

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
OBJETIVOS	3
ALCANCE.....	5
MARCO NORMATIVO	6
DEFINICIONES	5
MARCO ESTRATÉGICO	7
GRUPOS DE INTERÉS	8
POLÍTICA DE COMUNICACIONES	9
I COMPONENTE ESTRATÉGICO	10
1. Estructura organizacional y gobernanza de la OACRI.....	10
2. Generalidades de funcionamiento	12
3. Estrategia comunicación interna	14
4. Estrategia de comunicación externa	21
II COMPONENTE OPERATIVO	30
1. Lineamientos de operación del proceso	30
2. Identificación de temas, públicos y canales de comunicación	33
3. Protocolos.....	34
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	49

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación institucional constituye un eje transversal y estratégico para el fortalecimiento de la gestión pública, la transparencia, la participación ciudadana y el posicionamiento institucional de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP, entidad adscrita al Sector Hábitat del Distrito Capital.

En el marco del Sistema Integrado de Gestión – SIG, y el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, el cual incorpora las políticas de Gobierno Digital, Transparencia y Acceso a la Información Pública y los lineamientos de Lenguaje Claro y Comunicación Pública Distrital, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI lidera las acciones orientadas a garantizar una comunicación institucional estratégica, articulada, oportuna, clara, incluyente y orientada al fortalecimiento de la relación entre la entidad y sus grupos de interés.

La evolución de las dinámicas institucionales, el crecimiento de las estrategias digitales, el fortalecimiento de los ejercicios de participación ciudadana, la implementación de campañas pedagógicas para la cultura ciudadana, el aumento de los canales de comunicación y la incorporación de actividades comunicacionales dentro de instrumentos institucionales de planeación, como el Plan de Acción Institucional – PAI, hicieron necesaria la actualización y reorganización documental del proceso de Gestión de Comunicaciones.

La UAESP integra en el presente instrumento los lineamientos estratégicos y operativos anteriormente contenidos en el Plan Estratégico de Comunicaciones y en el Protocolo del Proceso Gestión de Comunicaciones, consolidando un único documento institucional que permita:

- Fortalecer la articulación entre la planeación estratégica y la operación del proceso.
- Optimizar el control documental y la trazabilidad institucional.
- Evitar duplicidad de actividades y registros.
- Garantizar el cumplimiento de los lineamientos del Sistema Integrado de Gestión.

- Fortalecer la gestión de mitigación de riesgos comunicacionales.
- Estandarizar lineamientos de producción, divulgación y administración de contenidos institucionales.
- Fortalecer el posicionamiento institucional y la relación con la ciudadanía.

Este Manual Estratégico y Operativo de Gestión de Comunicaciones establece las directrices generales para la planeación, ejecución, seguimiento, control y mejora continua de las comunicaciones internas y externas de la entidad, incorporando lineamientos relacionados con:

- Comunicación institucional
- Comunicación digital
- Cultura ciudadana
- Relacionamiento con medios
- Manejo de crisis
- Administración de redes sociales
- Producción audiovisual
- Campañas pedagógicas
- Monitoreo de medios
- Realización de eventos
- Gestión de contenidos
- Divulgación institucional
- Control de evidencias y registros

Así mismo, el presente manual busca consolidar una gestión de comunicaciones moderna, estratégica, participativa y alineada con los objetivos institucionales de la UAESP y del Distrito Capital, contribuyendo al fortalecimiento de la confianza ciudadana, la transparencia institucional y la apropiación social de la gestión pública.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO DEL MANUAL

Establecer los lineamientos estratégicos, operativos y de control para la gestión de las comunicaciones internas y externas de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP, garantizando la divulgación oportuna, clara, incluyente, articulada y transparente de la gestión institucional, en cumplimiento de los lineamientos del Sistema Integrado de Gestión – SIG, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG y la normatividad vigente.

2.2. OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Garantizar una comunicación institucional estratégica, articulada, participativa y efectiva, que permita divulgar de manera clara, veraz, incluyente y oportuna la gestión institucional de la UAESP a través de los diferentes canales y medios de comunicación, fortaleciendo la interacción con los grupos de interés internos y externos, la apropiación de la información institucional y el posicionamiento de la entidad ante la ciudadanía.

2.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE COMUNICACIÓN

- Fortalecer el posicionamiento institucional de la UAESP mediante estrategias de comunicación orientadas a divulgar la gestión, programas, proyectos, servicios y resultados institucionales.
- Promover la transparencia, el acceso a la información pública y la participación ciudadana mediante mecanismos de comunicación claros, oportunos, incluyentes y accesibles.
- Fortalecer la cultura organizacional y el sentido de pertenencia de los funcionarios y colaboradores de la entidad.
- Desarrollar estrategias de comunicación y pedagogía social que contribuyan a la apropiación ciudadana de prácticas relacionadas con el cuidado del medioambiente, el manejo adecuado de residuos, el aprovechamiento, el cuidado del espacio público y de los servicios públicos a cargo de la entidad.
- Fortalecer el relacionamiento institucional con medios de comunicación, entidades

públicas, actores sociales, organizaciones y grupos de interés.

- Contribuir al fortalecimiento de la imagen institucional y la reputación de la UAESP mediante una gestión estratégica y articulada de las comunicaciones.

3. ALCANCE

El presente Manual Estratégico y Operativo de Gestión de Comunicaciones aplica a todos los procesos, dependencias, oficinas, subdirecciones, servidores públicos, colaboradores, operadores y terceros que participen directa o indirectamente en actividades relacionadas con la planeación, producción, divulgación, publicación, seguimiento, monitoreo y control de las comunicaciones institucionales de la UAESP.

Inicia con la identificación de necesidades de comunicación institucional, la formulación de estrategias y lineamientos comunicacionales, la planeación de contenidos, campañas, actividades y acciones de divulgación institucional, y finaliza con el seguimiento, evaluación, control documental y conservación de las evidencias derivadas de las actividades ejecutadas.

4. DEFINICIONES

Comunicación externa: Acciones dirigidas a la ciudadanía, medios de comunicación, entidades, organizaciones y demás públicos externos relacionados con la gestión institucional.

Comunicación institucional: Conjunto de estrategias, acciones y procesos orientados a divulgar información institucional de manera articulada, transparente y estratégica hacia los grupos de interés.

Comunicación interna: Acciones orientadas al fortalecimiento de la cultura organizacional, el flujo de información y el sentido de pertenencia de los colaboradores de la entidad.

Contenido multimedia: Material comunicacional en formatos audiovisuales, gráficos,

sonoros, digitales o interactivos.

Crisis comunicacional: Situación que puede afectar la reputación, imagen institucional o percepción pública de la entidad y que requiere una respuesta estratégica y articulada.

Evidencia: Registro documental o digital que soporta la ejecución de actividades del proceso de Gestión de Comunicaciones.

Free press: Gestión de divulgación institucional en medios de comunicación sin contratación publicitaria.

Lenguaje claro: Forma de comunicación que garantiza comprensión, accesibilidad y facilidad de lectura para la ciudadanía.

Monitoreo de medios: Proceso de seguimiento y análisis de contenidos emitidos por medios de comunicación y plataformas digitales relacionados con la entidad.

Trazabilidad: Capacidad de identificar y hacer seguimiento a las actividades, responsables, aprobaciones y evidencias relacionadas con el proceso comunicacional.

5. NORMATIVA

TABLA 1 NORMATIVA APLICABLE

NUMERO	DESCRIPCIÓN
Ley 1712 del 6 de marzo del 2014	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones
Ley 1581 del 17 de octubre de 2017	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013, Reglamentada Parcialmente por el Decreto

NUMERO	DESCRIPCIÓN
	1081 de 2015. Ver sentencia C-748 de 2011. Ver Decreto 255 de 2022.
Decreto 1499 del 11 de septiembre de 2017	Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015
Decreto 767 del 16 de mayo de 2022	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Política de Gobierno Digital y se subroga el Capítulo 1 del Título 9 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Decreto Distrital 642 del 22 de diciembre de 2025	Por medio del cual se expide el Decreto Único del Sector Gobierno. Título 4: Mediante el cual se adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria y Alternativa 2023 - 2034
ISO 9001:2015	Sistema de Gestión de Calidad – Requisitos: 7.4 COMUNICACIÓN. La organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad.

Fuente: Normograma UAESP

6. MARCO ESTRATÉGICO

La gestión de comunicaciones de la UAESP se encuentra articulada con:

- Plan Distrital de Desarrollo vigente: Desarrollo de los componentes de cultura ciudadana y socialización de la gestión institucional en el cumplimiento de los objetivos y estrategias a cargo de la entidad.
- Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG: Apoyando a los diferentes procesos en la socialización de actividades y avances de ejecución de las políticas del MIPG.
- Plan de Acción Institucional – PAI: Plan Estratégico de Comunicaciones incorporado en este instrumento de planeación para la anualización de las actividades del proceso.
- Política de Gobierno Digital: Apoyo en la socialización y publicación de las mejoras tecnológicas que desarrolla la entidad para la gestión interna y externa.
- Política de Transparencia y Acceso a la Información Pública: Se apoya en el cumplimiento del principio de Maxima publicidad de la información de interés de la ciudadanía.
- Política de Participación Ciudadana: Apoyo en el cubrimiento y socialización de las actividades de diálogo, control social y participación con la ciudadanía.
- Política Distrital de Lenguaje Claro: Incorporación de lineamientos de lenguaje claro, sencillo e incluyente en las comunicaciones desarrolladas por la UAESP.
- Estrategias institucionales de cultura ciudadana y pedagogía social.
- Sistema Integrado de Gestión – SIG: Actualización y mejora de la documentación, registros y controles del proceso de comunicaciones en el Sistema.

7. GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés de la UAESP se encuentran desarrollados en el modelo de relacionamiento revisado y actualizado anualmente cuya imagen gráfica es la siguiente:

ILUSTRACIÓN 1 CLASIFICACIÓN GRUPOS DE INTERÉS UAESP



Fuente: Modelo de relacionamiento de grupos de interés UAESP

Para el desarrollo de actividades y clasificación de los grupos objetivos desde el proceso de la gestión de las comunicaciones se articula las comunicaciones con las necesidades y expectativas identificados de los grupos de interés identificados en el Modelo de Relacionamiento de la UAESP.

8. POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP está comprometida con la divulgación de información pública oportuna, veraz, clara, accesible, incluyente, transparente y actualizada, orientada al fortalecimiento de la relación con sus grupos de interés internos y externos, a través del uso adecuado de los canales y medios institucionales de comunicación.

La gestión de comunicaciones de la entidad se desarrollará bajo los principios de:

ILUSTRACIÓN 2 PRINCIPIOS OACRI



Fuente: OACRI

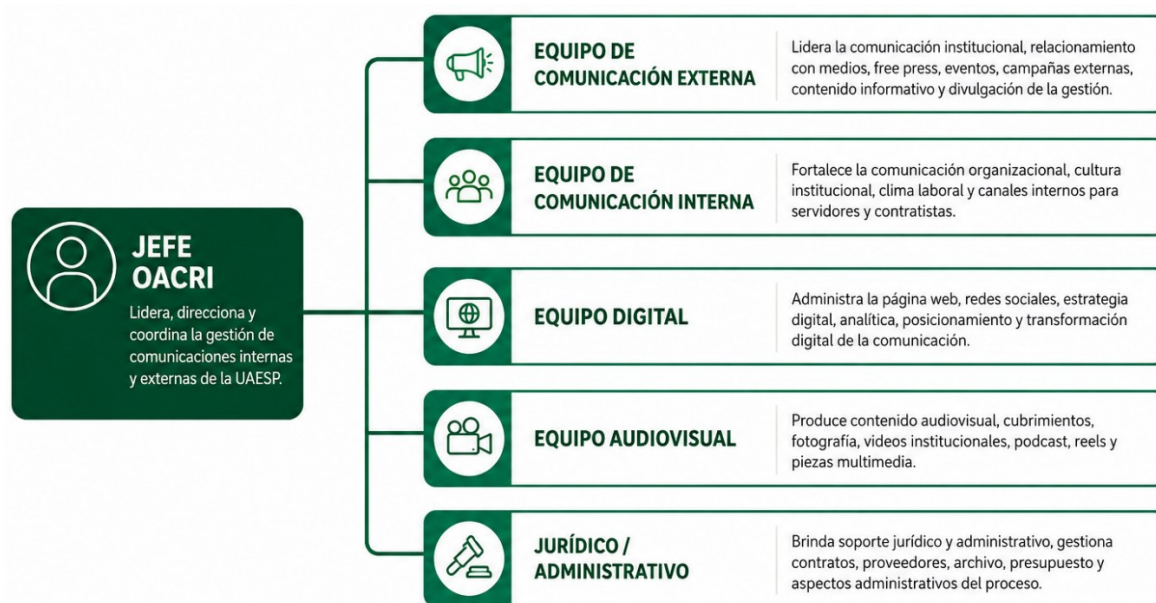
La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI será la dependencia responsable de liderar, orientar, coordinar y aprobar las acciones estratégicas y operativas relacionadas con la comunicación institucional de la UAESP.

9. COMPONENTE ESTRATÉGICO

9.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y GOBERNANZA DE LA OACRI

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales - OACRI es la dependencia que planea, asesora y ejecuta el quehacer comunicativo de la UAESP. Actualmente, el desarrollo de las funciones, estrategias y actividades se realiza a través de 5 equipos de trabajo liderados por el/la Jefe de la Oficina como se evidencia a continuación:

ILUSTRACIÓN 3 ESTRUCTURA Y RESPONSABILIDADES OACRI



Fuente: OACRI

Los roles y responsabilidades específicas para el Jefe de la Oficina, periodistas, diseñadores, realizadores audiovisuales, community manager, enlaces de comunicación y dependencias solicitantes se establecen de manera detallada en los procedimientos del proceso.

Rol estratégico de la OACRI

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI es la dependencia encargada de liderar, orientar, coordinar y ejecutar la estrategia institucional de comunicaciones de la UAESP.

Funciones generales

- Asesorar a la Dirección General y Dependencias de la Unidad en materia de comunicaciones y relaciones interinstitucionales.
- Dirigir y coordinar el diseño y ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones con la aprobación de la Dirección General.

- Dirigir y coordinar el diseño y ejecución del Plan de Relaciones Interinstitucionales de la Unidad con la aprobación de la Dirección General.
- Dirigir y ejecutar las acciones de comunicación, divulgación y promoción de las actividades que la Unidad deba desarrollar con las entidades públicas, privadas y con la comunidad en coordinación con las dependencias que correspondan.
- Formular y aplicar métodos y estrategias para el mejoramiento de la comunicación interna y externa de la Unidad.
- Asesorar interna y externamente en el buen uso y aplicación de la imagen institucional.
- Desarrollar alianzas estratégicas con otras entidades y organismos públicos, del sector privado y de las comunidades organizadas.
- Dirigir la preparación y ejecución del Plan Acción y de desarrollo de la dependencia.

9.2. GENERALIDADES DE FUNCIONAMIENTO

Toda información destinada a la publicación o difusión en los medios de comunicación de la entidad o que esté dirigida al público interno o externo debe ser revisada y aprobada por la OACRI.

La información noticiosa contenida en la página web se debe realizar según los lineamientos de la Alta Consejería Distrital para las TIC de la Alcaldía de Bogotá y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), buscando garantizar a la ciudadanía los derechos de acceso a la información, transparencia, accesibilidad, seguridad de la información y otros que se encuentran enmarcados en la Constitución y las leyes.

En aras de promover la inclusión social y la participación ciudadana, el lenguaje usado en todas las acciones debe ser incluyente, respetuoso, transparente, oportuno y efectivo, evitando la exclusión, discriminación o estigmatización de las personas. Así mismo, se debe dar cumplimiento a los lineamientos de la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital.

La línea gráfica y audiovisual debe responder a los lineamientos establecidos en el Manual de Imagen Institucional de la UAESP y de la Alcaldía Mayor de Bogotá. La OACRI será la única responsable del diseño y producción de los contenidos de comunicación.

Se buscará que los contenidos se ciñan a las normas básicas de ortografía, gramática, sintaxis y estilo establecidas por la Real Academia Española.

Toda información destinada a libros y publicaciones se hará de acuerdo con las normas y leyes vigentes y a los lineamientos nacionales e internacionales relacionados con la propiedad intelectual y derechos de autor.

La gestión de las comunicaciones debe estar articulada a las metas estratégicas de la entidad y del Distrito. Esto incrementa su pertinencia, relevancia y eficacia para la divulgación y desarrollo de actividades públicas.

Únicamente están autorizados para el envío de mensajes electrónicos masivos los/las funcionarios/as del nivel directivo y los administradores de correo electrónico y de red de la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Los demás funcionarios/as y contratistas tendrán que contar con la aprobación de la OACRI.

Las áreas que realicen solicitudes de comunicación interna y externa serán las responsables de la veracidad y calidad de la información que brinden y se utilice como insumo para la producción de piezas comunicativas.

En caso de que la producción de contenidos comunicativos, el apoyo en la organización de eventos, el desarrollo de estrategias o campañas de comunicación, la difusión en medios de comunicación y demás actividades que sean responsabilidad de la OACRI sobrepasen la capacidad del equipo, se hará la evaluación de la pertinencia de contratación.

Las publicaciones realizadas en la página web deben garantizar el cumplimiento de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

Los comunicados y boletines de prensa deben elaborarse de acuerdo con las necesidades de la Alta Dirección y de los procesos misionales, con un lenguaje claro y comprensible para los públicos de interés.

La OACRI será el único enlace entre la UAESP y los medios de comunicación.

Acciones claves

Coordinar el acompañamiento de eventos de carácter interno, externo, distrital y local que den cuenta del accionar y misionalidad de la entidad.

Apoyar el relacionamiento y la materialización de alianzas estratégicas con empresas del sector público, privado y académico, para la realización de eventos de alto impacto, que contribuyen a la visibilización del accionar y misionalidad de la entidad.

Dar a conocer las apuestas, logros y proyectos de la entidad, a través de la realización de eventos internos, externos, distritales y locales que promuevan buenas prácticas ambientales en la ciudad.

9.3. ESTRATEGIA COMUNICACIÓN INTERNA

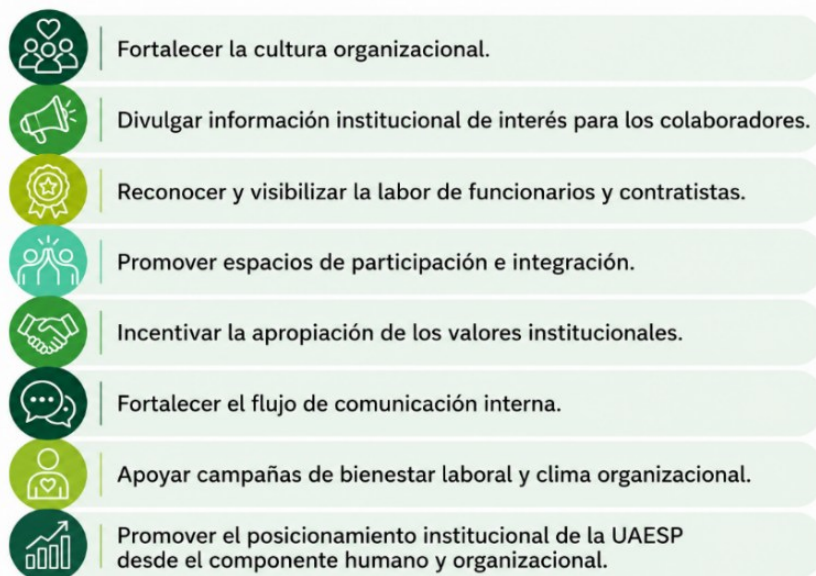
Estrategia interna: Promover el sentido de pertenencia hacia la UAESP por parte de los funcionarios y contratistas

Descripción de la estrategia: Estrategia de comunicación interna orientada a fortalecer el sentido de pertenencia, la apropiación institucional y el compromiso de los servidores públicos y contratistas de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP, mediante acciones comunicacionales que visibilicen la gestión institucional, resalten el valor humano de los equipos de trabajo, promuevan la cultura organizacional y fomenten la participación activa de los colaboradores en las iniciativas, programas, proyectos y actividades desarrolladas por la entidad.

La estrategia busca generar mayor conexión emocional e institucional entre los colaboradores y la UAESP, fortaleciendo la identidad corporativa, el reconocimiento de

la misionalidad institucional y el trabajo articulado entre las diferentes dependencias, a través de contenidos internos, campañas pedagógicas, actividades de integración, reconocimiento de buenas prácticas y divulgación permanente de información institucional clara, cercana e incluyente. Así mismo, esta estrategia promueve la apropiación de los valores institucionales, el Código de Integridad, la cultura del servicio, la comunicación colaborativa y el fortalecimiento de una cultura organizacional basada en la transparencia, el respeto, el trabajo en equipo y el compromiso con la ciudad y la ciudadanía.

Alcance de la estrategia: La estrategia aplica a todos los servidores públicos, colaboradores y equipos de trabajo de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP y será liderada por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI en articulación con las diferentes dependencias de la entidad, especialmente con las áreas relacionadas con talento humano, bienestar laboral, seguridad y salud en el trabajo, participación institucional y gestión del conocimiento. Comprende el diseño, producción, divulgación y seguimiento de acciones y contenidos de comunicación interna desarrollados a través de los diferentes canales institucionales y demás herramientas de comunicación organizacional.

ILUSTRACIÓN 4 OBJETIVOS ESTRATEGIA INTERNA


Fuente: OACRI

Grupo de interés: La comunicación interna tiene los siguientes grupos de interés:

TABLA 2 GRUPOS DE INTERÉS COMUNICACIÓN INTERNA

GRUPOS	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
Servidores y colaboradores de la UAESP	Interna	Funcionarios/as y colaboradores naturales que se encuentran vinculados a la entidad en sus diferentes oficinas y subdirecciones y contribuyen a los logros de los objetivos y la misionalidad.	Se espera que los/las colaboradores/as incrementen su sentido de pertenencia hacia la entidad y se conviertan en multiplicadores de la información clave de la Unidad.

Fuente: OACRI

Actividades principales: Posicionar en los/las colaboradores la gestión interna de la entidad, ya que, desde los diferentes servicios y procesos misionales, estratégicos, de

apoyo y de evaluación se trabaja con compromiso, dedicación y pasión por brindar a la ciudadanía una mejor Bogotá.

Incentivar en los/las colaboradores de la entidad la apropiación de los valores institucionales que hacen parte del Código de Integridad.

Dar a conocer a los/las colaboradores los proyectos y las actividades de la entidad a través de contenidos claros y ágiles, cuyo enfoque tenga como protagonista el talento humano.

Garantizar el flujo de la información en todos los niveles jerárquicos de la entidad.

Invitar a los/las colaboradores a ser embajadores en la difusión de la información que se transmite a través de los canales internos de la entidad y brindar herramientas para que puedan serlo.

Socializar contenidos orientados hacia la promoción de hábitos de vida saludable y la prevención de enfermedades y problemas de salud, entre otros, con base en los lineamientos de Seguridad y salud en el trabajo.

Apoyo en la publicación y realización de algunos contenidos de la intranet institucional solicitados por otras dependencias y propios, con información relevante para los colaboradores de la entidad.

Coordinar la actualización de la página de inicio, noticias, eventos en el calendario y página de inicio en el micrositio de las áreas misionales en página web institucional.

Canales de comunicación: En la siguiente tabla se pueden encontrar los diferentes canales de comunicación interna y su caracterización:

TABLA 3 CANALES COMUNICACIÓN INTERNA

N°	CANAL INTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Correo electrónico / Mailing	Se utiliza para difundir información al interior de la entidad y, en algunas ocasiones, al público externo, como a los medios de comunicación y periodistas. Su uso es exclusivamente institucional. El envío de información masiva se filtra mediante las cuentas institucionales que están a cargo de la OACRI, las cuales se detallan a continuación: comunicaciones.uaesp@uaesp.gov.co: correo oficial de la OACRI a través del cual se envía información de interés a todos/as los/las colaboradores de la entidad. alcaldiaencontacto@uaesp.gov.co: con esta cuenta se divulgan contenidos que remite la Alcaldía Distrital para conocimiento de los/las colaboradores de la entidad y se fortalece la	El lenguaje utilizado en los contenidos que se envían a través del correo electrónico debe ser respetuoso e incluyente. Para el manejo de las cuentas institucionales, la OACRI deberá cumplir con los lineamientos establecidos por la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones frente a las políticas de seguridad de la información y la protección de datos personales en el uso del correo electrónico. La información que se envía a través de las cuentas institucionales deberá ser clara y concisa, y deberá contar con el aval del/a Jefe de la OACRI, o la persona que se asigne.

Nº	CANAL INTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
		articulación con las entidades del Distrito.	
2	Pantallas/ Cartelera	Este canal de comunicación permite difundir información para el público interno y externo. Las pantallas estarán ubicadas estratégicamente al interior de la entidad para que tanto los/las colaboradores/as como los visitantes puedan visualizar los contenidos que se transmiten.	Los contenidos que se transmiten a través de las pantallas deben ser aprobados por el/la Jefe de la OACRI. Su uso es únicamente para difundir contenidos institucionales.
3	Papel tapíz / Wallpaper	Hace referencia a la imagen que se coloca como fondo de pantalla en los equipos de cómputo de carácter institucional. Esta herramienta digital tiene acceso directo a todo/a colaborador/a que ingrese a los computadores institucionales, lo que contribuye al impacto de la información que se difunde a través de las piezas gráficas que se utilizan como fondo de pantalla.	La OACRI deberá articular con la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones los requerimientos necesarios para las piezas gráficas que se utilizan como wallpaper. La administración de esta herramienta está a cargo de la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Las piezas gráficas que se utilicen como fondo son de carácter institucional y deben ser

N°	CANAL INTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
			aprobadas por el/la Jefe de la OACRI.
5	Espacios de la infraestructura de la entidad	Hace referencia a los espacios en la infraestructura de la entidad que se pueden utilizar para la divulgación de información que es de interés para los/las colaboradores, tales como las paredes de la recepción, las oficinas y demás espacios de circulación. Previa autorización de RenoBo	Los contenidos que se divulguen a través de estos espacios deben ser cortos y concisos, no deben generar contaminación visual ni interferir con la libre circulación de las personas.
7	Intranet	El propósito de este canal es facilitarles a los/las colaboradores el acceso a la información propia de la entidad que emiten las diferentes oficinas y subdirecciones. El fortalecimiento de este canal se encuentra dentro de las acciones a realizar por parte de la OACRI en esta Administración, buscando redefinir el sitio y crear un espacio institucional más dinámico y llamativo.	Este canal deberá contener la información que emiten las oficinas y subdirecciones. La administración está a cargo de la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Fuente: OACRI

9.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Estrategia externa 1: Posicionamiento y fortalecimiento de la imagen institucional

Descripción: Estrategia de comunicación externa orientada al fortalecimiento de la percepción, reconocimiento y posicionamiento institucional de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP ante la ciudadanía, grupos de interés, medios de comunicación y actores estratégicos, mediante el desarrollo de acciones comunicacionales, campañas pedagógicas, contenidos digitales y estrategias de cultura ciudadana que permitan visibilizar la importancia de la entidad y su aporte al mejoramiento de la calidad de vida de la ciudad.

La estrategia busca consolidar una imagen institucional cercana, transparente, moderna, pedagógica y confiable, promoviendo la apropiación ciudadana frente al cuidado del medioambiente, la adecuada disposición de residuos, el aprovechamiento, el cuidado del espacio público, la protección de la infraestructura pública y la corresponsabilidad ciudadana en relación con los servicios públicos a cargo de la UAESP.

Así mismo, busca fortalecer la relación entre la entidad y la ciudadanía mediante campañas de sensibilización, cultura ciudadana, participación y pedagogía social que permitan generar mayor reconocimiento institucional, confianza pública y apropiación de los mensajes institucionales.

Alcance: La estrategia aplica a la ciudadanía en general, medios de comunicación, organizaciones sociales, entidades distritales, comunidades, instituciones educativas, recicladores de oficio, operadores de servicios públicos y demás grupos de interés externos relacionados con la misionalidad de la UAESP.

Comprende la planeación, diseño, producción, divulgación y seguimiento de campañas institucionales, contenidos pedagógicos, estrategias digitales, piezas gráficas, productos audiovisuales, actividades de cultura ciudadana, acciones de participación y ejercicios

de divulgación orientados al fortalecimiento de la imagen institucional y la apropiación ciudadana. Incluye acciones relacionadas con:

- Campañas pedagógicas y educativas
- Cultura ciudadana
- Sensibilización ambiental
- Fortalecimiento de la identidad institucional
- Posicionamiento digital
- Fortalecimiento reputacional
- Relacionamiento con ciudadanía y actores sociales
- Divulgación institucional
- Participación ciudadana
- Pedagogía sobre servicios públicos
- Promoción del cuidado del espacio público y del medioambiente

Estrategia externa 2: Gestión y logros de las acciones desarrolladas por la entidad

Descripción: Estrategia de comunicación externa orientada a divulgar, visibilizar y posicionar la gestión institucional, los proyectos, programas, acciones, avances y resultados desarrollados por las áreas misionales, estratégicas y de apoyo de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos – UAESP, mediante la producción y difusión de contenidos informativos, periodísticos, audiovisuales y digitales, dirigidos a los diferentes grupos de interés.

La estrategia busca fortalecer el conocimiento público sobre la gestión institucional de la entidad y el impacto de sus acciones en la ciudad, promoviendo la transparencia, el acceso a la información pública y el reconocimiento de las acciones desarrolladas en temas relacionados con aprovechamiento, recolección, barrido y limpieza, disposición final, alumbrado público, servicios funerarios, cultura ciudadana, participación y demás componentes misionales de la UAESP.

Así mismo, busca fortalecer el relacionamiento institucional con medios de comunicación, periodistas, líderes de opinión, entidades públicas y ciudadanía mediante ejercicios de free press, divulgación institucional y generación de contenidos informativos de interés público.

Alcance: La estrategia aplica a todas las subdirecciones, oficinas, procesos y dependencias de la UAESP que desarrollen actividades institucionales susceptibles de divulgación pública y será liderada por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI en articulación con los enlaces y responsables de cada dependencia.

Comprende la investigación, producción, elaboración, publicación, difusión y seguimiento de contenidos informativos y periodísticos relacionados con la gestión institucional de la entidad a través de medios institucionales, medios de comunicación, plataformas digitales y redes sociales.

ILUSTRACIÓN 5 ACCIONES COMUNICACIÓN EXTERNA



Fuente: OACRI

Grupos de interés: La comunicación externa tiene los siguientes grupos de interés:

TABLA 4 GRUPOS DE INTERÉS COMUNICACIÓN EXTERNA

GRUPO	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
Ciudadanía / Comunidad área de influencia / Usuarios	Externa	Ciudadanos/as de la ciudad de Bogotá que, de una u otra manera, tienen relación o se benefician de los servicios de la entidad	Se espera que esta población ejerza control social sobre la gestión de la UAESP, y a través de las estrategias de pedagogía y cultura ciudadana logren concientizarse sobre la correcta separación en la fuente, la adecuada disposición de los residuos, la dignificación de la labor de los recicladores, el aprovechamiento de los residuos, el consumo consciente y el cuidado del medioambiente en general. Así mismo, se busca que logren interiorizar aspectos como la importancia que tiene el espacio público, la eliminación de los puntos críticos o de arrojo clandestino de residuos en la ciudad, el cuidado del alumbrado público y de los cementerios propiedad del Distrito.
Concesionarios / Operadores / Interventoría	Externa	Contratistas jurídicos que operan los servicios de aseo en sus	De esta audiencia se espera que se conviertan en aliados estratégicos a la hora de difundir la información clave relacionada

GRUPO	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
		componentes de recolección, barrido y limpieza, disposición, servicios funerarios en los cementerios del Distrito y el servicio de alumbrado público	con la gestión de la entidad y coadyuven al posicionamiento de la marca UAESP en los sitios donde prestan los servicios.
Medios de comunicación	Externa	Periodistas y medios de comunicación con cobertura comunitaria, local, regional y nacional y que tienen injerencia en la opinión pública. Seguidores/as en redes sociales e influencers digitales	Con esta audiencia se espera lograr una mayor cercanía y establecer un canal efectivo de comunicación para que la gestión de la UAESP alcance mayor difusión en el territorio local, regional y nacional. A la vez que se conviertan en aliados a la hora de implementar estrategias de cultura ciudadana y pedagogía ambiental.
Gobierno / Jefes de prensa y equipos de comunicaciones del Distrito	Externa	Servidores/as públicos/as y contratistas naturales que hacen parte de las oficinas de prensa y comunicaciones de	Con el apoyo de las oficinas de prensa y comunicaciones del Distrito se espera que los mensajes alcancen una mayor audiencia y logren un mayor impacto en la ciudadanía,

GRUPO	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
		las entidades del Distrito	buscando ampliar la difusión de la información.
Recicladores/as de oficio	Externa	Ciudadanos/as dedicados a la recuperación de residuos reutilizables o reciclables, son un eslabón muy importante en la misionalidad de la entidad	A través de campañas y mensajes de comunicación se espera dignificar la labor de esta audiencia que, sin duda, realiza un trabajo trascendental en pro del medioambiente y de la ciudad. Una de las metas es direccionar iniciativas hacia el reconocimiento de este oficio y el mejoramiento de las relaciones entre estos y la ciudadanía.
Aliados estratégicos / Comunidad educativa	Externa	Estudiantes, docentes y todo el personal académico que hace parte de las instituciones educativas de la ciudad	Se espera que, a través de los diferentes procesos de aprendizaje – educación, esta audiencia se convierta en multiplicadora de la información relacionada con la separación en la fuente, la adecuada disposición de los residuos, la dignificación de la labor de los recicladores, el aprovechamiento de los residuos, el consumo consciente, la importancia del espacio público, la eliminación de los puntos críticos o de arrojo clandestino de residuos en la ciudad, el cuidado

GRUPO	TIPO	PERFIL	IMPACTO ESPERADO
			del alumbrado público y de los cementerios propiedad del Distrito, el cuidado del medioambiente en general y se apropien de una cultura del reciclaje con el fin de disminuir la cantidad de residuos que llegan a Doña Juana.
Gobierno / Aliados estratégicos / Autoridades de regulación y control	Externa	Concejo, entidades del Estado y del Distrito Capital en las ramas Ejecutiva, Legislativa y Judicial, concejales, ediles, organizaciones y empresas privadas con intereses similares a los de la UAESP	La injerencia de esta audiencia en el posicionamiento de la entidad es primordial, ya que en ciertos momentos puede afectar o favorecer la imagen de la entidad. Se espera que esta audiencia, a través de las buenas prácticas de control social, reconozca la labor positiva que realiza la Unidad en el territorio.

Fuente: OACRI

Actividades principales: Las actividades principales en la comunicación externa son las siguientes:

- Cubrimiento noticioso: Investigación de temáticas, consulta de fuentes de información, grabación audiovisual, toma de fotografías, entrevistas, etc.

- Elaboración de contenidos productos noticiosos: Comunicados, boletines, guiones para productos audiovisuales, mensajes o copys para piezas gráficas o audiovisuales, especiales, programas, etc.
- Elaboración de contenidos productos informativos o de cultura ciudadana: Campañas parrilla de mensajes, copys para piezas gráficas, guiones para piezas audiovisuales, etc. Eventos externos: apoyo comunicacional en la organización de eventos a través de convocatorias, elaboración de piezas, divulgación de contenidos, presentación, protocolo y registro del evento.
- Divulgación y relacionamiento con medios: Envío de boletines de prensa y material audiovisual para free press en medios de comunicación. Coordinación para la divulgación de contenido en canales propios. Relacionamiento y acompañamiento a periodistas y líderes de opinión en entrevistas y grabaciones.
- Monitoreo de medios: Monitorear todas las menciones relacionadas con la UAESP, su misionalidad y sus directivos/as en medios masivos, comunitarios, alternativos y digitales para desarrollar acciones comunicacionales que fortalezcan la imagen institucional y contrarresten el ruido comunicacional, vitando crisis mediáticas. Entrenamiento de voceros: Formación y entrenamiento a servidores públicos y colaboradores de la UAESP autorizados a hablar en nombre de la Unidad ante medios de comunicación en los diferentes escenarios, tales como ruedas o conferencias de prensa, entrevistas, foros, eventos públicos, productos noticiosos propios, etc.

Canales de comunicación: En la siguiente tabla se pueden encontrar los diferentes canales de comunicación externa y su caracterización:

TABLA 5 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Nº	CANAL EXTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Página web	Este canal de comunicación permite difundir información de la	El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente.

N°	CANAL EXTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
		entidad para el público interno y externo. Es un sitio de consulta para la ciudadanía y permite conocer noticias de la entidad, información detallada sobre los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y evaluación, así como de interés general. La página oficial es www.uaesp.gov.co	Cada subdirección misional también tiene un micrositio en el que se divulga su gestión, actualidad, reglamentación y contacto.
2	Redes sociales	Divulgación de contenidos a través de: Facebook: @uaesp.bogota X: @Uaesp Instagram: @uaesp YouTube: uaesp LinkedIn: Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos TikTok: @uaesp.bogota	Se divulgan videos, fotografías, piezas gráficas, carrusel de fotos, mensajes, transmisiones en vivo, historias, posicionamiento de palabras clave o <i>hashtags</i>, etc. El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente y los contenidos que se divulguen a través de las redes sociales deben ser aprobados por el/la Jefe de la OACRI.

Nº	CANAL EXTERNO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
3	Medios de comunicación/Free press	Divulgación de noticias e información de interés para la ciudadanía a través de los medios de comunicación con el propósito de amplificar el alcance los mensajes de la entidad.	La relación con los medios de comunicación y el envío de mensajes, contenidos y paquetes de medios se realiza a través de la OACRI. Los contenidos deben ser aprobados por el/la Jefe de la OACRI.

Fuente: OACRI

10. COMPONENTE OPERATIVO

10.1. LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN DEL PROCESO

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI es la dependencia responsable de coordinar, canalizar y gestionar las solicitudes de información, entrevistas, declaraciones, comunicados y demás requerimientos formulados por los medios de comunicación relacionados con la gestión institucional de la UAESP.

Toda interacción institucional con medios de comunicación deberá realizarse con acompañamiento de la OACRI, quien orientará la preparación de mensajes, la definición de contenidos, la elaboración de comunicados, boletines de prensa, convocatorias, ruedas de prensa y demás productos informativos requeridos para la divulgación institucional.

La información suministrada a medios de comunicación deberá ser verificable, actualizada, consistente y previamente validada por las dependencias responsables de su generación. Toda información estadística, indicadores, cifras, reportes o datos

institucionales deberá contar con la validación técnica correspondiente antes de su divulgación.

Los voceros institucionales deberán actuar dentro del ámbito de sus competencias y sobre asuntos relacionados con su responsabilidad funcional, garantizando la coherencia de los mensajes institucionales y el cumplimiento de los lineamientos definidos por la OACRI.

La coordinación de entrevistas, declaraciones, solicitudes de información, acompañamiento a periodistas y demás espacios de relacionamiento con medios de comunicación deberá gestionarse a través de la OACRI, quien establecerá los mecanismos de articulación necesarios con las dependencias competentes.

Cuando se requiera suministrar material fotográfico, audiovisual o documental a medios de comunicación, este deberá ser validado previamente por la OACRI para garantizar el cumplimiento de los estándares institucionales de calidad, pertinencia, actualidad y lineamientos de imagen institucional.

En situaciones que involucren denuncias, controversias, riesgos reputacionales o asuntos con potencial impacto mediático, las dependencias deberán informar de manera inmediata a la Dirección General y a la OACRI, con el fin de coordinar las acciones de comunicación institucional y definir la estrategia de respuesta correspondiente.

La divulgación de información relacionada con la gestión institucional deberá priorizar la comunicación de resultados, avances, impactos y beneficios derivados de los programas, proyectos, servicios y actividades desarrolladas por la entidad, garantizando la correcta representación institucional y la adecuada contextualización de la información.

Identificación de temas, públicos y canales de comunicación

La UAESP identifica los temas a comunicar a partir de las necesidades institucionales, los objetivos estratégicos, las líneas de comunicación definidas por la entidad, los

requerimientos de las dependencias y los compromisos relacionados con transparencia, participación ciudadana, cultura ciudadana y acceso a la información pública.

La OACRI realizará la clasificación y priorización de los contenidos de acuerdo con su naturaleza institucional, misional, informativa, pedagógica, normativa, operativa o de cultura ciudadana, determinando para cada caso:

- Público objetivo.
- Nivel de impacto institucional.
- Canal de comunicación más adecuado.
- Tipo de producto comunicacional requerido.
- Responsable de la información.
- Necesidades de divulgación y seguimiento.

La definición de temas, públicos y canales de comunicación deberá considerar los grupos de interés identificados en el modelo de relacionamiento institucional, los objetivos de comunicación de la entidad y las características particulares de cada audiencia, garantizando la pertinencia, oportunidad y efectividad de las acciones de comunicación institucional.

Lineamientos distritales de enfoque poblacional y diferencial

En la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP), entendemos que Bogotá es un mosaico de poblaciones y comunidades con necesidades y características diversas. Por eso, nuestra comunicación adopta un Enfoque Poblacional y Diferencial, asegurando que todos los mensajes y productos promuevan la inclusión social y el acceso efectivo a nuestros servicios, garantizando la igualdad de derechos para todos.

Para la UAESP, esto significa que la información sobre la gestión de residuos, el alumbrado público, los servicios de cementerios y otras funciones esenciales debe llegar a cada segmento de la población, sin importar sus condiciones particulares:

- Accesibilidad para personas con discapacidad auditiva: Incorporamos intérpretes de lengua de señas colombiana en nuestras transmisiones y material audiovisual relevante, para que las personas con discapacidad auditiva puedan comprender plenamente los mensajes relacionados con los servicios públicos.
- Contenidos comprensibles para todos: Agregamos subtítulos a nuestros videos informativos, no solo para facilitar su comprensión en entornos sin sonido, sino también para asegurar que las personas con discapacidad auditiva puedan acceder a la información crucial.
- Lenguaje respetuoso e inclusivo: Utilizamos un lenguaje que reconoce y valora a todos los grupos sociales. Por ejemplo, al referirnos a grupos específicos, evitamos términos excluyentes o censurantes. En lugar de decir "los desplazados" o "los habitantes de la calle", empleamos "las personas en situación de desplazamiento" o "los habitantes de calle", reconociendo su dignidad y humanidad.

Al aplicar este enfoque, la UAESP se asegura de que su comunicación sea una herramienta para la equidad, permitiendo que cada bogotano, sin excepción, reciba la información y acceda a los servicios públicos que necesita de manera justa y efectiva.

10.2. IDENTIFICACIÓN DE TEMAS, PÚBLICOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

La UAESP identifica los temas a comunicar y los públicos objetivo mediante la articulación entre las necesidades institucionales, los objetivos y las necesidades y expectativas de los grupos de interés, las líneas estratégicas de comunicación, los grupos de interés y de valor y los requerimientos de las dependencias misionales, estratégicas y de apoyo.

A partir de lo anterior se realiza la clasificación de los contenidos según su naturaleza institucional, pedagógica, informativa, operativa, normativa o de cultura ciudadana, determinando los públicos a impactar, los canales de comunicación, los responsables y el tipo de producto comunicacional requerido, lo cual se evidencia en los ítems anteriores de estrategia de comunicación interna y externa.

10.3. PROTOCOLOS

10.3.1. Protocolo de manejo de crisis

En la gestión de las comunicaciones institucionales, las crisis comunicacionales constituyen una de las actividades más sensibles, debido a que pueden afectar la reputación, la confianza ciudadana, la percepción pública, la estabilidad institucional y el cumplimiento de la misionalidad de la entidad.

Se entiende como crisis comunicacional toda situación extraordinaria que no corresponde a la cotidianidad institucional y que puede generar una percepción negativa sobre la gestión de la UAESP, sus dependencias, servicios, decisiones o colaboradores, poniendo en riesgo la reputación, integridad, sostenibilidad, gobernabilidad o imagen institucional de la entidad.

Las crisis pueden originarse a partir de hechos reales, errores operativos, decisiones institucionales, situaciones coyunturales, acciones legales, ataques externos, desinformación, información malintencionada, rumores o interpretaciones erróneas difundidas por terceros, medios de comunicación, redes sociales o grupos de interés.

Debido a que las crisis generalmente se presentan de manera inesperada, la entidad deberá actuar de forma rápida, articulada, estratégica, transparente y responsable, garantizando una adecuada gestión de la información pública y la atención oportuna a la ciudadanía, medios de comunicación y demás públicos de interés.

Toda crisis implica la adopción inmediata de decisiones y el diseño de estrategias coyunturales orientadas a controlar, mitigar y superar la situación presentada.

Clasificación de las crisis

Las crisis podrán clasificarse de acuerdo con el nivel de impacto institucional generado:

Crisis de intensidad alta

Son aquellas que implican afectaciones graves para la entidad, generan alto impacto reputacional o institucional y requieren medidas inmediatas, tales como la salida de funcionarios de alto nivel, decisiones de choque, afectaciones masivas a servicios, investigaciones de alto impacto o situaciones que comprometan la estabilidad institucional.

Crisis de intensidad media

Corresponden a situaciones relacionadas con hechos, decisiones, actuaciones o problemáticas que requieren toma de decisiones institucionales relevantes y cuya trascendencia puede modificar o redireccionar acciones previamente establecidas.

Crisis de intensidad baja

Son situaciones focalizadas que requieren intervención pronta y control institucional, pero cuyo impacto no compromete de manera general la estabilidad o funcionamiento integral de la entidad.

Lineamientos generales para el manejo de crisis

Ante cualquier situación de crisis, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales – OACRI, en articulación con la Dirección General y las dependencias competentes, deberá garantizar como mínimo las siguientes acciones:

- Conformar un Comité de Crisis integrado por directivos y funcionarios/as técnicos que conozcan de primera mano los detalles de la situación presentada.
- Revisar y analizar los hechos, identificar posibles riesgos reputacionales y construir una narración institucional clara, verificable y sustentada sobre lo sucedido.
- Identificar y segmentar los grupos de interés y audiencias impactadas por la situación.
- Definir los voceros institucionales y técnicos autorizados para emitir declaraciones oficiales.

- Diseñar y validar los mensajes clave, líneas de comunicación y estrategias informativas requeridas para atender la situación.
- Gestionar de manera articulada la divulgación de información en medios internos, externos, digitales, institucionales y masivos.
- Evaluar permanentemente el impacto de la crisis y de las acciones implementadas para prevenir nuevas eventualidades.
- Implementar las estrategias de comunicación definidas en el plan de manejo de crisis institucional.

Instrucciones para el manejo de crisis

- Antes de emitir cualquier información pública relacionada con una situación de crisis, se deberá contar con el acompañamiento y asesoría de la OACRI.
- Toda información divulgada deberá sustentarse en datos verificables, confirmados y previamente validados institucionalmente.
- Se deberá actuar con prudencia, transparencia, responsabilidad y oportunidad.
- Se deberá decir la verdad y evitar exagerar, minimizar o especular sobre la situación presentada.
- Ningún funcionario, contratista o dependencia podrá entregar declaraciones a medios de comunicación sin autorización y acompañamiento de la OACRI.
- Los únicos autorizados para emitir declaraciones oficiales serán los voceros definidos por la Dirección General con acompañamiento de la OACRI.
- Frente a cualquier crisis, la entidad deberá pronunciarse institucionalmente de manera responsable, articulada y oportuna.
- La solución no es comunicar; se comunica la solución implementada por la entidad frente a la situación presentada.

Plan de manejo de crisis

La UAESP deberá contar con un plan de manejo de crisis comunicacionales que permita definir lineamientos, responsables, protocolos de actuación y estrategias de respuesta

institucional frente a posibles situaciones que afecten la imagen, reputación o gestión de la entidad.

El plan deberá contemplar como mínimo:

- Identificación de grupos de interés afectados.
- Clasificación y categorización de riesgos comunicacionales.
- Identificación de posibles escenarios de crisis.
- Definición de voceros institucionales.
- Rutas de aprobación de información.
- Estrategias de comunicación y divulgación.
- Lineamientos de relacionamiento con medios.
- Protocolos digitales y redes sociales.
- Mecanismos de seguimiento y monitoreo.
- Acciones de mitigación y control reputacional.

Recomendaciones preventivas

Cuando se realicen modificaciones, actualizaciones o cambios relacionados con servicios prestados a la ciudadanía, tarifas, trámites, procedimientos o decisiones institucionales que puedan generar impacto público, será necesario informar previamente a los públicos identificados, con acompañamiento de la OACRI y directriz de la Dirección General, con el fin de evaluar riesgos, impactos y estrategias de divulgación.

La entidad deberá tener en cuenta que situaciones rutinarias pueden convertirse en crisis debido a fenómenos de desinformación, interpretación errónea o difusión masiva en medios digitales y redes sociales.

La agilidad, articulación y claridad en la respuesta institucional son fundamentales para la adecuada gestión de la imagen y reputación de la entidad.

La OACRI deberá mantener actualizados:

- El directorio de medios de comunicación.
- Las bases de datos de periodistas.
- Los contactos institucionales.
- Los protocolos de atención mediática.
- Y la identificación de posibles situaciones susceptibles de convertirse en crisis comunicacionales

10.3.2. Protocolo para publicación de noticias, realización y cubrimiento de eventos, diseño de piezas gráficas, campañas y contenidos multimedia

Generalidades: Existen varios tipos de contenidos que deben y pueden publicarse de manera permanente en los diferentes medios de comunicación de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP, en ese sentido a continuación se relacionan los lineamientos para la elaboración de material visual y audiovisual:

Noticias multimedia: Están compuestas por uno, dos o varios formatos:

- Video: Pieza audiovisual compuesta por imágenes, off o voice-over, declaraciones, entrevistas y datos de interés o estadísticas graficados en formato alfa con subtitulación en cumplimiento a la normativa nacional de accesibilidad. Este tipo de contenido se acompaña de un titular y un lead. Opcional una nota escrita.
- Pódcast: Pieza sonora en la que priorizan testimonios, entrevistas e historias con sonidos de ambiente que hagan más amena su escucha.
- Galería fotográfica: Imágenes o fotografías en muy buena calidad, en las que se exprese a la audiencia mensajes e intenciones comunicativas claras.
- Reel: Conjunto de imágenes en video en alta calidad. No incluye entrevistas ni off o voice-over. Puede acompañarse de textos descriptivos en formato alfa.
- Nota escrita: Texto construido a partir de información relevante, testimonios, cifras, descripción de proyectos, procesos, servicios y otros misionales. Para las notas escritas se debe entregar como mínimo los siguientes requisitos:

Titular: Máximo de 80 caracteres con espacios.

Foto portada o adicionales: Mínimo de 990x557 pixeles.

Pie de foto: Máximo 100 caracteres.

Lead: Máximo 250 caracteres.

Cuerpo de la nota (opcional y según el producto): Mínimo una cuartilla que está compuesta por cuatro párrafos, cada uno de 300 caracteres.

Tags: el periodista o creador del contenido debe entregar palabras clave que considere importantes para la indexación de la nota en buscadores web y redes sociales.

Fuentes de información: El periodista responsable debe solicitar a la subdirección o dependencia a cargo, datos, información, estadísticas debidamente confirmadas para elaborar los contenidos y noticias multimedia. Es importante dejar trazabilidad de este proceso con el fin de contrastar sus fuentes.

Tiempo de corrección de estilo: Cada nota o contenido multimedia antes de su realización y edición debe pasar previamente por revisión y corrección de estilo. El periodista a cargo debe tramitar la aprobación final del jefe de la OACRI y de la subdirección o dependencia de la entidad a la que hace referencia el producto, a través de correo electrónico o los canales digitales dispuestos para tal fin, y posteriormente enviar al web máster para su publicación.

Publicación en sitio web: El web máster debe publicar el material recibido según petición del periodista a cargo y se defina en la Parrilla de Contenidos y Actas del Consejo de Redacción Semanal liderado por el jefe de la OACRI.

En caso de requerirse la publicación inmediata de un comunicado, boletín de prensa o contenido de manera urgente, debe hacerse por solicitud directa de la jefe de la OACRI o el delegado para esta tarea.

Solicitudes de publicación de información, elaboración de piezas visuales o gráficas desde otras dependencias o subdirecciones de la UAESP a OACRI

Para las solicitudes de comunicación y socialización se deben tener en cuenta los lineamientos de operación establecidos en cada uno de los procedimientos del proceso de comunicaciones establecidos en el Sistema Integrado de Gestión SIG:

- Comunicación interna
- Comunicación externa
- Administración de redes sociales
- Eventos y relaciones interinstitucionales

Tiempo de elaboración de piezas o contenidos multimedia: La información de insumo deberá ser entregada a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales en los tiempos establecidos antes de su elaboración y publicación, además deben cumplir con las siguientes características:

- La información será suministrada por la fuente, profesional enlace, subdirector, director de oficina o delegado para esta función y deberá ser clara y precisa.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales será la encargada de diseñar y elaborar el contenido con la información referida.
- El contenido multimedia o pieza gráfica tendrá revisión de estilo y de línea editorial en la OACRI.
- Se realizará revisión con la fuente (o subdirección o dependencia) solicitante antes de su publicación.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará la aprobación final de la pieza o contenido multimedia.

Tipos de contenidos o piezas:

Banner web: Pieza gráfica diseñada para publicación en la página institucional que redirige hacia un micrositio, noticia o publicación con información específica. Tamaño 1.600 x 400 píxeles.

Pieza para redes sociales: Diseño digital dirigido a redes sociales en las que se puede relacionar información de gestión, invitaciones, capacitaciones, actualización de trámites o servicios misionales, entre otros. Tamaño 1080 x 1080 px (relación de aspecto de 1:1). Horizontal: 1080 x 566 px (relación de aspecto de 1,91:1). Vertical: 1080 x 1350 px (relación de aspecto de 4:5).

Toma de fotografías: Imágenes de registro de eventos, programas, proyectos, foros, mesas de trabajo, entre otros.

Cubrimiento: Imágenes de registro en video o en audio de eventos, programas, proyectos institucionales, foros, mesas de trabajo, conversatorios entre otros.

Pendón: Pieza publicitaria portable y versátil. Su información debe ser concisa y de interés para permitir una fácil comunicación. Tamaño 60 x 160 cm, hasta los 100 x 200 cm.

Afiche: Pieza publicitaria diseñada con un slogan o frase breve y con características del proyecto, campaña o servicio. Tamaño tabloide o doble carta: 42 cm. x 28cm. Cuarto de pliego: 35 cm. x 50cm. Medio pliego: 50 cm. x 70 cm. Pliego: 100 cm. x 70 cm.

Folleto o volante: Pieza publicitaria compuesta por contenidos informativos más explicativos sobre trámites, servicios o programas. El diseño va acompañado de imágenes, fotos, cifras o datos. Tamaños A3: 29,7cm x 42cm. A4: 21cm x 29,7cm. A5: 14,8cm x 21cm. A6: 14,8cm x 10,5cm. 1/3 o A4: 21cm x 9,9cm. Díptico o A5: 21cm x 29,7cm.

Carátula de libro: Pieza o diseño con información breve, en la que se destaca un título, nombre de proyecto, programa o servicio. Tamaño universal A5 148 x 210 mm.

Video: Pieza audiovisual compuesta por imágenes, off o voice-over, declaraciones, entrevistas y datos de interés o estadísticas graficados en formato alfa.

Pódcast: Pieza sonora en la que priorizan testimonios, entrevistas e historias con sonidos de ambiente que hagan más amena su escucha.

Galería fotográfica: Imágenes o fotografías en muy buena calidad, en las que se exprese a la audiencia mensajes e intenciones comunicativas claras.

Reel: Conjunto de imágenes en video en alta calidad. No incluye entrevistas ni off o voice-over. Puede acompañarse de textos descriptivos en formato alfa.

Campaña informativa, educativa, pedagógica o de cultura ciudadana: Conjunto de piezas, diseños, videos, textos, parrilla de contenidos e imágenes con mensaje unificado y claro, que busca establecer sensibilización o comunicación sobre servicios, productos, trámites y otros procesos institucionales y misionales.

NOTA IMPORTANTE: Antes de enviar una solicitud de diseño de piezas, impresión o elaboración de contenidos multimedia revise o consulte el Decreto Distrital que se encuentre vigente que establezca las restricciones y prohibiciones bajo el Plan de Austeridad del Gasto Público en las entidades adscritas a la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Insumos mínimos para solicitudes a OACRI:

Información: Toda actividad debe traer un texto en digital, en Word (.doc) o en PDF (.pdf) y debe estar sin restricciones o claves para su uso. No enviar textos incluidos dentro las imágenes, toda información digital debe ser editable la intención para una correcta indexación y de fácil acceso.

Resumen: Es una descripción corta de la actividad o tema resumida en 160 caracteres con espacios. Esta descripción se utilizará en los procesos de diseño, edición o creación de las piezas.

Información general: Debe incluir el día, lugar con dirección y hora si hace parte de un evento.

Palabras claves o tags para piezas web: Estos son términos con los que los usuarios pueden realizar una búsqueda en internet y acceder a la información. Son los términos específicos que considera importante el autor y que deben estar en la noticia, es decir en el cuerpo del texto, en el título, subtítulo y resumen.

Información completa - artículo: Esta información es el contenido de la actividad, proyecto o programa. Aquí debe reposar toda la información de la actividad incluyendo fotografías, videos, enlaces o vínculos, entre otros, que consideren pertinente.

La divulgación y difusión digital se realizará a través de sitio web de la UAESP, redes sociales (Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram y LinkedIn), newsletter y demás herramientas y canales comunicativos con los que cuenta la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP.

Edición y diseño: Si no se envía el archivo editable el diseñador o realizador tomará, a su criterio, una fracción para que se adapte a los estándares definidos en los medios de difusión definidos por OACRI (sitio web, new letter, redes sociales, etc.).

Suministre archivos adicionales a la información escrita, con el fin de facilitar el proceso de diseño, elaboración o creación. Si requiere insumos solicite previamente toma de fotografías o grabación de videos. No está demás definir:

- ¿Para qué tipo de actividad va dirigida la pieza, diseño o contenido multimedia y para qué sirve?
- A quién se le va a hablar, características del público objetivo.
- ¿Qué mensajes ya se han utilizado previamente?
- El tono y la manera en la forma en cómo se va a decir, ¿qué se busca transmitir con el mensaje?

Formatos:

- JPG, GIF, TIFF (para imágenes y fotografías)
- ai (Illustrator), .cdr (Coreldraw), .psd (PhotoShop) y .pdf (Con opciones de edición activas)

Resolución: Las imágenes en video pueden venir a 300 dpi o preferiblemente a 72 dpi. El estándar por defecto es 72 dpi en formatos mp4, mov, avi, wmv o avcdh.

Audios: Los sonidos deben venir en wav o mp3 preferiblemente. Los sonidos deben estar limpios, sin ambientes que interfieran en los mensajes, entrevistas y otros.

Para el caso de los diseños y piezas gráficas realizados por un profesional externo o ajeno a la entidad, el formato JPG, PNG o GIF. La imagen debe estar optimizada para publicación en web y debe ser menor a 100k.

Textos:

- Debe tener la dependencia, unidad o proyecto al que pertenece y si es evento o noticia.
- Título de la actividad o tema de manera ser corta y concisa. Máximo 60 caracteres con espacios.
- Información de la actividad o tema. Máximo 120 caracteres con espacios.

Solicitud de cubrimientos o realización de eventos desde otras dependencias o subdirecciones de la UAESP a OACRI

Para las solicitudes de acompañamiento de eventos se debe tener en cuenta el lineamiento de operación establecido en el procedimiento del proceso de comunicaciones Eventos y relaciones interinstitucionales.

Información necesaria: No olvide que en la solicitud a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales debe especificar:

- El número de contacto del profesional a cargo o delegado por el subdirector o jefe de dependencia.

- Qué tipo de proyecto o evento es.
- Fecha de realización o cubrimiento.
- Especificaciones técnicas de sonido, video, pantallas, apoyo logístico, refrigerios u otros elementos que requiera para el evento.

Enlaces de comunicaciones con otras subdirecciones o comunicaciones internas con otras dependencias: Es importante establecer una reunión con el periodista de enlace o de comunicación interna para definir detalles, características del evento, locación, público y demás datos para la realización del evento o apoyo.

Es importante establecer tenga trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas, así como a procesos de auditorías.

NOTA IMPORTANTE: Antes de enviar una solicitud cubrimiento o realización de eventos revise o consulte el Decreto Distrital que esté vigente en el que se establezcan las restricciones y prohibiciones bajo el Plan de Austeridad del Gasto Público en las entidades adscritas a la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Administración de redes sociales

La UAESP cuenta con perfiles institucionales en diferentes redes sociales como Facebook (uaesp.bogota), YouTube (uaesp), Twitter (@uaesp), Instagram (@uaesp), LinkedIn (Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos) y TikTok (@uaesp.bogota).

Diariamente se publican contenidos multimedia y campañas desarrollados por los periodistas encargados de cubrir las distintas fuentes misionales de la entidad: Aprovechamiento, Recolección, Barrido y Limpieza, Servicios Funerarios, Alumbrado Público y Disposición Final. Asimismo, se difunden los contenidos y campañas producidos por el equipo de comunicación interna.

Los contenidos deben ser creados y diseñados de manera diferenciada, garantizando coherencia con la identidad institucional y adaptados a las características propias de cada red social.

Cada tema a divulgar en las plataformas digitales debe incluir, como mínimo, un recurso visual (video o pieza gráfica con información relevante), un texto breve o copy descriptivo y, cuando aplique, un enlace que permita ampliar la información correspondiente.

Se realiza la programación de trinos, con imágenes, videos o animaciones, etiqueta (#) y tags. La frecuencia de publicación se establece según el requerimiento del área y siguiendo las indicaciones del jefe de OACRI. Cubriendo de lunes a domingo, entre las 6 a.m. y 9 p.m.

Las publicaciones realizadas por el equipo digital deben ser de alta calidad en imagen y sonido, con el aporte de los realizadores audiovisuales y la aprobación del jefe de la Oficina.

Si es una campaña transversal, la sinergia, piezas comunicativas y programación las remiten vía correo electrónico o grupo de WhatsApp, los responsables de comunicación digital de la Alcaldía Mayor o de alguna entidad de los 12 sectores del Distrito Capital.

Las campañas o sinergias creadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales de la UAESP que contengan material de video, fotografías y piezas comunicativas se envían a la Alcaldía para revisión previa con dos días de anticipación a la publicación y cuando quedan aprobados, se comparten con los equipos digitales de las otras entidades del Distrito.

El monitoreo en redes sociales institucionales se hace a través de la exploración en cada una de ellas. Todos los días se hace seguimiento por temas de interés, subdirecciones o áreas misionales para generar alertas y respuestas tempranas.

Se realizan informes con las métricas de crecimiento, alcance, publicaciones, visitas o visualizaciones para proyectar los avances mensuales y anuales de las redes sociales

institucionales. Estos reportes se envían al jefe de la OACRI para revisión y posterior definición de planes de acción.

Operador logístico

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales -OACRI- cuenta con el apoyo de un operador logístico seleccionado y contratado a través de licitación pública o con el mecanismo que establezca la Subdirección de Asuntos Legales de la UAESP. Este operador facilita la organización, planeación y apoyo a la realización de eventos institucionales de la entidad, la impresión de material publicitario, el alquiler de equipos técnicos y tecnológicos para cumplir con misionalidad de la OACRI. La jefatura de la oficina delega a un profesional de planta o contratista para coordinar acciones y solicitudes con el operador.

Todo requerimiento a la OACRI que requiera servicios del operador logístico debe pasar por previa autorización del jefe de la Oficina para validar su pertinencia, verificar cotización y su valor. Es importante que todo lo relacionado con el operador logístico tenga trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas.

Monitoreo de medios

Objetivo: Reportar noticias e informes periodísticos sobre la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos - UAESP, sus subdirecciones, dependencias, servicios públicos o temas coyunturales de la entidad, a través del monitoreo digital de las publicaciones emitidas por los diferentes medios de comunicación, con el fin de evaluar la reputación y visibilidad de la entidad en la opinión pública y establecer una estrategia de comunicación, posicionamiento y gestión reputacional.

Los contenidos noticiosos en formato audiovisual (video y audio), escrito o mediante enlaces web son recopilados y enviados diariamente a un grupo de WhatsApp dispuesto por la OACRI, con el propósito de mantener informados a los equipos directivos y facilitar la toma de decisiones oportuna frente a la agenda mediática.

Diligenciamiento: A través de una matriz se consolidan todos los reportes informativos y noticiosos, y se acompaña de un informe final cada mes, en el que se analiza y clasifica el tipo de contenidos y las subdirecciones o dependencias de la entidad a las que hacen referencia.

La matriz e informe consolidado se presenta de manera mensual y a la jefatura de la OACRI y a los delegados definidos.

En estos reportes se clasifican las noticias en prensa, radio, televisión y páginas web y el medio de comunicación que la emite, se hace el seguimiento e impacto a cada noticia así:

- **Positiva:** Todas las noticias que están a favor de la UAESP.
- **Negativa:** Son las noticias que afectan la imagen y la reputación directa de la entidad.
- **Neutra:** Son las noticias en las que se menciona a la entidad o algunos de sus temas sin afectaciones negativas ni positivas.

Responsable: El jefe asignará esta labor a los funcionarios y contratistas según las obligaciones laborales o contractuales que tenga asignadas el personal de la oficina para el seguimiento de medios digitales y tradicionales.

Evidencia: Matriz establecida por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales e informe mensual de análisis.

Central de medios

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales (OACRI) adelantará el correspondiente proceso de selección objetiva para la contratación del proveedor encargado de prestar los servicios de central de medios, a través de licitación pública o mediante los demás mecanismos de selección previstos en la normativa contractual vigente. El proveedor seleccionado tendrá como función principal la coordinación y gestión de espacios para pauta y divulgación de campañas

comunicativas, pedagógicas, educativas y de cultura ciudadana en medios de comunicación locales, nacionales y demás espacios publicitarios.

Todo proceso de la OACRI que requiera servicios de central de medios debe pasar por previa autorización del jefe de la Oficina para validar su pertinencia, verificar cotización y su valor. Es importante que todo lo relacionado con estos trámites tengan trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas, así como a procesos de auditorías.

11. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Con el propósito de realizar seguimiento y control a las acciones planteadas, la OACRI realiza las siguientes actividades:

11.1. CONSEJO DE REDACCIÓN

Objetivo: Definir los temas, actividades y eventos internos y externos que se van a cubrir para divulgar a través de las redes sociales, canales internos, página web y medios de comunicación cada semana, relacionados con proyectos misionales y temas coyunturales, esta instancia aprueba los contenidos a desarrollar.

Periodicidad: Una (1) reunión semanal.

Citación: La convocatoria será realizada por el jefe de la OACRI o por el auxiliar administrativo que apoya al jefe, con previa solicitud del jefe. La citación se realiza a través de correo electrónico o agenda virtual y su asistencia podrá ser híbrida o presencial.

Asistencia: La participación en el consejo es de carácter obligatorio para el jefe de la OACRI, los periodistas encargados de cubrir cada una de las fuentes o subdirecciones de la entidad, los responsables de comunicación digital, los periodistas de comunicación interna, así como los representantes de los equipos audiovisual y de diseño. También deberán asistir los demás funcionarios que sean convocados por el jefe de la OACRI.

Lugar de realización: El desarrollo de este consejo de redacción se hará en la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o en la sala de juntas de la entidad o de manera virtual en situaciones especiales. Esta reunión es liderada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o a quien éste delegue.

Seguimiento de compromisos y actividades: Una vez finalizada esta reunión se realizará un acta de consejo y una parrilla de contenidos que establece los compromisos y productos a publicar por cada periodista encargado o designado, con apoyo del equipo audiovisual y de diseño de la oficina. Parrilla de contenidos: tipo de contenido, día y hora de publicación, responsable.

11.2. COMITÉ PRIMARIO

Objetivo: Realizar el seguimiento a la gestión que desarrolla la oficina, además del análisis al cumplimiento de las actividades realizadas durante el mes anterior, así como las propuestas de trabajo del mes siguiente, buscando así cumplir con los objetivos de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, esta reunión se enmarca bajo el Sistema Integrado de Gestión.

Periodicidad: Aun cuando la resolución 757 de 2023 establece que este comité debe reunirse mínimo una vez trimestralmente, la OACRI adelantará una reunión (1) mensual y deberá realizarse entre los 15 primeros días de cada mes.

Citación: La convocatoria será realizada por el jefe de la Oficina, o por el auxiliar administrativo de la oficina, con previa solicitud del jefe de la oficina OACRI, a través de correo electrónico o agenda virtual y su asistencia es presencial. Esta reunión es liderada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o quien delegue y el auxiliar administrativo de la OACRI está encargado de elaborar el acta.

Asistencia: La asistencia es obligatoria y deberán participar todos los miembros del equipo: funcionarios y contratistas.

Evidencia: De cada reunión se genera como soporte un acta con el desarrollo de los temas tratados, intervenciones, compromisos y el listado de asistencia firmado por cada uno de los asistentes.

Lugar de realización: El desarrollo de esta reunión se hará en la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales.

11.3. MEDICIÓN DE LA GESTIÓN

Adicional al desarrollo de las actividades establecidas en los procedimientos del proceso de gestión de las comunicaciones se realiza:

Seguimiento y actualización de los indicadores contenidos en los instrumentos de planeación.

Formulación y ejecución de las actividades establecidas en el Mapa y plan de manejo de riesgos y oportunidades institucionales.

Asistencia a las auditorías internas y externas.

Aplicación de encuestas semestrales con el propósito de conocer si los canales y productos comunicacionales son los más adecuados y si la información que se divulga a través de estos es clara y comprensible.

TABLA 6 CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
1	23/06/2026	Se crea el documento para unificar los lineamientos contenidos en el Plan Estratégico de Comunicaciones y el Protocolo de Gestión de Comunicaciones, con el propósito de eliminar

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
		duplicidades, optimizar el control documental y fortalecer la gestión integral del proceso de comunicaciones de la UAESP.

Fuente: UAESP

TABLA 7 AUTORIZACIONES

	Nombre	Cargo(s)	Firma(s)
Elaboró	Kelly Johanna Avila Ravelo	Contratista - Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales	
	Diego Fernando Fonseca Núñez	Profesionales Universitarios - Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales	
	Marco Giovanni González Romero		
	Diana Olaya Torres		
Revisó	Germán Duque Arias	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales	
	Luz Mary palacios Castillo	Profesional de la Oficina Asesora de Planeación	
Aprobó	Jesús Eduardo Gil Yaya	Jefe Oficina Asesora de Planeación	