementos de oficina, carpapas, camisetas, stickers, mugs o termos, mouse pad, botones, libretas, bayetillas, cd, tacsos de papel, bolsas, entre otros. Este material permite posicionar la imagen de la entidad y generar recordación sobre los mensajes de las campañas y los proyectos que ejecute la Secretaría.

#### ❖ Material Audiovisual

La Secretaría dispone de videos temáticos ambientales que son divulgados en escenarios académicos como congresos, foros y seminarios, en las aulas ambientales y en instituciones educativas, entre otros. Estos videos se encuentran en el Centro de Documentación para préstamo a los servidores y usuarios interesados.

Igualmente, la Oficina de Comunicaciones produce spots y video clips ágiles con mensajes institucionales que se suben a la página web para conocimiento de sus visitantes, se proyectan en las pantallas de Cades y Super Cades y en los módulos educativos itinerantes de la SDA, pueden ser emitidos en salas de cines y canales de televisión (por código cívico de la Comisión Nacional de Televisión).

### 3.7 PLAN DE MEDIOS Y DE ACCIONES COMUNICATIVAS EXTERNAS DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE

❖ **Elementos Promocionales**

La entidad cuenta con diversos elementos promocionales que ayudan a posicionar la imagen institucional y divulgar sus proyectos y campañas: Stand institucional, carpas, mesas, sillas, mogadores para exposición fotográfica, displays rotativos, canteletas portátiles, módulos educativos itinerantes, pendones temáticos. Estos elementos se solicitan en la Oficina de Comunicaciones y pueden ser usados en ferias y eventos organizados o en que participen las diferentes dependencias de la SDA. Igualmente se hace promoción de mensajes y campañas institucionales en Eucotes (aviso en los paraderos de buses), en los portales y estaciones de Transmilenio o en los kioscos dispuestos por la Alcaldía Mayor en las plazoletas y avenidas de la ciudad.

❖ **Cubrimiento de Fuentes**

La Oficina Asesora de Comunicaciones cuenta con periodistas asignados por "fuente" (dependencias), que posibilita tener mayor conocimiento de las acciones ejecutadas por cada una de ellas y realizar la consecución y la divulgación permanente de información, a través de boletines de prensa y productos comunicativos, que permitan lograr mayor difusión y visibilidad ante los medios de comunicación y la ciudadanía en general del quehacer institucional.

❖ **Atención a la Comunidad**

Para responder de forma directa a las inquietudes de la comunidad sobre trámites e información ambiental, la Secretaría Distrital de Ambiente dispone de Ventanillas de Atención al Ciudadano, el PBX, los puntos de información en Cades y Supercañes, y en ferias de servicio. Igualmente el Centro de Documentación tiene más de 800 publicaciones para consulta de los usuarios, así como documentos técnicos, videos y piezas divulgativas.

La Secretaría cuenta con 4 escenarios para la atención de visitantes, las Aulas Ambientales, en donde se realizan actividades de educación no formal e informal y se generan dinámicas y procesos sociales de reconocimiento, protección y manejo ambiental. Estos escenarios son: Parque Ecológico Distrital de Montaña Entrenubes, Parque Ecológico Distrital de Humedal Santa María del Lago, Parque Mirador de los Nevados y Parque Cantera Soratama.

Las oficinas de Enlace del Aeropuerto y la Terminal de Transporte, de forma paralela a las acciones de control al tráfico de flora y fauna silvestre, brindan información acerca del quehacer institucional y atienden las inquietudes ambientales de viajeros nacionales e internacionales.

En estos espacios se dispone de material divulgativo con información de la entidad, así como buzzones de sugerencias que permiten recoger y atender las inquietudes de los usuarios.

HERRAMIENTA COMUNICATIVA	ESTRATEGIA ORGANIZATIVA, MISIVA	DESCRIPCIÓN	MEDIOS DE DIFUSIÓN
Generación de Información Pública	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración y divulgación de Boletines y comunicados de prensa que garanticen la presencia permanente, positiva y de impacto de la SDA en los medios de comunicación masivos y comunitarios (divulgación oportuna, proactiva, no reactiva).</li> <li>Gestión con periodistas para el cubrimiento de noticias y eventos de la entidad.</li> <li>Colonización espacios editoriales de periódicos y revistas de opinión con columnas de impacto.</li> <li>Lobbying Medios: Estrategia de relaciones públicas para convencer y persuadir a los periodistas y sectores de opinión, sobre la promoción positiva de la imagen de la entidad.</li> <li>Realizar una agenda de medios locales continua, para garantizar que la información institucional llegue a todas las localidades del Distrito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Free Press</li> <li>Vocerías</li> <li>Ruedas de Prensa</li> <li>Dossier periodístico</li> <li>Reunión con directores y periodistas de medios</li> <li>Correo electrónico</li> <li>Página web SDA</li> <li>Divulgación en portales y medios de comunicación de entidades nacionales distritales o locales</li> <li>Página Web de organizaciones ambientales</li> <li>Concejo de Bogotá</li> </ul>
	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación activa y difusión permanente en los medios de comunicación de la Alcaldía Mayor de Bogotá, a fin de informar tanto a los servidores de la Administración Distrital como a la ciudadanía en general, las acciones, planes, proyectos y campañas adelantados por la SDA y el Sector Ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Noiciero y revista virtual Amarillo Rojo</li> <li>Portal Bogotá</li> <li>Programa de televisión de la Bogotá Positiva</li> <li>Medios de la Red de comunicación externa e interna</li> </ul>
Radio	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producción y emisión del programa radial institucional o de la Sección patrocinada de la SDA.</li> <li>Producción y emisión de cuñas radiales de diferentes temáticas ambientales.</li> <li>Otras opciones de hacer presencia en radio es a través de:</li> <li>Desarrollo de información ambiental dentro de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisión a través de una emisora popular.</li> <li>Pueden ser emitidas en las diferentes cadenas y emisoras con cubrimiento en el Distrito Capital:</li> <li>Caracol Radio</li> <li>RCN Radio</li> <li>Caroela</li> <li>Super</li> <li>Todelar</li> </ul>

<p>Televisión</p>	<p>programación de las emisoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menciones sobre noticias, eventos y campañas ambientales por parte de locutores y periodistas.</li> <li>Gira por emisoras por parte de funcionarios de la Secretaría para promover los eventos y campañas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melodía</li> <li>Radio Santa Fe</li> <li>Coimundo</li> <li>Emisoras Universidad Nacional, Javeriana, Distrital, Nacional, Tadeo.</li> <li>Emisoras Religiosas: Misión Carismática Internacional, Mariana, Kermedy</li> <li>Emisoras locales y comunitarias</li> </ul> <p>Emisión a través de una canal local</p>
<p>Televisión</p>	<p>Producción y emisión del programa institucional de televisión o de la sección patrocinada de la SDA.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Producción y emisión de diferentes referencias de comerciales de televisión, de acuerdo al público objetivo: niños, jóvenes, adultos.</li> <li>Producción de notas informativas desde la SDA para emitirlas en medios masivos y comunitarios.</li> </ul> <p>Otras opciones de hacer presencia en televisión es a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Menciones por parte de los presentadores</li> <li>Emissiones de Crowl</li> </ul>	<p>Se emiten mediante código civico (sin costo), a través de la Comisión Nacional de Televisión.</p> <p>Pueden ser emitidos en los diferentes canales de televisión, de acuerdo al público objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>City TV</li> <li>Caracol televisión</li> <li>RCN televisión</li> <li>Canal Institucional</li> <li>Canal Uno</li> <li>Señal Colombia</li> <li>Canales por suscripción</li> <li>Canal Capital</li> <li>Canales locales</li> </ul> <p>Pueden ser publicados en los diferentes medios escritos, de acuerdo al público objetivo.</p>
<p>Prensa</p>	<p>Publicación de información en medios escritos, masivos y comunitarios, para posicionar y generar corrientes de opinión favorable alrededor del tema ambiental, a través de herramientas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informes especiales de prensa</li> <li>Noticias y artículos</li> <li>Separata institucional</li> <li>Crónicas y reportajes</li> <li>Avisos institucionales</li> <li>Columnas de opinión</li> </ul>	<p>El Tiempo</p> <p>La República</p> <p>El Espectador</p> <p>Portafolio</p> <p>El Espacio</p> <p>Diano Hoy</p> <p>Nuevo Siglo</p> <p>O'hubo</p> <p>ADN</p> <p>El Periódico</p> <p>Perifoneos locales y comunitarios</p> <p>Revistas Semana, Cambio, Muy interesante</p> <p>Revistas Universitarias</p> <p>Revistas especializadas</p> <p>Catorce 6 y Planeta Vivo</p>
<p>Internet</p>	<p>Actualización permanente de la página Web de la Secretaría Distrital, donde los usuarios pueden encontrar información institucional, galería de fotos, noticias, videos, foros y absolver consultas.</p>	<p>Links con las Web de las entidades del orden Nacional, Distrital y Local, con organizaciones ambientales, Usuarios de la SDA</p>

<p>Campañas Institucionales</p>	<p>X</p>	<p>Abrir un espacio para que los usuarios puedan subir fotografías o videos con denuncias.</p> <p>Disponer de espacios para que los cibermataus interactúen con la entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para los eventos de lanzamiento se convoca a los diferentes medios de comunicación.</li> <li>Las piezas de las campañas se divulgan en medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y portales de internet.</li> <li>Se diseñan y divulgan piezas editoriales, material promocional y de merchandising para posicionar el mensaje de cada campaña.</li> <li>Se realizan actividades lúdicas y culturales para generar espacios de participación ciudadana.</li> <li>Se generan alianzas estratégicas con actores claves para fortalecer la ejecución de las campañas.</li> </ul>
<p>Actividades pedagógicas lúdicas</p>	<p>X</p>	<p>Diseño y ejecución de campañas masivas que permitan divulgar y posicionar mensajes institucionales y generar hábitos responsables con el ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Parques</li> <li>Plazolelas</li> <li>Instituciones Educativas</li> <li>Universidades</li> <li>Aulas Ambientales</li> <li>Alcaldías Locales</li> <li>Polideportivos</li> </ul>
<p>Eventos Ambientales</p>	<p>X</p>	<p>Abrir y participar en espacios como seminarios, congresos y encuentros para la socialización y profundización de temas de interés ciudadano en materia ambiental, para el intercambio de información y para la rendición de cuentas a la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colegios</li> <li>Universidades</li> <li>Institutos</li> <li>Centro de investigación</li> <li>de convenciones</li> </ul>
<p>Linea Editorial</p>	<p>X</p>	<p>Diseño e impresión de la revista de la SDA para el desarrollo de artículos de interés general, así como para divulgar los planes, proyectos y campañas adelantados por la entidad.</p>	<p>Esta publicación se distribuye en entidades, Alcaldías Locales, Concejo Distrital, Juntas de Acción Comunal, instituciones educativas y ciudadanía en general.</p> <p>Estas piezas son distribuidas en los</p>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de contenidos multimedia para la difusión de los planes y proyectos de la Secretaría.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Página Web</li> <li>Youtube</li> <li>Blogs</li> </ul>
Material Educativo	X	X		Realizar una colección de cuentos por temas: humedales, aire, flora y fauna, agua, ser humano, elaborados por niños y niñas de diferentes localidades de Bogotá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aulas Ambientales</li> </ul>
Elementos Promocionales	X	X		Promoción de campañas y mensajes institucionales en EUCOLES (avisos en los paraderos de buses), avisos en las estaciones y portales de Transmilenio, o periódicos ubicados en vías de afluencia masiva, de acuerdo con la normatividad vigente para este tipo de publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paraderos de buses</li> <li>Postes</li> <li>Parques</li> <li>Piazoletas</li> <li>Postales y estaciones de Transmilenio</li> <li>Ferias y eventos</li> </ul>
Cubrimiento de Fuentes	X	X		Igualmente a través de elementos como: Display rotativos, mogadores, módulos educativos itinerantes, que promocionan el quehacer de la SDA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medios de comunicación masivos y comunitarios (radio, prensa, televisión, y portales de internet)</li> </ul>
Atención a la Comunidad	X			División de periodistas por fuentes internas para tener conocimiento de las acciones ejecutadas por cada dependencia, realizar y divulgar boletines de prensa que permitan lograr mayor difusión, visibilidad y posicionamiento del quehacer de la entidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventanilla de Atención al ciudadano de la SDA.</li> <li>Cades Super Cades</li> <li>Aulas Ambientales</li> <li>Oficinas de enlace del Aeropuerto y la Terminal.</li> <li>Centro de Documentación</li> </ul>
Red de Corresponsales Ambientales Locales	X	X		Realizar material informativo y de imagen institucional que permita ofrecer un servicio ágil, eficaz y unificado para atender y resolver inquietudes y trámites en materia ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Líderes Comunitarios</li> <li>Medios Comunitarios</li> <li>Juntas de Acción Comunal</li> <li>Medios de la SDA</li> </ul>
Alianzas estratégicas	X	X		Motivar a actores locales y medios comunitarios para que se conviertan en actores activos de la gestión ambiental en el D.C., mediante la consolidación de una red de corresponsales, que permita la generación y divulgación de información ambiental local en los medios de comunicación de la SDA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empresa privada</li> <li>Gremios productivos</li> <li>Entidades públicas</li> <li>Medios de Comunicación</li> </ul>

				siguientes espacios, de acuerdo al público a que van dirigidas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cades y Super Cades</li> <li>Ventanillas de atención</li> <li>Transmilenio</li> <li>Ferias de Servicio</li> <li>Recibos de servicios Públicos</li> <li>Insertos en periódicos y revistas</li> <li>Colegios</li> <li>Universidades</li> <li>Oficinas de prensa y ventanillas de atención a usuarios de entidades del sector central</li> <li>Alcaldías Locales</li> <li>Oficina de comunicación de organismos internacionales y ONG</li> <li>Iglesias</li> <li>Medios de la Red de Comunicación interna y externa de la Alcaldía Mayor</li> </ul>
Material Divulgativo o de Merchandising	X	X		editoriales de alto impacto, de acuerdo con los lineamientos de la política de publicaciones de la SDA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afiches</li> <li>Pligables</li> <li>Volantés</li> <li>Folleto</li> <li>Cartillas</li> <li>Manuales</li> <li>Cinifilos para prensa</li> <li>Memorias</li> <li>Calendarios</li> <li>Guías temáticas</li> <li>Libros</li> <li>Brochure</li> </ul>
Material Audiovisual	X	X		Diseño y producción de material promocional con la imagen y mensajes institucionales para ser entregado a actores claves de la gestión ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Periódicos</li> <li>Comunidad educativa</li> <li>Funcionarios Públicos</li> <li>Empresas Privadas</li> <li>Concejales, Senadores, Representantes.</li> <li>Gabinete Distrital</li> <li>Alcaldías Locales</li> <li>Grupos comunitarios</li> <li>ONG's Ambientales</li> <li>Organismos internacionales</li> <li>Ciudadanía en general</li> </ul>
				Agendas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Almanaque</li> <li>Esteros y lápicas</li> <li>Portatápices</li> <li>Gorras</li> <li>Camisetas</li> <li>Llaveros</li> <li>Calcomanías</li> <li>Elementos de oficina</li> <li>Cametas</li> <li>Stickers</li> <li>Mugs o termos</li> <li>Mouse Pad</li> <li>Botones</li> <li>Manillas</li> <li>Libretas</li> <li>Bayetillas</li> <li>CD</li> <li>Tacos de papel</li> <li>Bolsas</li> </ul>
				Producción de Spot y video clips con temáticas ambientales para divulgar de manera ágil y llamativa el quehacer institucional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Página Web</li> <li>Cades y Super Cades</li> <li>Cinemás</li> </ul>

### 3.8 PLAN DE MEDIOS Y DE ACCIONES COMUNICATIVAS INTERNAS DE LA SECRETARÍA DISTRITAL DE AMBIENTE

HERRAMIENTA COMUNICATIVA	ESTRATEGIA ORGANIZATIVA, MASIVA	DESCRIPCIÓN	ALIADOS
Carteras	X	Publicar información permanente en las carteras institucionales para dar a conocer noticias o eventos de la entidad.	Profesionales Oficina Asesora de Comunicaciones.
Correo Interno	X	Informar, a través del correo interno, de forma oportuna y permanente a todos los servidores las decisiones y actividades realizadas por las diferentes áreas, con el fin de posibilitar el intercambio de información.	Dirección de Planeación y Sistemas de Información
Intranet	X	Motivar a los servidores para que consulten y aprovechen esta herramienta.	Dirección de Planeación y Sistemas de Información
Boletín Impreso	X	Elaborar y publicar semanalmente el boletín "Mi Ambiente Interno", en los baños de la entidad para informar sobre temas administrativos de interés para funcionarios y contratistas.	Dirección de Gestión Corporativa
Boletín Virtual	X	Diseñar y divulgar el boletín virtual MARTES, para informar las actividades ejecutadas por la SDA, en cumplimiento de su misión y objetivos institucionales.	Jefes de Oficinas, Despacho
Campañas Internas	X	Diseñar y ejecutar campañas internas que permitan sensibilizar y motivar a los servidores para generar sentido de pertenencia y mejorar el clima laboral.	Dirección de Gestión Corporativa
Grupo de Facilitadores	X	Consolidar una red de facilitadores del proceso de comunicación que permita el flujo y la retroalimentación de información al interior de la SDA.	Facilitadores de comunicación de cada una de las dependencias
Cubrimiento Interno	X	Facilitar a las dependencias la divulgación de información a nivel interno.	Jefes de Oficinas y Profesionales Oficina Asesora de Comunicaciones.
Monitoreo de Medios		Divulgar a los servidores la percepción y el cubrimiento que los medios de comunicación realizan sobre las actividades de la SDA y publicar en las carteras los reportes de prensa.	Secretaría Distrital de Ambiente
Conversatorios, de desayunos de trabajo, Reuniones, comités, mesas de trabajo	X	Generar espacios para la discusión de temas al interior y entre las diferentes dependencias de la entidad.  Diálogo directo entre la Oficina de Comunicaciones y las diferentes dependencias, a través de los jefes.	Jefes de Oficina

#### BIBLIOGRAFÍA

Casals & Associates Inc. Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado, marzo de 2004.

Revista FENALCO, página 41 Noviembre 97.

Alcaldía Mayor de Bogotá, Política Distrital de Comunicación Interna, 2007.

Plan de Acción de la Secretaría Distrital de Ambiente 2008 - 2012