

SECRETARIA DISTRITAL DEL HÁBITAT

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Vigencia 2020

Oficina Asesora de Comunicaciones

Bogotá D.C., 2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 4

1 MARCO DE REFERENCIA 5

1.1. Misión de la Secretaría Distrital del Hábitat 6

1.2. Visión de la Secretaría Distrital del Hábitat 6

1.3. Política de Gestión de Calidad 6

1.4. Objetivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones 6

2 DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES 6

3 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2020 7

3.1. Objetivo general 7

3.2. Objetivos específicos 7

3.3. Audiencias 8

3.4. Mensajes estratégicos 8

4 COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2020 9

4.1. COMUNICACIÓN INTERNA..... 9

4.1.1. Objetivo de la Comunicación Interna 10

4.1.2. Objetivos específicos de Comunicación Interna 10

4.1.3. Audiencias de la Comunicación Interna 10

4.1.4. Acciones y Metas 10

4.1.5. Canales de Comunicación Interna 11

4.2 COMUNICACIÓN EXTERNA 12

4.2.1. Objetivo general de la Comunicación Externa..... 12

4.2.2. Objetivos específicos de Comunicación Externa 12

4.2.3. Audiencias de la Comunicación Externa..... 13

4.2.4. Acciones y Metas 13

4.2.5. Canales de Comunicación Externa 14

4.2.6. Relaciones Públicas y Posicionamiento Internacional 15

4.3 COMUNICACIÓN DIGITAL 15

4.3.1. Objetivo de la Comunicación Digital 15

4.3.2. Objetivos específicos de Comunicación Digital 15

4.3.3. Audiencias de la Comunicación Digital 16

4.3.4. Estrategia en Redes Sociales 16

4.3.5. Página Web 16

4.3.6. Estrategias Digitales Adicionales 17

4.3.7. Acciones y Metas 17

4.4. COMUNICACIÓN COMUNITARIA 17

4.4.1. Objetivo de la Comunicación Comunitaria 18

4.4.2. Objetivos específicos de Comunicación Comunitaria 18

4.4.3. Audiencias de la Comunicación Comunitaria 18

4.4.4. Acciones y Metas 18

ANEXOS 19

INTRODUCCIÓN

La Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC), de la Secretaría Distrital del Hábitat (SDHT), hace parte de los procesos estratégicos de la entidad y le corresponde crear y cumplir la política de comunicaciones perteneciente a la institución.

En este documento, la OAC presenta el *Plan Estratégico de Comunicaciones*, en el que son establecidos los lineamientos a cumplir para realizar las acciones de divulgación y socialización que permitan posicionar a la SDHT con sus grupos de interés internos y externos, a través de estrategias que permitan el flujo de información.

Además, la labor de la Oficina es herramienta indispensable para transmitir el mensaje que será el objetivo principal de la Secretaría:

Bogotá, el Mejor Hogar

La difusión de temas a cargo de la OAC apoya el cumplimiento de la misión y la visión de la entidad. Asimismo, la gestión de comunicaciones es un proceso que aporta al cumplimiento de los objetivos misionales, los cuales estarán alineados con el Plan de Desarrollo Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI.

Con este plan se busca la consolidación del trabajo de promoción, divulgación, información y sensibilización que viene desarrollando la Secretaría, focalizando los esfuerzos en:

- Informar permanentemente a la ciudadanía del avance y desarrollo de los programas, planes y proyectos que desarrolla la SDHT.
- Promocionar la participación ciudadana en el desarrollo y ejecución de las metas planteadas por la SDHT en el Plan de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI”.
- Apoyar a las diferentes áreas de la SDHT, a través de atención de requerimientos y prestación de servicios de comunicación que faciliten su quehacer con los públicos internos y externos de la entidad.
- Comunicar los logros obtenidos por la entidad y mostrar el cambio de los territorios a través de elementos visuales del antes y el después; de crónicas e historias de vida con la comunidad; y de videos y clips documentales.
- El Plan de Comunicaciones estará basado en el Plan de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI”, orientado a cumplir con la difusión de las metas y los logros planteados para la Secretaría Distrital del Hábitat y bajo los objetivos del Nuevo Contrato Social:

1. Hacer un nuevo contrato social para incrementar la inclusión social, productiva y política.
2. Cambiar nuestros hábitos de vida para reverdecer a Bogotá y adaptarnos y mitigar el cambio climático.
3. Inspirar confianza y legitimidad para vivir sin miedo y ser epicentro de cultura ciudadana, paz y reconciliación.
4. Hacer de Bogotá-Región un modelo de movilidad, creatividad y productividad incluyente y sostenible.
5. Construir una Bogotá-Región con Gobierno Abierto, transparente y ciudadanía consciente.

Para que estas labores sean efectivas, la Oficina Asesora de Comunicaciones, implementará cuatro líneas de trabajo:

- 1) Comunicación Interna.
- 2) Comunicación Externa.
- 3) Comunicación Digital.
- 4) Comunicación Comunitaria.

En este documento está expuesta, en detalle, la línea base de la Oficina Asesora de Comunicaciones y su funcionamiento. Entre sus competencias está impartir lineamientos, liderar procesos, establecer rutas de trabajo para fortalecer flujos de información, generar mayor confianza en la institucionalidad y unificar los mensajes internos y externos que configuran el criterio de la entidad.

1 MARCO DE REFERENCIA

Este documento ha sido elaborado con base en los elementos que sustentan y orientan la política de Hábitat del Distrito Capital, y bajo el mandato de la misión y visión de la Secretaría Distrital del Hábitat.

Para el 2020, el reto es consolidar a la SDHT como una entidad exitosa e innovadora, ejemplo de un accionar diligente que ofrece óptimas condiciones de vida para los bogotanos en diferentes aspectos: vivienda, servicios públicos, entornos, espacio público y calidad de vida. **QUEREMOS UNA CIUDAD CONSCIENTE, CUIDADORA, INCLUYENTE Y SOSTENIBLE.**

Además, destacaremos las líneas de trabajo de la SDHT para los próximos 4 años:

- **Transformar territorios para la vida.**
- **Un hogar digno para los habitantes de Bogotá.**
- **Servicios públicos accesibles y sostenibles.**
- **Gobernanza, participación y transparencia del Sector hábitat.**
- **Política de Gestión Integral del Hábitat.**

- 1.1. **Misión:** Liderar la formulación de políticas de gestión del territorio urbano y rural, en el marco de un enfoque de desarrollo que articula los objetivos sociales y económicos de ordenamiento territorial y de protección ambiental, a fin de mejorar la vivienda y el urbanismo en el Distrito Capital.
- 1.2. **Visión:** Ser reconocida como la entidad líder para la gestión e implementación de la Política Integral de Vivienda y Hábitat, contribuyendo a que en el Distrito Capital se incremente la igualdad en la calidad de vida; la infraestructura pública disponible como escenario democrático y seguro; y se propicie la construcción de comunidad a través de la interacción de sus habitantes.
- 1.3. **Política de Gestión de Calidad:** la SDHT como responsable de liderar el funcionamiento y la implementación de políticas de gestión de territorio urbano y rural del Distrito está comprometida con la satisfacción de las partes interesadas, mediante el cumplimiento de requisitos de calidad, requisitos legales y otros requisitos, y la mejora continua del SGC.
- 1.4. **Objetivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones:** Realizar actividades de divulgación y socialización de la información a los grupos de interés de la SDHT, con el fin de posicionar y generar contenidos útiles y publicables a nivel interno y externo.

2 DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES

El alcance de los logros trazados requiere un permanente análisis, en materia de comunicación, que tenga en cuenta factores negativos como la desinformación o la tergiversación, entre otros, y que pueden perjudicar la imagen de la Secretaría Distrital del Hábitat.

A continuación, presentamos un diagnóstico de los riesgos que corre la Secretaría del Hábitat ante los medios y el público objetivo; y las repercusiones de las situaciones a afrontar:

<p>Causas del problema</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento sobre las funciones de la Secretaría del Hábitat, por parte de los bogotanos. • Falta de información a los capitalinos sobre la funcionalidad de la entidad y los beneficios que trae acudir a ella. • Desinformación proveniente de contradictores que distorsiona el avance y los resultados de la misionalidad de la entidad.
<p>Problema por resolver</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Amplia desinformación de las tareas de la SDHT, los beneficios que logra con su operatividad y el rol que ejerce como generadora de óptimas condiciones de vida. • Atender y dar respuesta oportuna, actualizada y detallada a las inquietudes de la ciudadanía en temas de vivienda, servicios públicos y renovación urbana.

	<ul style="list-style-type: none"> • Desinterés, por parte de la ciudadanía, en materia de cultura ciudadana y convivencia, incluidos los medios de comunicación y las entidades distritales involucradas en el tratamiento del Hábitat.
Efectos del problema	<ul style="list-style-type: none"> • Mala imagen de la entidad ante usuarios inconformes por falta de información, respuesta y claridad de los procesos. • Difamación y desinformación por parte de los contradictores de la Administración Distrital. • Percepción de inoperancia ante la opinión pública y la institucionalidad. • Incertidumbre de los capitalinos ante los reclamos hechos y los procesos en los que están involucrados. • Inconformidad en las localidades por falta de información. • Opinión pública difundiendo mensajes errados acerca de las labores de la SDHT y desconociendo sus logros. • Las personas no creen en el Gobierno Distrital (incumplimiento y negligencia).

3 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

La Oficina Asesora de Comunicaciones orienta su trabajo a través de las cuatro líneas de acción enunciadas (Comunicación Interna, Comunicación Externa, Comunicación Digital y Comunicación Comunitaria), las cuales aportan estratégicamente al cumplimiento de las metas de la entidad. De esta forma la Secretaría Distrital del Hábitat hace parte del Gobierno distrital actual y unifica su discurso en concordancia con la línea estatal existente, manteniendo su autonomía como entidad cabeza de sector. **La ciudad protege la vida y preserva el equilibrio del hábitat.**

3.1. Objetivo general

Fortalecer la estrategia de difusión orientada a informar y destacar los avances y alcances de la misionalidad de la SDHT, mediante los diferentes canales de comunicación (externos e internos); y posicionar y afianzar el compromiso con los bogotanos ante las necesidades de vivienda, servicios públicos y renovación urbana.

3.2. Objetivos específicos

- Reforzar el papel de la Secretaría Distrital del Hábitat como una entidad vigente y sólida, que es cabeza de sector y está encargada de resolver las necesidades de los bogotanos en materia de vivienda, servicios públicos y renovación urbana.
- Dar a conocer los retos a los que se enfrenta la entidad, de cara al Plan de Desarrollo “Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI”
- Proyectar la labor de la SDHT como aporte indispensable al desarrollo económico y social de las personas que viven en Bogotá.

- Pondremos foco en las necesidades del territorio distrital (urbano y rural) y acompañaremos la intervención integral que garantice un hábitat de calidad.

3.3. Audiencias

El público objetivo al que van dirigidas las acciones de comunicación de la Oficina Asesora de Comunicaciones se divide en dos grupos: interno y externo. El primero está integrado por los colaboradores de la entidad. El segundo, hace referencia a la opinión pública o ciudadanía en general con derecho a ser informada, que presenta una especificidad en el ámbito comunitario. Para alcanzar mayor audiencia de tipo externo, la OAC difundirá información a través de medios de comunicación y líderes de opinión que representan un público objetivo.

3.4. Mensajes estratégicos

Mensaje 1: Bogotá es el mejor hogar. Pondremos foco en las necesidades del territorio distrital (urbano y rural); construiremos un programa de vivienda digna y de calidad; e impulsaremos la revitalización urbana como estrategia para la transformación de la ciudad construida.

- **Mensajes de apoyo**

- En Hábitat concertaremos las necesidades e intereses de los diferentes actores.
- Tenemos una visión integral de la ciudad y la capacidad de poder salvaguardar una coherencia.
- Trabajamos para lograr la sostenibilidad económica, ambiental y social en relación con la región.

Mensaje 2: En este cuatrienio del gobierno de nuestra alcaldesa, Claudia López, impulsaremos la revitalización urbana como estrategia para la transformación de la ciudad construida, trabajando de la mano con la ciudadanía.

- **Mensajes de apoyo**

- Acompañaremos este proceso de una intervención integral que garantice un hábitat de calidad.
- Iniciamos una fuerte gestión de recursos y un trabajo intenso articulado con el Gobierno Nacional.
- Tenemos una visión integral de la ciudad y la capacidad de poder salvaguardar una coherencia.

Mensaje 3: Estamos construyendo un programa diversificado de soluciones de vivienda digna y de calidad, en las diferentes modalidades: nueva, usada, arrendamiento, terrazas, mejoramiento y legalización.

- **Mensajes de apoyo**

- Trabajaremos en distintos esquemas y alternativas para promover la generación de Viviendas VIP y VIS en Bogotá.
- Generaremos esquemas para que los hogares tengan cierre financiero y puedan comprar su vivienda.
- Se diseñará el programa terrazas con el fin de generar suelo y nuevas viviendas en las terrazas.
- Estableceremos mecanismos de financiación para realizar actividades de reforzamiento estructural de las viviendas y construcción de nuevas viviendas en las terrazas.
- Aprovechar la vivienda usada y que haga parte de la oferta de vivienda.
- El trámite de legalización es una responsabilidad compartida entre las Secretarías Distritales del Hábitat y de Planeación.
- Con la legalización, la Administración Distrital reconoce la existencia de un asentamiento humano constituido por viviendas de interés social.

Mensaje 4: La Cultura Ciudadana será vital para la convivencia entre vecinos y la participación de la ciudadanía en los proyectos de ciudad.

- **Mensajes de apoyo**

- Entre vecinos creamos un mejor ambiente y trabajamos por el bienestar de nuestros barrios.
- Lo construido debe ser utilizado de forma correcta.
- Reverdecer a Bogotá, para vivir y respirar, depende de todos.
- **Bogotá es nuestro territorio, nuestro hogar; la ciudad nos protege y nosotros la cuidamos.**

4 COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2020

La labor de la Oficina Asesora de Comunicaciones se enmarca en cuatro líneas de divulgación, expuestas a continuación:

4.1. Comunicación Interna

La Comunicación Interna es la línea de trabajo que permite crear y consolidar medios que faciliten el flujo de la información, para optimizar los procesos internos de la Secretaría. Para impulsar la cultura organizacional de la SDHT es necesario que los colaboradores estén informados, motivados y su participación sea promovida, no solo en procesos laborales formales sino también en los momentos informales y de esparcimiento.

Con esta estrategia estableceremos los mensajes institucionales y lograremos mecanismos de comunicación que permitan que los canales y flujos de información sean constantes y formen parte de la actividad de la Secretaría.

Todos los miembros de la SDHT, comenzando jerárquicamente desde los directivos, deben ser conscientes de que la comunicación interna resulta innovadora y muy importante para el fortalecimiento de objetivos y metas institucionales.

4.1.1. Objetivo de la Comunicación Interna

Divulgar, a través de medios internos de comunicación información de interés general, retos y resultados de la gestión de la SDHT, a los integrantes de la entidad. **El tono de los mensajes será cálido, amable y cercano, al igual que las piezas comunicativas (lenguaje amable, claro y asertivo).**

4.1.2. Objetivos específicos de Comunicación Interna

- Divulgar información de interés en los canales internos (Intranet como herramienta principal).
- Generar vínculos de compromiso y sentido de pertenencia entre los colaboradores.
- Medir el índice de satisfacción de los colaboradores de la entidad.
- Recibir las solicitudes de las áreas, en materia de comunicación interna.
- Acercarnos a los colaboradores de la entidad.
- Mejorar la atención al ciudadano.
- Apoyar estrategia de Rendición de Cuentas.

4.1.3. Audiencias de la Comunicación Interna

Las acciones de comunicación interna que realiza la OAC van dirigidas y competen exclusivamente al grupo de colaboradores que hacen parte de la secretaría Distrital del Hábitat.

4.1.4. Acciones y metas

Objetivo	Objetivo Específico	Acción	Meta
Divulgar, a través de medios internos de comunicación información de interés general, retos y resultados de la gestión de la SDHT, a los integrantes de la entidad. EL TONO DE LOS MENSAJES SERÁ CÁLIDO, AMABLE Y DE CORDIALIDAD, AL IGUAL QUE LAS PIEZAS COMUNICATIVAS (lenguaje amable, claro y asertivo).	Divulgar información de interés interno (Intranet como herramienta principal).	Producir y difundir piezas gráficas y audiovisuales , a través de correo electrónico y computadores de la entidad, para generar un paso obligado por las mismas. Que la Intranet sea vital para conocer más acerca de estas informaciones.	18 campañas anuales
	Generar vínculos de compromiso y sentido de pertenencia entre los colaboradores.	Producir y difundir campañas internas a través de los canales oficiales de comunicación interna	

		(campañas de convivencia, apropiación, acompañamiento en territorio y Plan Integral de gestión (PIGA).	
	Medir el índice de satisfacción de los colaboradores de la entidad.	Aplicar y analizar una encuesta de satisfacción para conocer los pros y contras de la estrategia.	
	Recibir las solicitudes de las áreas de la SDHT , en materia de comunicación interna.	Atender los requerimientos de las diferentes áreas, a través de un formato establecido.	
	Acercarnos a los colaboradores de la entidad.	Espacios en los que la Secretaría fortalezca los lazos con los colaboradores (actividades de integración; visitas de la secretaría Rangel a las diferentes áreas; los cumpleaños del mes).	
	Mejorar la atención al ciudadano.	Campaña de servicios y trámites (incentivar uso de la línea 195). Folleto con el quehacer de la Secretaría. Respuesta oportuna a PQRS por redes sociales.	
	Apoyar estrategia de Rendición de Cuentas .	Desarrollar el número de espacios necesarios para despejar las dudas y presentar los logros conseguidos.	

4.1.5. Canales de Comunicación Interna

Los siguientes son los medios utilizados para difundir la información emitida por parte de la Secretaría, a nivel interno.

- **Correo institucional:**
 - Esta herramienta es de uso exclusivo de la entidad.
 - El lenguaje utilizado debe ser cálido, amable y de cordialidad institucional.
 - La OAC seguirá los lineamientos de la entidad, con respecto a las políticas de seguridad de la información.

- El envío de correos masivos debe ser autorizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- **Cartelera digital:**
 - Herramienta que debe estar a disposición de los colaboradores de la SDHT.
 - El objetivo es optimizar su uso y minimizar el del correo electrónico.
 - Será publicada información sobre la gestión de la áreas; noticias de interés; nombramientos; actividades de la Caja de Compensación; actividades de bienestar; reuniones; conferencias; y fechas de cumpleaños, entre otras.
 - Para cumplir con la difusión y publicación es importante articular el trabajo entre Talento Humano y la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- **Intranet:**
 - Se convierte en el sitio web de consulta de todos los colaboradores.
 - Estará publicada la estructura de los procesos de la SDHT, lineamientos y formatos requeridos para cumplir con el Sistema Integrado de Gestión.
- **Radio Digital:**
 - Asociarnos con DC RADIO para producir un espacio propio (programación variada – música y contenidos).

4.2. Comunicación Externa

La Comunicación Externa permite exponer la gestión y acciones de la SDHT al público externo y da a conocer a la ciudadanía en general los mecanismos de acceso a los beneficios de la política del Hábitat, principalmente a través de medios de comunicación masivos.

Esta línea involucra el trabajo de relacionamiento interinstitucional, el desarrollo de piezas pedagógicas, relacionamiento con medios de comunicación y líderes de opinión, uso de las nuevas tecnologías de la información y desarrollo de eventos pedagógicos. **Para que la difusión sea exitosa, manejaremos un lenguaje CÁLIDO, AMABLE Y DE CORDIALIDAD en los mensajes y las piezas audiovisuales construidas (lenguaje amable, claro y asertivo).**

4.2.1. Objetivo de la Comunicación Externa

Informar acerca de la política del Hábitat, sus objetivos, sus metas, el rol de la SDHT y el beneficio social de los logros conseguidos para los habitantes de Bogotá y demás grupos de interés. **Bogotá se desarrolla desde la diversidad y particularidades de sus habitantes.**

4.2.2. Objetivos específicos de Comunicación Externa

- Divulgar a los públicos externos de interés la gestión de la SDHT.

- Analizar y hacer seguimiento a las informaciones publicadas en medios de comunicación y redes sociales.
- Fortalecer la difusión de información en medios de comunicación nacionales y locales.
- Afianzar las relaciones entre los ciudadanos y la SDHT.
- Implementar la línea editorial de la Secretaría Distrital del Hábitat.

4.2.3. Audiencias de la Comunicación Externa

- Habitantes de Bogotá.
- Medios de comunicación.
- Líderes de opinión.
- Detractores.
- Entes de control.
- Alcaldes Locales.
- Juntas de Acción Comunal.
- Concejales.
- Ediles.
- Gremios de la Construcción.

4.2.4. Acciones y metas

Objetivo	Objetivo Específico	Actividad	Meta
<p>Informar acerca de la política del Hábitat, sus objetivos, sus metas, el rol de la SDHT y el beneficio social de los logros conseguidos para los habitantes de Bogotá y demás grupos de interés.</p>	<p>Divulgar a los públicos externos de interés la gestión de la SDHT.</p>	<p>Construir y publicar en página web boletines de prensa para dar a conocer, a los públicos de interés, la gestión de la SDHT.</p>	<p>Realizar 250 piezas informativas</p>
		<p>Construir y difundir mensajes y contenido digital a través de las redes sociales.</p>	
		<p>Emitir a través de medios de comunicación historias de beneficiarios de la política del Hábitat (espacios de T.V. y radio).</p>	
	<p>Recorrer con medios de comunicación nacionales y locales las zonas de trabajo de la SDHT, para destacar los avances de la política del Hábitat.</p>		
	<p>Analizar y hacer seguimiento a las informaciones publicadas en medios</p>	<p>Realizar informe de monitoreo de noticias de la SDHT y sus voceros, en</p>	

Objetivo	Objetivo Específico	Actividad	Meta
	de comunicación y redes sociales.	medios de comunicación nacionales y locales.	
	Fortalecer la difusión en medios masivos de comunicación nacionales y locales.	Obtener publicaciones mediante visitas a los medios de comunicación, con los directivos de la SDHT.	
	Afianzar las relaciones entre los ciudadanos del común y la Secretaría distrital del Hábitat.	Promover la participación ciudadana en los espacios dispuestos por la entidad.	
	Implementar la política editorial de la Secretaría Distrital del Hábitat.	Revisar y tramitar solicitudes de publicaciones impresas o digitales para la difusión de la misionalidad de la SDHT.	Por demanda

4.2.5. Canales de Comunicación Externa

Los siguientes son los medios utilizados para difundir la información emitida por parte de la Secretaría, a nivel externo:

- **Correo electrónico:**
 - A través de esta herramienta son compartidos los boletines de prensa, que van apoyados con fotografías, videos y testimonios necesarios para la difusión de la información.
 - El lenguaje utilizado sencillo, amable y de puntual, para que sea entendido por los medios de comunicación.
- **Grupo de WhatsApp:**
 - El grupo está compuesto por los periodistas de los medios que cubren Bogotá y administrado por los comunicadores de la SDHT que trabajan en esta línea. Es utilizado para compartir información generada por la SDHT y para tener constante contacto con los comunicadores que, constantemente, están haciendo solicitudes a la Oficina Asesora de Comunicaciones.
 - Textos, fotografías, audios y videos son compartidos, al igual que invitaciones e información de interés para los periodistas.
- **Redes Sociales:**
 - A través de las redes de la SDHT son compartidas noticias de interés; conceptos y decisiones que afecten las condiciones de vida de los bogotanos y que deben ser difundidas, para proteger la imagen de la entidad.

4.2.6. Relaciones Públicas y Posicionamiento Internacional

El objetivo es posicionar los temas del Hábitat y a la cabeza del sector con la ciudadanía, la academia, los gremios y la comunidad internacional (conversación con diferentes públicos y en diferentes canales).

Actividades planteadas:

- Acercamiento del tema y el sector a los ciudadanos.
- Nubes de confianza de expertos locales de vivienda y urbanismo (red de líderes del Hábitat).
- Espacios y agenda con la nube de confianza.
- Espacio con exsecretarios, exsubsecretarios y exdirectivos del Sector (lecciones aprendidas).
- Talleres con expertos internacionales.
- Identificación de casos internacionales de revitalización urbana.
- Narrativa alrededor de la revitalización urbana de Bogotá (involucrar la ciudadanía).
- Revisión de casos de éxito en el mundo.
- Identificación de espacios de participación de la Secretaría (nacionales e internacionales).
- Agenda con Multilaterales y bilaterales (intercambios de experiencias).
- Concurso de revitalización (Bogotabierta.co).

4.3. Comunicación Digital

La Comunicación Digital tiene como misión fortalecer la gestión y acciones de la SDHT, a través de medios digitales.

Esta línea, al igual que la Comunicación Externa, involucra el trabajo de relacionamiento interinstitucional y el desarrollo de piezas pedagógicas en redes sociales, página web, mail marketing y podcast, entre otras herramientas.

4.3.1. Objetivo de la Comunicación Digital

Fortalecer el posicionamiento de la Secretaría Distrital del Hábitat ante la ciudadanía a través de las herramientas de comunicación internas y externas disponibles, evitando usar un lenguaje demasiado técnico.

4.3.2. Objetivos específicos de Comunicación Digital

- Garantizar una interacción de doble vía eficiente, digna y oportuna, entre la Secretaría Distrital del Hábitat y la ciudadanía.
- Posicionar a la Secretaría Distrital del Hábitat ante los ciudadanos como la entidad técnica rectora del sector, usando un lenguaje amigable y cercano.
- Aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales.

4.3.3. Audiencias de la Comunicación Digital

Son las mismas audiencias de la Comunicación Externa.

4.3.4. Estrategia en Redes Sociales

- **Twitter:** generar conversación de doble vía con nuestros seguidores mediante el uso de videos, infografías, piezas gráficas y textos informativos y de gestión.
- **Facebook:** compartiremos el “qué”, “cómo” y “cuando” de la entidad usando principalmente videos originales para este fin. Además, realizaremos crónicas y reportajes en territorios con los ciudadanos beneficiados con las políticas de la entidad.
- **Instagram:** las crónicas y los reportajes de las actividades propias de la Secretaría serán publicadas en video y fotografía.
- **YouTube:** reportajes, publrreportajes, crónicas y material de apoyo/información en video. Fortaleceremos el canal de la entidad.
- **Secretaria Nadya Rangel:** La cuenta de Twitter de la secretaria Nadya Rangel será administrada con un lenguaje cercano a la ciudadanía, generando

conversación de doble vía y enlazada con la información de las cuentas oficiales de la entidad. **Será creado contenido multimedia original y específico para las funciones propias del cargo y su gestión.**

- **Bases de preguntas frecuentes:** para solucionar inquietudes realizadas con frecuencia y relacionadas con temas similares.
- **Sinergias con entidades del Distrito:** estrategias trabajadas para difundir los logros de las diferentes Secretarías. Apoyo en redes sociales a estas informaciones.

4.3.5. Página Web

- Será realizada en 2020 una actualización del home, para 2021 renovará el portal www.habitatbogota.gov.co, que permita la reorganización y jerarquización de los contenidos, facilitando el acceso a la información de la ciudadanía, funcionarios y entes de control.
- El sitio web de la SDHT soportará la estrategia digital de la entidad.

4.3.6. Estrategias Digitales Adicionales

- **Mail marketing:** implementaremos un servicio de correo masivo voluntario para los interesados en recibir información de la entidad.
- **Podcast:** Contenidos de audio disponibles en la web de la entidad y plataformas de streaming.

4.3.7. Acciones y Metas

Objetivo	Objetivo Específico	Acción	Meta
Fortalecer la presencia y posicionamiento de la SDHT ante la ciudadanía a través de las redes sociales y la página web de la entidad creando contenido multimedia original usando un lenguaje cercano y de servicio.	Garantizar una interacción de doble vía eficiente, digna y oportuna, entre la Secretaria Distrital del Hábitat y la ciudadanía.	<p>Dar respuesta a todos los comentarios de los seguidores en redes sociales e intentar dar solución a las dificultades que pudieran presentar.</p> <p>Actualizar la página web con información actualizada de la entidad y entendibles para todos los ciudadanos.</p>	<p>Responder el 80% de las solicitudes.</p> <p>Actualizar el 100% de los contenidos de la página web</p>
	Posicionar a la Secretaria Distrital del Hábitat ante los ciudadanos como la entidad técnica rectora del sector, usando un lenguaje amigable y cercano.	Emitir mensajes claros en las redes sociales y página web.	Publicar el 100% del contenido con un lenguaje fácil de entender.
	Aumentar el número de seguidores de nuestras redes sociales.	Generar sinergias con contenidos actualizados y temas de interés para toda la comunidad.	18 campañas para redes anuales.

4.4. Comunicación Comunitaria

Esta línea dentro de la Oficina Asesora de Comunicaciones se articula de manera directa con el resto de los equipos que conforman la dependencia porque su fin es el manejo de información desde la Secretaría hacia las localidades y las comunidades que habitan las zonas donde los proyectos e iniciativas de la entidad impactan directamente.

A través de estrategias desarrolladas en conjunto dentro de la OAC, busca la difusión efectiva de piezas físicas y digitales de diferente formato (texto, audio, video y foto).

Igualmente, acompaña a las distintas subdirecciones de la SDHT haciendo registro del trabajo de campo y la producción de información que se difunde a la opinión pública.

El hábitat como la relación entre el tejido social y los territorios para el buen vivir, producto de una cultura ciudadana, participación y acción colectiva de todos los actores.

4.4.1. Objetivo de la Comunicación Comunitaria

Generar estrategias comunicativas que informen sobre proyectos y servicios que ofrece la Secretaría del Hábitat para beneficio de la comunidad en diferentes localidades de la ciudad.

4.4.2. Objetivos específicos de Comunicación Comunitaria

- Diseñar estrategias de comunicación dirigidas a la población bogotana basadas en planes y proyectos que adelanten las dependencias de la SDHT.
- A partir de las herramientas y canales disponibles, desarrollar mensajes que permitan mantener actualizados a los ciudadanos sobre distintos temas de interés que se relacionen y originen directamente en la SDHT y tengan que ver con el área comunitaria.

4.4.3. Audiencias de la Comunicación Comunitaria

- Habitantes de las localidades.
- Alcaldes locales.
- Líderes comunales.
- Ediles.
- Entidades Distritales.

4.4.4. Acciones Y Metas

Objetivo	Objetivo Específico	Acción	Meta
Generar estrategias comunicativas que informen sobre proyectos y servicios que ofrece la Secretaría del Hábitat para beneficio de la comunidad en diferentes localidades de la ciudad.	Acompañar, desde la creación de piezas comunicativas, los diferentes espacios de diálogo con las comunidades en las localidades de la ciudad que hayan sido creados y lleven a cabo las dependencias de la Secretaría del Hábitat.	Cubrir los espacios de encuentro que desarrollen las dependencias de la Secretaría de Hábitat con la comunidad y generar piezas comunicativas sobre los mismos.	20 piezas informativas.

	<p>Diseñar estrategias de comunicación dirigidas a la población bogotana basadas en planes y proyectos que adelanten las dependencias de la Secretaría.</p>	<p>Producir y difundir campañas que informen a la comunidad sobre las distintas acciones de la entidad respecto a la comunidad.</p>	<p>20 piezas informativas.</p>
	<p>A partir de las herramientas y canales disponibles, desarrollar mensajes que permitan mantener actualizados a los ciudadanos sobre distintos temas de interés que se relacionen y originen directamente en la SDHT.</p>	<p>Producir piezas pertinentes en diferentes formatos de acuerdo a la situación y a la necesidad de la entidad correspondiente.</p>	<p>20 piezas informativas</p>

ANEXOS

- 1- Propuesta de trabajo audiovisual:** creada por los videógrafos de la Oficina Asesora de Comunicaciones, para el desarrollo de piezas audiovisuales que serán utilizadas en las diferentes líneas.
- 2- Propuesta Digital:** Publicaciones generadas por el equipo digital basados en su conocimiento de tráfico de página web y redes sociales para maximizar el impacto de las mismas en la población.