
	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES UAERMV 2016-2020




**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**

Unidad Administrativa Especial

Rehabilitación y Mantenimiento Vial



**PROCESO DE COMUNICACIONES
Oficina Asesora de Planeación**

Bogotá D.C., noviembre de 2018

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

CONTENIDO

CONTENIDO	2
1. PRESENTACIÓN	3
2. GLOSARIO	5
3. OBJETIVO GENERAL	7
2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	7
3. ALCANCE	8
4. GENERALIDADES DE LAS COMUNICACIONES EN LA UAERMV	8
4.1. ENLACES DE ARTICULACIÓN.	8
4.2. PARTICIPACIONES EN REUNIONES O COMITÉS.	9
5. MARCO NORMATIVO	9
6. MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES	10
7. POLÍTICA DE COMUNICACIONES	10
8. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	10
8.1. ANÁLISIS DOFA.	10
8.2. PÚBLICOS OBJETIVO.	11
8.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	12
8.4. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.	13
8.5. PROCESO DE COMUNICACIONES.	15
8.6. PRESUPUESTO ESTIMADO	15

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	5	
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			

1. PRESENTACIÓN.

El PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES de la Unidad Administrativa Especial de Rehabilitación y Mantenimiento Vial, en adelante UAERMV, está enmarcado dentro del Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos", el cual contempla en su segundo pilar "Democracia Urbana", lograr una "mejor movilidad para todos".

Igualmente, para el Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos" es una prioridad de las comunicaciones generar confianza ciudadana a través de estrategias que muestren los avances en el desarrollo de las políticas públicas implementadas por la administración distrital, para contribuir a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la capital del país.



"La calidad de vida de las personas se relaciona directamente con la oportunidad de disfrutar su entorno y de relacionarse con el resto de los habitantes. Así las vías de la ciudad y el espacio público se convierten en lugares de encuentro de todos"¹.

En este sentido, el Proceso de Comunicaciones debe asumir un rol importante con acciones efectivas que permitan dar a conocer a la entidad y su gestión, para así lograr que las diferentes partes interesadas la identifiquen y reconozcan su quehacer en el distrito y mejorar su posicionamiento.

En este orden de ideas, es a través de las comunicaciones como se logra informar a las partes interesadas de los avances en las metas trazadas al año 2020: alcanzar el 50% de la malla vial en buen estado, para lo cual la UAERMV se comprometió con 1083 km-carril de conservación y rehabilitación de la infraestructura vial local; conservar 750 km carril de malla vial arterial, troncal e intermedia y local (por donde circulan las rutas de Transmilenio troncal y zonal), de los cuales la Unidad aportará 50 Km carril; conservar 100 km de ciclorrutas de los cuales 15,5 Km serán mejorados por la entidad; y mantener 50 km carril de malla vial rural de los cuales la unidad aportará 10 km carril.

Así mismo, la UAERMV a través del proyecto 1171 denominado "Transparencia, Gestión Pública y Atención a Partes Interesadas", contempla dentro de sus metas, "mantener el 80% de satisfacción de los ciudadanos y partes interesadas", razón por la cual se deben realizar las acciones de comunicación pertinentes para su cumplimiento.

¹ Plan de Desarrollo, "Bogotá Mejor Para Todos", tomo 1, pág. 226

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

De esta forma, las comunicaciones estratégicas aportan al objetivo central contemplado en el Plan de Desarrollo, según el cual, "se recuperará la autoestima ciudadana y la ciudad se transformará en un escenario para incrementar el bienestar de sus habitantes y será reflejo de la confianza ciudadana en la capacidad de ser mejores y vivir mejor".

También es importante destacar la relevancia del fortalecimiento de la comunicación interna de tal forma que permita generar interacción y fluidez en la información corporativa para lograr sentido de pertenencia, identidad y dinamismo en la actividad diaria de los colaboradores de la entidad, además de facilitar los procesos laborales y de atención a las partes interesadas.

Este plan estratégico busca dar a conocer los lineamientos en materia de comunicación mediante las cuales la UAERMV buscará en forma coordinada la materialización de sus objetivos misionales, teniendo en cuenta el papel transversal que desempeña el Proceso de Comunicaciones en la entidad.

Con la implementación del Plan Estratégico de Comunicación, se adoptará un enfoque integral, donde sean destacadas todas las áreas de trabajo con el objetivo de crear una cultura de información efectiva y oportuna.

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

2. GLOSARIO

El siguiente glosario reúne los conceptos que se utilizan en el proceso de Comunicaciones de la Unidad de Mantenimiento Vial y tiene como fin establecer una base para lograr un vocabulario común entre los grupos relacionados con el desarrollo del Proceso.

Alta Dirección: Persona o grupo de personas del máximo nivel jerárquico que dirigen y controlan una entidad.

Boletín de Prensa: Es una comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de interés periodístico.

Campaña Sombrilla: Es el mensaje que estructura y define un punto de partida y el fin de un objetivo, por medio del cual se desprenden las diferentes campañas y las actividades que buscan cumplir las metas de los procesos.

Campaña: Es un proyecto que se lleva a cabo con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo. Una campaña implica una serie de acciones y el empleo de diversos elementos en un determinado momento para lograr el resultado deseado. Estos resultados hacen referencia a un impacto en específico en la sociedad para obtener un trato favorable de la misma.

Community Manager: El responsable o gestor de la comunidad de internet, en línea, digital o virtual (online community manager en inglés) es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales. Es un puesto de trabajo dentro de la mercadotecnia en medios sociales, siendo su función ejecutar lo que los administradores o gestores de redes sociales planifican.

Correo Electrónico: Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir información.

Estrategia – Plan Estratégico: Es la planificación de un proceso seleccionado o propuesto a través del cual se prevé alcanzar una meta o un estado futuro. (Documento oficial donde los responsables de una organización diseñan un plan con una vigencia de entre uno y cinco años).

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	5	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				

Evento: Es un acto que sirve a la empresa o institución para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/marca, de esta forma se genera vínculo empresa/cliente.

Gestión de las Comunicaciones: La gestión de las comunicaciones de un proyecto consiste en garantizar que el manejo, la generación, la recopilación, la distribución y el almacenamiento final de la información sean adecuados y oportunos.

Identidad: Es la percepción que tiene una persona u organización de "sí misma" y que la convierte en alguien distinto a los demás. En ese sentido la idea de identidad se asocia con algo propio.

Imagen: Se conoce como imagen o imagen corporativa al grupo de cualidades que los consumidores asocian con una determinada compañía, es aquello que la empresa o entidad significa para la sociedad.

Posicionamiento: Es el nivel de imagen que ocupa la entidad en la mente de los ciudadanos, se elabora a partir de la percepción que tiene la ciudadanía con la entidad y en comparación con las demás.

Parte Interesada: Organización, persona o grupo que tiene un interés en el desempeño o éxito de una entidad.

Participación: Acción y efecto de tomar parte de en algo, hacer partícipe a la ciudadanía y/o partes interesadas sobre algo que esté realizando la entidad, informar acerca de algún suceso.

Pieza de Comunicación: Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción fílmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje.

Portal institucional: Es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular.

Redes Sociales: Es una plataforma en Internet cuyo propósito es facilitar la comunicación y otros temas sociales en el sitio web.

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	5	
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			

Wallpaper: Es el papel tapiz o fondo de escritorio de la pantalla del computador, en el que se publican mensajes y contenidos cortos.

3. OBJETIVO GENERAL.

Fortalecer la imagen corporativa y el posicionamiento de la Alcaldía Mayor de Bogotá a través de la UAERMV, de manera interna y externa de acuerdo con el Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor para Todos".

2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Consolidar la imagen corporativa entre las partes interesadas en el marco del lineamiento 'MEJORES VÍAS PARA TODOS', que tiene como objetivo: alcanzar el 50% de malla vial en buen estado.
- Divulgar los avances en la recuperación de los 1.083 kilómetros-carril de conservación y rehabilitación de la infraestructura vial local establecida para el año 2020.
- Difundir y socializar la gestión interinstitucional para la conservación de 750 km carril de malla vial arterial, troncal, intermedia y local, donde la UAERMV aportará 50 km-carril para el 2020.
- Divulgar los avances en la conservación de 100 km de ciclorrutas de los cuales 15,5 Km serán mejorados por la entidad.
- Divulgar los avances en el mantenimiento de 50 km carril de malla vial rural de los cuales la UAERMV aportará 10 km carril.
- Aportar a la meta de mantener el 80% de satisfacción de los ciudadanos y partes interesadas.
- Promover y apoyar estrategias de comunicación interna con el fin de generar cultura organizacional y sentido de pertenencia.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Unidad de Mantenimiento Vial	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	 SIG SIGLO VEintiuno
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

3. ALCANCE.

Direccionar y promover las comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá a través de la UAERMV desde sus dos componentes: comunicación externa y comunicación interna, en armonía con el plan estratégico de la entidad, incorporando elementos de políticas de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua para el desarrollo de la gestión.

4. GENERALIDADES DE LAS COMUNICACIONES EN LA UAERMV.

4.1. ENLACES DE ARTICULACIÓN.

Con el objetivo de fortalecer la imagen corporativa y el posicionamiento de la gestión de la UAERMV, de acuerdo con el Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor Para Todos" se entenderán como Enlaces de Articulación de las Comunicaciones en la entidad, las dependencias que integran la Unidad en el entendido que son éstas las que generan los insumos para el cumplimiento y divulgación de la misionalidad a todos los públicos objetivo.

Lo anterior, de conformidad con el Acuerdo No. 010 del 12 de octubre de 2010: "*Por el cual se reforman los Estatutos de la Unidad Administrativa Especial de Rehabilitación y Mantenimiento Vial del Distrito Capital*". La siguiente es su conformación:

Tabla 1. Dependencias de la UAERMV y sus siglas.

DEPENDENCIA	Resolución No. 529 de 17-11-2010 SIGLAS Artículo 1°. Siglas de la Estructura Organizacional	Resolución No. 529 de 17-11-2010 CÓDIGOS Artículo 2°. Códigos de cada Dependencia
1. Dirección General	DG	0100
1.1 Oficina Asesora de Planeación	OAP	0150
1.2 Oficina Asesora Jurídica	OAJ	0140
1.3 Oficina de Control Interno	OCI	0160
2. Secretaría General	SG	0110
3. Subdirección Técnica de Mejoramiento Malla Vial Local	SMVL	0120
4. Subdirección Técnica de Producción e Intervención	SPI	0130
4.1 Gerencia de Producción	GP	0131
4.2 Gerencia de Intervención	GI	0132
4.3 Gerencia de Gestión Ambiental, Social y de Atención al Usuario	GASA	0133

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

4.2. PARTICIPACIÓN EN REUNIONES O COMITÉS.

El Proceso Comunicaciones o su delegado por el director general, participa y/o asiste en algunas reuniones o comités: Comité de Comunicaciones (con la asistencia del asesor del despacho del alcalde, Oficina de Prensa de la Alcaldía Mayor, prensa de las entidades distritales), Comité Directivo UAERMV, reuniones de equipo SIG, y/o otras reuniones internas que requieran su presencia.



5. MARCO NORMATIVO.

El proceso comunicaciones mediante la Circular No. 001 de 28-01-2015 con la cual se socializó la "Modificación del Mapa de Procesos UAERMV 2015", fue reubicado en la Oficina Asesora de Planeación como un proceso estratégico, debido a que éste se desarrollaba dentro de un proceso misional a través de dos (2) procedimientos: Comunicaciones Internas y Comunicaciones Externas, fundamentándose en la Norma Técnica de Calidad de la Gestión Pública (NTCGP 1000:2009 en: "numeral 3.43 - Nota 4: Procesos estratégicos: incluyen procesos relativos al establecimiento de políticas y estrategias, fijación de objetivos, provisión de comunicación, aseguramiento de la disponibilidad de recursos necesarios y revisiones por la dirección") y del Modelo Estándar de Control Interno MECI:2014 como: *Un eje transversal enfocado a la información y comunicación.*

Según el MANUAL TÉCNICO DEL MODELO ESTÁNDAR DE CONTROL INTERNO PARA EL ESTADO COLOMBIANO - MECI: 2014, los Objetivos de Control de Información y Comunicación, son los siguientes:

Velar porque la entidad cuente con procedimientos necesarios para la generación de información y comunicación veraz y oportuna con el fin de:

- a) Establecer los procedimientos que permitan la generación de la información y comunicación que, por mandato legal, le corresponde suministrar a la organización a los órganos de control.
- b) Garantizar la publicidad de la información que se genere al interior de la organización, y que se cuente con los medios de comunicación para su adecuada difusión.
- c) Garantizar el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas, y que esta sea comunicada de manera efectiva a través de los canales correspondientes.

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

- d) Establecer los procedimientos que garanticen la generación y registro de información oportuna y confiable, necesaria para la toma de decisiones, el cumplimiento de la misión y la rendición de cuentas a la comunidad; y los mecanismos apropiados para su adecuada comunicación.
- e) Diseñar los procedimientos que permitan llevar a cabo una efectiva comunicación interna y externa, a fin de dar a conocer la información que genera la organización pública de manera transparente, oportuna y veraz, garantizando que su operación se ejecute adecuada y convenientemente.

6. MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES.

El Manual contiene los parámetros de gestión para el manejo de la información, los canales de comunicación y las actividades propias de la gestión comunicacional interna y externa en la UAERMV. Se puede consultar en la intranet SISGESTION (<http://192.168.1.27/intranet/sisgestion/index.php>): "COM-MA-001 MANUAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES".

7. POLÍTICA DE COMUNICACIONES.

La Política de Comunicaciones tiene el siguiente propósito: *"Pretende el mejoramiento de los procesos comunicativos de la organización con sus diferentes públicos, tanto internos como externos, con el ánimo de lograr una gestión enfocada en el servicio y el bienestar de nuestros usuarios"*, acorde con las directrices fijadas por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. y el Sector Movilidad.

8. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.

8.1. ANÁLISIS DOFA.

El análisis DOFA, es una metodología de estudio que consiste en evaluar la situación de una entidad determinando los factores internos y externos que favorecen o afectan su buen funcionamiento.



	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	5	
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			

Imagen 1. Explicación gráfica del análisis DOFA.

Diagnóstico de situación actual



Fuente: <http://www.estartap.com/como-hacer-un-analisis-dafa/>

De acuerdo con las acciones del Plan Estratégico se hace necesario realizar anualmente un análisis DOFA que permita a la entidad fortalecer los canales de comunicación con las partes interesadas. De igual forma, potenciar la comunicación interna de manera que los colaboradores en la Unidad sean multiplicadores de la gestión y logros institucionales.


8.2. PÚBLICOS OBJETIVO.

La identificación de los grupos de interés es el resultado de un análisis de los públicos sobre los cuales se espera que tengan efecto cada una de las acciones comunicativas a desarrollar, y se ajustan a la identificación de las partes interesadas de la UAERMV realizada en el marco del Plan Institucional de Participación Ciudadana de la entidad.

Tabla 2. Definición de los públicos a trabajar en el Plan de Comunicaciones.

PARTES INTERESADAS	
INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta Dirección: Se encarga de la toma de decisiones y revisión de temas concernientes al cumplimiento de la misionalidad y sostenibilidad económica, social y ambiental de la entidad. • Colaboradores: Se refiere al personal que tiene un vínculo laboral y con quien se establece un contrato para la prestación de un servicio con la entidad y se comprometen

2010

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEACIÓN</small>	Macroproceso de Gestión Estratégica		Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones				
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		Versión	5	

	a dar cumplimiento de la misionalidad, a través de sus conocimientos, habilidades y competencias.
EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanía: Los ciudadanos y ciudadanas son la razón de ser de la Administración Distrital. Aquellos que requieren de los productos y/o servicios misionales, entre los cuales se deben cuidar aspectos como el respeto al medio ambiente, e imagen institucional. • Usuarios Beneficiarios: Se reconoce a las personas que habitan de la ciudad que se ubican y/o transitan en las inmediaciones de las obras de intervención (mantenimiento y rehabilitación) que adelanta la Entidad y que se benefician directamente de las mismas. • Proveedores: Son todas aquellas personas (naturales y jurídicas) con las cuales se establece un contrato para la adquisición de productos o prestación de sus servicios. • Órganos De Control: Se encargan de hacer vigilancia y control de la reglamentación determinada por parte de la Administración Distrital y Nacional. • Aliados Estratégicos: Son instituciones con las cuales se trabaja de forma articulada, para el cumplimiento de un objetivo en común. • Medios de Comunicación: por su papel clave como puente entre la entidad y la ciudadanía, generando opinión y divulgando información.

8.3. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Para que la comunicación contribuya al logro de los objetivos trazados por la entidad, se desarrollarán dos estrategias de comunicación al año (una interna y otra externa) estructuradas a partir de dos campañas sombrilla desde las que se desprenderán las acciones que apunten al logro de las metas de los procesos.

De este modo, todos los mecanismos de interacción comunicativa de que dispone la UAERMV, contribuirán a que efectivamente los colaboradores y el público en

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones	Versión	5	
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			

general, comprendan y asuman unos ejes de mensaje relacionados con la misionalidad de la entidad.

Las campañas sombrilla a desarrollar podrán ser modificadas durante cada vigencia de acuerdo con las necesidades de comunicación de la entidad.

8.4. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.

Las estrategias de comunicación para la entidad deberán mostrar un proceso claro y unos pasos específicos para cumplir los objetivos trazados mediante acciones que se realizarán en busca de los resultados esperados.


Para ello, es necesario establecer una serie de criterios que lo posibiliten:

8.4.1. Comunicaciones Internas:

La comunicación interna es la comunicación dirigida a las partes interesadas internas. Nace como respuesta a las necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno donde el cambio es cada vez más rápido.

Contribuir con el cumplimiento de los logros, avances y apuestas institucionales al interior de la UMV, establecer una línea de comunicación efectiva y articulada entre la Dirección General y las diferentes dependencias, son algunos de los objetivos que debe cumplir la comunicación interna, para lo cual dispone de las siguientes herramientas:

- a) **Campañas Internas:** en el desarrollo de los diferentes temas de interés del público interno, se proponen las campañas internas como un recurso de difusión que ayude a la Alta Dirección a difundir los objetivos institucionales y misionales de la entidad. Para cada año se propone un mínimo de siete campañas cobijadas por la campaña sombrilla de la mano con los demás procesos de la entidad.
- b) **La Intranet UMV:** con ella se pretende mejorar la comunicación interna de la Unidad, con temas dinámicos y actuales que permitan dar a conocer la gestión interna de la Unidad.
- c) **Revista interna MI CALLE:** la revista digital es una herramienta que posibilita informar al público interno de las diferentes actividades que se realizan por parte de la Entidad. Se cuenta con variadas secciones para cautivar e

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

interesar al público con diversos artículos, todos ellos propositivos para difundir una cultura organizacional.

- d) **Carteleras digitales:** es una propuesta en otro tipo de formato, para que el público interno tenga la oportunidad de conocer las diferentes temáticas informativas que se están desarrollando tanto interna y externamente en la Entidad, mediante fotografías, videos y animaciones, entre otros.
- e) **Correo institucional:** se utilizará como herramienta de comunicación directa con el público interno.
- f) **Comunicación organizacional:** comunicación que se dirige a establecer y afianzar la confianza en el público interno, para generar cambios organizacionales y lograr un sentido de pertenencia más arraigado por la entidad.

8.4.2. Comunicaciones externas:


La comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes partes interesadas externas, a través de los medios de comunicación, así como a proyectar una imagen favorable de la entidad.

Las acciones a desarrollar tendrán como fin transmitir los mensajes sobre la misión de la UAERMV y su interacción con la ciudadanía, para lo cual se dispone de las siguientes herramientas:

- 1) **Ruedas de Prensa:** es un espacio informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen a la ciudadanía los resultados de las políticas públicas o los logros alcanzados para el beneficio de la comunidad.

Los temas que se tratan en las ruedas de prensa son los logros en las metas trazadas por el Plan de Desarrollo "Bogotá Mejor Para Todos".

- 2) **Recorrido de Obra y Actividades con Medios:** los recorridos por los frentes de obra son un espacio para mostrar las intervenciones en la malla vial local en los diferentes frentes de obra que se programan en la ciudad, y los avances logrados por UAERMV.
- 3) **Boletines de Prensa:** el boletín de prensa es un insumo que se entrega a los medios de comunicación, para que sea difundido a la comunidad con noticias o información relevante de las intervenciones hechas por la Entidad.

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

- 4) **Campañas Externas:** las campañas externas son un recurso de difusión para lograr un impacto positivo de la imagen corporativa, en nuestros públicos objetivos. Para cada año se proponen dos campañas de comunicación externa.
- 5) **Redes Sociales:** por medio de las redes sociales con las que cuenta la UAERMV, se propone aumentar el número de seguidores de Twitter y Facebook.

8.5. PROCESO DE COMUNICACIONES.

Las comunicaciones son un proceso de carácter estratégico, transversal y vital para que las partes interesadas conozcan los logros de la Administración Distrital. De esta manera, para que sea posible la ejecución de este PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES, además de las que se relacionan con el manejo de medios y prensa, el Proceso Comunicaciones cumplirá las siguientes funciones:

- Orientar a las dependencias para la correcta aplicación de las políticas.
- Asesorar a las dependencias que lo requieran para que sus estrategias particulares de comunicación correspondan con los parámetros y directrices del presente Plan Estratégico de Comunicaciones.
- Monitorear, hacer seguimiento y evaluación a las acciones comunicativas emprendidas desde las dependencias.

8.6. PRESUPUESTO ESTIMADO

Dentro del proyecto de inversión: "1171-TRANSPARENCIA, GESTIÓN PÚBLICA Y ATENCIÓN A PARTES INTERESADAS EN LA UAERMV", se tiene el siguiente objetivo específico a desarrollar: "**Posicionar la imagen institucional, a través de la divulgación y socialización de la gestión misional y de acciones que mantengan niveles altos de satisfacción de los servicios que presta la Entidad a la ciudadanía y partes interesadas**".

Por lo anterior, el proceso de comunicaciones establece un presupuesto para la realización las actividades que contribuyan a comunicar a las partes interesadas los logros de la entidad tales como: adquisición de equipos audiovisuales, suministro de impresos y publicaciones, prestación de servicio de monitoreo de medios de comunicación, adquisición de software y computadores para la realización de piezas audiovisuales y la realización de planes de medios entre otros.

	Macroproceso de Gestión Estratégica	Código	COM-DI-001	
	Proceso Comunicaciones			
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	Versión	5	

REVISIÓN Y APROBACIÓN:

Elaborado y/o Actualizado por EQUIPO OPERATIVO SIG del Proceso:	Aprobado por:	Validado por RESPONSABLE DIRECTIVO SIG del Proceso:
DIEGO FERNANDO ROMERO LEAL Frlada SIG Contratista Comunicador Social	 Firma:	 Firma:
CLARA INÉS SALCEDO ROJAS Profesional Especializada OAP		
Acompañamiento EQUIPO TÉCNICO SIG:	ALVARO SANDOVAL REYES Director General UAERMV	MARTHA PATRICIA AGUILAR COPETE Representante Alta Dirección SIG

CONTROL DE CAMBIOS:

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN	FECHA	APROBADO Representante Alta Dirección SIG
1.0	Elaborado por Contratista CAMILO ANDRÉS MEDINA GARAY – Publicista y Community Manager. Versión presentada para cumplir con elementos MEC:2014 y SISIG.	Diciembre de 2014	No aprobado SGC
2.0	Nueva versión actualizada y mejorada por el Equipo del Proceso de Comunicaciones de UAERMV	Diciembre de 2015	JEFE OAP
3.0	Se actualiza el documento de conformidad con el cambio de Administración Distrital "Bogotá Mejor Para Todos 2016 – 2020", para el desarrollo del Programa de Gobierno: "Recuperemos Bogotá" y las líneas programáticas que adelantará la UAERMV.	Junio de 2016	JEFE OAP
4.0	Nueva versión actualizada para el 2017	Enero 2017	JEFE OAP
5.0	Nueva versión actualizada y mejorada elaborada por los contratistas DAVID CAMILO GALLEGU TRUJILLO– DIEGO FERNANDO ROMERO LEAL – MARÍA TERESA CRUZ ALMANZA del Equipo del Proceso de Comunicaciones de UAERMV	Noviembre 2018	JEFE OAP