



PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONES IDPYBA 2024



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL



PUNTO DE PARTIDA 2020 – 2024

El IDPYBA es una de las entidades del Distrito **con más seguidores y mayor interacción** con la comunidad digital.

CINCO CANALES EN REDES SOCIALES:

Facebook



Instagram



YouTube



X (Twitter)



Tik Tok



Comunidad digital
de un total de

465.539

Seguidores
(Corte 25 de abril)

Respuesta oportuna
a más de

2.000

solicitudes **mensuales**
en redes sociales.

Alrededor de

900

publicaciones en
redes al **mes**.

Aproximadamente

4 ' 800.000

impresiones mes a mes.



DIAGNÓSTICO

SONDEO DE PERCEPCIÓN EXTERNO



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL



SONDEO DE PERCEPCIÓN EXTERNO

OBJETIVO GENERAL:

Obtener información valiosa sobre la percepción y opinión de la ciudadanía que se conecta con el IDPYBA, para poder tomar decisiones informadas y mejorar continuamente en todos los aspectos de nuestra comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Recopilar información: el sondeo permite recabar datos sobre la percepción que tiene el público externo sobre ciertos temas o servicios ofrecidos por nuestra entidad.

Conocer la opinión del público: permite entender cómo se percibe nuestro Instituto y sus servicios. Esto puede incluir percepciones sobre calidad, reputación, entre otros aspectos.

Identificar áreas de mejora: al obtener retroalimentación directa del público, se pueden identificar áreas de mejora la manera en que nos comunicamos.

PREGUNTA 1



PARTICIPANTES: 497

¿Consideras que utilizamos los canales de comunicación adecuados para llegar a todos los sectores de la ciudadanía en Bogotá?

SI: 301 (60,5%)

NO: 196 (39,5%)

Cuéntanos cómo te gustaría:

- Alcaldías Locales
- Centros comerciales
- Veterinarias
- Supermercados
- Línea telefónica atención inmediata
- Televisión, Radio
- Medios de comunicación para adultos mayores
- Volantes en calle
- Colegios públicos y privados
- Portales de Transmilenio
- Grupos de Whatsapp
- Branding, volantes
- Voz a voz
- Vallas publicitarias



PREGUNTA 2



PARTICIPANTES: 444

De 1 a 5 (siendo uno la calificación más baja y 5 la más alta)

¿Cómo evaluarías la frecuencia de las comunicaciones que emitimos a través de nuestras publicaciones en redes sociales y página web?

1. 57 (13%)
2. 49 (11%)
3. 63 (14%)
4. 148 (33%)
5. 127 (29%)

PREGUNTA 3



¿Qué temas te gustaría que abordáramos en nuestras publicaciones en redes sociales y en nuestras notas en la página web?

- Fechas de jornadas de bienestar
- Canales de reporte
- Beneficios para proteccionistas
- Rescates
- Tips de comportamiento
- ¿Cómo identificar casos de maltrato?
- Participación ciudadana
- Seguimiento de casos
- Tenencia responsable
- Sanciones a los malos tenedores
- Tips para razas de manejo especial
- Enfermedades comunes y tratamientos
- Paso a paso adopción
- Primeros auxilios veterinarios
- Tiempos de respuesta de los reportes
- Voluntariado
- Alimentación
- Adiestramiento canino
- Funcionalidad de las vacunas

PREGUNTA 4



PARTICIPANTES: 477

¿Crees que somos un referente de información para temas de bienestar y protección animal en Bogotá?

SI: 440 (92%)

NO: 37 (8%)

CONCLUSIONES REDES

- Del total de los participantes durante las 4 ocasiones en las que compartimos la encuesta a través de redes sociales, el **60,5%** considera que nuestros canales de comunicación son adecuados para informar a la ciudadanía acerca de los servicios que como Instituto ofrecemos. Sin embargo, la mayoría de quienes complementaron sus respuestas con otros medios a través de los cuales podríamos comunicarnos concuerdan en que es muy **importante tener en cuenta que no hay una accesibilidad alta a redes sociales o página web para adultos mayores o zonas vulnerables de la ciudad**. Por esta razón consideran que los **medios masivos de comunicación, vallas publicitarias, voz a voz e incluso branding y volanteo**, son herramientas que deberíamos utilizar a nuestro favor para comunicar nuestro mensaje de una manera más amplia.
- Nuestra audiencia, frente a la pregunta de la frecuencia de las comunicaciones que emitimos a través de nuestras publicaciones en redes sociales y página web, se encuentra en un punto medio. En la calificación de 1 a 5, se obtiene una **respuesta promedio de 3, lo cual muestra una ventana de oportunidad** para diversificar los contenidos teniendo en cuenta los hallazgos, frente a la neutralidad que tenemos como respuesta.
- Frente a la pregunta de si somos considerados como un referente de información para temas de bienestar y protección animal en Bogotá, se obtuvo un **92% de respuesta favorable**, lo cual confirma y permite afirmar que **nuestro compromiso y objetivo por no solo mostrar gestión sino ser un espacio informativo fidedigno, se ha cumplido**. Por consiguiente, se considera importante continuar con las prácticas de comunicación estratégica que hasta el momento se han llevado a cabo y aprovechar las oportunidades de mejoría en favor de la reputación del Instituto.



ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA



- **Tiempo al aire: 4 semanas**
- **Total de respuestas: 292**

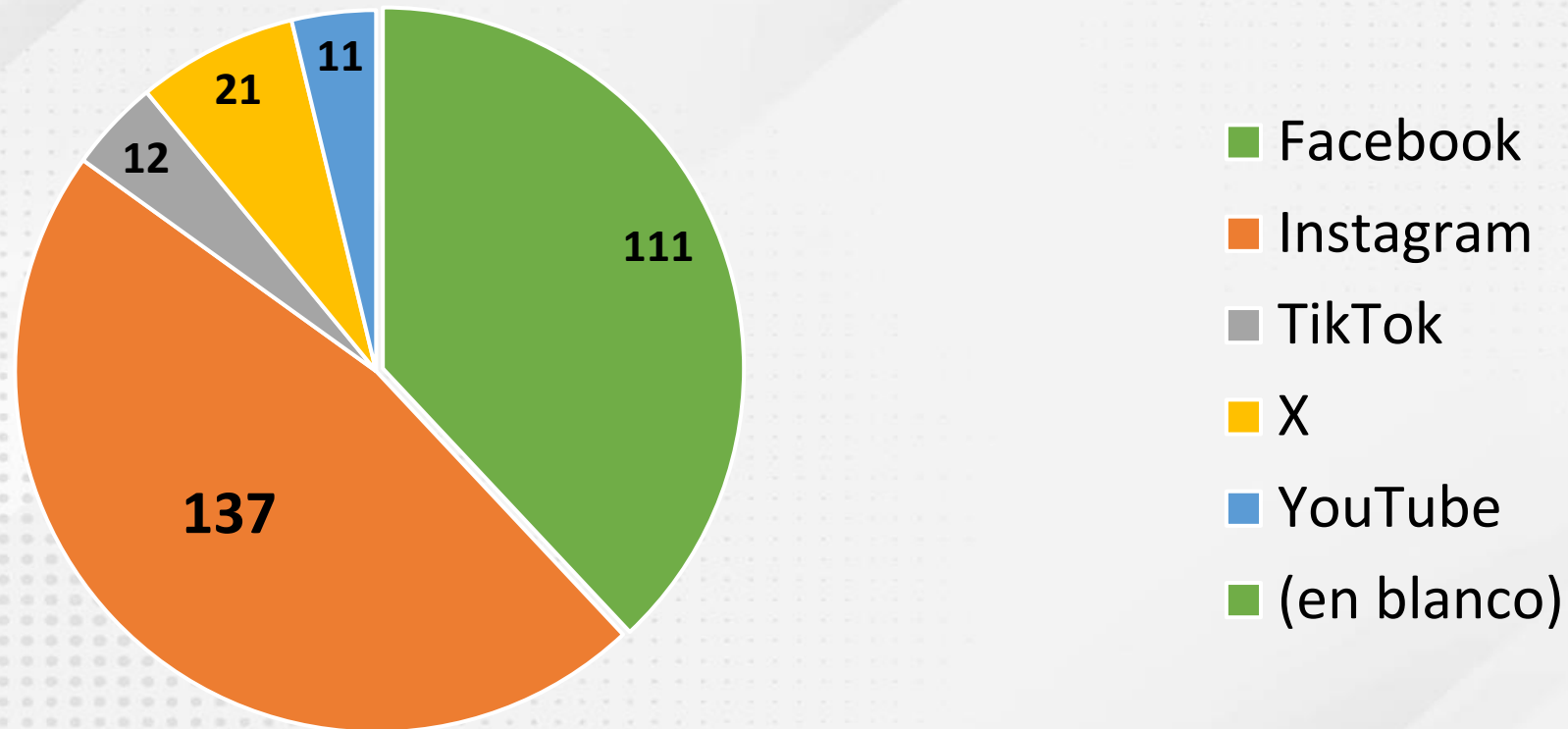


INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL



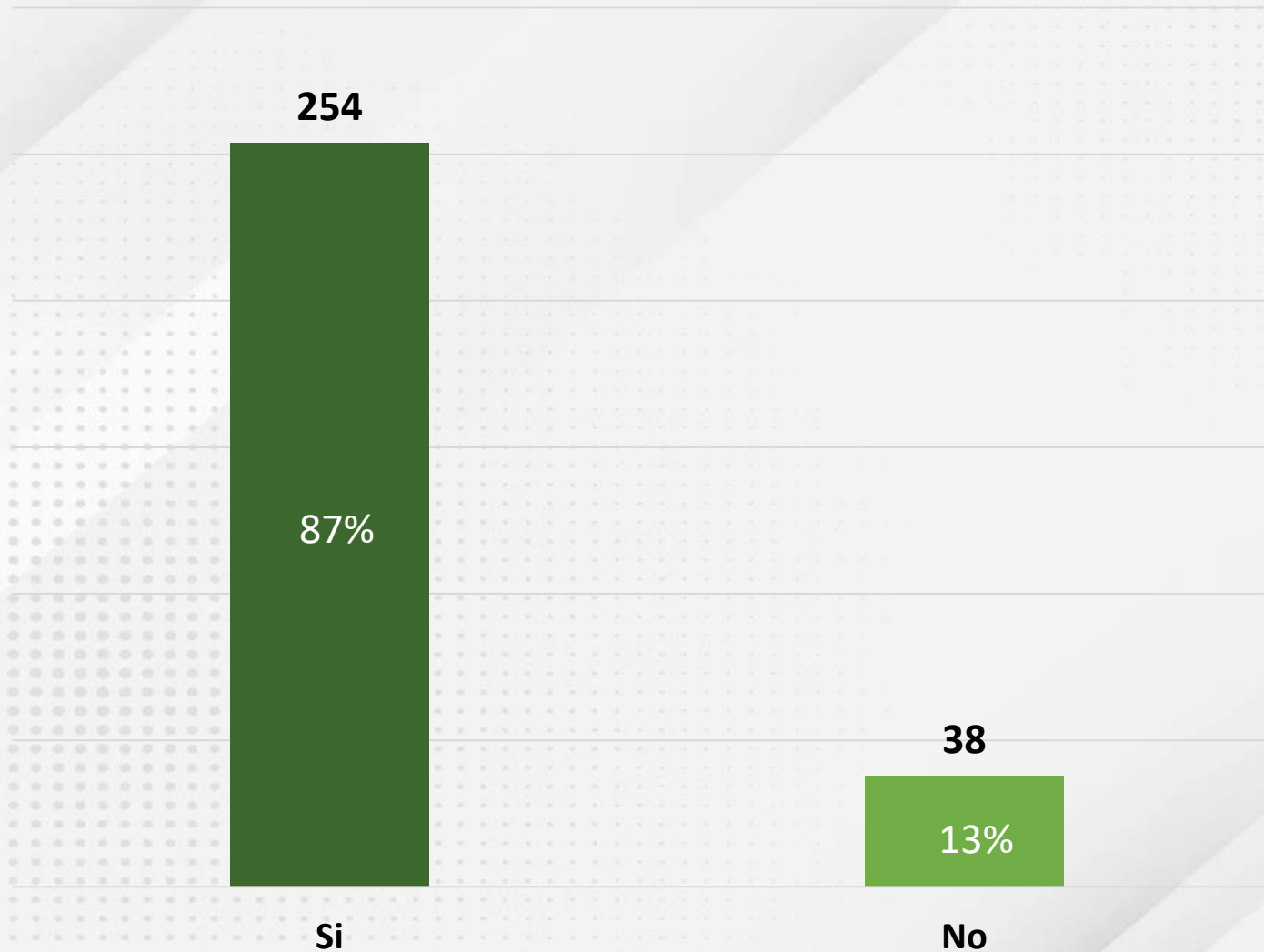
PREGUNTA 1

¿Cuál es la red social que más utilizas para conocer nuestros programas y servicios?



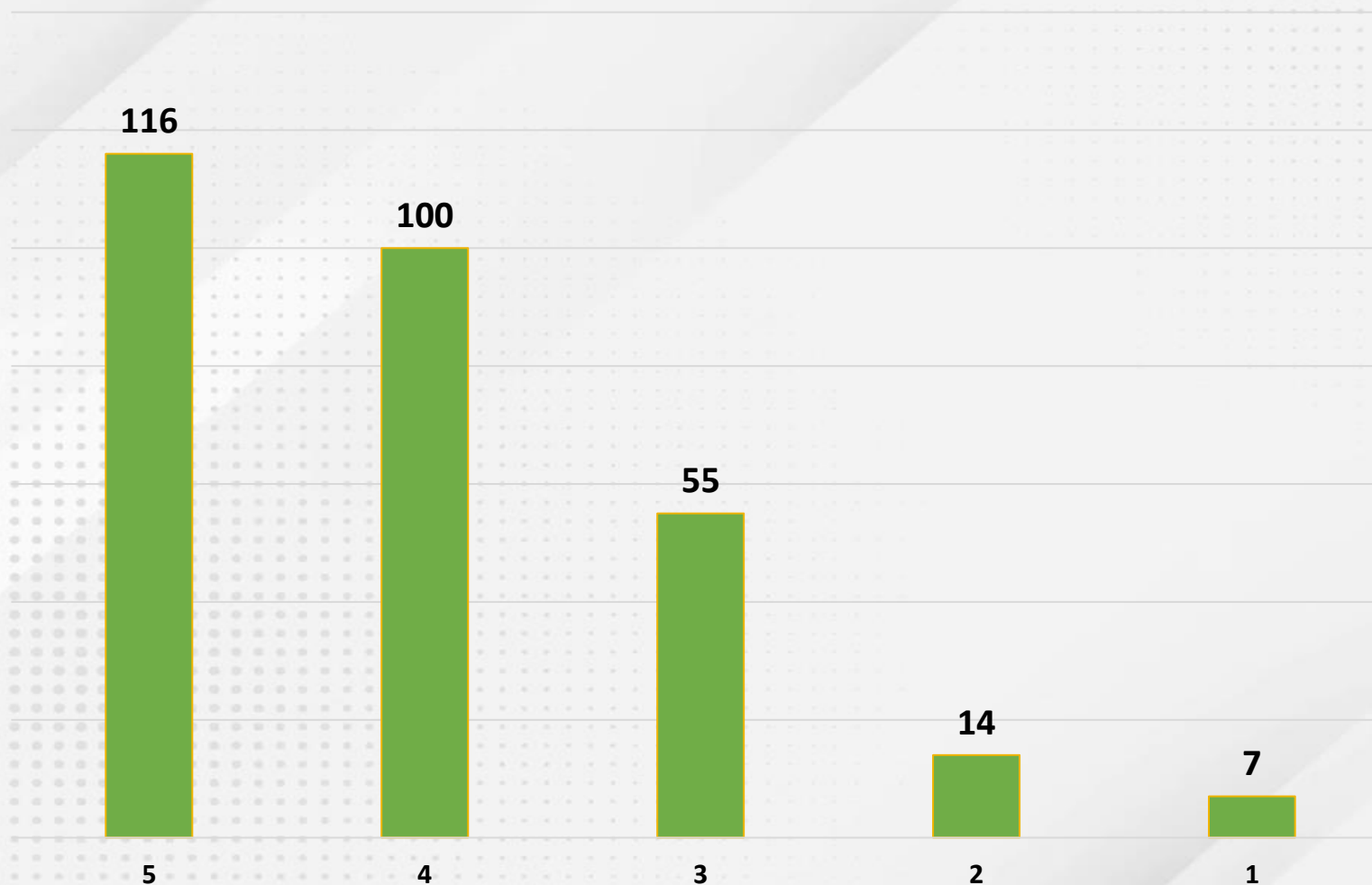
PREGUNTA 2

¿Consideras que la información compartida en nuestras redes sociales es útil, clara y comprensible para ti?



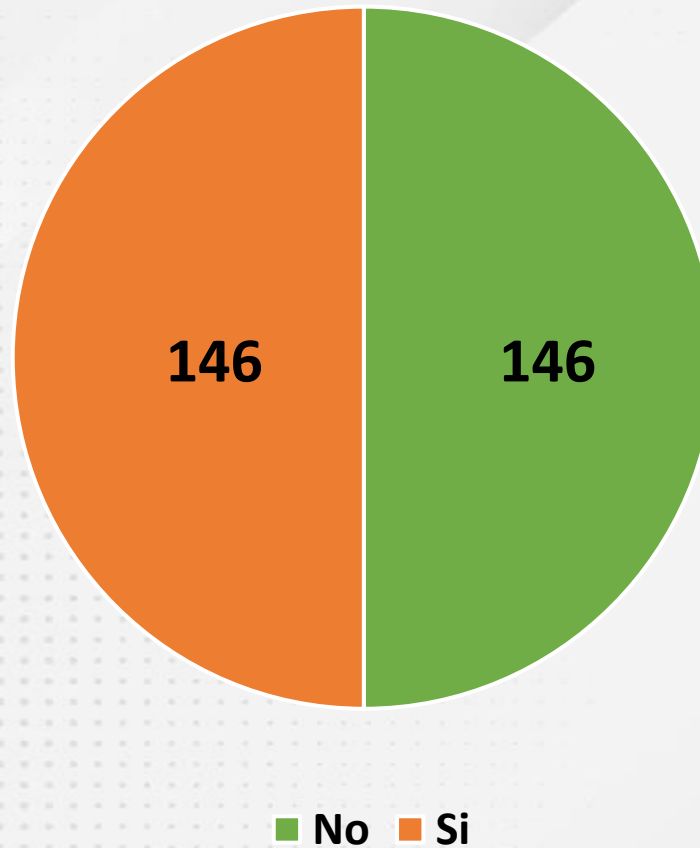
PREGUNTA 3

De 1 a 5 (siendo uno la calificación más baja y 5 la más alta) Cuéntanos qué tan útil es la información que compartimos en nuestras redes:



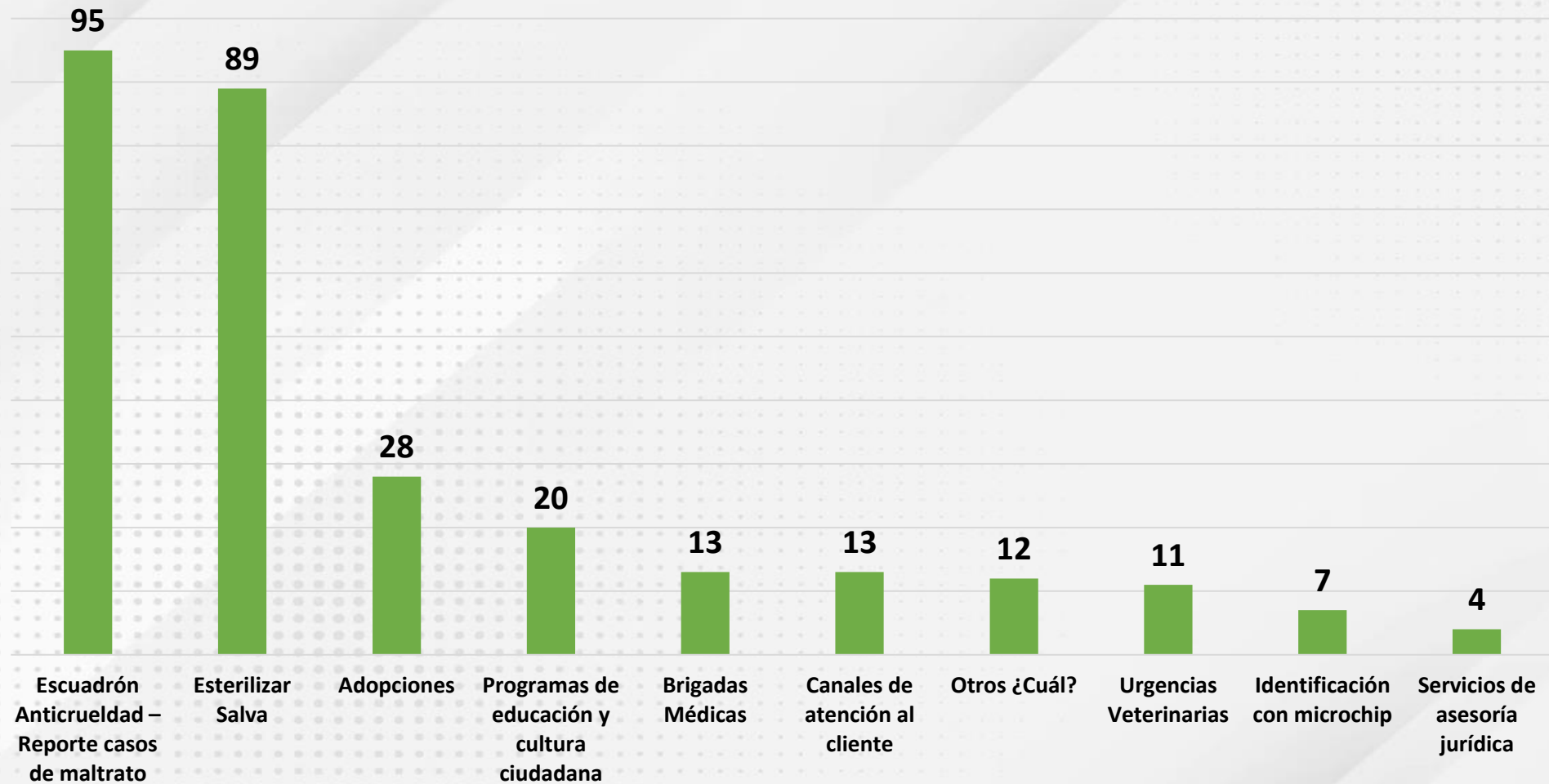
PREGUNTA 4

¿Te has beneficiado de alguno de nuestros programas y/o servicios?



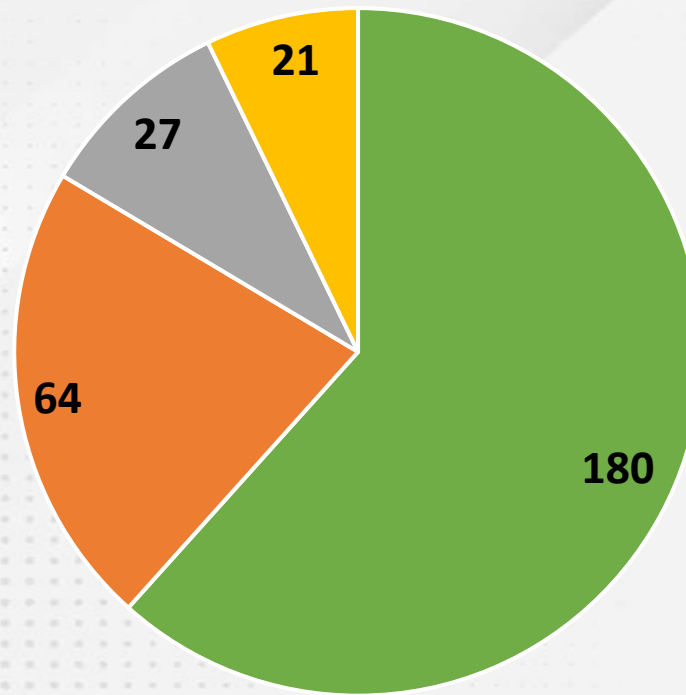
PREGUNTA 5

¿Qué tipo de programas y/o servicios consultas en nuestras redes sociales?



PREGUNTA 6

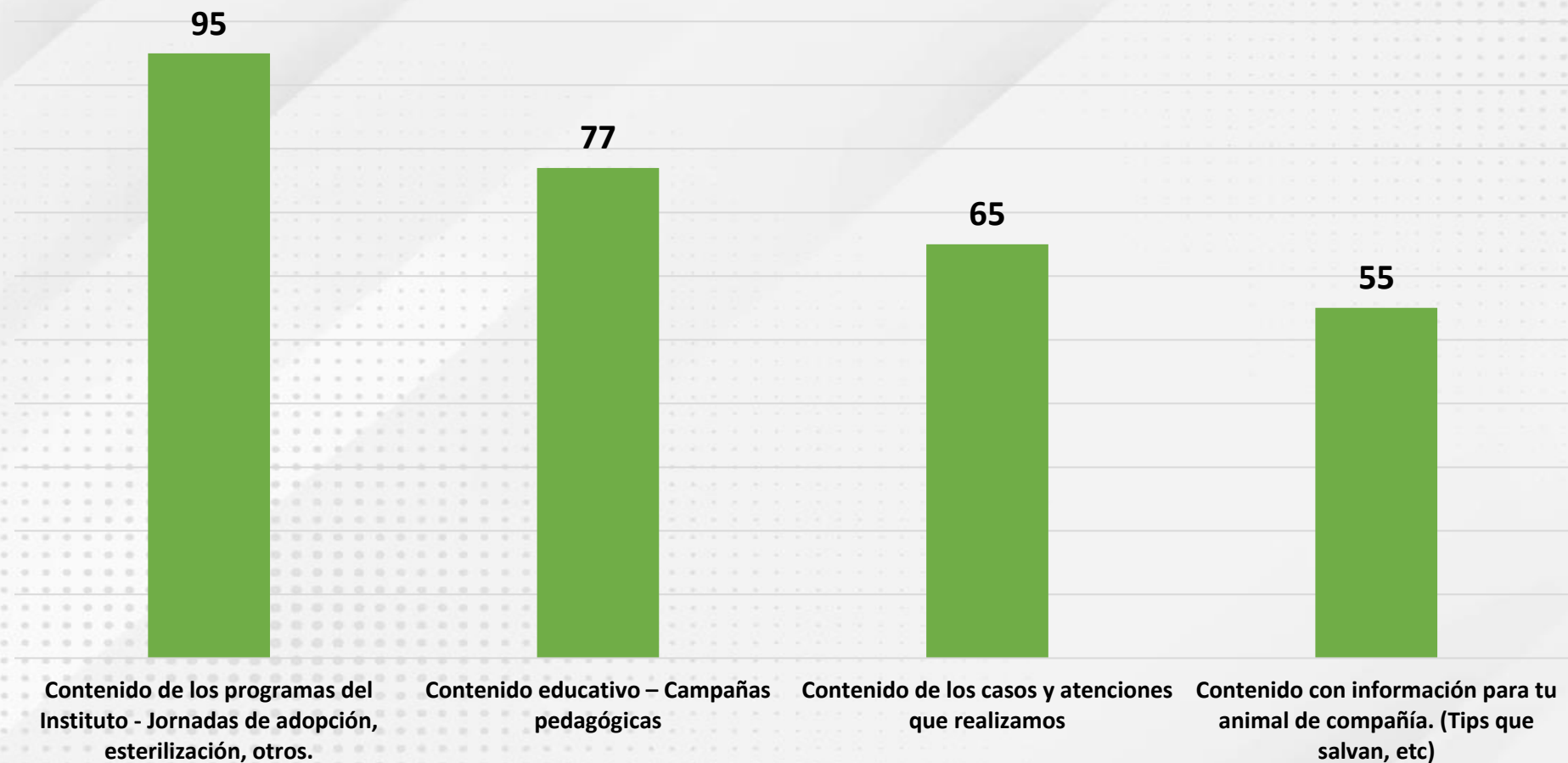
¿Cómo prefieres ver los contenidos que más te gustan de nuestras redes sociales?



■ Videos o Reels ■ Imágenes - piezas con diseños ■ Artículos ■ Fotos

PREGUNTA 7

¿Qué te gustaría ver en las redes sociales y la página web del Instituto?



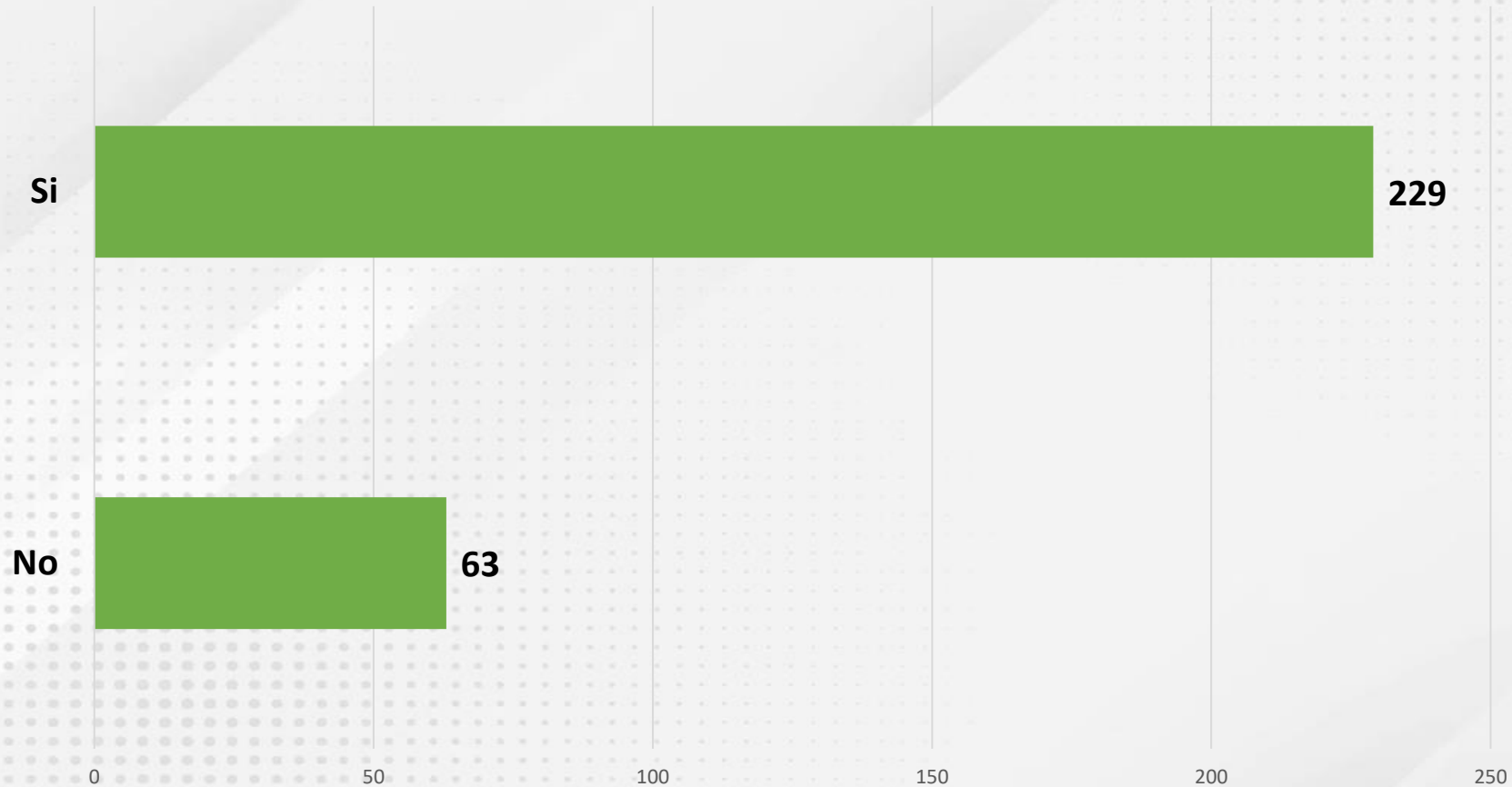
PREGUNTA 8

¿Conoces nuestra página web?



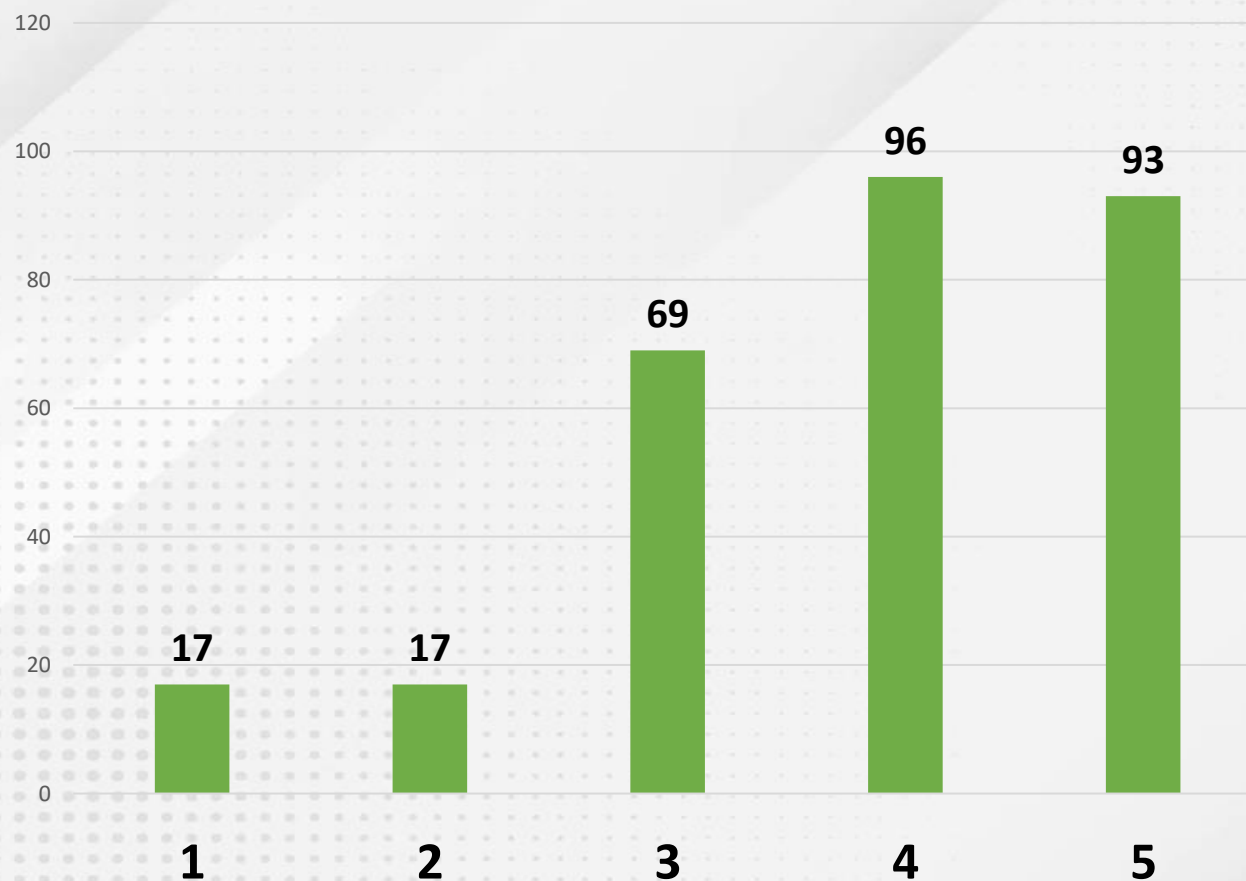
PREGUNTA 9

¿La información publicada en la página web es útil para ti?



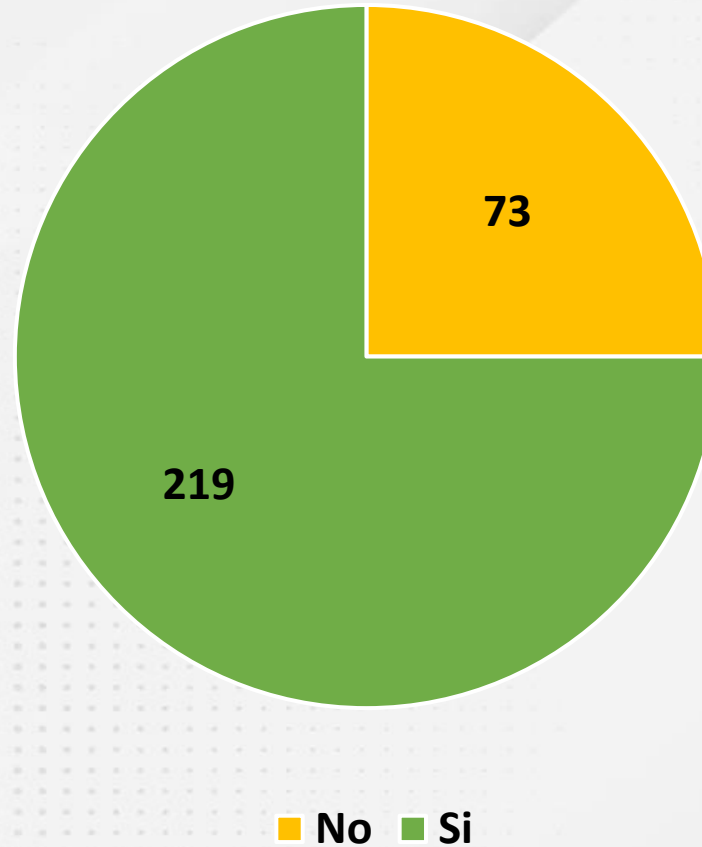
PREGUNTA 10

De 1 a 5 (siendo uno la calificación más baja y 5 la más alta) Cuéntanos qué tan útil es la información que compartimos en nuestra página web:



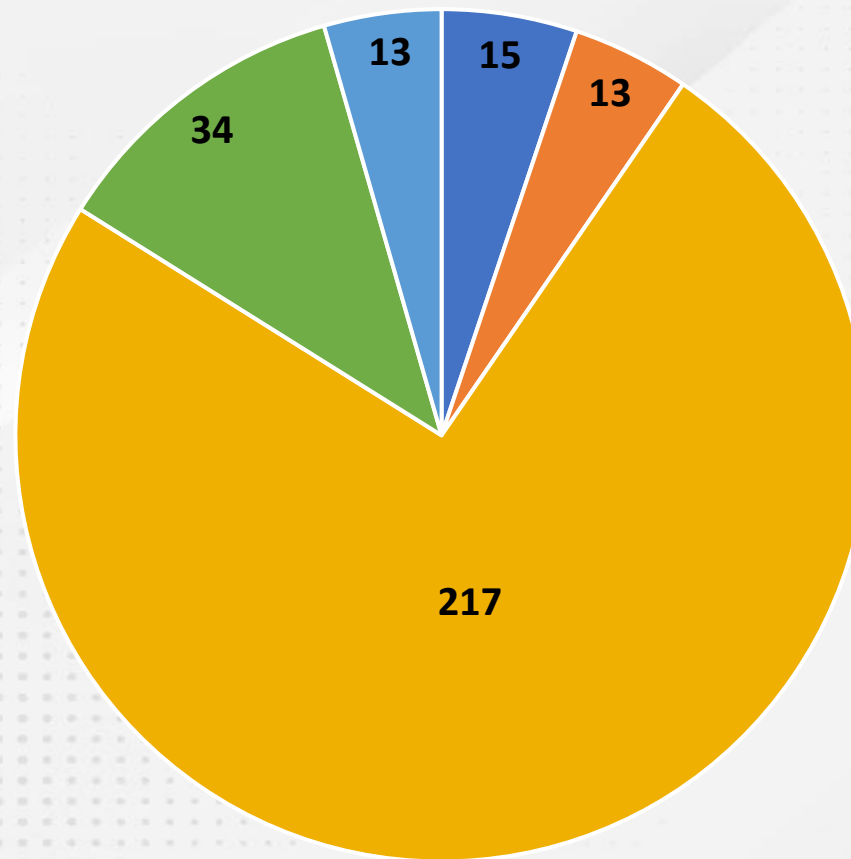
PREGUNTA 11

¿Es fácil utilizar nuestra página web?



PREGUNTA 12

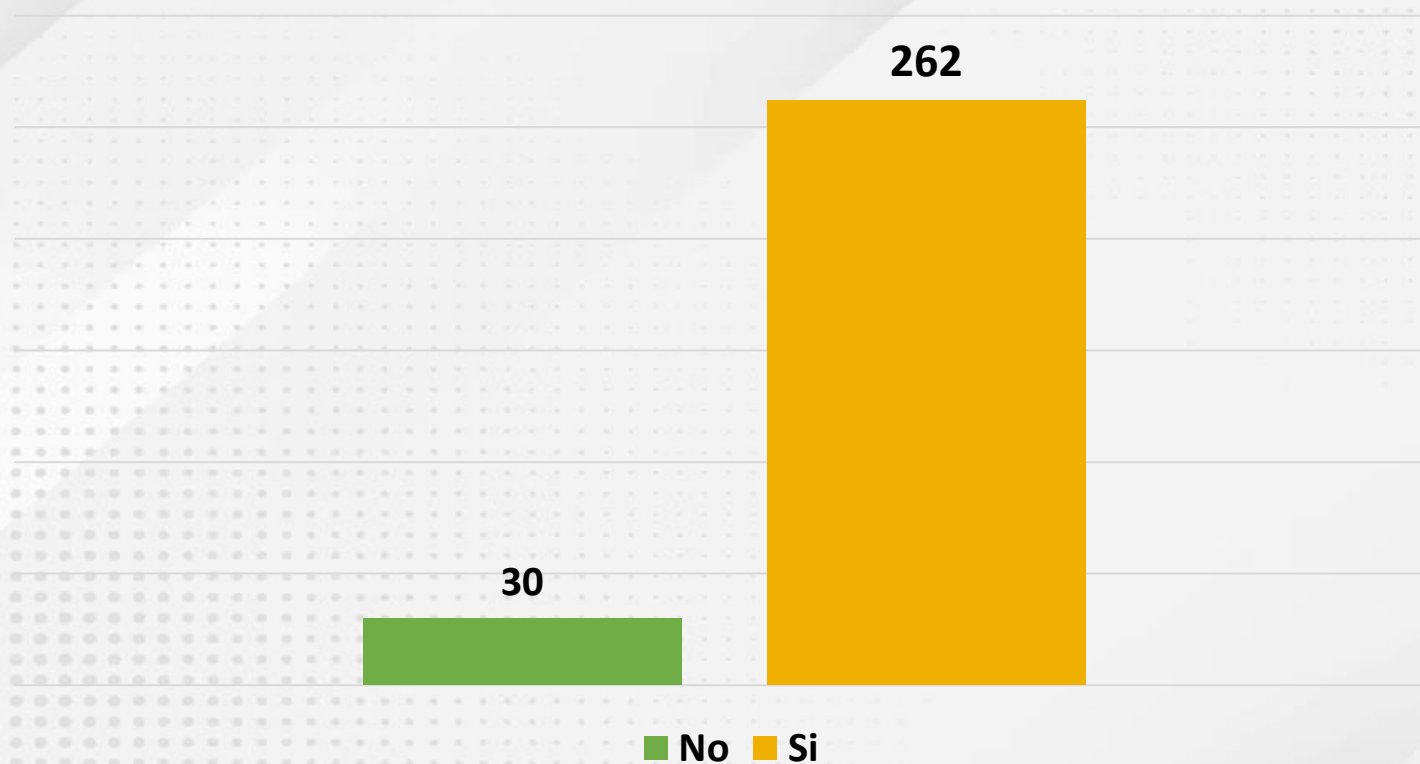
¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor nuestro contenido?



■ Alegre ■ Divertido ■ Informativo ■ Serio ■ Triste

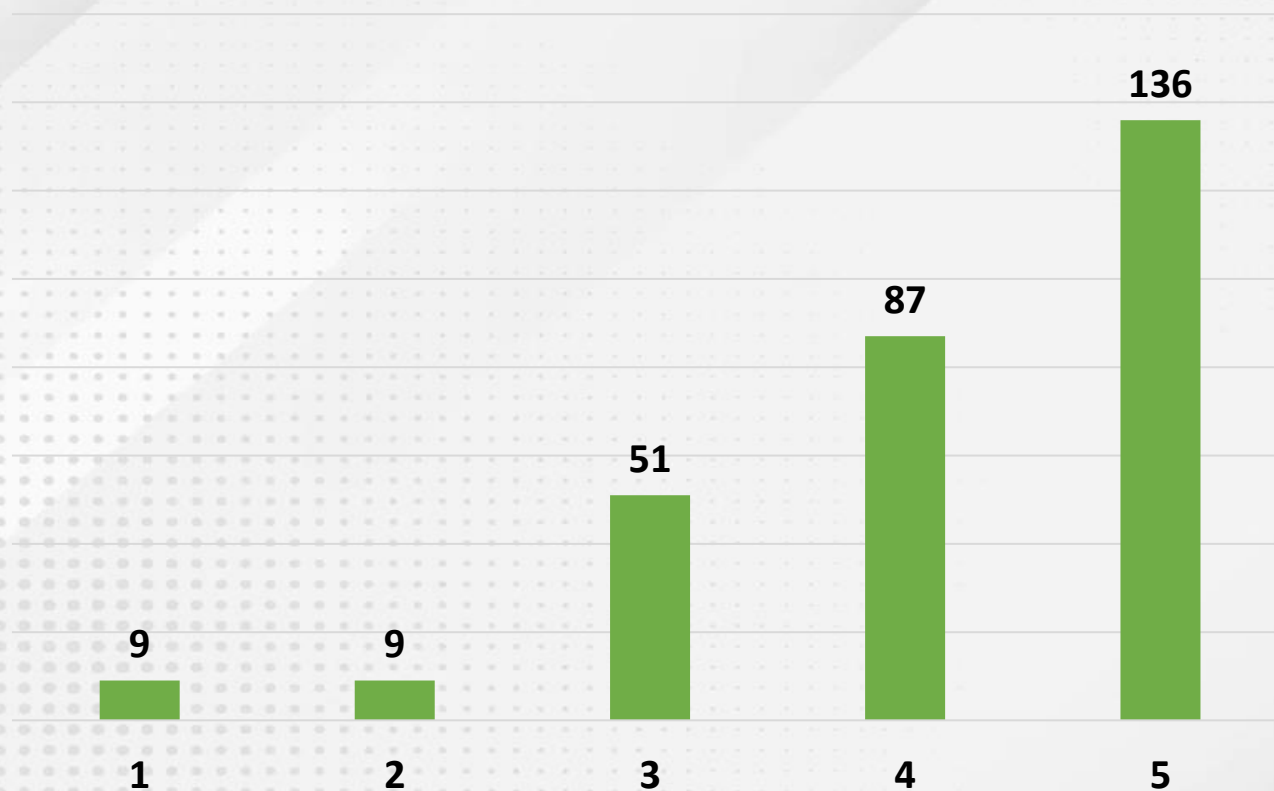
PREGUNTA 13

¿Confías en la información que el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal te comparte a través de sus canales oficiales?



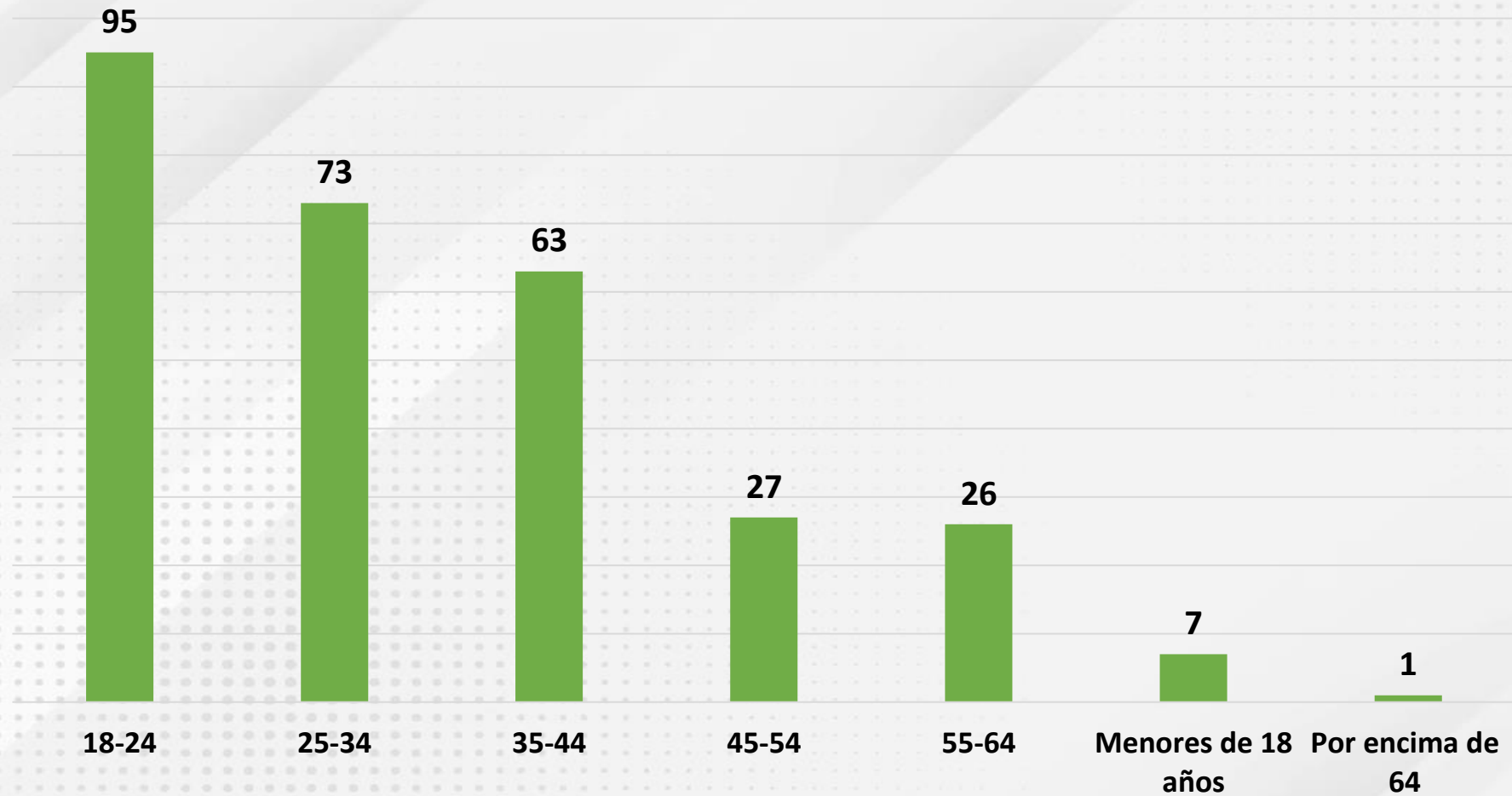
PREGUNTA 14

De 1 a 5 (siendo uno la calificación más baja y 5 la más alta) ¿Qué probabilidades hay de que recomiendes nuestras redes sociales y página web a tus amigos y/o familiares?



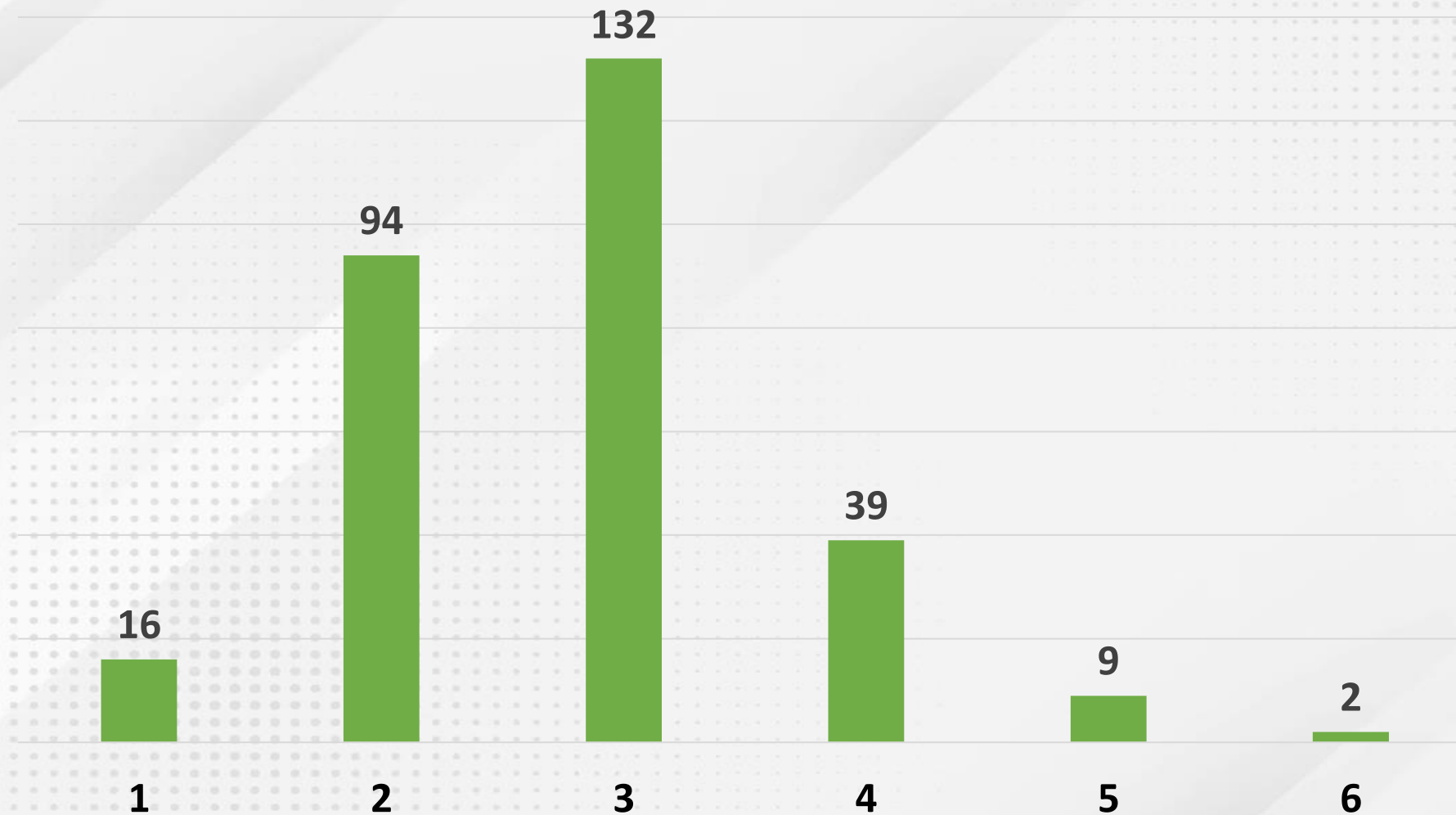
PREGUNTA SOCIODEMOGRÁFICAS

¿En qué rango de edad te encuentras?



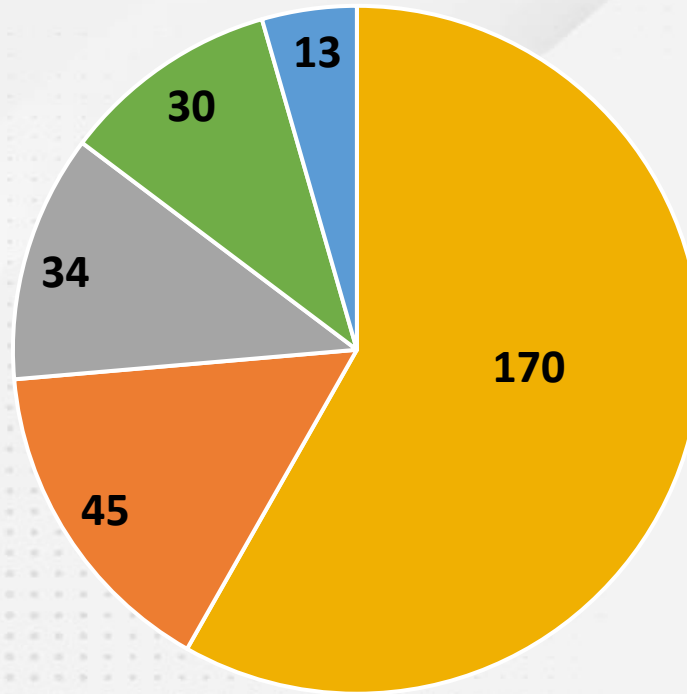
PREGUNTA SOCIODEMOGRÁFICAS

Estrato donde vives



PREGUNTA SOCIODEMOGRÁFICAS

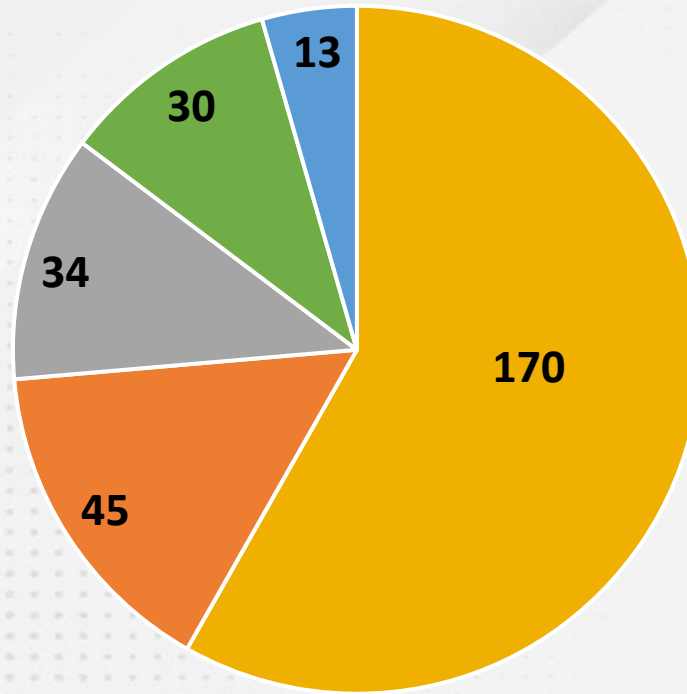
¿A qué te dedicas?



■ Profesional ■ Amo/a de casa ■ Rescatista y/o proteccionista ■ Estudiante ■ Empresario

PREGUNTA SOCIODEMOGRÁFICAS

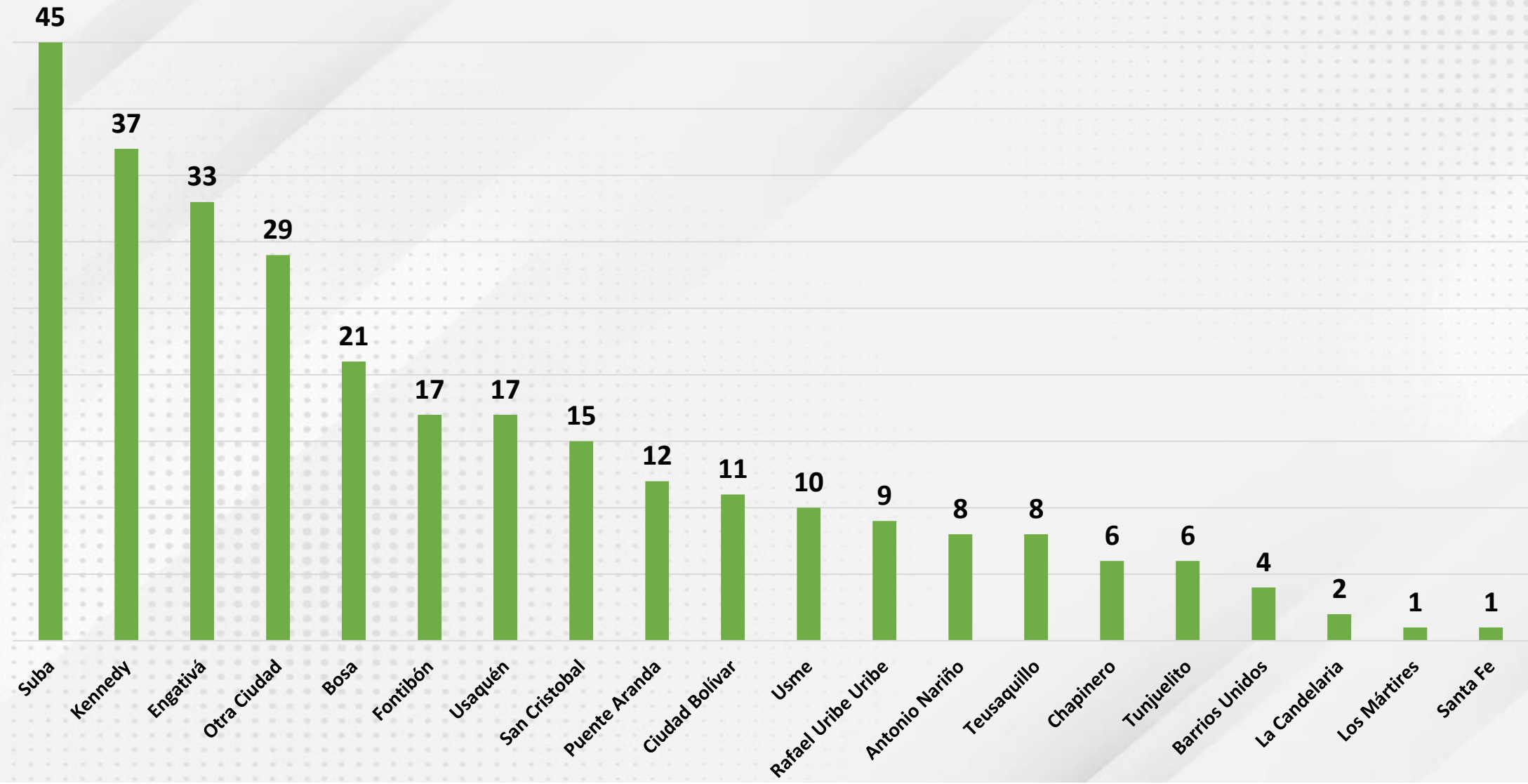
¿A qué te dedicas?



■ Profesional ■ Amo/a de casa ■ Rescatista y/o proteccionista ■ Estudiante ■ Empresario

PREGUNTA SOCIODEMOGRÁFICAS

¿En qué localidad vives?



CONCLUSIONES ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA

- En términos generales, las y los participantes de esta encuesta tienen una percepción positiva de la imagen y la marca que representa el Instituto de Protección y Bienestar Animal. El 87% de las personas que participaron en la encuesta consideran que la información compartida en las redes sociales del IDPYBA es útil, clara y comprensible.
- Por otra parte, el 62% de los encuestados prefieren ver los contenidos que publica el IDPYBA en un formato audiovisual como videos o reels, enmarcándose como los productos más visibles de la entidad y el 33% de los encuestados prefieren ver contenidos de los programas institucionales como jornadas de adopción, de esterilización, atención de urgencias, casos de maltrato animal entre otros más.
- Es importante resaltar la visibilidad y posicionamiento que ha tenido la página web de la entidad, pues el 80% de los encuestados admiten conocer el portal web y el 78% manifestó que la información publicada en este canal de comunicación es útil para ellos.



CONCLUSIONES ENCUESTA DE PERCEPCIÓN CIUDADANA

- La reputación y credibilidad que se ha construido en los últimos años ha sido factores importantes para entablar una buena comunicación con toda la ciudadanía, el 90% de los encuestados confían en la información que el IDPYBA comparte en sus canales oficiales. Además, el 47% de los encuestados calificó en 5 la probabilidad de recomendar las redes sociales y la página web a sus familiares y amigos.
- El 58% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre los 25 hasta los 44 años de edad y el 78% del total de participantes habitan en estratos 2 y 3.

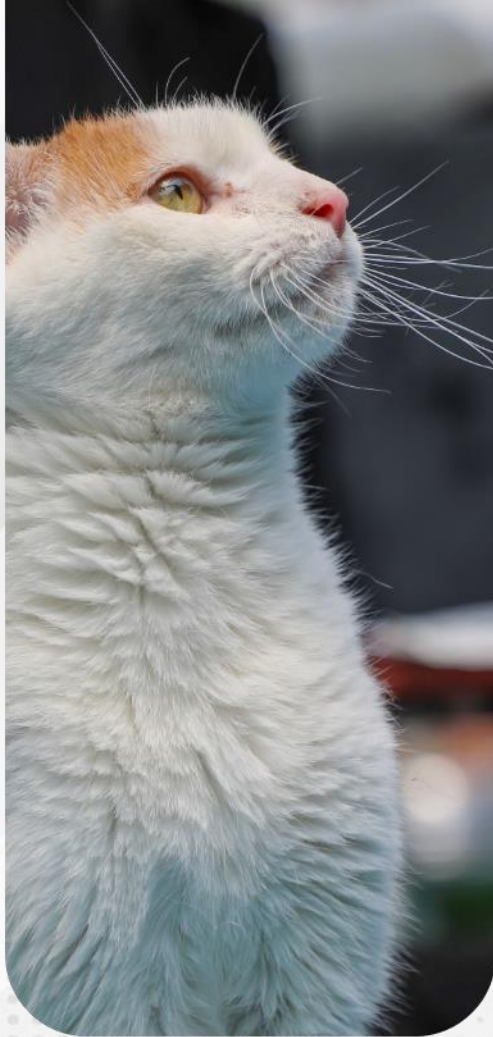


ESTRATEGIA COMUNICACIONES 2024



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL





OBJETIVO ESTRATÉGICO

Implementar acciones efectivas que impulsen el **posicionamiento del IDPYBA**, así como la **divulgación transparente** de los avances alcanzados en los programas misionales y una **comunicación de doble vía y pedagógica**, que fomenten una cultura sólida de protección, cuidado y bienestar de la fauna doméstica en el Distrito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



1. Diseñar e implementar estrategias de divulgación que informen de manera transparente y accesible sobre los **avances y logros** específicos de los programas del IDPYBA, resaltando impactos positivos y beneficios para la comunidad y los animales, con el fin de mantener al IDPYBA como un referente no solamente en redes sociales sino también en medios de comunicación, en temas de bienestar animal.
2. Promover la gestión efectiva en redes sociales del IDPYBA como un eje central para **conectar, informar y sensibilizar a la ciudadanía**, desde una comunicación de doble vía.
3. Incentivar la **apropiación ciudadana** acerca de la importancia de la corresponsabilidad en el cuidado y respeto por la fauna del Distrito y establecer puentes sólidos de confianza, mediante recursos pedagógicos, campañas informativas, historias y colaboraciones con aliados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



4. Implementar una estrategia de comunicación interna para mantener al personal del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) **informado y comprometido** con los avances y logros en la protección y bienestar de los animales del Distrito Capital.
5. Gestionar **alianzas** con organizaciones, empresas, entidades y líderes de opinión que compartan valores similares en cuanto al bienestar animal con el fin de realizar campañas conjuntas y eventos que amplifiquen el impacto de las acciones del IDPYBA.
6. Implementar mecanismos de **evaluación continua** para medir la eficacia de las acciones de comunicación y ajustar estrategias según los resultados obtenidos.
7. **Monitorear la percepción pública** y realizar análisis periódicos de la efectividad de las campañas implementadas.



FRENTES DE TRABAJO



COMUNICACIÓN EXTERNA

COMUNICACIÓN INTERNA

RELACIONAMIENTO CON
PARES Y ENTIDADES

EJES
TRANSVERSALES

COMUNICACIÓN EXTERNA

- Free press.
- Boletines de prensa.
- Relacionamiento con medios.
- Gestión de entrevistas.
- Taller con periodistas.
- Fortalecimiento a voceros.
- Sondeo de percepción.
- Monitoreo de medios.
- Redes sociales.
- Estadísticas redes.
- Respuestas ciudadanas redes.

COMUNICACIÓN INTERNA

- Boletín interno.
- Sondeo de percepción.
- Estrategia de comunicación interna.
- Red Distrital Comunicación Interna.
- Chat IDPYBA Comunica.
- Campaña síguenos en las redes.
- Destacar labor de los equipos.
- Cartelera digital.
- Articulación Corporativa.

RELACIONAMIENTO CON PARES Y ENTIDADES

- Gestión jornadas de adopción.
- Gestión recursos cooperación, privados y otros.
- Articulación con pares de comunicación.
- Desarrollo de eventos estratégicos.

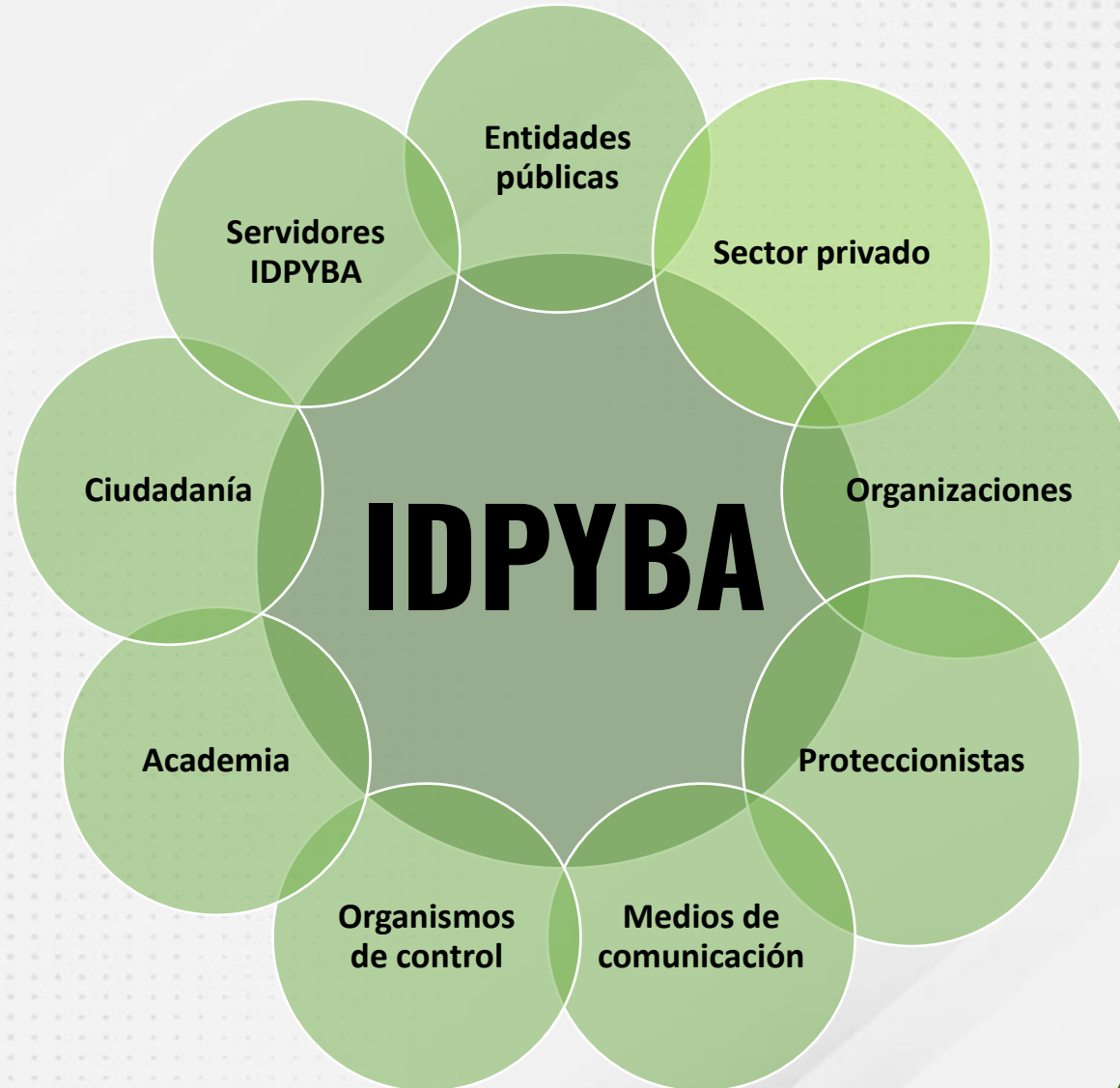
EJES TRANSVERSALES

- Diseño de piezas gráficas internas y externas
- Registro audiovisual y fotográfico.
- Producción de piezas audiovisuales





AUDIENCIAS



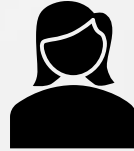
MAPA RELACIONAMIENTO ACTORES IDPYBA

- Secretaría Distrital de Gobierno
- Secretaría Distrital de Ambiente
- Secretaría Distrital de Salud
- Secretaría Distrital de Planeación
- Secretaría de Educación
- Secretaría Integración Social
- Secretaría Distrital de la Mujer
- Alta Consejería para las Víctimas
- Secretaría General
- Secretaría Distrital de Hacienda
- IDPAC
- IDRD
- IPYBAC
- Bomberos Bogotá
- Cruz Roja
- Policía Ambiental y Ecológica de Bogotá
- Banco de la República
- Alcaldías locales
- Policía Nacional
- Veeduría Distrital
- Consejos Locales
- Fiscalía General de Nación
- Personería de Bogotá
- Fondo Nacional de Estupefacientes

- Mesa Distrital de Esterilizaciones
- Consejo Distrital PYBA
- Proteccionistas
- Hogares de paso
- Animalistas
- Rescatistas
- Colectivos
- Fundaciones
- Organizaciones sin ánimo de lucro
- Ciudadanía
- Universidad de la Salle
- Universidad El Bosque
- Universidad Javeriana
- Universidad Antonio Nariño
- Politécnico Grancolombiano



ESTRUCTURA COMUNICACIONES



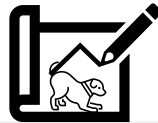
LÍDER COMUNICACIONES – (OPS)



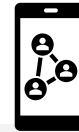
PERIODISTA (PLANTA)



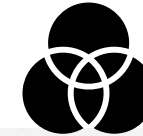
AUDIOVISUAL (OPS)



DISEÑADOR (OPS)



COMMUNITY (OPS)



PRODUCTORA (OPS)



TÉCNICO
ADMINISTRATIVO
(PLANTA)

PERIODISTA (OPS)

AUDIOVISUAL (OPS)

DISEÑADORA (OPS)

PERIODISTA (OPS)

AUDIOVISUAL (OPS)

LÍDER COMUNICACIONES– (OPS)

- Orientar el diseño, implementación y seguimiento de la estrategia de comunicaciones del IDPYBA.
- Relacionamiento con medios y acompañamiento a voceros.
- Relacionamiento con la Dirección general y entidades.
- Producción de informes.
- Respuestas a Derechos de Petición

PROFESIONAL UNIVERSITARIA (PLANTA)

Fuente – Corporativa, Planeación y Jurídica

- Red Comunicaciones Internas Distrito.
- Boletín Interno Animal News.
- Apoyo contrataciones y revisión CC.
- Edición Redacción notas y boletines.
- Informes Planeación.
- Relacionamiento con medios

PERIODISTA (OPS)

Fuente – Fauna

- Editor general textos.
- Redacción notas y boletines.
- Insumos para medios.

DANIEL BOTERO – PERIODISTA (OPS)

Fuente – Cultura

- Efemérides.
- Carretes.
- Redacción notas y boletines.
- Insumos para medios.
- Boletín Interno Animal News

AUDIOVISUAL (OPS)

- Adopciones - Miércoles de seguimiento,
- Cubrimiento audiovisual.
- Preproducción, producción y posproducción videos.

AUDIOVISUAL (OPS)

- Esterilizaciones- Flash Animal.
- Cubrimiento audiovisual.
- Preproducción, producción y posproducción videos.

AUDIOVISUAL (OPS)

- Tips que Salvan - Sabías que...
- Cubrimiento audiovisual.
- Preproducción, producción y posproducción videos.

DISEÑADORA (OPS)

- Línea gráfica institucional.
- Diseño de piezas internas y externas.
- Diseño campañas.

DISEÑADOR (OPS)

- Efemérides –Animal News.
- Diseño de piezas internas y externas.
- Diseño campañas.

COMMUNITY (OPS)

Fuente – Escuadrón y Urgencias

- Redacción copys.
- Informe estadísticas mensuales.
- Respuestas redes.

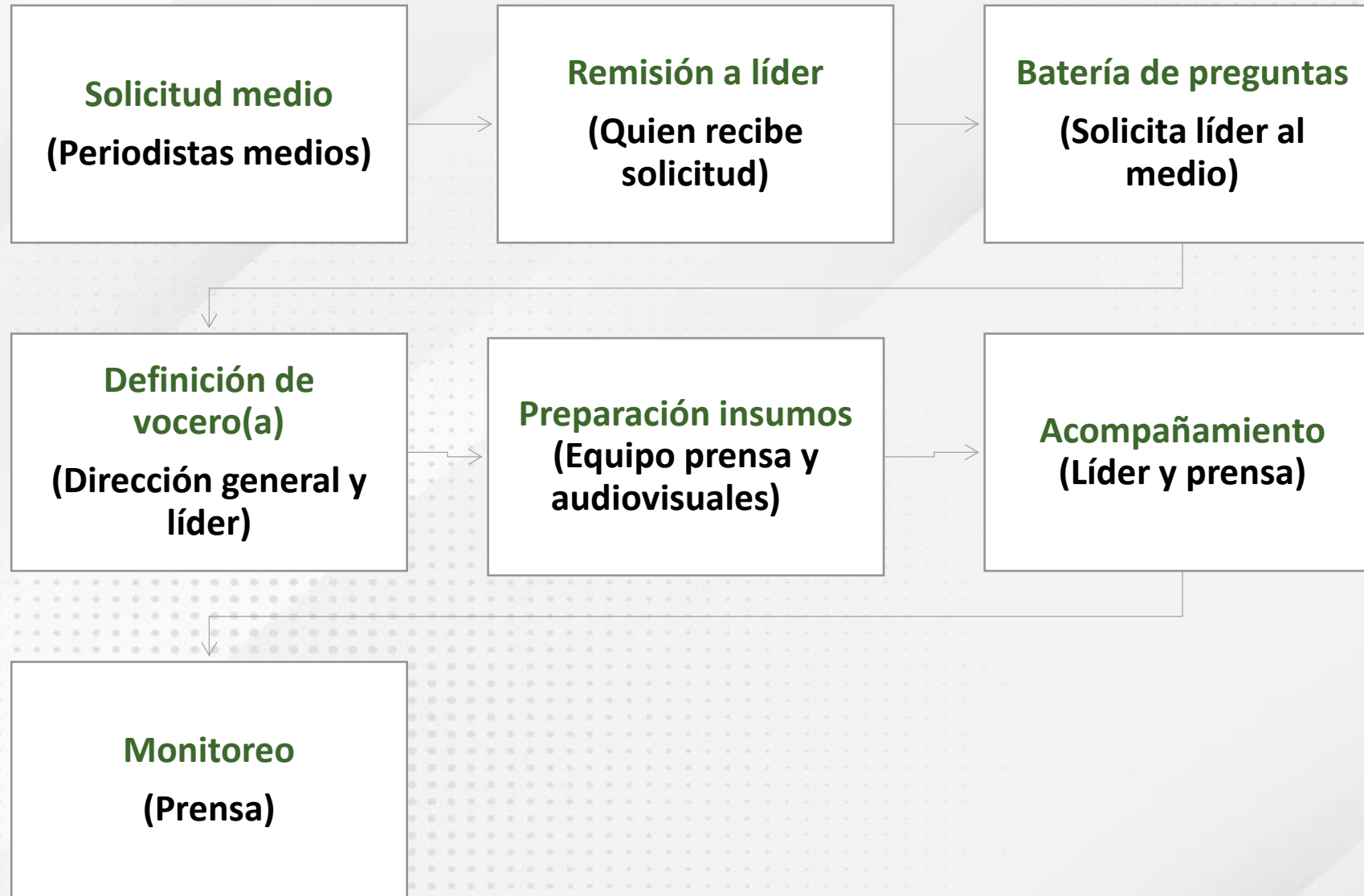
ENLACE ADOPCIONES Y EVENTOS

- Gestión jornadas.
- Producción eventos.
- Relacionamiento estratégico.
- Tablero de control.

TÉCNICO ADMINISTRATIVA (PLANTA)

- Respuestas Derechos de Petición.
- Monitoreo de medios.
- Recepción y asignación requerimientos.
- Control interno.
- Procesos administrativos .

PROCEDIMIENTO RELACIONAMIENTO CON MEDIOS



PRODUCTOS COMUNICATIVOS 2024





@animalesbog ✓

4

Siguiendo

5338

Seguidores

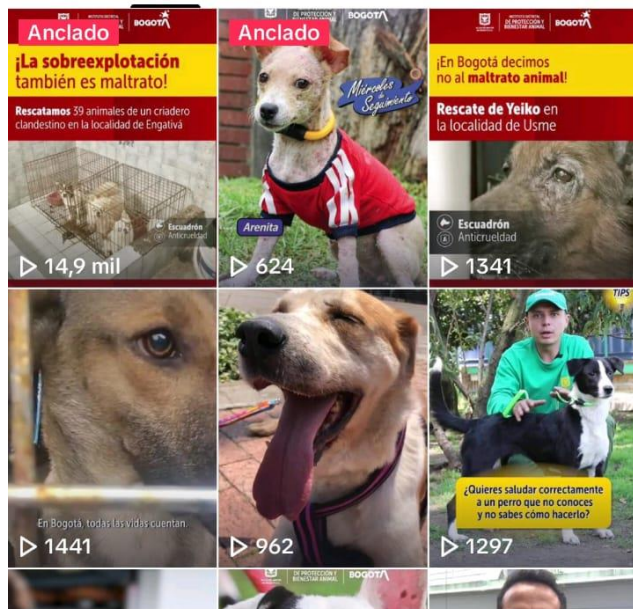
65,7 mil

Me gusta

Mandar un 🐾



Entidad que promueve el bienestar y
prevención del maltrato animal en Bogotá



Nueva cuenta de TikTok

A partir de febrero de 2024

- Sabías qué?
- Miércoles de Seguimiento
- Top 5
- Urgencias
- Escuadrón
- Adopciones



COMUNICACIONES INTERNAS IDPYBA - 2024



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL



OBJETIVO ESTRATÉGICO



Implementar una estrategia de comunicación interna para mantener al personal del Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) **informado y comprometido** con los avances y logros en la protección y bienestar de los animales del Distrito Capital.

A través de diversos canales de comunicación internos, se divulgarán **mensajes y contenidos que promuevan un mayor conocimiento, compromiso y participación en la misión institucional.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer y mantener un sistema de comunicación interna que permita divulgar de manera efectiva la gestión, programas, planes, proyectos, logros y avances del IDPYBA.
- Promover procesos de comunicación interna teniendo en cuenta las percepciones, necesidades y expectativas del personal interno.
- Fomentar el trabajo en equipo y generar un sentido de pertenencia hacia la entidad y su misión de protección y bienestar animal.
- Identificar y establecer los medios oficiales de comunicación interna más adecuados para el IDPYBA, asegurando una comunicación eficaz y coordinada dentro de la entidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Visibilizar, promover y divulgar el quehacer de las diferentes dependencias de la entidad y el de sus colaboradores con el objetivo de fomentar una mayor apropiación y reconocimiento de sus labores.
- Crear estrategias, campañas y acciones que aporten al conocimiento, cohesión y compromiso del equipo interno del IDPYBA en aras de consolidar una cultura organizacional basada en el bienestar laboral y el enfoque hacia la ciudadanía.
- Potenciar los canales de comunicación interna, mediante la divulgación permanente y oportuna de información de interés, que propicie la retroalimentación y la participación constante de los colaboradores del IDPYBA en las acciones y proyectos institucionales.

ANTECEDENTES



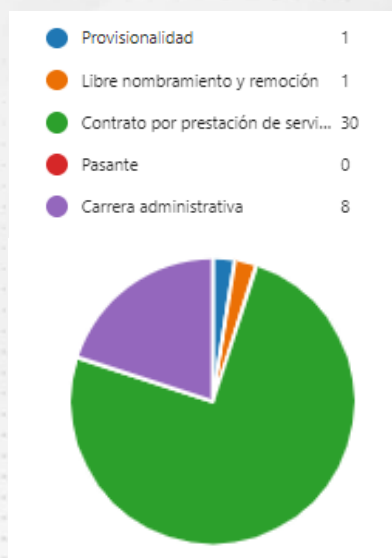
Basándonos en los resultados del **sondeo de percepción** realizado al personal del IDPYBA, se llevó a cabo una evaluación de la gestión de las comunicaciones internas liderada por la Dependencia de Comunicaciones. Asimismo, se buscó determinar el nivel de claridad y comprensión de la información suministrada a través de los diversos canales y medios internos de comunicación.

La encuesta, que contó con un total de 40 participantes, complementa la ruta del plan de trabajo de comunicación interna, así como las diferentes actividades y acciones que lo conforman. De los resultados obtenidos de la encuesta interna, se obtuvo la siguiente información:

PERFIL PARTICIPANTES

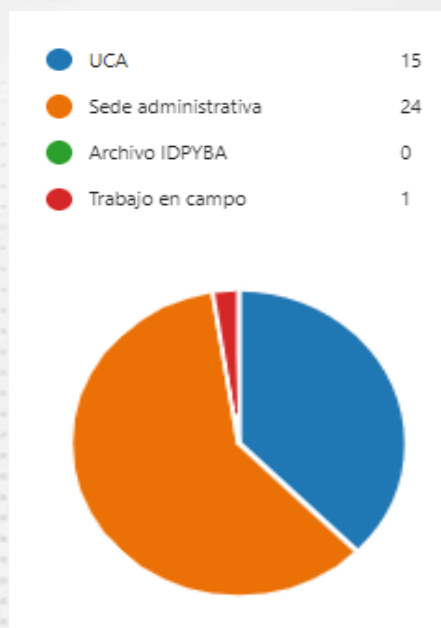
PARTICIPANTES: 40

Tipo de vinculación



FUNCIONARIOS: 10 (25%)
CONTRATISTAS: 30 (75%)

Lugar de trabajo



UCA: 15 (37,5%)
SEDE ADMIN: 24 (60%)
EN CAMPO: 1 (2,5%)

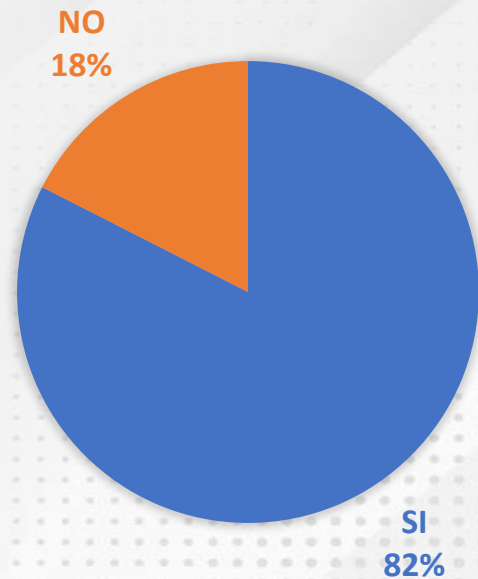
Dependencia a la que pertenece



PREGUNTA 1

PARTICIPANTES: 40

¿Conoces los medios de comunicación interna del IDPYBA?

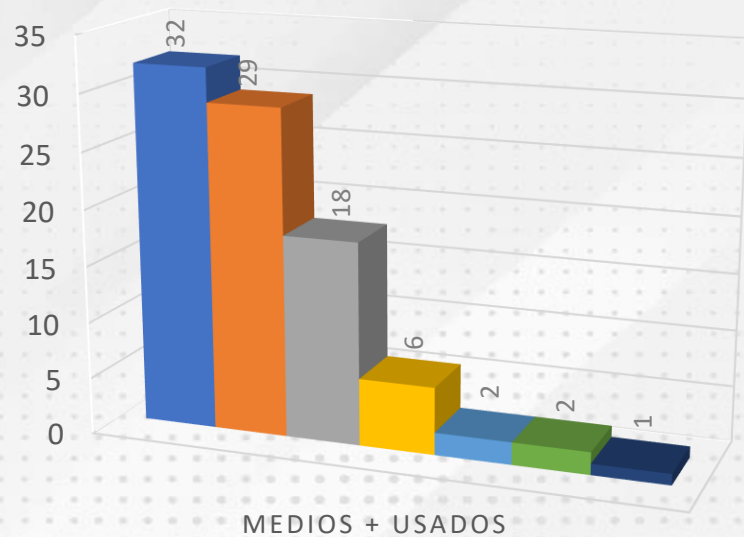


SI: 33 (82,5%)

NO: 7 (17,5%)



PREGUNTA 2



WhatsApp Correo Boletín Wallpaper
Cartelera D Ninguno Otro

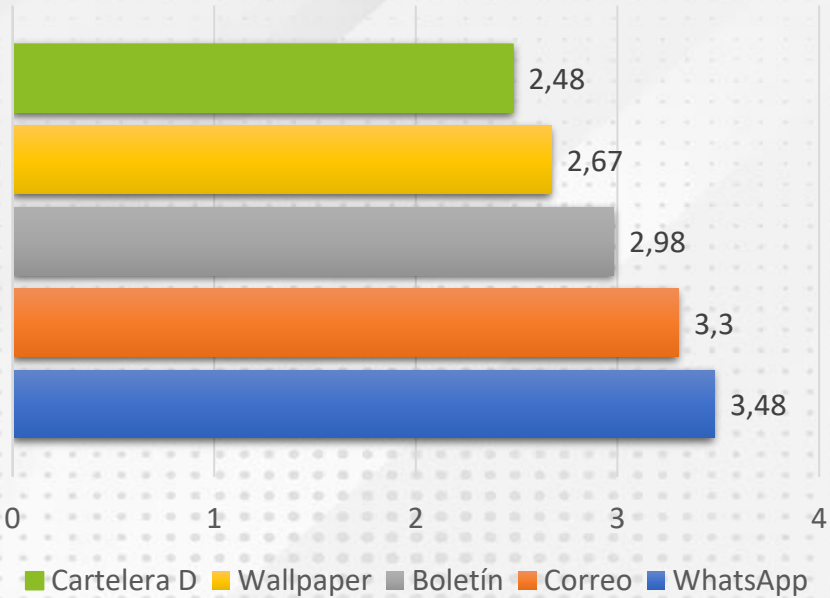
¿Cuáles son los medios de comunicación interna que frecuentemente utilizas para informarte de las acciones del IDPYBA?

IDPYBA Comunica:	32 (80%)
Correo:	29 (72,5%)
Animal News:	18 (45%)
Wallpaper:	6 (15%)
Cartelera Digital:	2 (5%)
Ninguno:	2 (5%)
Otro:	1 (2,5%)



PREGUNTA 3

Calificación medios de 1 a 4

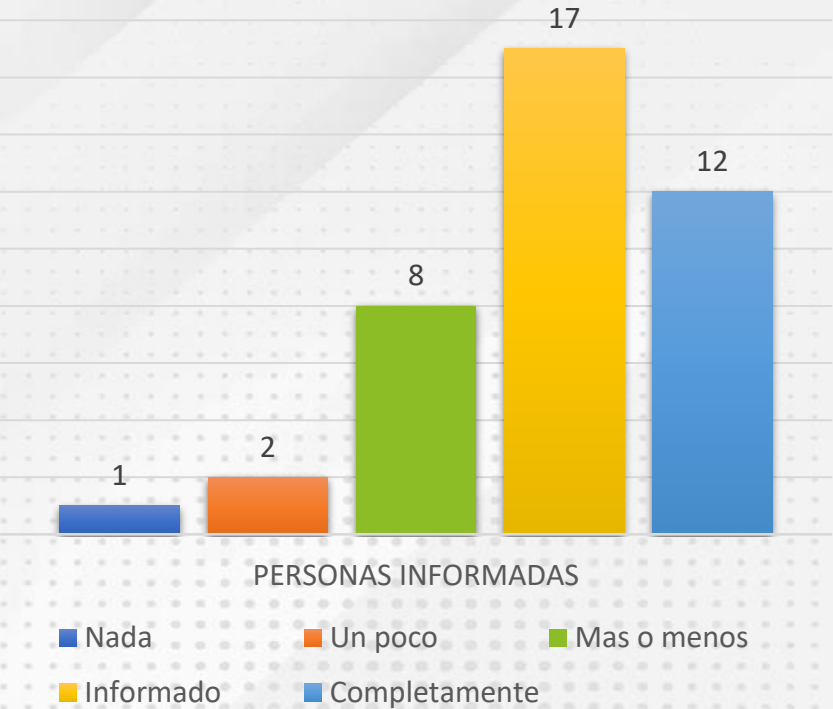


Califica de 1 a 4 la efectividad de los medios de comunicación interna de la entidad. Siendo 1, malo; 2, regular; 3, bueno y 4, excelente:

	Malo	Regular	Bueno	Excelente	Promedio
Correo	4	3	10	23	3.30
WhatsApp	1	2	14	23	3.48
Cartelera Digital	10	8	15	7	2.48
Wallpaper	10	7	9	14	2.67
Boletín	5	8	10	17	2.98



PREGUNTA 4



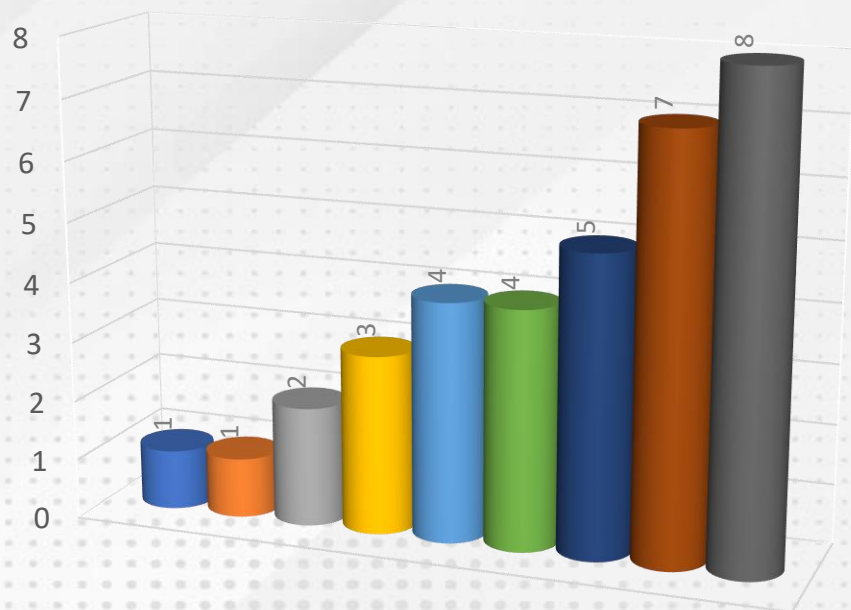
Consideras que los medios de comunicación interna te mantienen informado de las principales actividades y/o acciones de IDPYBA?

Cuéntanos en esta escala de 1 a 5 donde 1 significa "No estoy informado en absoluto" y 5, "Estoy completamente informado".

	Respuestas	Porcentaje
1. Nada	1	2.5 %
2. Un poco	2	5 %
3. Más o menos	8	20 %
4. Informado	17	42.5 %
5. Completamente Informado	12	30 %

PREGUNTA 5

¿Qué medios de comunicación interna deberían fortalecerse en el IDPYBA?



■ Todos ■ Wallpaper ■ Correo
■ Redes sociales ■ Otros ■ Ninguno
■ WhatsApp ■ Cartelera digital ■ Animal news

Otros:

- Cartelera física
- Visitas
- Memorandos
- Reuniones con las diferentes áreas - control interno
- Tv en área cafetería y SGC
- Difusión digital pauta



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL



PREGUNTA 6

¿Qué medios de comunicación interna deberían implementarse en el IDPYBA?

1. Intranet
2. Charlas, actividades lúdicas y pedagógicas
3. Cartelera física
4. Folletos
5. Actividades internas de cada programa
6. Encuestas internas en pro de fortalecer procesos
7. Llamadas directas
8. Retomar el comité directivo ampliado sobre temas de interés
9. Celulares corporativos
10. Pantallas de TV área cafetería y SGC sede administrativa

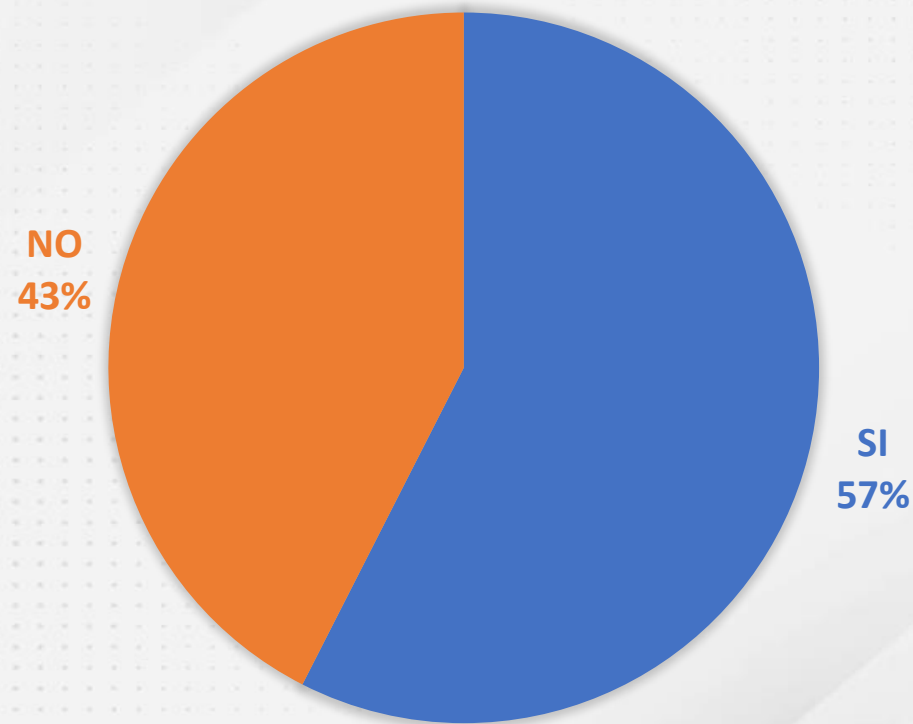


PREGUNTA 7

¿Consideras que el contenido del boletín Animal News es atractivo, informativo y relevante?

SI: 23 (57,5%)

NO: 17 (42,5%)



¿POR QUÉ ES ATRACTIVO?

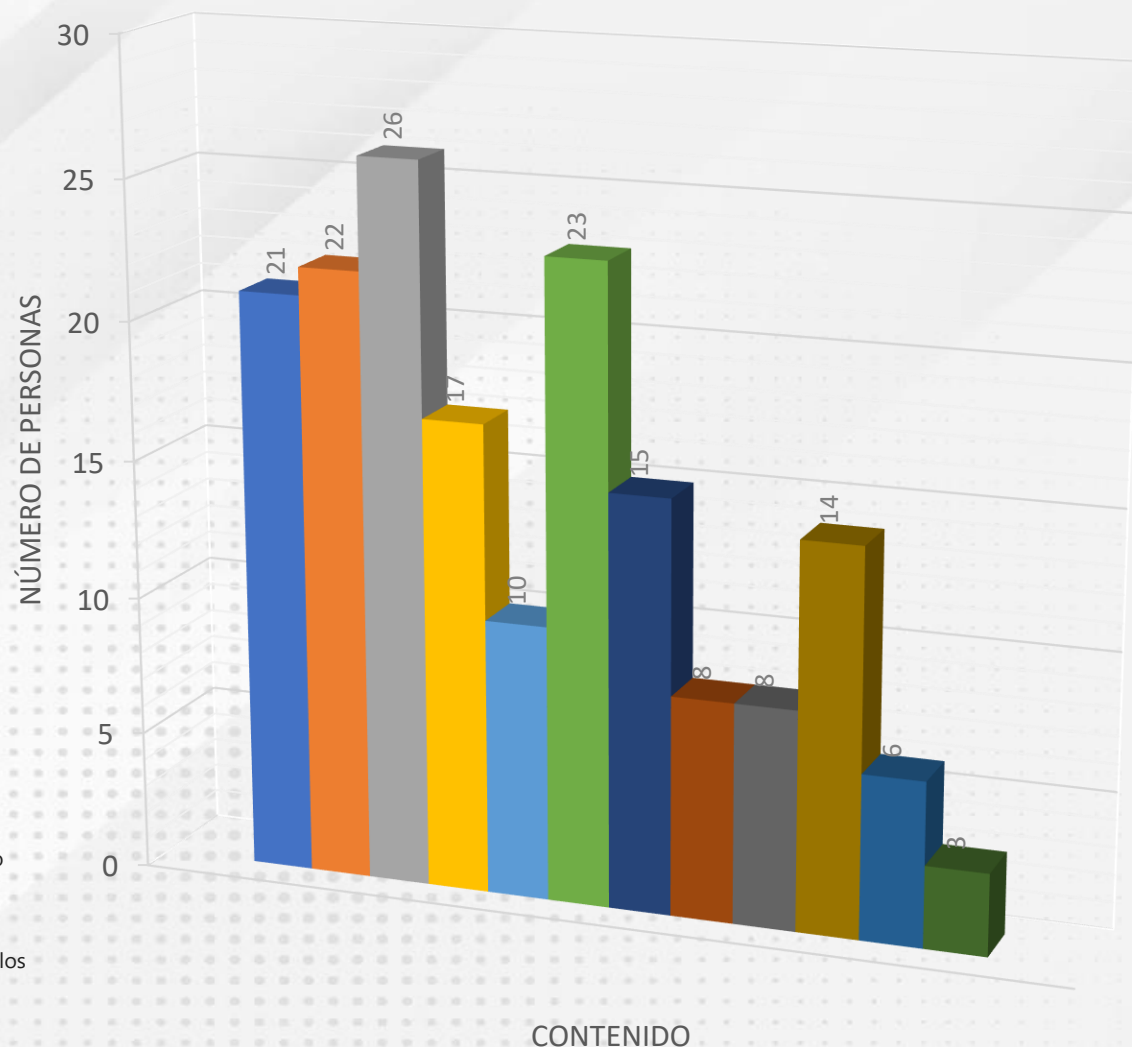
1. Nos da información relevante del Instituto y sus actividades.
2. Porque se encuentran consejos para actuar en casos de emergencia con animales, así mismo nos informas de otro tipo de noticias que son de interés general.
3. Se hace un gran esfuerzo para desarrollar sus contenidos, pero lastimosamente el personal no consulta ni lee los mismos.
4. Se informa sobre diferentes aspectos del Instituto y particiones a nivel distrital.
5. Son las acciones más relevantes mensuales de todas las oficinas y áreas del IDPYBA.
6. Es interesante y llamativo para leer e informarnos de las publicaciones del boletín.
7. Porque veo a través de mi correo institucional y es excelente.
8. Porque se conocen las diferentes historias de interés.
9. Datos importantes que son útiles para cuidar los animales.
10. Es resumido y conciso.
11. Sirve para contextualizar los avances del IDPYBA.
12. Es muy importante e interesante.
13. Parece una revista de información interna del instituto, allí encontré a mi animal de compañía.
14. Es informativo y relevante dado que da a conocer las actividades ejecutadas en razón a la misionalidad del Instituto.
15. Encuentras noticias actualizadas y relevantes.
16. Es muy informativo.
17. Es innovador.
18. Es un resumen de las últimas noticias.
19. Brinda información de interés a sus lectores.
20. Estoy actualizada con las historias que se presentan. Me gusta cómo se presentan, las fotografías.
21. Diferentes temas.
22. Porque informa aspectos de interés, propios de la misionalidad del Instituto.

¿POR QUÉ NO ES ATRACTIVO?

1. No todos tienen acceso al boletín. Las secciones no son muy atractivas, que sean más enfocadas a las personas, reconocimientos, etc. Sugiero que sea más fresco y ágil.
2. No lo conozco.
3. No me parece fácil acceder.
4. Debería ser más llamativo en cuanto a la información que se publica.
5. Tiene mucho texto, sería más llamativo si se diera protagonismo a las fotos.
6. Es más fácil informarme por las redes sociales de lo que hace el instituto.
7. No tengo acceso a correo institucional.
8. El formato es poco amigable.
9. No lo he visto.

PREGUNTA 8

¿Qué contenido esperas encontrar en el Boletín Animal News?



Otro:

- Reportes de caso
- Gestión del conocimiento
- Investigación generada desde los diferentes programas del Instituto

- Noticias de la gestión misional de la entidad
- Historias de adopción
- Gestión de la Unidad de Cuidado Animal
- Campañas, eventos, temas relevantes de las entidades distritales
- Campañas y contenidos enfocados al desarrollo del Talento humano
- Notas que resalten la labor de las dependencias y/o del personal del IDPYBA
- Galería de imágenes sociales, eventos, momentos del IDPYBA
- Cumpleaños y efemérides
- Pasatiempos
- Convenios o beneficios para contratistas y funcionarios
- Clasificados
- Otro:



PREGUNTA 9

¿Tienes comentarios y/o sugerencias para fortalecer la comunicación interna de la entidad?

Explorar herramientas para entregar la información con el contratista que está en campo o que no cuenta con correo electrónico.

Creo que se debe llegar más a las oficinas, de manera presencial.

Que nos ayuden a saber lo que hacen las otras áreas, y la labor de otros compañeros, que considero deben ser reconocidos.

Gracias por esta vinculación y que sigan haciendo buena comunicación con la UCA para más nuestra ser mejores cada

Se debería garantizar cuentas institucionales para todos los colaboradores del instituto

Ser más concretos y en especial mejor por el WhatsApp la parte de noticias y demás para no congestionar tanto los correos institucionales

Fortalecer la comprensión y consulta de los contenidos por parte de todo el personal, incluida la población contratista.

Parte de la información debería ser proyectada hacia afuera de la entidad.

Me parecen canales adecuados para socializar la información.

Que hagan dar a conocer todos los medios de comunicación a todos los funcionarios contratistas y de planta

Mejor comunicación con el personal administrativo y trámites pertinentes

Importante tener en cuenta lo señalado en el manual de MIPG en el sentido de "fomentar en los servidores un sentido de pertenencia, una cultura organizacional en torno a una gestión íntegra, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público, contribuyendo al fortalecimiento continuo del clima laboral"

Incentivos u obligatoriedad

Felicitar la gestión de comunicaciones de la entidad.

Se envían muchos correos (planeación, contratación, talento humano, etc.) Todo debería canalizarse por un solo correo

Excelente trabajo del grupo de comunicaciones.

Solo conozco el grupo de WhatsApp

Dar a conocer más las actividades de la UCA

Fortalecer la comunicación interna de la entidad menos digital más contacto y desarrollar más visibilidad del instituto hacia la ciudadanía



RESULTADOS SONDEO DE PERCEPCIÓN INTERNA



1. De los 40 encuestados, 33 personas expresaron conocer los medios de comunicación interna del IDPYBA.

2. El 80% de los encuestados utiliza con mayor frecuencia el grupo de WhatsApp IDPYBA COMUNICA para informarse de las acciones del IDPYBA, seguido por el correo institucional con un 72.5%, boletín Animal News con un 45%, Wallpaper (fondo de pantalla) con un 15%, cartelera digital (Pantalla Atención al Ciudadano) con un 5%. Mientras que un 5% manifestó que no usa ninguno de los canales de comunicación interna.

3. En cuanto a la efectividad de los canales de comunicación interna, siendo 1, malo; 2, regular; 3, bueno y 4, excelente, el Grupo de WhatsApp IDPYBA COMUNICA lidera con una calificación promedio de 3.48, seguido de cerca por el correo institucional con 3.30. Le siguen el boletín Animal News con una calificación de 2.98, el Wallpaper (fondo de pantalla) con 2.67, y la cartelera digital con 2.48.

RESULTADOS SONDEO DE PERCEPCIÓN INTERNA

4. En una escala de 1 a 5, la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que los medios de comunicación interna les mantienen informados de las principales actividades y/o acciones del IDPYBA, más exactamente un 72,5% con una calificación promedio de 3.92.
5. En cuanto al fortalecimiento de canales internos, el 10% de los encuestados considera que la cartelera digital se debe fortalecer, seguido por el grupo IDPYBA COMUNICA y el boletín Animal News, algunos de los encuestados refirieron divulgar las publicaciones de Redes Sociales, a través de los medios internos.
6. Con 6 menciones uno de los canales que se debería implementar es la Intranet, seguido de carteleras digitales y físicas (5 menciones) y actividades lúdicas y pedagógicas (4 menciones).

RESULTADOS SONDEO DE PERCEPCIÓN INTERNA

7. El 57% de los encuestados considera que el contenido del boletín Animal News **es atractivo, informativo y relevante. Mientras que el 43% considera lo contrario.**
8. De las respuestas recibidas, 15 personas expresaron que no conocen o no tienen acceso al Boletín Animal News. 5 personas hicieron observaciones en cuanto a que las secciones no son atractivas, el formato es poco amigable, tiene mucho texto y sugieren que el boletín tendría más impacto si se les diera protagonismo a las fotos en lugar de al texto.
9. Por su parte, 16 personas resaltaron aspectos positivos como que proporciona información importante y útil para cuidar a los animales, contextualiza los avances del IDPYBA, informa sobre diferentes aspectos del Instituto y participaciones a nivel distrital, proporciona noticias actualizadas y relevantes.

RESULTADOS SONDEO DE PERCEPCIÓN INTERNA

10. Con respecto al contenido que esperan encontrar en el boletín Animal News, 26 respuestas fueron sobre la gestión de la Unidad de Cuidado Animal, seguido por notas que resalten la labor de las dependencias y/o del personal del IDPYBA (23), historias de adopción (22), noticias de la gestión misional de la entidad (21), campañas, eventos, temas relevantes de las entidades distritales (17), galería de imágenes sociales, eventos, momentos del IDPYBA (15) convenios o beneficios para contratistas y funcionarios (14), campañas y contenidos enfocados al desarrollo del Talento humano (10) cumpleaños y efemérides (8), pasatiempos (8), clasificados (6) y otro (3).

11. Basándonos en las respuestas proporcionadas en la encuesta de percepción sobre sugerencias para fortalecer la comunicación interna de la entidad, se sugiere explorar herramientas que faciliten la entrega de información a los contratistas en campo o sin acceso a correo electrónico. Además, se destaca la importancia de conocer las actividades de otras áreas y reconocer el trabajo de los compañeros. Se propone también la realización de actividades presenciales para establecer una comunicación más directa y efectiva, así como la divulgación de la gestión realizada por la Unidad de Cuidado Animal (UCA).

ANÁLISIS SONDEO DE PERCEPCIÓN



CONOCIMIENTO CANALES INTERNOS

- La mayoría de los encuestados se sienten informados por los medios de comunicación interna, lo que indica que estos canales están cumpliendo su propósito en gran medida, pero aún hay espacio para mejorar la calidad y relevancia de la información proporcionada.

MEJORA DE LOS CANALES EXISTENTES

- Grupo de WhatsApp IDPYBA COMUNICA es el canal más utilizado y mejor valorado
- Aunque el boletín Animal News tiene una percepción mixta, se pueden tomar medidas para mejorar su efectividad y relevancia.
- El correo institucional es uno de los canales más usados, pero no todos los contratistas tienen acceso a este medio.

PERCEPCIÓN DE MANTENERSE INFORMADO

- La mayoría de los encuestados se sienten informados por los medios de comunicación interna, lo que indica que estos canales están cumpliendo su propósito en gran medida, pero aún hay espacio para mejorar la calidad y relevancia de la información proporcionada.

ANÁLISIS SONDEO DE PERCEPCIÓN

FORTALECIMIENTO DE CANALES INTERNOS

- Si bien el Grupo de WhatsApp IDPYBA COMUNICA y el correo institucional son ampliamente utilizados y valorados positivamente en términos de efectividad, hay una demanda por la mejora de otros canales como el boletín Animal News y la cartelera digital.
- Considerar la implementación de nuevos canales, como la Intranet y las carteleras digitales y físicas tanto en la Sede Administrativa como en la Unidad de Cuidado Animal, para garantizar una comunicación interna más efectiva y completa.

BOLETÍN ANIMAL NEWS

- Revisión del formato para hacerlo más atractivo visualmente.
- Información sobre la gestión de la Unidad de Cuidado Animal y notas que resalten la labor del personal.
- Priorizar contenido que sea de interés para todos los miembros del IDPYBA, y considerar la inclusión de más imágenes y elementos visuales con poco texto.

INTERACCIÓN CON TODAS LAS ÁREAS

- Implementación de actividades de intercambio de información y colaboración entre las dependencias.
- Los encuestados sugieren divulgar la gestión de las demás áreas del Instituto, en particular la Unidad de Cuidado Animal.
- Reconocer y destacar el trabajo del personal para fomentar un ambiente de trabajo positivo y motivador.
- Promover una cultura de sentido de pertenencia y compromiso de los colaboradores con la misión y los objetivos de la entidad.

LÍNEA ESTRATÉGICA

Las comunicaciones internas en el Instituto Distrital de Protección y Bienestar Animal (IDPYBA) comprenden las acciones destinadas a garantizar la fluidez de información al interior de la entidad y el compromiso con nuestra misión.

A TRAVÉS DE:

- Identificación de los mensajes clave.
- Selección de canales de comunicación óptimos.
- Creación y desarrollo de contenido atractivo y relevante.
- Fomento de la participación activa.
- Evaluación y mejora continua.

Público objetivo

Todas las personas que tienen un vínculo laboral o contractual con la entidad y que necesitan estar informadas y comprometidas con los mensajes y objetivos de la misma.

Mensaje clave

“Somos pasión por los animales”, que resume la razón de ser de la entidad, ya que, desde los diferentes servicios y procesos misionales y estratégicos se trabaja con compromiso, dedicación y pasión por brindar cuidado, protección y bienestar a todas las especies animales.

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

CORREO INSTITUCIONAL

- Noticias (boletines y comunicados).
- Mensajes de interés
- Campañas internas y externas.
- Efemérides .
- Eventos institucionales
- Información de la Administración Distrital.
- Seguridad y salud en el trabajo.
- Flash Animal.
- Boletín Animal News.
- Incentivos y temas de interés.

IDPYBA COMUNICA

- Replicar información de interés para los colaboradores compartida en el correo institucional.
- Publicaciones relevantes en redes sociales.
- Piezas gráficas y audiovisuales para ser compartidas en los estados.
- Red Distrital de Comunicación Interna.

PANTALLA DIGITAL

- Ubicadas en lugares estratégicos de la Sede Administrativa y la UCA
- Contenido informativo de interés para el personal y visitantes.
- Gestión del IDPYBA
- Flash Animal
- Campañas de comunicación de la entidad.
- Campañas distritales.

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

FONDOS DE PANTALLA



- Mensajes cortos y sencillos basado en piezas gráficas.
- Campañas PIGA, SST, Sentido de Pertenencia
- Información de interés para el personal del IDPYBA
- Tips de bienestar laboral

CANALES Y/O PRODUCTOS A IMPLEMENTAR

- Intranet
- Café con la directora
- Carteleras físicas UCA y Sede Administrativa
- IDPYBA en los medios
- Campaña síguenos en las redes
- Flash Informativo (Plantilla) en PDF para comunicar acontecimientos o noticias de último minuto
- Postal de felicitación personal cumpleaños (Talento Humano)

BOLETÍN ANIMAL NEWS



**Edición mensual, en formato PDF
que será compartido vía correo
electrónico y WhatsApp**

- Noticias relevantes de las áreas misionales.
- Sección dedicada a la Unidad de Cuidado Animal.
- Héroes que hacen historia: promover las áreas y su talento humano.
- Pasión por los animales.
- Información surgida de las demás dependencias y de interés (CORPORATIVA, PLANEACIÓN, JURÍDICA, CONTROL INTERNO).
- Red Distrital de Comunicación Interna.
- Eventos y galería de imágenes.
- Talento Humano: campañas, cumpleaños, efemérides, eventos del mes.



ACCIONES

- Producir y difundir piezas gráficas, audiovisuales y contenido claro y ágil, que visibilicen la gestión de la entidad.
- Diseñar campañas de apropiación de los valores institucionales que hacen parte del Código de Integridad (Talento Humano).
- Brindar apoyo a las oficinas y subdirecciones en el diseño de estrategias para comunicar la información que generan.
- 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 hacerlo.
- Socializar contenidos orientados hacia la promoción de hábitos de vida saludable y la prevención de enfermedades y problemas de salud. (SST)
- Producir y difundir campañas internas a través de los canales oficiales de comunicación interna (Junto con Talento Humano, PIGA, SST, Recursos Físicos, etc)

ACCIONES



- Posicionar al interior de la entidad las cuentas institucionales en las redes sociales.
- Promover la realización de encuentros entre la Dirección General y los/las colaboradores para que se den a conocer los principales proyectos, logros y actividades de la entidad, a fin de que estos sientan que son una pieza fundamental dentro de la actual administración.
- Socializar de manera permanente las temáticas, políticas y actividades distritales que sean solicitadas por la Red de Comunicación Interna del Distrito.
- Diseñar y desarrollar campañas internas de comunicación que motiven a los/las colaboradores a participar en los diferentes programas, proyectos, actividades y capacitaciones de la entidad.
- Visibilizar los medios internos con contratistas y funcionarios.



TAREAS Y ACTIVIDADES

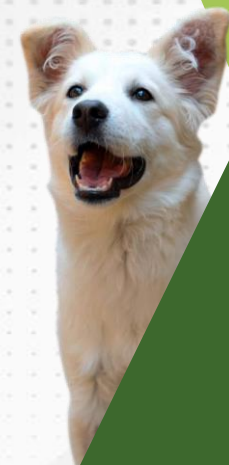
PRODUCTOS COMUNICATIVOS



Día	Producto	Responsables	Periodicidad	Fecha entrega
Lunes	Flash Animal 1 minuto	Prensa Audiovisuales	Quincenal	Viernes antes de las 5 p.m.
Lunes	Así fue Esterilizar Salva	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Lunes antes de las 5 p.m.
Lunes	Carretes	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Martes fotos y video Miércoles textos y diseño Salen a partir del jueves
Martes	Sabías que...	Prensa Audiovisuales	Quincenal	Martes antes del mediodía
Miércoles	Miércoles de Seguimiento	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Miércoles antes de las 5 p.m.
Jueves	Tips que Salvan	Prensa Audiovisuales Diseño	Quincenal alternado	Jueves al mediodía

PRODUCTOS COMUNICATIVOS

Día	Producto	Responsables	Periodicidad	Fecha entrega
Jueves	Vetetips en vivo	Prensa externa	Quincenal alternado	En vivo a las 6 p.m.
Jueves	Carretes	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Enviado miércoles
Viernes	Carretes Top 5 de animales de la UCA	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	
Sábado	Carretes	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Enviado miércoles
Sábado	Jornadas de adopción	CUBRIMIENTO AUDIOVISUAL		
Domingo	Carretes	Prensa Audiovisuales Diseño	Semanal	Enviado miércoles
	Escuadrón Anticrueldad	Prensa		Por demanda
	Urgencia Veterinarias	Prensa Audiovisuales Diseño		Por demanda
	Efemérides	Prensa Audiovisuales Diseño		Por demanda





GRACIAS



INSTITUTO DISTRITAL
DE PROTECCIÓN Y
BIENESTAR ANIMAL

