



Oficina Asesora de Comunicaciones

# INFORME DE GESTIÓN

**Empresa de Renovación y  
Desarrollo Urbano de Bogotá**



A n u a l   2 0 1 8



**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**

# CONTENIDO



## **Gestión de Grupos de Interés.**

Objetivos, línea y estrategia implementada.



## **1. Comunicación Interna.**

Desarrollo de las campañas, estrategias y demás acciones de la comunicación interna en la Entidad.



## **2. Comunicación Externa.**

Desarrollo de las estrategias y campañas, y demás acciones de la comunicación externa de la Entidad.





## Gestión de Grupos de Interés.

La Oficina, se encarga prioritariamente de diseñar la Estrategia Integral de Comunicaciones, a través de la cual se da cumplimiento a la obligación legal de garantizar el derecho ciudadano a la comunicación pública, velando para que los flujos de información se den de manera oportuna, clara, veraz y efectiva, tanto en el ámbito interno como externo a la organización, con el propósito de cubrir todos los Grupos de Interés.

En el 2018, la planeación estratégica fue la herramienta de gestión fundamental en el manejo de las comunicaciones. En ese sentido, se estructuraron campañas de divulgación institucional para dar a conocer los proyectos liderados por la Entidad, con objetivos claros, enfocadas a mejorar la comunicación con los diferentes públicos, adecuándolas a los cambios y a las demandas del entorno, para lograr los objetivos deseados dependiendo de las circunstancias y los hitos de los proyectos, de tal manera que redundaran en la materialización del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos”.

En este sentido, el trabajo desde la Oficina Asesora de Comunicaciones estuvo enfocado, de un lado, al fortalecimiento de los procesos de comunicación al interior de la Empresa, procurando un mayor acercamiento con los funcionarios a través de una comunicación más horizontal, velando por mejorar el clima organizacional marcado por la fusión que dio origen a la Empresa en el año 2016; generando diferentes escenarios de acercamiento de la gerencia con las demás dependencias de la organización y brindando de manera permanente información del estado y avance de los proyectos, con el propósito de aumentar el sentido de pertenencia y el compromiso de todos los servidores en la realización de los mismos.

Por otro lado, la importancia e impacto que muchos de los proyectos generan en la ciudad, han permitido visibilizar la gestión de la Entidad, por lo que los esfuerzos se concentraron en generar y mantener lazos de comunicación con los medios, acercamiento al Concejo de Bogotá para informar sobre la gestión y la optimización de las redes sociales, que son cada vez más claves en el entorno mediático. La atención a periodistas, estuvo cada vez más presente durante la vigencia.

El 2019 será el año en el que iniciará la materialización del proceso de Renovación Urbana más ambicioso e importante que se haya dado en Bogotá en toda su historia. Gracias al voto de confianza que el alcalde Enrique Peñalosa ha depositado en la ERU, somos los afortunados en liderar esta megatransformación de Bogotá, especialmente la recuperación del Centro; un sueño de ciudad que inició el alcalde Peñalosa en su primera administración, y que concentrará gran parte de los esfuerzos de la Entidad en materia de comunicaciones, así como, la Alameda Entreparques, la Estación Central, entre otros.



Nuestros poses creativos, son la clave para el éxito

Subgerencia de Gestión Urbana

Felicidades a la mejor amiga de la ERU

Entonces visitaremos hermosos regalos que en equipo nos da nuestra amada Ciudad.



La NUEVA CINEMATECA de Bogotá

La más grande del país gracias a nuestro talento.

Te esperamos este lunes 8 de octubre para recorrer esta importante obra para el sector cultural.

Hora: 7:30 a.m.

Punto de encuentro: Nueva Cinemateca

Dirección: Carrera 3ª, entre calles 19 y 20, pasaje comercial frente a Juan Valdez

Regreso a la ERU: 10:30 a.m. - Buses de la entidad.



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS

Oficina Asesora de Comunicaciones

# COMUNICACIÓN INTERNA

Informe de Gestión

A n u a l 2 0 1 8



ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS



## 1. Comunicación Interna

A través de este componente se orienta y atiende la generación y mantenimiento de los procesos y medios de comunicación interna de la Entidad, en coordinación con las diferentes áreas de empresa.

Teniendo en cuenta las alertas de la Subgerencia de gestión Corporativa con relación al Clima Organizacional, la Oficina Asesora de Comunicaciones adelantó acciones para identificar las posibles causas, evidenciando una alerta en el informe de resultados de la batería de factores psicosociales adelantada por METROVIVIENDA en 2016, toda vez que una de las recomendaciones del consultor que la aplicó, es: “El puntaje Total de Riesgo Psicosocial Extralaboral requiere de intervención inmediata en el marco del sistema de vigilancia epidemiológica. Y están influyendo en la salud y bienestar de un porcentaje significativo de servidores de METROVIVIENDA, lo que permite inferir la presencia de algunos factores laborales estresantes en la organización”, además, en conversaciones con diferentes funcionarios, evidenciamos factores asociados al manejo interno que se dio al proceso de fusión, toda vez que algunos de los funcionarios sienten que no fueron tenidos en cuenta al momento de decidir qué cargos ocuparían y consideran que hubo preferencias por aquellos funcionarios que vienen de la Empresa de Renovación Urbana.

Por lo anterior, con el propósito de mejorar el Clima Organización, mantener motivado al equipo, mitigar el impacto negativo en la gestión y por consiguiente mejorar los resultados de la Entidad, se diseñó una Estrategia en busca de mejorar el Clima Laboral, generar sentimiento de pertenencia, compromiso y apropiación por la Empresa y por los proyectos. Por lo anterior, en el mes de marzo se trabajó en el diseño y puesta en marcha de una campaña integral bajo la sombrilla de un solo mensaje, que estratégicamente se centró en un momento común y de interés para todos, “El mundial Rusia 2018”.

Así nació la campaña que marcó un hito y sirvió de punto de partida de la Comunicación Interna en la Entidad: “Somos el Equipo que la Saca del Estadio”, es el mensaje básico a través del cual se da forma creativa al argumento y a los mensajes tácitos que están directamente relacionados con los valores que se refuerzan en el ámbito del fútbol, como el trabajo en equipo, la estrategia, el respeto, liderazgo, esfuerzo, compromiso y una comunicación abierta con la gerencia y el equipo directivo. De esta campaña se desprendieron las actividades y mensajes transmitidos durante los siguientes meses del año en toda la comunicación.

A continuación, se describen las campañas y actividades de comunicación interna más representativas durante la vigencia 2018.



## “EL RETO BICI + PEATÓN” - DÍA DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE: GANADORES.

El primero de febrero de 2018, en el marco de la celebración de El Día sin Carro en Bogotá, la ERU asumió el Reto Bici + Peatón. A través de una campaña de persuasión, se invitó a todos los servidores de la empresa a participar en la Caravana en bicicleta y caminado al lugar de trabajo.

La Empresa de Renovación y Desarrollo Urbano aceptó con propiedad dicho reto y ocupó el primer lugar dentro de las Entidades más pequeñas.





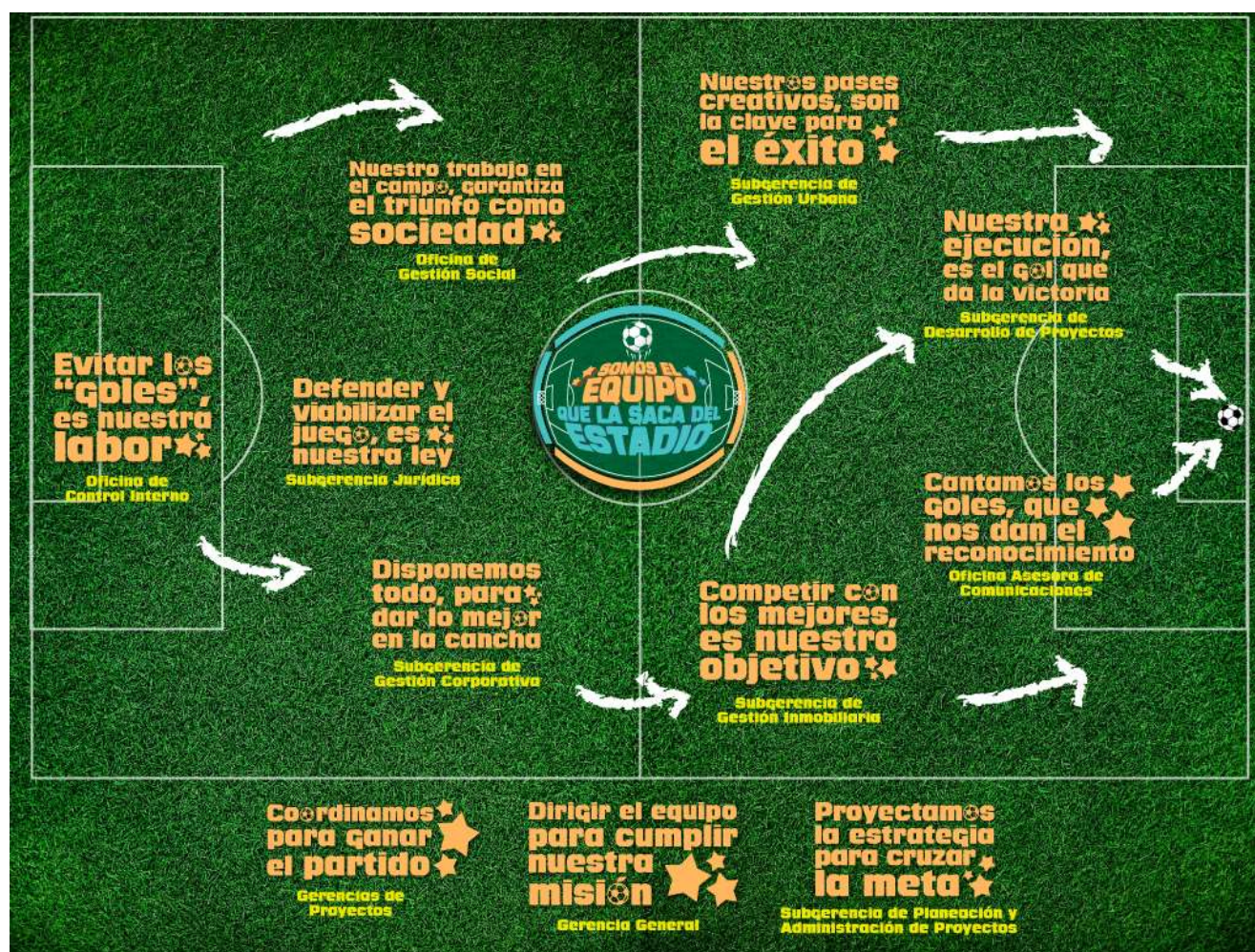
# **“DIRIGIR EL EQUIPO PARA CUMPLIR NUESTRA MISIÓN”**

**Gerencia general ERU**

Informe de Gestión - OAC



## TABLERO TÉCNICO ERU.



**"Somos el Equipo que la Saca del Estadio"**, marcó un hito en la Comunicación Interna de la Entidad y fue el punto de partida de todas las actividades adelantadas en la organización. A través de esta campaña integral, bajo la sombrilla de un solo mensaje, sacamos partido de un momento común y de interés para todos, "El mundial Rusia 2018".

Con este mensaje se reforzaron valores característicos en el ámbito del fútbol, que sirvieron de símil con los valores y habilidades que se deben reforzar al interior de los equipos de trabajo en la Entidad, tales como, trabajo en equipo, estrategia, respeto, liderazgo, esfuerzo, compromiso, adaptación al cambio, y una comunicación abierta con la gerencia y con el equipo directivo.

En consecuencia, como lo haría una selección de fútbol, las áreas de la Empresa representan jugadores de vital importancia para que todo funcione y se puedan ganar partidos y se puedan ganar campeonatos. Además, las diferentes posiciones





de los jugadores en la cancha, se relacionaron con la importancia de la misión de cada dependencia en el cumplimiento de los objetivos de la Entidad.

La elaboración de los mensajes de la campaña con los que finalmente se dio forma creativa al argumento principal, se plasmó en 11 frases que identificaron la posición de cada una de las áreas en la cancha de fútbol - ERU:

1. **Dirigir el equipo para cumplir nuestra misión - Gerencia General.**
2. **Coordinamos para ganar el partido – Gerencias de Proyectos.**
3. **Cantamos los goles que nos dan el reconocimiento - Oficina Asesora de Comunicaciones.**
4. **Proyectamos la estrategia para cruzar la meta - Subgerencia de Planeación y Administración de Proyectos.**
5. **Nuestros pases creativos son la clave para el éxito - Subgerencia de Gestión Urbana.**
6. **Defender y viabilizar el juego, es nuestra ley - Subgerencia Jurídica.**
7. **Nuestro trabajo en el campo garantiza el triunfo como sociedad - Oficina de Gestión Social.**
8. **Evitar los “goles” es nuestra labor - Oficina de Control Interno.**
9. **Disponemos todo para dar lo mejor en la cancha - Subgerencia de Gestión Corporativa.**
10. **Nuestra ejecución es el gol que da la victoria - Subgerencia de Desarrollo de Proyectos.**
11. **Competir con los mejores es nuestro objetivo - Subgerencia de Gestión Inmobiliaria.**

La campaña se implementó en tres (3) fases; expectativa, lanzamiento y sostenimiento. En cada fase se diseñaron diferentes piezas de comunicación para cada uno de los medios internos, así como, para medios no convencionales, con los que se rompió con la manera tradicional de comunicarse al interior de la Entidad, entre los que se destacaron vinilos adhesivos para paredes, móviles en troquel para el techo, habladores, troquel en polietileno con el slogan de la campaña, backing y tropezón con troquel de jugadores para fotografías, impresión sobre pelotas inflables, videos para presentaciones, cortinillas y video backing, vinilos con juegos en paredes y floor graphics para actividades durante el sostenimiento, entre otras.



## Expectativa:

Durante la expectativa, a través de la comunicación se buscó llamar la atención de los funcionarios de manera creativa y efectiva y se transmitió el mensaje claro para finalmente hacer el lanzamiento en el marco del evento “Somos el Equipo que la Saca del Estadio”, el cual se llevó a cabo el 25 de abril en las instalaciones de Compensar en la Avenida 68. A continuación, algunas de las piezas de comunicación y mensajes transmitidos:



## Lanzamiento:

La herramienta de comunicaciones principal de la campaña, fue el evento realizado el 25 de abril en Compensar, porque a través de este se logró cumplir con todos los





objetivos definidos en la Estrategia: generar un escenario de confianza en un ambiente distinto y propicio para acercar a todos los funcionarios de la Entidad, dar a conocer directamente por parte de la gerente la línea, el avance y el estado de cada uno de los proyectos estratégicos que adelanta la Entidad, y reforzar y motivar a través de todas las actividades realizadas durante la jornada el trabajo en equipo, aumentar el compromiso con la empresa, mejorar el clima organizacional y hacer un reconocimiento a los funcionarios que trabajaban en Metrovivienda y la ERU. Se visibilizaron los resultados y el compromiso de todos los servidores de la empresa, durante la ejecución de los diferentes ejercicios.



*Intervención gráfica con piezas de comunicación no convencionales.*







*Ejercicio de trabajo en equipo: todos los funcionarios construyeron el actual Mapa de Procesos.*



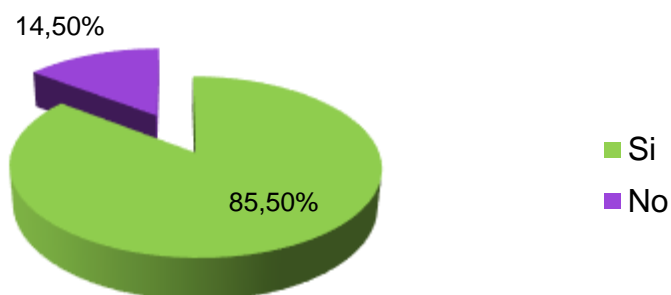




*Durante la jornada, la Gerente presentó el avance y estado de los proyectos Estratégicos que lidera de la ERU, además, se reforzaron los “Valores de la Casa”, entre otras actividades.*

Con el propósito de medir el impacto del evento de lanzamiento, la Oficina aplicó una encuesta entre los funcionarios a través de la ERUNET, la cual arrojó entre otros, los siguientes resultados:

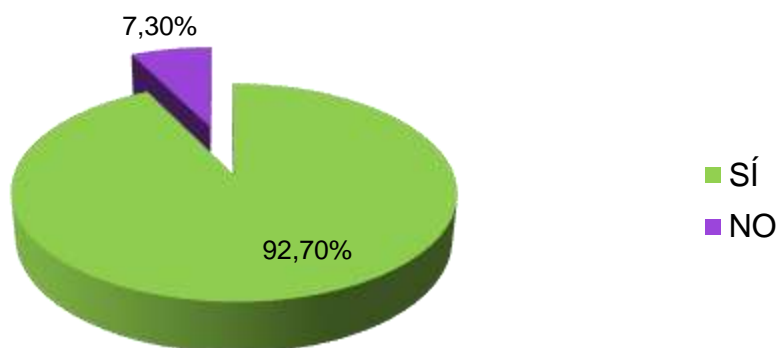
**Aportó al mejoramiento del Clima Organizacional y al clima de los servidores de la Entidad**



**La realización de este tipo de actividades es:**



**En la actividad se generaron espacios de participación e interacción para los asistentes**





## Sostenimiento:

La fase de sostenimiento realmente fue una estrategia en sí, vinculada a toda la campaña, pero con la definición de algunas acciones independientes, encaminadas a reforzar los logros alcanzados durante las fases de expectativa y lanzamiento, propiciando sobre todo escenarios de integración, confianza, potencializando el acercamiento entre los funcionarios, el trabajo en equipo, entre otros. Invitaciones para ver los partidos de la selección Colombia.



## “UN CAFÉ CON LA GERENTE” Y “PROYECTOS EN TU CORAZÓN”

En busca de generar espacios de acercamiento y establecer un diálogo cercano y productivo con los funcionarios de Entidad, nacieron “Un Café con la Gerente” y “Proyectos en tu corazón”.

**UN CAFÉ CON LA GERENTE:** fue un espacio que permitió conocer ideas valiosas de los servidores de la Entidad y generar un vínculo cercano y de confianza entre la Gerente general, directivos y quienes participaron.





**PROYECTOS EN TU CORAZÓN:** es un espacio a través del cual la Gerente general y quienes lideran los proyectos, dan a conocer a los servidores públicos de la ERU, el estado y avance de los mismos. Bajo el concepto “Ahora podrás saber más sobre los proyectos que están en tu corazón”, se programan los viernes en la mañana en promedio cada 20 días, la presentación de un tema puntual. A la fecha, se han presentado los proyectos “Bronx Distrito creativo”, Tres Quebradas y el proyecto de vivienda para víctimas del conflicto armado “El Porvenir” en Bosa.

**AHORA PODRÁS SABER MÁS SOBRE  
LOS PROYECTOS QUE ESTÁN  
EN TU CORAZÓN**

**INVITADA ESPECIAL:**  
Mónica Ramírez,  
Directora de la FUGA.

Nuestra Gerente Úrsula  
Ablanque nos contará cómo  
vamos en los proyectos por  
los que día a día damos lo  
mejor de nosotros.

**¡TE ESPERAMOS!**

**PROYECTO  
VOTO NACIONAL  
LA ESTANZUELA**  
Viernes 2 de noviembre  
7:00 a.m.  
Sala Renovación  
Piso 4.

te amo Bogotá  
Bogotá MEJOR PARA TODOS



## CELEBRACIÓN DÍA DE LA MADRE Y DEL PADRE



**DÍA DE LA MADRE:** Una de las Estrategias más emocionales desarrolladas en el marco del componente de Comunicación Interna, consistió en ser parte de manera especial en las fechas que son importantes para todos.

Por lo anterior, la celebración de Día de la Madre se vivió de manera especial, a través de una video sorpresa con mensajes enviados directamente por los hijos. Esta maravillosa sorpresa para todos en la Entidad, fue transmitido

de manera simultánea a través de la ERUNET, de las Carteleras Digitales y del grupo de WhatsApp Institucional.

Además, se diseñaron otras piezas de comunicación gráficas (vestido ERUNET, banner, popup y wallpaper) y animaciones que se difundieron por los medios internos de comunicación.





**DÍA DEL PADRE:** Por otra parte, la celebración del Día del Padre fue otra de las grandes e innovadoras sorpresas que recibieron los funcionarios. En esta ocasión, la Oficina Asesora de Comunicaciones adelantó gestiones para obtener fotografías de todos los hijos con sus respectivos papás, acompañadas de mensajes enviados directamente por ellos dirigidos a sus papás. Con el material que cada hijo envió, se diseñaron e imprimieron postales personalizadas que posteriormente fueron exhibidas en una Galería que la OAC instaló para tal fin

Los papás visitaron la galería y encontraron este obsequio hecho especialmente por sus hijos y el equipo de la OAC. Como estaba previsto, la galería se convirtió en un punto de encuentro, el cual fue visitado por los demás funcionarios que querían conocer las fotos y los mensajes enviadas a los papás de la ERU.



## CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL CONDUCTOR

La labor y el apoyo que brinda este equipo de trabajo en la Entidad es de la mayor importante y muy valioso para el logro de los objetivos misionales. Además, han logrado compenetrarse e involucrarse de tal manera con las áreas de la Entidad, que son fundamentales en todas las tareas del día a día.



Por ese grado de compromiso con la Empresa y el esfuerzo por hacer muy bien su trabajo, la celebración sorpresa de su día estuvo acompañada de varios elementos divertidos y emocionales, como la preparación de un evento especial al cual asistieron todos los funcionarios de la Empresa.

Bajo el Concepto “**Rápidos y Seguros, siempre**”, la OAC utilizó como recurso de comunicación el humor, llamando con este la atención de todos los funcionarios de una manera original y divertida, cumpliendo con el objetivo de la campaña de hacer un reconocimiento, resaltando la labor de los conductores, la importancia de su trabajo en la ERU y la gratitud por el aporte, apoyo y compañía siempre.

Los montajes fotográficos se utilizaron en la producción de

un tráiler de la película “**Rápidos y Seguros, siempre**”. Además, se realizó un video en el que funcionarios les agradecieron por sus servicios; piezas que fueron presentadas en un evento de celebración.







## 230 TALENTOS HICIERON POSIBLE LA NUEVA CINEMATECA DE BOGOTÁ

Con la finalidad de hacer un reconocimiento a todos los funcionarios de la ERU por su importante y enorme labor para entregar la construcción de la Nueva Cinemateca de Bogotá, se programó un recorrido por la obra en el mes de octubre. La campaña comprendió una fase de expectativa, otra de invitación, el recorrido y una actividad BTL que consistió en la entrega de una fotografía de la visita, con un portarretrato tipo “claqueta cinematográfica”.







## MEJOR AMIG@ DE LA ERU

Con el objetivo de generar una actividad de integración que permitiera resaltar a aquellas personas que impactan de manera positiva la organización, la OAC diseñó la Estrategia el “Mejor Amig@ de la ERU”. Aprovechando el mes del amor y la amistad, se invitó a todos los funcionarios a postular al “Mejor Amigo”



de cada dependencia, el cual debía cumplir con “Los Valores de la Casa”, mediante una votación secreta en urnas. Posteriormente se realizó una votación a través de una encuesta con los participantes postulados por cada área. Así se eligió por primera vez en la Entidad, a la mejor amiga de la ERU: *Yolanda Urrea*.

En un evento liderado por la Gerente general con todos los funcionarios, se dio a conocer el resultado.



## FERIA DE LA FRATERNIDAD

En el mes de septiembre, la OAC impulsó al interior de la Entidad una actividad social con el propósito de recoger regalos para los niños y jóvenes de IDIPRON. Bajo el concepto “Dale alegría a tu corazón y haz feliz a un niño, niña o a un joven de IDIPRON” se recogieron aproximadamente 150 regalos que fueron entregados directamente al Padre Wilfredo Grajales en las instalaciones de la Entidad.





## SEPAREMOS LOS RESIDUOS SOLIDOS

En cumplimiento de las actividades estipuladas en el PIGA, la OAC y la Subgerencia de Desarrollo de Proyectos con el apoyo del personal de Servicios Generales, desearon e implementaron una Estrategia que contempló una campaña de sensibilización y un concurso interno.

Se invitó a separar los residuos sólidos de cada piso y así participar en el concurso que consistía en hacer un conteo de los residuos mal clasificados e ir descontando puntaje del inicialmente otorgado.

Participemos en  
el concurso  
**SEPAREMOS  
LOS RESIDUOS**  
y contribuyamos  
con la solución

¿QUÉ DEBEMOS  
SABER?

PIGA



Participemos en el concurso  
**SEPAREMOS  
LOS RESIDUOS**  
y contribuyamos con la solución

¿QUÉ DEBEMOS HACER?:

1. Separar bien los residuos en las canecas de colores.
2. Cada piso inicia con 100 puntos.
3. El ganador será el piso que más puntos conserve.
4. Por cada basura mal clasificada, se restarán 5 puntos.

Inicia: 30 de octubre de 2018.  
Finaliza: 16 de noviembre de 2018.

PIGA

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS



La Estrategia también contempló una actividad BTL que consistió en un sketch con el apoyo equipo de IDIPRON, en dónde invitaron a usar buenas prácticas en el manejo de residuos sólidos.



#### **BOGOTÁ LIMPIA 2018 (4 de agosto) y MEGAPLANTATON (17 de noviembre)**

La OAC coordinó la participación de la Entidad en dos de las actividades lideradas por la Alcaldía de Bogotá.

**BOGOTA LIMPIA 2018:** Con la participación de más de 50 colaboradores de la ERU, se adelantó una jornada de limpieza, pintura y embelleciendo en las zonas aledañas del colegio “Compartir El Recuerdo”. Además de coordinar la logística para la participación de la Entidad, la OAC diseñó el montaje de pintura para escaleras y mural, y la campaña de sensibilización, la estrategia de cubrimiento en redes y posteriormente piezas y videos de reconocimiento a los funcionarios por su participación y aporte a la ciudad.

**MEGAPLANTATON:** En el marco de la jornada de siembra de 3.000 árboles en Bogotá, la OAC coordinó la participación de la ERU en la siembra de los árboles en los parques Santa Isabel y Milenta.







A muchos Bogotá nos fue nacido.  
A otros, de diferentes partes del país, nos acogió como nuestra propia casa.

En esta ciudad hemos sido muy felices, convirtiéndonos un poco de todo lo bueno que nos ha brindado...

Desde la ERU como siempre, queremos darle un regalo a nuestra amada Bogotá de sus 480 años, embelleciendo las barrietas de Ciudad Bolívar.



Próximo 04 de agosto desde las 7:00 a.m. a 12 m.  
Punto de encuentro: CAJ Vía Hermosa  
Calle 70 # 381 - 70 Sur



---

## DÍA DE LOS NIÑOS – ACTIVIDAD TIPO DIVERCITY

Con el propósito de generar una experiencia innovadora y explicar a los hijos de los servidores que visitaron la Entidad en el marco de la celebración de Halloween, la OAC diseñó un estudio de televisión, en el que los niños vivieron la experiencia de presentar un noticiero y cómo este se transmite en directo (código cerrado de TV). Además, como recuerdo de la experiencia, se tomaron fotografías con elementos propios del escenario, las cuales llevaron de recuerdo en un portarretrato alusivo a la actividad.



---

## CAMPAÑA VALORES DE LA CASA

Aprovechando uno de los formatos de comunicación más efectivos en el mundo digital, se diseñó una campaña para reforzar los conceptos de los “Valores de la Casa”, a través de GIF’s con un tono de la comunicación divertido, dinámico y joven. Además, con el apoyo visual a través de los GIFs se logró llegar a los funcionarios generaron interés y recordación. Durante cinco (5) semanas (entre octubre y noviembre), se reforzaron los cinco (5) “Valores de la Casa”, un valor por semana.







## ES TIEMPO DE SUMAR

La época de Navidad fue el escenario propicio para conectar desde la comunicación de una manera mucho más emocional y cerrar el año cumpliendo con el objetivo trazado de implementar estrategias en la búsqueda de mejorar el Clima Organizacional y el sentido de pertenencia por la Entidad y por los proyectos. Es así como nace “Es Tiempo de Sumar”, el concepto sombrilla con el que se transmitieron los diferentes mensajes durante el mes de diciembre, cuyo objetivo implícito en las diferentes actividades y piezas de comunicaciones fue el de generar una



reflexión en torno a los resultados que logró la Entidad con la suma de esfuerzos, talentos y trabajo en equipo, así como, los momentos divertidos compartidos y la humanización de la comunicación a través de una mirada a la esencia y motivaciones de las personas que conforman la Entidad, entre otros.





## OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Además de las grandes campañas y actividades que se desarrolló la Oficina Asesora de Comunicaciones, se transmitió información de carácter corporativo desde los Canales con que cuenta la Entidad: Correo electrónico Institucional, ERUNET, Pantallas Digitales y grupo de WhatsApp.

El objetivo ha sido mantener una línea de comunicación eficaz entre los funcionarios, la gerencia y las diferentes dependencias de la Entidad.

### CORREO INSTITUCIONAL:



## ERUNET:



## PANTALLAS DIGITALES:





## GRUPO INSTITUCIONAL DE WHATSAPP



## OTRAS CAMPAÑAS INTERNAS:

### ENERO 2018:

- ✓ Diseño para retablos con los principales renders de los proyectos.
- ✓ Presentación Concejo de Bogotá.
- ✓ Presentación para el alcalde de Bogotá.
- ✓ Piezas gráficas para difusión de los lineamientos de seguridad.
- ✓ Piezas para difusión de formatos actualización Gestión Contractual.
- ✓ Pieza gráfica para condolencias.
- ✓ Adaptación de piezas Ecénsate del DANE.

### FEBRERO 2018:

- ✓ Presentación para el informe en Anapoima (febrero 22).
- ✓ Actualización presentación para el Alcalde.
- ✓ Presentación cupo de endeudamiento proyecto Voto Nacional.
- ✓ Piezas para invitación al cambio de la firma en el correo electrónico de la Entidad.
- ✓ Diseño de piezas con la información del descanso compensado para funcionarios en Semana Santa.



- 





- ✓ Diseño de Tarjetas impresas para el Día de la Mujer.
- ✓ Diseño de pieza para invitar a capacitaciones: Formación gratuita y certificada.
- ✓ Diseño de pieza para la invitación a la inducción y reintegración.
- ✓ Diseño e pieza gráfica para que los funcionarios verifiquen si son jurado en elecciones.
- ✓ Diseño de Pieza para la celebración del Día del Contador.
- ✓ Diseño de Piezas internas para el uso exclusivo de la sala de los conductores.
- ✓ Diseño de pieza gráfico para difundir los documentos actualizados SIG.
- ✓ Diseño de Invitación interna para apoyar a los equipos de la ERU en los Juegos Distritales.
- ✓ Adaptación de piezas con tomas fotográficas de la campaña “Mujer es Poder” de la Alcaldía.
- ✓ Diseño de pieza para contarle a los funcionarios que no tendremos snacks por mantenimiento del dispensador.
- ✓ Diseño de campaña con la invitación a conocer más sobre el Derecho Disciplinario.
- ✓ Diseño de invitación a participar y a capacitarse como brigadista.
- ✓ Diseño de pieza, conoce el nuevo Comité de Convivencia.



- ✓ Diseño de la nueva tarjeta de cumpleaños para comunicación interna.



- ✓ Adaptación de piezas gráficas para la invitación a la Feria Internacional de Transporte de TRANSMILENIO S.A.
- ✓ Diseño de pieza para difundir el nuevo formato retención en la fuente.
- ✓ Diseño de tarjeta de invitación al recorrido por el trazado de la Alameda Entreparques para jefes, subgerentes y gerentes de proyectos.
- ✓ Adaptación de piezas para la rendición de cuentas (2017) para carteleras internas.
- ✓ Diseño de Eruflash con la nueva jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.

#### ABRIL 2018:

- ✓ Presentación Junta Directiva abril de 2018.
- ✓ Diseño gráfico para el nuevo Mapa de Procesos.
- ✓ Diseño de invitación para diligenciar la encuesta para la nueva web de la Alcaldía.
- ✓ Adaptación de piezas para invitar al evento movilidad y transporte 2018.
- ✓ Diseño de invitación para diligenciar Encuesta inclusiva “EN BOGOTÁ SE PUEDE SER”.
- ✓ Campaña Día mundial del agua.
- ✓ Diseño de pieza con la actualización de documentos en el SIG.
- ✓ Pieza para invitar a conocer la Planoteca de la Entidad.
- ✓ Diseño de señalética Atención al Ciudadano.
- ✓ Adaptación de logos de los “Valores de la Casa”, para pelotas inflables.

#### MAYO 2018:

- ✓ Presentación Junta Directiva.
- ✓ Diseño de pieza Sin servicio de correspondencia ni de atención al usuario.
- ✓ Diseño de piezas para la campaña valores y fotos para difusión interna.
- ✓ Modificaciones solicitadas y adaptación del mapa de procesos para su publicación en la ERUNET, en pantallas y correo.
- ✓ Diseño e ilustración para la tarjeta del Día de la Secretaria.
- ✓ Artes, diseño e ilustraciones para imagen que se usa como plantilla para promocionar las capacitaciones en la entidad.
- ✓ Artes para la difusión interna de la inhabilidad de la página web y la ERUNET de la Entidad, por cuestiones de mantenimiento.
- ✓ Artes para difusión de la rueda de prensa realizada en la Cinemateca Distrital.
- ✓ Invitación a participar en el torneo de bolos, piezas de difusión con fotos del evento.
- ✓ Diseño de pieza para difusión de la capacitación sobre la ley de infraestructura.
- ✓ Diseño de aviso por falsa alarma por simulacro de otra empresa.







## JUNIO 2018:

- ✓ Diseño de cinta para el carné de la Entidad.
- ✓ Presentación socialización Voto Nacional.
- ✓ Presentación para El espectador.
- ✓ Diseño de campaña para la Centralización de archivo Gestión Documental.
- ✓ Diseño gráfico para cronograma actividades de la semana ambiental en la Entidad.
- ✓ Diseño de artes para la difusión del evento de socialización en el Voto Nacional la Estanzuela.
- ✓ Video participación en los torneos de voleibol, natación y bolos.





JULIO 2018

- ✓ Presentación Concejo de Bogotá.
- ✓ Presentación para socialización con propietarios y arrendatarios en San Bernardo.
- ✓ Presentación avances de los proyectos.
- ✓ Diseño de piezas para el plan institucional de Capacitación.
- ✓ Diseño de invitación al taller de la familia.
- ✓ Actualización de organigrama de la Entidad y del botón MIPG en la ERUNET.







## AGOSTO 2018:

- ✓ Presentación Concejo de Bogotá.
- ✓ Diseño de piezas para difusión de los plazos para recepción de información presupuestal.
- ✓ Diseño de pieza para difusión de gestión documental acuerdo 032 2002.
- ✓ Diseño de pieza conoce el Plan de Bienestar.
- ✓ Día del Ingeniero.

## SEPTIEMBRE 2018:

- ✓ Diseño de portada para el PLAN FINANCIERO 2019 – 2028 ERU.
- ✓ Diseño de presentación para conferencia CCU "ALAMEDA ENTREPARQUES". Piezas para difusión de la conferencia e invitación a la misma.
- ✓ Diseño de piezas para el EVENTO DE BIENVENIDA nueva gerente Ursula Ablanque.
- ✓ INFORME DE GESTIÓN OAC NOV 17 - AGO 18 - Diseño de portadas, pie de página, recopilación de todas la piezas gráficas, estructura del informe, retoque fotográfico y creación de collages, redacción de textos y demás actividades.
- ✓ Adaptación de piezas para comunicación interna SOY 10.
- ✓ Adaptación de piezas para comunicación interna sobre la Semana de la Bicicleta septiembre.



- ✓ Diseño plantilla para presentación de los proyectos ERU. Envío a gerentes de proyectos y subgerentes de la Entidad.
- ✓ Diseño y estructura para la presentación de la estrategia de COMUNICACIONES - Ilustraciones y caricaturas en contexto con los integrantes de la oficina.
- ✓ Adaptación de piezas para comunicación interna SEMINARIO GESTIÓN JURÍDICA Y PÚBLICA.
- ✓ Adaptación del logo de la alcaldía - ERU para carpetas de correspondencia.

## OCTUBRE 2018

- ✓ Adaptación de piezas “Liberen Ya a Cristo José” para todas los canales de comunicación interna.
- ✓ Diseño de la portada para el anteproyecto del PLAN FINANCIERO ERU.
- ✓ Piezas de comunicación interna y externa con la advertencia de PORTAL WEB en mantenimiento.
- ✓ Adaptación de piezas UN TRATO POR EL BUEN TRATO.
- ✓ Adaptación de Piezas para la celebración del día del Servidor Público.
- ✓ Piezas para la invitación a la firma de la Convención con la gerente Ursula Ablanque.
- ✓ Adaptación de piezas para IV JUEGOS DISTRITALES y su difusión interna.
- ✓ Diseño de piezas con la recomendación a salir temprano por protestas en la ciudad.
- ✓ Adaptación de piezas para la invitación a participar del Simulacro Distrital del 24 de octubre. Animaciones para video con invitación por parte del Alcalde Enrique Peñalosa.
- ✓ Diseño de pieza para comunicación interna “valoremos nuestros valores” para recordar el diligenciar encuesta desarrollada por Talento Humano.



## NOVIEMBRE 2018

- ✓ Adaptación de artes para la promoción del festival DETONANTE en el Bronx. Pieza para visualización de video con lo sucedido en el festival.





## DICIEMBRE 2018

- ✓ Campaña AUTOCONTRÓLATE (Concepto Mafalda).
- ✓ Diseño y adaptación de presentación con los presupuestos y contratos del año 2019 de la OAC, gráficas de apoyo y animaciones para la presentación.
- ✓ Diseño de piezas gráficas con el mensaje "CUIDEMONOS JUNTOS" recomendando estar atentos a nuestra propia seguridad en épocas navideñas.
- ✓ Diseño de diplomas para reconocimiento a GENTE EXTRAORDINARIA en el evento cierre de gestión.
- ✓ Diseño de pieza para recordar los plazos de recepción de solicitudes de carácter presupuestal.
- ✓ Maratón de regalos en la ERU – San Bernardo.
- ✓ Adaptación de piezas Movilidad sostenible.



## TOTAL DE PIEZAS GRÁFICAS INTERNAS DISEÑADAS EN 2018

Ene. 2018	Feb. 2018	Mar. 2018	Abr. 2018	May. 2018	Jun. 2018	Jul. 2018	Ago. 2018	Sep. 2018	Oct. 2018	Nov. 2018	Dic. 2018	Total
45	69	88	163	99	59	65	66	115	106	120	28	<b>1.023</b>

## TOTAL DE PIEZAS AUDIOVISUALES INTERNAS PRODUCIDAS EN 2018

Durante el año 2018 se realizaron 97 videos, a través de los cuales se dio a conocer el estado y avances de los proyectos liderados por la ERU y la gestión de la Entidad:



Ene. 2018	Feb. 2018	Mar. 2018	Abr. 2018	May. 2018	Jun. 2018	Jul. 2018	Ago. 2018	Sep. 2018	Oct. 2018	Nov. 2018	Dic. 2018	Total
6	8	4	11	6	7	4	3	5	3	4	6	53

## REDISEÑO DE FORMATOS DE ALGUNOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

### PERIÓDICO EL LIKE



Con el objetivo de innovar y refrescar la comunicación interna, en el 2018 se elaboró la pieza informativa ***El Like***, a través del cual se informa a los funcionarios sobre los avances de los proyectos liderados por la Entidad, y otros de interés. Igualmente, a través de un periódico en digital, apoyados de infografías y cápsulas con datos e imágenes.

Tras una campaña de expectativa iniciada el 10 de septiembre, la primera edición de ***El Like*** se dio a conocer a los funcionarios de la Entidad el 9 de octubre de 2018, en el marco de la entrega de la obra civil a IDARTES, bajo el concepto “230 talentos ERU hicieron realidad la nueva Cinemateca”.

La segunda edición se emitió el 24 de octubre, siendo ahora la Renovación Urbana del Bronx que da vida el Bronx Distrito creativo y el cubrimiento que hicieron de ello los medios de comunicación, el contenido central del periódico.

La tercera edición llegó el 29 de noviembre, teniendo en primera plana el renacer del San Juan de Dios.

En el mes de diciembre ***El Like*** sacó su cuarta edición, el cual tuvo en primera página el evento en el que el alcalde inició de entrega de 1200 viviendas a víctimas





del conflicto armado en El Porvenir en Bosa, cumpliendo con la meta propuesta en el Plan de Acción de la OAC.



## EL LIKE INSTAGRAM

Otro formato que nació en 2018, fue **El Like Instagram**, con el fin de resaltar los logros de los funcionarios de las diferentes dependencias a partir del cumplimiento de los objetivos propuestos en los proyectos o generando integración al interior de la Entidad. Esta pieza gráfica simula la red social Instagram y tuvo cinco (5) entregas:



**25 de septiembre-** Destaca la labor de la Oficina Asesora de Comunicaciones por el incremento de los seguidores en las redes sociales.

**8 de octubre-** Resalta el trabajo de la Subgerencia de Desarrollo de Proyectos por su trabajo que dio como resultado la entrega de la Nueva Cinemateca.

**22 de Octubre** - Destacó la gestión hecha por parte de la Subgerencia de Gestión Urbana, la cual dio viabilidad por parte de la Secretaría Distrital de Planeación al Plan Parcial de Renovación Urbana 'Voto Nacional-La Estanzuela'-

**2 de noviembre** - **El Like** fue para la Subgerencia de Gestión Corporativa por el concurso de disfraces.





**7 de Diciembre** – Resaltó la labor de la Dirección Comercial y de la Gerencia del proyecto ‘Complejo Hospitalario San Juan de Dios’, por haber hecho posible su recuperación.

## ERUNET:

Para el rediseño del portal web interno (Erunet) se implementaron nuevos módulos, para el acceso de los usuarios a los videos que se producen en la Oficina Asesora de Comunicaciones, ya que anteriormente estos videos no se podían ver desde la plataforma de YouTube por restricciones de permisos. Con el modulo instalado Videos JS de Drupal todos los usuarios puedan visualizar los videos sin ningún tipo de restricción. Así mismo en la sección de noticias se actualizaron los módulos para las fotografías agregando como prioridad un Slider para que los usuarios puedan ver con más facilidad las fotos y se le agrega un botón de pausa para detener y detallar cada una de ellas.



Se rediseñó el Body de la ERUNET (el cuerpo o vestido del portal a los costados izquierdo y derecho de la pantalla), permitiendo el reforzamiento de las campañas de comunicación haciendo más atractiva la plataforma y haciéndola más armónica y estética para los usuarios. Se agregó el botón ERU en los medios, lo que permite una interacción entre el portal interno y externo de la ERU.

Los cambios realizados en las dos (2) páginas, se hicieron bajo la asesoría de la Alta Consejería de las TIC, teniendo en cuenta los lineamientos para el uso de la herramienta y mejorando estéticamente. Además, se liberó espacio para que los portales puedan soportar la capacidad necesaria para estar actualizada en todos los tiempos, tanto en noticias, como eventos realizados por la Empresa.



## RESULTADOS ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA

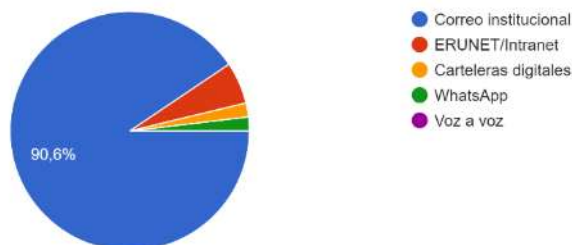
Para medir la efectividad de las actividades, eventos y campañas de Comunicación Interna realizadas en el 2018, se aplicó una encuesta de percepción a todos los funcionarios a través de la ERUNET y el correo directo, la cual arrojó entre otros, los siguientes resultados:

A continuación se caracterizarán cualitativamente los datos de la encuesta basados en las respuestas de 106 funcionarios, lo que corresponde al 44% de los trabajadores de la Entidad.

Se preguntó a los funcionarios cuál era el medio de Comunicación Interno por el cual se enteraban de toda la información generada por la Oficina Asesora de Comunicaciones de la ERU, lo cual dio como resultado que, mayoritariamente, el correo institucional es el más utilizado, seguido por la ERUNET/Intranet. Según la encuesta, nadie se enter por el “voz a voz”, lo cual determina que la información solo se maneja a través de los canales oficiales de la Entidad.

### 4) ¿Cuál es el medio de Comunicación Interno por el cual te enteras de la información?

106 respuestas



También se preguntó qué tan frecuentemente los funcionarios ven, visitan o consultan la información de los canales oficiales, lo cual dio como resultado:

### ERUNET / INTRANET

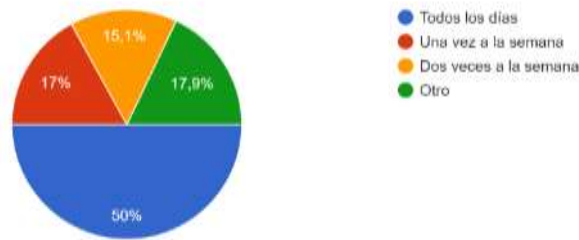
Según la encuesta la mitad de las personas visitan todos los días la ERUNET/Intranet, debido a que allí encuentran la información necesaria para el cumplimiento de su trabajo (directorío, formatos) y el 34% la consulta una vez a la semana o menos.





### 5) ¿Con qué frecuencia visitas la ERUNET/Intranet?

106 respuestas

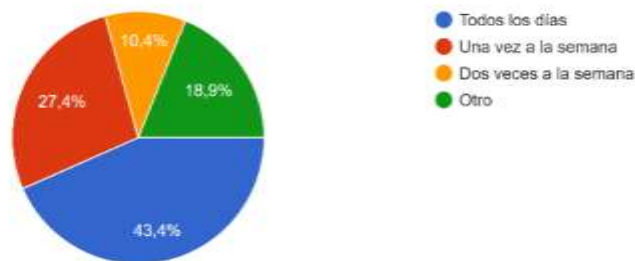


## CARTELERAS DIGITALES

Según la encuesta, el 43.4% de los funcionarios ven todos los días la información proyectada en las carteleras digitales, debido a que *“son de fácil acceso”* o *“se encuentran estratégicamente ubicadas”* cerca a sus puestos de trabajo o en lugares de paso como pasillos o la cafetería.

### 6) ¿Con qué frecuencia ves la información en las carteleras digitales?

106 respuestas



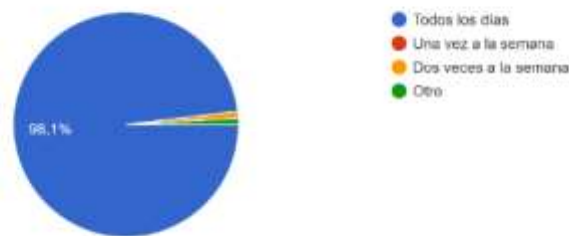
## CORREO INSTITUCIONAL

La encuesta arrojó que el correo institucional es el medio de Comunicación Interno más frecuentado. Según los funcionarios, esto es debido a que no solo hace parte de sus herramientas de trabajo, sino que además lo consideran un mecanismo de acceso rápido e inmediato, lo cual les facilita mantenerse informados sobre la gestión institucional y las actividades a adelantar en cada una de sus áreas y en la Empresa.



### 9) ¿Con qué frecuencia consultas el correo institucional?

106 respuestas



## CAMPAÑAS INTERNAS / ACTIVIDADES

Por otra parte se le preguntó a los funcionarios su opinión sobre las campañas /actividades que desarrolló la Oficina Asesora de Comunicaciones durante este 2018:

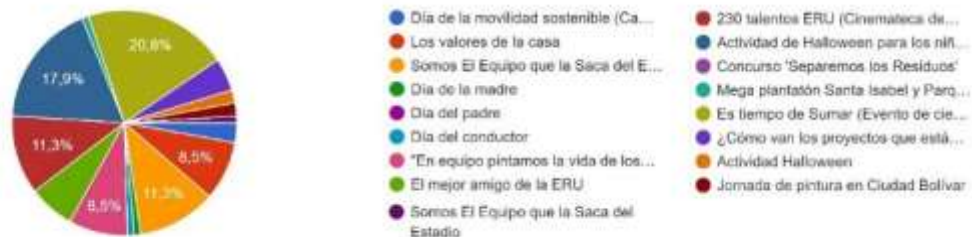
Inicialmente se preguntó sobre su nivel de recordación de las campañas/actividades, siendo las actividades en las que hubo una mayor interacción entre los funcionarios, las más recordadas. Es así que, por ejemplo, las campañas “El mejor amigo de la ERU” y “Es tiempo de Sumar-Evento de Cierre de Gestión” fueron las más votadas (61 personas).

Respecto a estas campañas, los funcionarios resaltaron la creatividad y la organización de cada una de ellas, lo cual permitió la participación masiva de la empresa.

Posteriormente se les pidió a los funcionarios que escogiesen cuál de todas las actividades les había gustado más, siendo la campaña “Es tiempo de Sumar-Evento de Cierre de Gestión” la más votada, con un 20%, seguida por la “Actividad de Halloween para los niños (set de televisión)” con un 17.9%. Según los trabajadores de la entidad, estos eventos no solo permitieron conocerse entre sí en un escenario diferente a la oficina, sino resaltaron además que “*fueron actividades emotivas y de integración*”.

### 11) Elige cuál de las siguientes Campañas/Actividades te gustó más

106 respuestas

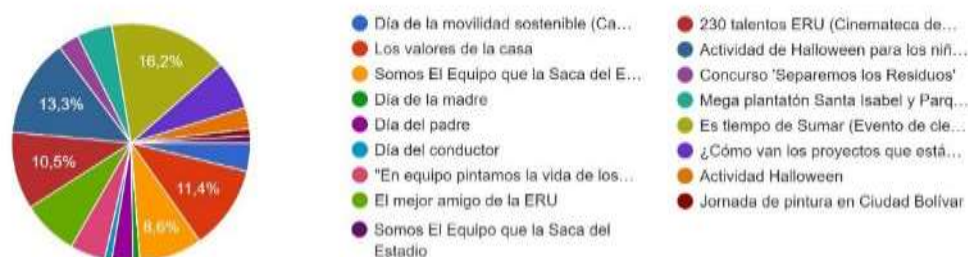




En el mismo sentido, se indagó cuál de las campañas/actividades había tenido más impacto a nivel personal, siendo de nuevo las campañas “Es tiempo de Sumar-Evento de Cierre de Gestión” y “Actividad de Halloween para los niños (set de televisión)” las más votadas con el 16,2% y 13,3% respectivamente, seguidas por “Los valores de la casa” (11,4%) y “230 talentos ERU” (10,5%). Por las respuestas obtenidas, se determinó que estos eventos gustaron debido a que gracias a ellos se reforzaron los valores que permiten generar a diario un buen ambiente laboral y desarrollar las metas laborales en su totalidad.

#### 12) ¿Cuál de las siguientes Campañas/Actividades tuvo más impacto en ti?

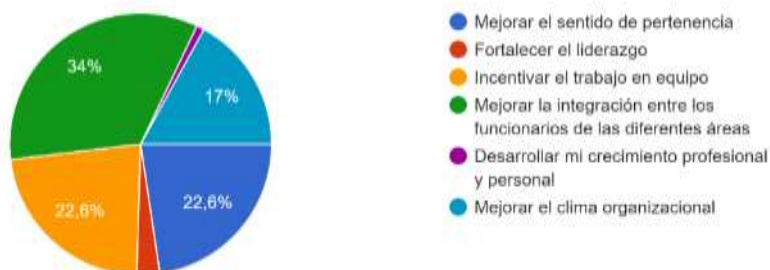
105 respuestas



Para terminar esta sección, se les preguntó a los funcionarios en ¿qué creen que había aportado la realización de estas campañas/actividades? arrojando como resultado que el 34% de los encuestados cree que “mejoró la integración entre los funcionarios de las diferentes áreas”, seguido por el “mejoramiento del sentido de pertenencia (22,6%), y la “incentivación del trabajo en equipo” (22,6%).

#### 16) Crees que estas Campañas/Actividades aportaron a:

106 respuestas



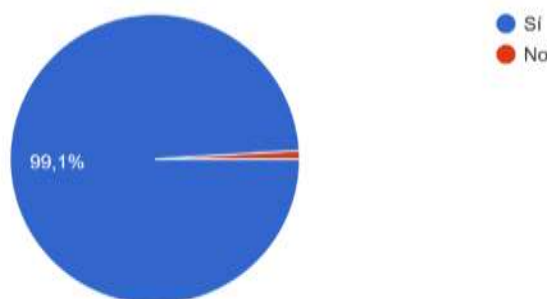
## CLARIDAD Y PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN

En la encuesta de percepción de las Comunicaciones Internas también se midió sobre la claridad y pertinencia de la información que emite la OAC en las piezas gráficas, audiovisuales y comunicados, que se socializan a través de los diferentes canales.

Casi la totalidad de los colaboradores de la Entidad opinan que el lenguaje utilizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones es claro (99,1%), definiéndolo como: preciso, adecuado, oportuno, sencillo, accesible, didáctico e ingenioso a nivel visual. Según los funcionarios: *“se utiliza terminología y lenguaje entendible para todo el público”* y *“las piezas comunicacionales son bien diseñadas para captar la atención”*.

17) ¿El lenguaje utilizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones es claro?

106 respuestas



En el mismo sentido, afirmaron en un 97,2%, que la Comunicación Interna aportó a conocer y entender el objetivo de la Entidad, el avance y el estado de los proyectos liderados por la ERU. Opinaron, que se comunicó de una forma agradable y sencilla el avance de los diferentes proyectos, lo cual permitió que trabajadores de todas las áreas no solo se mantuvieran informadas sobre las mismas, sino que además comprendieran fácilmente su principal objetivo. *“la estrategia comunicacional se centró en los aspectos propios de la misionalidad corporativa, generando un mensaje de coparticipación de todos los colaboradores en el logro de los propósitos institucionales”*, afirmó un funcionario.





18) ¿Crees que la Comunicación Interna aportó a conocer y entender el objetivo, el avance y el estado de los proyectos desarrollados por la ERU?

106 respuestas



Finalmente, la mayor parte de los funcionarios encuestados (86,7%), consideran que las Comunicaciones Internas en 2018 mejoraron. Esto, según las opiniones, debido a que se implementó una estrategia para llegar a más funcionarios a través de más medios, hubo más presencia y empoderamiento como Oficina Asesora, generó más participación de los empleados de la Entidad y en general hubo un “giro de 180 grados” comparado con otros años. “No se realizaban tantas actividades internas, ni se celebraban las fechas de manera tan especial”, “han mejorado en creatividad y brindar ahora información más completa y menos densa”, expresaron los funcionarios.

22) Consideras que las Comunicaciones Internas en 2018:

105 respuestas

