

Plan Estratégico de Comunicaciones de la UAESP – OACRI

PRESENTACIÓN

La comunicación es un eje transversal y estratégico que impulsa la misión de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP), adscrita a la Secretaría Distrital del Hábitat de la Alcaldía de Bogotá. Su propósito es fortalecer la cultura organizacional, consolidar la imagen corporativa y promover acciones de divulgación y sensibilización con los grupos de interés internos y externos.

El Plan Estratégico de Comunicaciones, elaborado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales (OACRI), establece lineamientos para gestionar eficazmente las comunicaciones internas y externas, alineándose con los objetivos de la Dirección General. Este documento orienta las acciones para posicionar el sello UAESP como sinónimo de eficiencia y liderazgo en iniciativas de cuidado ambiental, modernización del alumbrado público, servicios funerarios distritales y gestión de residuos sólidos, al tiempo que fomenta la participación ciudadana y promueve la conciencia ambiental.

El plan busca garantizar el acceso a información transparente sobre los resultados de la gestión institucional, divulgar proyectos y dignificar el trabajo de la población recicladora. También se alinea con el Plan Estratégico Institucional, reflejando la misión, visión, valores y objetivos de la entidad, y asegurando una gestión efectiva y resultados tangibles para la ciudadanía.

A continuación, se presentan los componentes del plan, incluidos sus objetivos, alcance, estrategias y acciones clave que serán lideradas por la OACRI.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES DE LA OACRI

Teniendo la reestructuración organizacional establecida en el Acuerdo N° 001 del 18 de enero 2012, se establecieron las funciones de las dependencias de la UAESP, la OACRI se encuentra adscrita a la Dirección General, tal como lo muestra el organigrama de la entidad.

Objetivo General: Desarrollar, coordinar y ejecutar un Plan Estratégico de Comunicaciones eficaz que fortalezca la imagen institucional de la UAESP, optimice la comunicación interna y externa, y potencie las relaciones interinstitucionales y la divulgación de las actividades de la entidad.

Objetivos Específicos:

- 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.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- Dirigir la preparación y ejecución del Plan Acción y de desarrollo de la dependencia.

ACCIONES Y CRONOGRAMA:

Acción	Fecha de Ejecución	Responsable	Indicadores de Éxito
Ajustes al Plan Estratégico de Comunicaciones	Enero 2025	OACRI	Aprobación del plan por parte de la Dirección General
Asesoría y capacitación interna sobre imagen institucional	Marzo 2025	OACRI	Realización de talleres y formación continua
Campañas de divulgación de actividades de la UAESP	Abril - Diciembre 2025	OACRI	Participación de los grupos de interés y cobertura mediática
Evaluación del impacto del Plan de Comunicaciones	Septiembre 2025	OACRI	Resultados de encuestas de satisfacción y mediciones de alcance

ESTRUCTURA DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INTERINSTITUCIONALES (OACRI)

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales (OACRI) es la dependencia encargada de planificar, asesorar y ejecutar todas las actividades relacionadas con la comunicación interna y externa, así como las relaciones interinstitucionales de la UAESP. Para cumplir con sus funciones, la OACRI se organiza en 6 equipos de trabajo, cada uno con responsabilidades específicas que contribuyen a la ejecución efectiva de las estrategias de comunicación y relaciones interinstitucionales de la entidad.

1. Jefe de la OACRI

Responsabilidades:

- Liderar y coordinar todos los equipos de trabajo de la OACRI.
- Dirigir el diseño, ejecución y seguimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones y el Plan de Relaciones Interinstitucionales.
- Asesorar a la Dirección General y dependencias de la UAESP en materia de comunicaciones y relaciones institucionales.
- Supervisar las actividades y evaluar el impacto de las acciones de comunicación.

2. Equipo de Comunicación Interna

Responsabilidades:

- Desarrollar estrategias y tácticas de comunicación interna para garantizar el flujo de información dentro de la UAESP.
- Implementar canales de comunicación efectivos, como boletines internos, intranet, y reuniones periódicas.

- Fomentar la participación y el compromiso de los empleados a través de campañas internas.
- Asegurar la alineación de todos los empleados con los valores y objetivos estratégicos de la UAESP.

3. Equipo de Comunicación Externa

Responsabilidades:

- Gestionar la comunicación externa con medios de comunicación, ciudadanía y otros actores relevantes.
- Elaborar y distribuir materiales informativos, como comunicados de prensa, boletines y contenido en redes sociales.
- Organizar conferencias de prensa, entrevistas y eventos para divulgar las actividades de la UAESP.
- Monitorear la cobertura mediática y gestionar la respuesta institucional ante situaciones de crisis o controversias.

Equipo de digital

Responsabilidades:

- Gestionar las plataformas digitales y redes sociales de la UAESP.
- Desarrollar contenido digital (videos, infografías, publicaciones en redes sociales) para la difusión de actividades y servicios de la UAESP.
- Asegurar la correcta interacción con los usuarios en las redes sociales y responder a inquietudes o comentarios de la comunidad.
- Implementar herramientas digitales para mejorar la comunicación interna y externa.

Hacer de análisis de datos relacionado con estrategias digital

Equipo de Diseño

Responsabilidades:

- Desarrollar todos los materiales gráficos requeridos para las campañas de comunicación interna y externa (folletos, carteles, presentaciones, infografías, etc.).
- Trabajar en conjunto con los equipos de comunicación para garantizar que todos los materiales visuales respeten los lineamientos de la imagen institucional.
- Asegurar la producción de contenidos visuales creativos y adecuados para cada plataforma de comunicación.
- Gestionar la impresión y distribución de materiales visuales, asegurando su calidad y efectividad en la transmisión del mensaje.

9. Equipo Audiovisual

Responsabilidades:

- Crear y producir contenidos audiovisuales (videos, documentales, animaciones, etc.) para promover las actividades y proyectos de la UAESP.
- Coordinar la grabación de eventos institucionales, conferencias y entrevistas.
- Desarrollar contenido multimedia para redes sociales, sitios web y otros canales de comunicación.
- Gestionar la edición y postproducción de los materiales audiovisuales, asegurando su calidad y adecuación a los objetivos de comunicación.

10. Equipo Jurídico / Administrativo

Responsabilidades:

- Asesorar en la revisión y validación de documentos legales relacionados con las comunicaciones (contratos, acuerdos de colaboración, derechos de autor, uso de imágenes, etc.).
- Garantizar que todas las actividades de comunicación y relaciones interinstitucionales cumplan con las normativas legales vigentes.
- Gestionar la elaboración de acuerdos y convenios institucionales relacionados con las actividades comunicativas.
- Asegurar la correcta gestión de los recursos administrativos y financieros de la OACRI, incluyendo el manejo de presupuestos y la contratación de proveedores.
- Coordinar lo relacionado con el sistema de calidad.

Normativa

- **Norma ISO 9001:2015, 7.4 COMUNICACIÓN:** La organización debe identificar las comunicaciones internas y externas relevantes para el sistema de gestión de la calidad, asegurando su eficacia.
- **Manual MIPG - Dimensión N° 5: Información y Comunicación:** Este manual establece que es fundamental garantizar un adecuado flujo de la información tanto interna como externa, promoviendo la transparencia y claridad en las comunicaciones.
- **Política de Comunicación Incluyente:** Cumplir con los lineamientos establecidos en la Política de Comunicación Incluyente del Departamento



Administrativo del Servicio Civil Distrital, fomentando la participación y la inclusión en todas las comunicaciones.

COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Objetivo:

Establecer acciones que promuevan una comunicación integral y efectiva, permitiendo la divulgación de la gestión institucional de la UAESP a los grupos de interés internos y externos mediante los canales de comunicación más adecuados. Además, fortalecer la imagen institucional y diseñar estrategias de cultura ciudadana y pedagogía social enfocadas en el cuidado del medio ambiente y el bienestar urbano.

Alcance del Plan Estratégico de Comunicaciones de la OACRI

El Plan inicia con el diseño de las acciones o estrategias comunicativas que permitan divulgar a los grupos de interés internos y externos la gestión institucional de la UAESP, fortalecer el posicionamiento de su imagen y realizar campañas de cultura ciudadana frente al cuidado del medio ambiente y de la ciudad a través de temáticas como el manejo adecuado de los residuos su generación y aprovechamiento, el cuidado del mobiliario de aseo y del espacio público de la ciudad, de la infraestructura lumínica y de los cementerios propiedad del Distrito, y finaliza con la puesta en marcha de estas.

Política de Comunicaciones

La UAESP, a través de su Política de Comunicación, está comprometida con la divulgación de información oportuna, veraz, clara, íntegra, inclusiva y actualizada a todos sus grupos de interés a través de los medios de comunicación más idóneos para su tránsito y manejo que faciliten la retroalimentación y contribuyan a resolver las necesidades de comunicación. Esta Política es transversal, estratégica e integradora y está dirigida a los servidores públicos y contratistas de la entidad, así como a todas las personas naturales y jurídicas que, de una u otra manera, están relacionadas con sus procesos misionales, estratégicos, de apoyo y evaluación. Así mismo, centra sus

esfuerzos hacia el reconocimiento de la entidad entre la ciudadanía, el fortalecimiento de la imagen corporativa, la difusión de información a través de los medios internos y externos y la mejora continua de los procesos, siendo la comunicación un elemento clave para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Unidad.

Generalidades

- Toda información destinada a la publicación o difusión, tanto interna como externa, **debe ser revisada y aprobada por la OACRI.**
- La información en la página web debe seguir los lineamientos de la Alta Consejería Distrital para las TIC y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), garantizando el acceso a la información, la transparencia, la seguridad y los derechos ciudadanos, establecido en la Ley 1712 de 2014 del Congreso de Colombia.
- El lenguaje utilizado será inclusivo, respetuoso y efectivo, cumpliendo con la Política de Comunicación Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital y evitando discriminación o estigmatización.
- La línea gráfica y audiovisual se ajustará al Manual de Imagen Institucional de la UAESP y la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- La OACRI será responsable del diseño y producción de contenidos, asegurando el cumplimiento de las normas de ortografía y estilo de la Real Academia Española.

SOLICITUDES A LA OACRI

Las solicitudes a la OACRI deben realizarse a través del formulario creado para tal fin <https://forms.office.com/r/uRvDLeEBgw>, por parte del jefe de área o a quien este designe y deben cumplir con los siguientes tiempos establecidos según el tipo de solicitud:

- **Elaboración de piezas gráficas digitales:** solicitar con 5 días de anticipación
- **Elaboración de Cartillas, manuales o diseño editorial** 10 días de anticipación

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- **Elaboración de piezas gráficas impresas:** solicitar con 15 días de anticipación
- **Producción de contenidos audiovisuales:** solicitar con 15 días de anticipación
- **Creación de estrategias/campañas de comunicación:** solicitar con 20 días de anticipación
- **Apoyo en eventos internos y externos:** 20 días de anticipación

Las solicitudes deben incluir una descripción detallada y los archivos relevantes (fotos, videos, imágenes, documentos, logos) para el diseño de estrategias o contenidos comunicacionales, así como la vigencia de la publicación (fechas). Además, la creación de libros y publicaciones se ajustará a las normativas vigentes en propiedad intelectual y derechos de autor.

La gestión de las comunicaciones debe alinearse con las metas estratégicas de la UAESP y del Distrito, asegurando la relevancia y eficacia de las actividades públicas. Solo los funcionarios del nivel directivo y los administradores de correo electrónico y redes de la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están autorizados para el envío de mensajes masivos. Otros funcionarios deben obtener la aprobación de la OACRI.

La entrega de material de divulgación (volantes, afiches, pendones, etc.) se gestionará a través del formato GCI-FM-03 Entrega material de divulgación, el cual debe archivarse en la OACRI. Las áreas solicitantes serán responsables de la veracidad y calidad de la información proporcionada.

Ningún contenido comunicativo o audiovisual podrá ser difundido sin la aprobación previa del directivo encargado del área/Dirección General y con el visto bueno del jefe de la OACRI o la persona designada.

Los contenidos a publicar en la página web e intranet deben ser enviados por el jefe del área y deben cumplir con la Ley 1712 de 2014 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

Los comunicados y boletines de prensa deben contar con la aprobación del jefe de área y la Dirección General y alinearse con las necesidades de la Alta Gerencia y los objetivos de los procesos misionales.

Es fundamental emplear un lenguaje claro, accesible y adecuado para los públicos de interés.

La OACRI será el único canal autorizado para gestionar la relación entre la UAESP y los medios de comunicación.

OBJETIVO INSTITUCIONAL

Fortalecer la cultura organizacional de la UAESP, promoviendo la apropiación de los valores institucionales y fomentando el cuidado del medio ambiente y de la ciudad. Esto se logrará a través de la implementación de buenas prácticas centradas en el servicio, la comunicación efectiva y el desarrollo integral del talento humano.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación que fortalezca el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la entidad. La estrategia divulgará la gestión institucional y las actividades realizadas, destacando la eficiencia, la calidad en la prestación de servicios y el compromiso con la ciudadanía como elementos distintivos de la entidad.

Audiencia Interna

Perfil de la audiencia:

Colaboradores de la UAESP: Personal administrativo, operativo y técnico.

- Diversidad de roles y niveles jerárquicos.
- Comprometidos con la gestión ambiental, social y administrativa de la entidad.

- Receptores de información institucional a través de medios internos como correo electrónico, boletines, noticieros y eventos.

Impacto esperado:

- Posicionar en los/las colaboradores la razón de ser de la entidad a través de diferentes estrategias, 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.
- Resaltar como una de las principales características de la entidad su marca de eficiencia y calidad en la prestación de los servicios y de atención y servicio a la ciudadanía.
- 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.
- Proponer y apoyar a las oficinas y subdirecciones en el diseño de estrategias para comunicar la información que generan.
- 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 externos de la entidad y brindar herramientas para que puedan serlo.
- Apoyar a la Dirección general y a la Oficina Asesora de Planeación en la realización, cubrimiento y divulgación de ejercicios de participación ciudadana, Rendición de Cuentas de la gestión institucional.

Todos los contenidos que se transmiten a través de la OACRI deben ser revisados y aprobados por el/la Jefe de la OACRI para garantizar su precisión, relevancia y alineación con los lineamientos institucionales.

CANALES INTERNOS DE COMUNICACIÓN**1. Correo electrónico institucional**

Medio oficial para comunicados formales y masivos.

Observaciones: Asegurar claridad y periodicidad para evitar saturación.

El lenguaje utilizado debe ser respetuoso e incluyente.

La OACRI deberá cumplir los lineamientos establecidos por la Oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones respecto a las políticas de seguridad de la información y protección de datos personales. La información enviada debe ser clara, concisa y contar con el aval del/a Jefe de la OACRI o la persona asignada.

2. Intranet corporativa

- Plataforma centralizada para noticias, recursos y herramientas internas.
- Mantenerla actualizada y fácil de navegar.

7. Wallpaper

- Hace referencia a la imagen que se publica como fondo de pantalla en los equipos de cómputo de carácter institucional.

8. Productos audiovisuales internos

- Relatos breves con información relevante para el público interno.
- Tono cercano y accesible.

Canales físicos

- Paneles en puntos clave con anuncios e información actualizada y relevante.

Interacciones directas

11. Reuniones informativas sobre el quehacer de la OACRI y los procesos con que cuenta.
13. Encuestas y formularios
 - Herramientas para medir el nivel de conocimiento y satisfacción sobre los procesos de la OACRI enfocados en la mejora continua.

PRODUCTOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. **Newsletter / En las redes nos vemos:** publicaciones más relevantes que se difunden a través de las redes sociales institucionales con el fin de aumentar el número de seguidores y las interacciones con los contenidos. Se envía de manera masiva a los/las colaboradores a través del correo electrónico institucional.

Periodicidad: Quincenal

2. **Diseño de piezas:** piezas de comunicación interna solicitadas por las diferentes dependencias sean gráficas o audiovisuales, para informar los sucesos, capacitaciones y eventos de bienestar de la entidad.

3. **Wallpapers:** Se utilizarán a discreción de la OACRI para difundir información importante y relevante para todos los funcionarios/as y servidores/as y de acuerdo con las solicitudes de las dependencias, de la Dirección de la entidad y de las sinergias de la Alcaldía Mayor.

Periodicidad: 3 al año.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

No	ACCIÓN	ACTIVIDADES	MEDIOS
1	Fortalecer la cultura organizacional de la entidad basada en la eficiencia y la calidad a través de la apropiación de los valores institucionales, el código de integridad, el cuidado del medio ambiente y de la ciudad a través de buenas prácticas centradas en el servicio, la comunicación y el desarrollo del talento humano.	Creación de campañas y contenidos comunicativos orientados hacia la apropiación del código de integridad y los valores institucionales.	Mailing, Intranet, Wallpaper, LinkedIn
2	Posicionar los productos comunicacionales y los canales de comunicación internos en la entidad.	Difundir información llamativa y concisa sobre el que hacer de la entidad a través de los productos y canales de comunicación internos a fin de incentivar la apropiación de los mismos.	Mailing
3	Posicionar al interior de la entidad las cuentas institucionales en las redes sociales.	Crear y desarrollar campañas de comunicación interna, o producir contenidos gráficos y audiovisuales, donde se invite a los colaboradores usar las redes sociales	Mailing

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

No	ACCIÓN	ACTIVIDADES	MEDIOS
		institucionales y a seguir las.	
4	Incentivar la participación de los/las colaboradores en los diferentes programas, proyectos, actividades y capacitaciones de la entidad.	Diseñar piezas comunicativas que motiven a los/las colaboradores a participar en los diferentes programas, proyectos, actividades y capacitaciones de la entidad.	Mailing
5	Fortalecer la intranet institucional y compartir, a través de esta, información relevante para los colaboradores de la entidad.	Producir contenidos de acuerdo a las solicitudes de las dependencias de la entidad que alimenten la intranet.	Intranet, mailing
6	En articulación con el equipo de Talento Humano, desarrollar acciones para resaltar la labor realizada por los/las colaboradores y su parte humana, a fin de fortalecer el sentido de pertenencia por la entidad.	Divulgar información como fechas de cumpleaños, conmemoración de las profesiones, tips de bienestar laboral, liderazgo, entre otros.	Mailing, intranet

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Fortalecer la relación con medios de comunicación, periodistas, editores o colaboradores de medios masivos, comunitarios, alternativos, universitarios, regionales, digitales e internacionales que producen información de interés relacionada con la misionalidad de

la UAESP, esto incluye la gestión de prensa o free press, reuniones de trabajo, ruedas o conferencias de prensa, visitas a medios, entrevistas, respuestas a cuestionarios, acompañamiento a medios, debates en los que participe el/a director/a o sus delegados/as.

Funciones clave de la OACRI en la Estrategia de Comunicación

-La OACRI desempeña un papel fundamental en la gestión y fortalecimiento de la comunicación externa, llevando a cabo diversas actividades concretas para garantizar la eficacia y el impacto de los mensajes institucionales.

Monitoreo de Medios

-Realizar un seguimiento constante de los medios de comunicación para captar y evaluar la cobertura relacionada con la UAESP.

Actualización de Bases de Datos

-Mantener bases de datos actualizadas de periodistas, editores y medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales.

Capacitación de Vocero

Programar entrenamientos regulares para los voceros institucionales, fortaleciendo su capacidad para transmitir mensajes clave de manera efectiva.

Creación de Mensajes Clave y Piezas de Comunicación:

Desarrollar los mensajes esenciales de las campañas de comunicación y sus respectivas piezas, como convocatorias, comunicados de prensa, boletines, videos y notas para la página web.

Coordinación y Supervisión de Piezas Comunicativas:

Coordinar y supervisar la producción de contenido comunicativo, incluyendo la elaboración del plan de medios y su ejecución, de acuerdo con el presupuesto aprobado.

Equipo Periodístico Especializado:

Contar con un equipo de periodistas profesionales que cubren las cuatro áreas misionales de la UAESP: Alumbrado Público y Servicios Funerarios, Recolección, Barrido y Limpieza (RBL), Aprovechamiento y Disposición Final.

Estos periodistas actúan como el enlace directo entre la OACRI y las subdirecciones, realizando cubrimientos detallados de las acciones y actividades institucionales.

Realizan entrevistas a voceros gubernamentales y a ciudadanos, contribuyendo al posicionamiento estratégico de la entidad y al fortalecimiento de su imagen institucional.

Divulgación de Contenidos:

Los productos comunicativos desarrollados por el equipo se distribuyen a través de los distintos canales de comunicación de la entidad, garantizando su alcance y visibilidad.

Estas funciones clave aseguran una comunicación externa eficiente, proactiva y alineada con los objetivos institucionales, potenciando la imagen y la relación de la UAESP con sus públicos externos.

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

- Crear e implementar estrategias de comunicación con el fin de dar a conocer las acciones, programas y proyectos a la opinión pública.
- Lograr el posicionamiento y reconocimiento de la entidad en función de los diferentes grupos de interés por medio del desarrollo de acciones y estrategias de comunicación.
- Posicionar la gestión de la entidad entre sus grupos de interés mediante el desarrollo de acciones y estrategias comunicativas divulgadas a través de diferentes medios de comunicación.

Estos objetivos garantizan una comunicación institucional efectiva y coherente, que no solo informa, sino que también posiciona estratégicamente a la UAESP como una entidad comprometida con la prestación de servicios públicos de calidad en Bogotá.

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Divulgar y visibilizar los proyectos, programas, planes y logros de la UAESP con el propósito de posicionar la imagen de la Unidad y fortalecer las relaciones, diálogo y participación con las diversas audiencias.

AUDIENCIAS, PERFIL E IMPACTO ESPERADO

1. Ciudadanía en general:

- **Perfil:** Residentes de Bogotá interesados en los servicios públicos y la gestión ambiental.
- **Impacto esperado:** Conocimiento ampliado sobre los servicios, proyectos y beneficios que la UAESP ofrece, fomentando su participación activa en iniciativas y proyectos.

2. Contratistas y operarios de la UAESP:

- **Perfil:** Colaboradores externos e internos que prestan servicios a la UAESP.
- **Impacto esperado:** Fortalecimiento del sentido de pertenencia, entendimiento de los lineamientos y compromiso con los objetivos institucionales.

3. Medios de comunicación, redes sociales y ciudadanos/as con acceso digital:

- **Perfil:** Periodistas, editores, usuarios activos de plataformas digitales y redes sociales.
- **Impacto esperado:** Generación de contenido relevante, cobertura y difusión eficiente de los proyectos y logros institucionales, ampliando la visibilidad de la UAESP en los medios.

4. Jefes de prensa y equipos de comunicaciones del Distrito:

- **Perfil:** Comunicadores y responsables de prensa en entidades del Distrito Capital.
- **Impacto esperado:** Colaboración efectiva en la generación de mensajes alineados con los objetivos del Distrito, asegurando una comunicación conjunta y estratégica.

5. Recicladores/as y organizaciones de recicladores:

- **Perfil:** Grupos organizados dedicados al reciclaje en Bogotá.
- **Impacto esperado:** Fomentar la participación activa en las estrategias de aprovechamiento, sensibilización sobre el reciclaje y fortalecimiento de la relación con la UAESP.

6. Actores sociales y comunitarios:

- **Perfil:** Grupos y organizaciones sociales interesados en la gestión comunitaria y ambiental.
- **Impacto esperado:** Promoción de la conciencia comunitaria sobre los servicios públicos y la gestión ambiental, estimulando la colaboración en acciones sociales y ambientales.

7. Sector Educativo:

- **Perfil:** Estudiantes, docentes y líderes educativos.
- **Impacto esperado:** Integración de contenidos educativos sobre servicios públicos, sostenibilidad y buenas prácticas, incentivando la formación de futuros agentes sociales responsables.

8. Entidades y organizaciones del entorno misional de la UAESP:

- **Perfil:** Entidades que trabajan en temas relacionados con los servicios públicos y la gestión ambiental.
- **Impacto esperado:** Aumento del trabajo conjunto, la sinergia y la generación de proyectos colaborativos para mejorar la prestación de servicios y la sostenibilidad urbana.

ACTIVIDADES PRINCIPALES

- **Cubrimiento Noticioso:** Investigación de temáticas, consulta de fuentes de información, grabación audiovisual, toma de fotografías, y realización de entrevistas para asegurar una cobertura completa y precisa.
- **Elaboración de Contenidos Noticiosos:** Producción de materiales informativos como comunicados, boletines, guiones para piezas audiovisuales, mensajes o copys para piezas gráficas o audiovisuales, especiales, y programas que promuevan la difusión clara y efectiva de la información.
- **Elaboración de Contenidos de Cultura Ciudadana:** Desarrollo de campañas, parrillas de mensajes, copys para piezas gráficas, y guiones para piezas audiovisuales dirigidos a fomentar la cultura ciudadana y el conocimiento sobre los servicios públicos.
- **Eventos Externos:** Apoyo comunicacional en la organización de eventos, incluyendo la elaboración de convocatorias, piezas de contenido, divulgación de

información, presentación, protocolo, y registro para garantizar una adecuada visibilidad y organización.

- **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 directo y acompañamiento a periodistas y líderes de opinión durante entrevistas y grabaciones.
- **Monitoreo de Medios:** Seguimiento constante de las menciones relacionadas con la UAESP, su misionalidad y sus directivos en medios masivos, comunitarios, alternativos y digitales. El objetivo es desarrollar acciones comunicacionales que fortalezcan la imagen institucional, contrarresten el ruido comunicacional, y eviten posibles crisis mediáticas.
- **Entrenamiento de Voceros:** Formación y capacitación de servidores públicos y colaboradores autorizados para hablar en representación de la UAESP ante medios de comunicación, en escenarios como ruedas de prensa, entrevistas, foros, eventos públicos, y otros productos noticiosos propios.

Estas actividades son esenciales para garantizar una comunicación efectiva, la protección de la imagen institucional y el fortalecimiento de las relaciones con los diferentes públicos internos y externos.

5.3. OBJETIVO DE COMUNICACIÓN

Divulgar y visibilizar los proyectos, programas, planes y logros de la UAESP con el propósito de posicionar la imagen de la Unidad y fortalecer las relaciones, diálogo y participación con las diversas audiencias.

CANALES EXTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. Redes Sociales:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- **Descripción:** Plataformas digitales como Facebook, Twitter (X), Instagram, LinkedIn, TikTok y YouTube utilizadas para la divulgación de información, interacción con los ciudadanos/as y promoción de proyectos, eventos y campañas.
- **Observaciones:**
 - Los contenidos deben ser atractivos, visualmente impactantes y adaptados al lenguaje de cada plataforma.
 - Es clave mantener una interacción constante, responder comentarios y fomentar la participación ciudadana.
 - Se deben implementar estrategias de segmentación para alcanzar audiencias específicas.

2. Página Web Institucional:

- **Descripción:** Espacio oficial de la UAESP donde se publican boletines, noticias, informes, proyectos y eventos relevantes para la ciudadanía.
- **Observaciones:**
 - La información debe estar actualizada, ser fácil de navegar y accesible para diferentes públicos.
 - Incluir secciones destacadas para campañas prioritarias y temas misionales.
 - Garantizar la compatibilidad con dispositivos móviles y accesibilidad para personas con discapacidades.

3. Free Press (Gestión de Prensa):

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- **Descripción:** Relación directa con medios de comunicación masivos, comunitarios, alternativos y digitales para la publicación gratuita de noticias, boletines de prensa, entrevistas y artículos de interés relacionados con la UAESP.
- **Observaciones:**
 - Los boletines y materiales enviados a medios deben ser claros, relevantes y alineados con los intereses de los periodistas.
 - Mantener actualizadas las bases de datos de contactos en medios y realizar seguimientos para asegurar la publicación de los contenidos.
 - Promover el acompañamiento a periodistas en eventos y actividades de la entidad para fortalecer el relacionamiento y ampliar la cobertura mediática.

Estos canales permiten posicionar a la UAESP como un referente en la gestión de servicios públicos, mejorar su interacción con la ciudadanía y garantizar una comunicación efectiva con sus diversos públicos externos.

PRODUCTOS EXTERNOS DE COMUNICACIÓN

1. Boletines de Prensa

- **Descripción:** Documentos informativos enviados a medios de comunicación con detalles sobre proyectos, eventos, logros y actividades institucionales.
- **Periodicidad:** Según necesidades comunicativas (semestral).

2. Publicaciones en Redes Sociales

- **Descripción:** Contenidos gráficos, audiovisuales y textuales para plataformas como Facebook, Instagram, Twitter (X), LinkedIn, TikTok y YouTube, enfocados en visibilizar acciones, campañas y proyectos.
- **Periodicidad:** Diaria, adaptada al alcance y características de cada plataforma.

3. Artículos en la Página Web

- **Descripción:** Noticias, reportajes y actualizaciones sobre las acciones de la UAESP, dirigidas a audiencias interesadas en la misionalidad de la entidad.
- **Periodicidad:** Semanal.

4. Videos Institucionales

- **Descripción:** Producciones audiovisuales para explicar proyectos, reportar avances y destacar logros de la UAESP.
- **Periodicidad:** Según la necesidad de las campañas.

5. Newsletter Digital

- **Descripción:** Resumen mensual enviado a ciudadanos/as suscritos, con información clave sobre actividades, logros y servicios de la UAESP.
- **Periodicidad:** Mensual.

6. Podcast Institucional

- **Descripción:** Programa de audio en formato digital que aborda temas de interés público relacionados con la gestión y misionalidad de la UAESP.
- **Periodicidad:** Quincenal o mensual.

7. Ruedas de Prensa y Comunicados Especiales

- **Descripción:** Eventos y documentos para anunciar información relevante o responder a temas de interés mediático.
- **Periodicidad:** Según la coyuntura o estrategia de comunicación.

8. Piezas Gráficas para Campañas

- **Descripción:** Diseños para banners, carteles, publicaciones digitales, y materiales impresos que apoyen la difusión de campañas de impacto.
- **Periodicidad:** Según la planificación de campañas (mínimo trimestral).

9. Reportes y Memorias de Eventos

- **Descripción:** Documentos y publicaciones que recopilan los resultados y conclusiones de eventos, foros o actividades de participación ciudadana.
- **Periodicidad:** Después de cada evento.

Estos productos ofrecen una cobertura integral de las acciones de la UAESP, adaptándose a diferentes audiencias y maximizando el impacto de la comunicación externa.

ACCIONES CLAVES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Gestión de Relacionamiento con Medios:

- Organizar ruedas de prensa, rueda de visitas a medios y entrevistas con voceros clave, fortaleciendo las relaciones con periodistas, editores y líderes de opinión.

2. Producción de Contenidos Audiovisual:

- Crear videos, infografías y piezas gráficas sobre proyectos y campañas.

- Generar contenidos atractivos para redes sociales y plataformas digitales.

3. Estrategias de Free Press:

- Enviar comunicados, boletines de prensa y material audiovisual a medios masivos, alternativos y comunitarios.

4. Participación en Eventos Públicos:

- Difundir actividades de la entidad en ferias, foros y espacios comunitarios.
- Asegurar la presencia institucional con materiales de comunicación y voceros preparados.

5. Monitoreo y Análisis Mediático:

- Realizar seguimiento a las menciones en medios y redes sociales.

6. Promoción en Plataformas Digitales:

- Diseñar campañas específicas para redes sociales con segmentación de audiencia.
- Actualizar constantemente la página web con noticias, reportes y eventos destacados.

7. Participación Ciudadana y Pedagogía:

- Implementar campañas que sensibilice a la ciudadanía sobre la importancia de tener buenas prácticas y hacer adecuada disposición de residuos, además de los servicios y programas de la entidad.
- Mantener un diálogo constante con la ciudadanía y brindar información clara y relevante.

8. Acompañamiento Comunicacional en Proyectos:

- Brindar soporte comunicativo a subdirecciones y proyectos misionales.
- Divulgar avances y logros mediante narrativas atractivas y accesibles.

9. Campañas de Posicionamiento Institucional:

- Diseñar estrategias para destacar la eficiencia, calidad y compromiso de la UAESP.
- Resaltar historias de impacto y beneficios para la comunidad.

Estas acciones permiten consolidar una comunicación estratégica y efectiva que refuerza la conexión entre la UAESP y sus audiencias externas.

PRODUCCIÓN Y GESTIÓN

Para garantizar la planificación y ejecución efectiva de las actividades de comunicación externa, se llevarán a cabo las siguientes acciones clave:

1. Elaboración de una Matriz de Acciones Periodísticas:

- Refleja o consolida el tráfico de la oficina de comunicaciones frente a las acciones periodísticas.

2. Identificación de Aliados Estratégicos:

- Localizar y establecer relaciones con organizaciones y actores clave que faciliten la implementación, gestión y visibilidad de las actividades.

3. Colaboración con Entidades Distritales:

- Identificar y coordinar acciones con entidades distritales afines al propósito de cada actividad para fortalecer el impacto y la coherencia institucional.

4. Reconocimiento de Actores Clave:

- Identificar figuras relevantes en el entorno social, comunitario y empresarial que puedan contribuir a la sostenibilidad y éxito de las acciones emprendidas.

VOCEROS DE LA UAESP

El/la director(a) general es el vocero principal de la entidad, encargado de liderar la rendición de cuentas y representar públicamente a la UAESP en temas de alto impacto. Este rol puede ser compartido con subdirectores/as, jefes/as de oficina y miembros del Comité Directivo, quienes ofrecerán pronunciamientos técnicos, previa autorización de la Dirección General y con el acompañamiento de la OACRI, especialmente en situaciones que requieran precisión o manejo de crisis.

PRINCIPIOS CLAVE PARA LOS VOCEROS/AS:**1. Preparación y Autorización:**

- Los voceros/as deben estar autorizados/as por sus superiores y tener una comprensión clara de la misión, visión y lineamientos de la entidad.
- Toda información oficial emitida debe ser verificable y coordinada con la OACRI.

2. Entrenamiento y Apoyo:

- Contarán con el respaldo y capacitación de la OACRI para garantizar la claridad, profesionalismo y ética en sus mensajes.
- La OACRI recopilará datos objetivos para sustentar los mensajes a emitir.

3. Limitaciones y Responsabilidades:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

- Contratistas y personal no autorizado no podrán actuar como voceros oficiales ni suministrar información a medios.
- Cada funcionario/a es responsable de la información que comparte a nivel interno o externo, asegurando su adecuación a los lineamientos institucionales.

COMITÉS Y COMISIONES CON PARTICIPACIÓN DE LA OACRI

El/la jefe/a de la OACRI tiene un rol activo en los siguientes espacios estratégicos de la entidad:

- **Comité Directivo de la UAESP:** Preside la dirección general y define lineamientos clave para la gestión institucional.
- **Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo (COPASST):** Contribuye a garantizar condiciones seguras y saludables para los colaboradores/as.
- **Comité de Convivencia Laboral:** Participa en la promoción de un entorno laboral armónico, basado en el respeto y la cooperación.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

Con el objetivo de garantizar el cumplimiento, eficacia y mejora continua de las acciones de comunicación, la OACRI lleva a cabo las siguientes actividades:

1. Comité Primario de Comunicaciones (Mensual):

- Determina la agenda de actividades para el mes.
- Comparte información relevante para la gestión de la oficina.
- Realiza seguimiento al presupuesto asignado, evaluando su ejecución eficiente.

- Monitorea los controles de riesgos de corrupción y de gestión para mitigar posibles irregularidades.

2. Consejo de Redacción (Semanal):

- Revisa el avance de los compromisos adquiridos.
- Define y planifica los contenidos comunicacionales a desarrollar y publicar en la semana.

3. Indicadores del Plan de Acción:

- Monitorea y actualiza los indicadores establecidos para medir el impacto de las actividades y productos de comunicación, asegurando alineación con los objetivos estratégicos de la entidad.

4. Participación en Auditorías:

- Asiste a auditorías internas y externas, contribuyendo con información clave sobre las acciones y productos de comunicación para fortalecer la gestión institucional.

5. Encuestas de Evaluación (Semestrales):

- Aplica instrumentos para conocer la percepción de los canales y productos de comunicación.
- Evalúa si la información divulgada es clara, comprensible y adecuada a las necesidades de los públicos objetivos.

GESTIÓN DE SITUACIONES DE CRISIS

El manejo de crisis es una de las tareas más sensibles dentro de la gestión comunicacional de la OACRI. Se define una crisis como cualquier situación que pone en riesgo la reputación, integridad, sostenibilidad, estabilidad o gobernabilidad de la

UAESP, ya sea por hechos reales, confusiones o desinformación. Estas situaciones requieren respuestas rápidas, estratégicas y transparentes para minimizar el impacto negativo y garantizar la confianza pública.

Recomendaciones y Mejora del Protocolo

1. Definición clara y ampliada del concepto de crisis:

- Incluye no solo las amenazas externas (ataques, desinformación, acciones legales), sino también factores internos (errores de gestión, conflictos laborales, incumplimientos de metas).
- Considera aspectos preventivos, como el monitoreo de riesgos reputacionales antes de que se conviertan en crisis.

2. Fortalecimiento del Comité de Crisis:

- **Conformación:** Debe incluir representantes de las áreas más afectadas por la crisis, así como expertos en comunicación y legales.
- **Capacitación:** Los miembros deben recibir formación periódica en manejo de crisis y comunicación estratégica.
- **Activación rápida:** Definir protocolos claros para convocar al comité de manera inmediata.

3. Narrativa Propia:

- La narrativa debe basarse en hechos verificables, ser coherente y adaptada a las audiencias internas y externas.
- Es esencial mantener transparencia, pero evitando exponer información que pueda agravar la situación.

4. Audiencias específicas:

- Priorizar a las audiencias afectadas directamente, como usuarios de servicios, ciudadanía, colaboradores, medios de comunicación o actores clave del entorno.
- Implementar estrategias diferenciadas para cada grupo según su nivel de implicación e interés en la crisis.

5. Voceros/as institucionales:

- Seleccionar a voceros con experiencia y formación en manejo de medios y crisis.
- Garantizar que tengan dominio de los mensajes claves y estén respaldados por información verificable y documentos oficiales.

6. Parrilla de mensajes:

- Diseñar mensajes claros, consistentes y alineados con los valores institucionales.
- Incluir mensajes preventivos para mitigar rumores y evitar confusiones en las primeras etapas de la crisis.

7. Gestión multicanal:

- Monitorear y responder en tiempo real en medios digitales, masivos e internos.
- Utilizar los canales propios (redes sociales, boletines, web institucional) para liderar la narrativa y contrarrestar desinformación.

8. Evaluación y prevención:

- Analizar el impacto de la crisis y documentar las lecciones aprendidas.

- Ajustar el plan de manejo de crisis basado en esta evaluación para prevenir futuras eventualidades.

LINEAMIENTOS PARA UNA COMUNICACIÓN CLARA, INCLUYENTE Y NO SEXISTA EN BOGOTÁ

En la **Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP)**, la comunicación juega un papel crucial, pues interactuamos directamente con la ciudadanía de Bogotá para proveer y gestionar servicios esenciales. Siguiendo los lineamientos del "Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital" de la Alcaldía Mayor de Bogotá, la UAESP se compromete a implementar una **comunicación clara, incluyente y libre de sexismo**.

Dada la diversidad de usuarios y las sensibilidades inherentes a los servicios que prestamos (como la gestión de residuos, el alumbrado público o la administración de cementerios), es fundamental que toda nuestra comunicación promueva la **igualdad de derechos** y sea comprensible para todos. Esto significa que cada mensaje, ya sea una campaña informativa, un aviso de servicio o una respuesta a una inquietud, debe ser **incluyente, no discriminatorio y no sexista**.

En la UAESP, aplicamos enfoques de **derechos humanos, género y diferencial** en todos nuestros productos comunicativos, sin importar el formato. Buscamos reconocer a cada habitante de la ciudad en su diversidad, eliminando estereotipos y cualquier forma de discriminación por diversidad sexual, identidad u orientación. Así, aseguramos que la información sobre nuestros servicios sea accesible y relevante para cada persona, fortaleciendo la confianza y la participación ciudadana en la gestión de los servicios públicos de Bogotá.

1. Comunicación con Lenguaje Claro

En la **Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP)**, la **comunicación con lenguaje claro** es un pilar fundamental de nuestra interacción con la ciudadanía. Guiados por el "Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital" de la Alcaldía Mayor de Bogotá, nos aseguramos de que la información sobre los servicios públicos sea **fácil de entender, digerir y utilizar** para todas las personas.

Para la UAESP, esto significa ir más allá de la simple entrega de datos. Implica transformar información técnica o compleja sobre la gestión de residuos, el alumbrado público, o la administración de cementerios, en **mensajes sencillos, directos y relevantes**. Buscamos eliminar la jerga especializada y las frases enredadas, utilizando un vocabulario cotidiano que permita a cualquier ciudadano comprender sus derechos, deberes y el funcionamiento de los servicios que les impactan directamente.

Implementar un lenguaje claro nos permite **fortalecer la participación ciudadana, mejorar la transparencia y facilitar el acceso a los servicios públicos**. Cuando la comunicación es clara, los ciudadanos pueden tomar decisiones informadas, acceder a la información que necesitan sin barreras y colaborar de manera más efectiva con la entidad. En definitiva, la UAESP se compromete a hablar el mismo idioma que la Bogotá que servimos.

2. Comunicación Incluyente y No Sexista

Comunicación Incluyente y No Sexista en la UAESP

En la **Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP)**, entendemos que Bogotá es una ciudad rica en diversidad, donde conviven múltiples identidades, géneros y realidades. Por eso, adoptar una **comunicación incluyente y no sexista** no es solo una recomendación, sino un pilar fundamental de nuestra interacción con cada ciudadano, tal como lo subraya el "Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital" de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Para la UAESP, esto significa ir más allá del lenguaje binario y reconocer a todas las personas en su singularidad. Nos esforzamos por eliminar cualquier rastro de discriminación o estereotipo en nuestros mensajes, ya sea en relación con la identidad de género, la orientación sexual, la diversidad funcional, la etnia o la edad. Nuestro objetivo es que cada habitante de Bogotá se sienta representado, respetado y valorado en cada campaña, aviso o interacción que tengamos sobre los servicios públicos.

Implementar una comunicación incluyente y no sexista nos permite construir lazos de confianza más fuertes con la comunidad. Al reflejar la diversidad de Bogotá en nuestro lenguaje y nuestras imágenes, aseguramos que la información sobre la gestión de residuos, el alumbrado público o los cementerios llegue a todos de manera equitativa y digna. En la UAESP, estamos comprometidos con una comunicación que promueva la igualdad y celebre la riqueza de nuestra ciudad.

Más información: <https://rb.gy/yxwooh>

3. Enfoque de Derechos Humanos en la Comunicación de la UAESP

En la **Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP)**, nuestra comunicación se fundamenta en un **Enfoque de Derechos Humanos**. Es crucial que cada mensaje que emitimos ya sea sobre la gestión de residuos, el alumbrado público, o los servicios funerarios, considere la diversidad de formas de pensar, actuar y relacionarse de la ciudadanía bogotana. Nuestro compromiso es promover **espacios de diálogo y participación** que garanticen el ejercicio pleno de los derechos de todas las personas, en igualdad de condiciones.

¿Qué implica esto para la UAESP?

Significa que, al comunicar sobre la disposición de residuos, el mantenimiento del espacio público o los requisitos para servicios especiales, debemos:

- **Reflejar la diversidad:** Presentar la variedad de contextos familiares y personales que utilizan nuestros servicios. Por ejemplo, al informar sobre puntos de recolección de residuos especiales, las imágenes y ejemplos deben incluir a personas de todas las edades, capacidades y tipos de hogares.
- **Asegurar la accesibilidad:** Utilizar medios digitales y físicos que sean accesibles para todos los ciudadanos, ofreciendo además canales para la atención y resolución de dudas. Esto puede incluir el uso de formatos adaptados o la disponibilidad de personal capacitado para atender diversas necesidades.
- **Emplear un lenguaje digno y respetuoso:** Es vital evitar cualquier término despectivo o estigmatizante al referirnos a grupos vulnerables. Por ejemplo, al hablar de personas que habitan el espacio público, debemos usar siempre el término **"habitantes de calle"** en lugar de expresiones peyorativas como "desechables" o "gamines". Nuestro lenguaje debe ser siempre preciso y respetuoso, reconociendo la dignidad inherente de cada individuo.

Al adoptar este enfoque, la UAESP reafirma su compromiso con una comunicación que no solo informa, sino que también construye una Bogotá más equitativa y respetuosa.

Para ampliar esta información y conocer más sobre las directrices del Distrito en este ámbito, puedes consultar la Guía de Lenguaje Incluyente del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital.

3. Enfoque de Género

La comunicación con perspectiva de género debe ser transversal en todas las instancias del Distrito, incluyendo a la UAESP, reconociendo a las personas en su diversidad sin estereotipos ni discriminación basada en sexo, identidad o orientación sexual.

Principios clave incluyen:

- Visibilizar la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.
- Fomentar el empoderamiento de las mujeres.
- Promover la transversalidad de género en todas las políticas públicas.

Recomendaciones:

Evitar estereotipos sexistas modificando verbos y expresiones para incluir a todas las personas. Por ejemplo:

- En lugar de “Cuando los usuarios realicen los trámites,” usar “Cuando las personas realicen los trámites.”
- En lugar de “Los participantes discutirán en equipo,” usar “Las personas participantes discutirán en equipo.”
- Para referirse a grupos, priorizar términos inclusivos como “persona beneficiaria” en lugar de “beneficiario,” y “persona usuaria” en lugar de “usuario.”

Para más información, consulta el **Manual para una Comunicación Libre de Sexismo y Discriminación** disponible en: [enlace].

4. 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.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

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.

Estrategias Recomendadas en la UAESP:

- **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.

CONTROL DE CAMBIOS

TABLA 1 CONTROL DE VERSIONES

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
1	28/12/2007	Inicial
2	05/12/2008	Modifica el contenido y adiciona capítulo: funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Adiciona los títulos de comunicación organizacional, políticas institucionales, herramientas comunicativas, manual de imagen institucional, relaciones interinstitucionales. Elimina capítulo quinto gestión cultural y educativa.
3	09/09/2011	Se modifica código y nombre, y se modifica todo el contenido del plan incluyendo lineamientos del MECI, se eliminan formatos asociados.
4	30/11/2012	Se modifica el contenido del plan.
5	23/10/2019	Se actualiza el plan estratégico de comunicaciones teniendo en cuenta el marco estratégico de la entidad y los cambios organizacionales.
6	22/09/2021	Se actualiza el Plan Estratégico de Comunicaciones en los siguientes ítems: presentación, marco de referencia institucional, normativa, componentes del plan, estrategia de comunicación interna, estrategia de comunicación externa, gestión de eventos institucionales, voceros, seguimiento y control.
7	14/04/2023	Se actualiza documento para mejora del proceso
8	17/01/2025	Se actualiza documento para mejorar proceso
9	01/08/2025	Inclusión de apartado lenguaje incluyente exigido por la Alcaldía Mayor de Bogotá. - Inclusión del formulario de peticiones a la OACRI

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
		- Ajuste al Plan estratégico de comunicación en su sección de comunicación interna.

Fuente: UAESP

AUTORIZACIONES

TABLA 2 AUTORIZACIONES

	NOMBRE	CARGO	FIRMA
Elaboró	Diana Olaya	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	Acta o Grabación Teams - Comité Institucional de Gestión y Desempeño - CIGD
	Diego Fonseca	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
	Marco González	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones interinstitucionales	
Revisó y aprobó	Comité Institucional de Gestión y Desempeño		