


| | | |
|--|---|-------------------|
|  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE <small>Instituto Central de las Artes</small> | DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL | Código: DEI-F-17 |
| | | Fecha: 21/09/2022 |
| | HOJA DE VIDA DEL INDICADOR | Versión: 3 |
| Página: 1 de 8 | | |

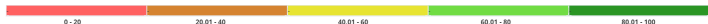
ASOCIACIÓN

| | | | |
|-----------------------|---------------------------------------|-------------------|---|
| CLASIFICACIÓN | Gestión | SUB CLASIFICACIÓN | Proceso |
| CATEGORÍA | Desempeño | TIPO | Eficacia |
| PROCESO AL QUE APORTA | Gestión Estratégica de Comunicaciones | ÁREAS | <ul style="list-style-type: none"> 140 oficina asesora de comunicaciones |

IDENTIFICACIÓN

| | | | |
|------------------------|--|-----------------------|---------|
| NOMBRE DEL INDICADOR | Implementación de la estrategia de comunicaciones | | |
| OBJETIVO DEL INDICADOR | Conocer el porcentaje implementación de la estrategia de comunicaciones mediante el monitoreo de las acciones establecidas en el plan de acción para fortalecer las comunicaciones internas y externas que permitan visibilizar la Entidad | | |
| CÓDIGO DEL INDICADOR | GES-DES-001710-22 | MÉTODO DE RECOLECCIÓN | Informe |

CRITERIO DEL ANÁLISIS

| | | | |
|------------------|-------------------|--|------------|
| TIPO DE CÁLCULO | Simple | FRECUENCIA DE MEDICIÓN | TRIMESTRAL |
| META PROGRAMADA | 100,00 | TIPO DE ANUALIZACIÓN | Creciente |
| RANGO DE GESTIÓN | Creciente 0 - 100 |  | |

| No. | ALIAS | VARIABLES | DESCRIPCIÓN | TIPO | DETALLES |
|-----|-------|---------------------------------------|---|---|--|
| 1 | A | Porcentaje de actividades ejecutadas | Porcentaje de las actividades ejecutadas establecidas en el plan estratégico de comunicaciones | Tipo: REGISTRO PERIÓDICO Orden: 1 https://comunicarte.idartes.gov.co/sites/default/files/Doc_SIG/PLAN%20DE%20COMU2024%20definitivo.pdf | Unidad de Medida: PORCENTAJE Fuente de Información: Plan de acción: |
| 2 | B | Porcentaje de actividades programadas | Porcentaje de las actividades programadas establecidas en el plan estratégico de comunicaciones | Tipo: REGISTRO PERIÓDICO Orden: 2 https://comunicarte.idartes.gov.co/sites/default/files/Doc_SIG/PLAN%20DE%20COMU2024%20definitivo.pdf | Unidad de Medida: PORCENTAJE Fuente de Información: Plan de acción: |
| 3 | R | Resultado | Resultado descrito en la fórmula del indicador que muestra el resultado del cumplimiento del plan estratégico de comunicaciones | Tipo: RESULTADO | Unidad de Medida: PORCENTAJE Fuente de Información: Pandora |

| No. | FÓRMULA DEL INDICADOR | TIPO | UNIDAD DE MEDIDA FÓRMULA |
|-----|-----------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1 | (A/B)*100 | PORCENTAJE Encabezado: R | PORCENTAJE |

DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR

| | | | |
|------------|----|------------------------|---------------------|
| LÍNEA BASE | 40 | FUENTE DE VERIFICACIÓN | Informe cualitativo |
|------------|----|------------------------|---------------------|

| | |
|------------------------|--|
| ANÁLISIS DEL INDICADOR | Este indicador permitira conocer el grado de avance en la implementación del plan de comunicaciones que permita fortalecer la comunicación de la actividades desarrolladas por el Idartes para la ciudadanía |
|------------------------|--|

| | |
|----------------------|---|
| GLOSARIO DE TÉRMINOS | Plan estrategico de comunicaciones: Documento de la estrategia planteada para la vigencia 2020-2024 desde comunicaicones para la Entidad COMUNICADO DE PRENSA: Pronunciamiento oficial exclusivamente de la entidad acerca de un hecho, tema o resultados de los procesos que realice la entidad. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales. INFORME DE IMPACTOS: Documento que contiene el seguimiento a los diferentes medios de comunicación para registrar los impactos que sean publicados sobre las políticas, programas, eventos, actividades y convocatorias de la entidad. RUEDA DE PRENSA: Evento en el que son invitados los medios de comunicación, con el fin de conocer sobre un tema específico o pronunciamiento oficial. FREE PRESS: Consiste en el ejercicio de prensa gratuito que se hace a través de las relacionas públicas entre los periodistas del área con los medios de comunicación para lograr la difusión de los eventos, logros, convocatorias, actividades y programas de la entidad. |
|----------------------|---|

| | |
|---------------|-----|
| OBSERVACIONES | N/A |
|---------------|-----|

| | | | |
|--------------|---------------|---------------|-----------------|
| ENVIADO POR: | VALIDADO POR: | APROBADO POR: | FINALIZADO POR: |
|--------------|---------------|---------------|-----------------|



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

Código: DEI-F-17

Fecha: 21/09/2022

HOJA DE VIDA DEL INDICADOR

Versión: 3

Página: 2 de 8

| | | | |
|---|---|--|---|
| ELIANA IVONN CASTAÑEDA SAAVEDRA USUARIO REGISTRO INDICADOR DE GESTIÓN 2022-10-04 06:29:40 | PAULA VANESSA SOSA MARTIN VALIDADOR INDICADORES DE GESTIÓN 2022-10-04 10:25:12 | ADRIANA MARTINEZ VILLALBA LIDER DE PROCESO 2022-10-04 16:34:16 | JOHN ALEXANDER LUNA BLANCO JEFE ÁREA PLANEACIÓN 2022-10-04 16:36:26 |
|---|---|--|---|



ACTIVIDADES CLAVE

| Nombre | | Dependencia | | |
|--|-----------|---|---------------|-------|
| (01) Cumplimiento del 100% de las actividades programadas en el plan estratégico de comunicaciones | | • 140 oficina asesora de comunicaciones | | |
| 03. MARZO | 06. JUNIO | 09. SEPTIEMBRE | 12. DICIEMBRE | Total |
| P 25,00 | 25,00 | 25,00 | 25,00 | 0 |
| E | | | | 0 |

PROMEDIOS PONDERADOS

| Mes | 01 | | Totales | |
|----------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | Programado | Ejecutado | Programado | Ejecutado |
| 03. MARZO | 25,00 | | 25,00 | |
| 06. JUNIO | 25,00 | | 25,00 | |
| 09. SEPTIEMBRE | 25,00 | | 25,00 | |
| 12. DICIEMBRE | 25,00 | | 25,00 | |
| Total | 100,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 |

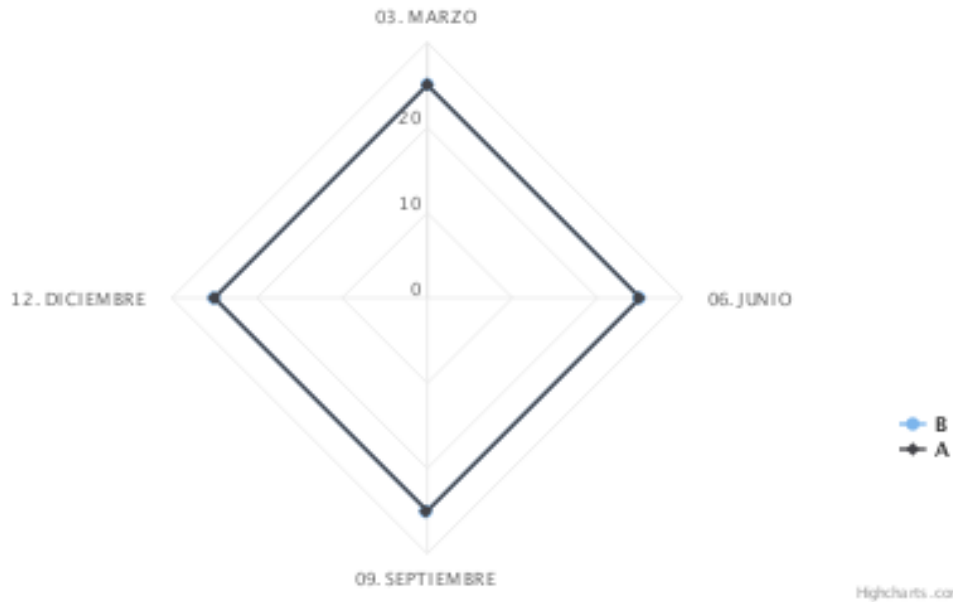


VARIABLES DEL INDICADOR

| | |
|---|--------------------|
| Porcentaje de actividades ejecutadas (A) | REGISTRO PERIÓDICO |
| Porcentaje de actividades programadas (B) | REGISTRO PERIÓDICO |
| Resultado (R) | RESULTADO |

COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR EN LA VIGENCIA

Implementación de la estrategia de comunicaciones



| Mes | Ejecutado | Programado | Porcentaje |
|----------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------|
| | Porcentaje de actividades ejecutadas | Porcentaje de actividades programadas | Resultado (R) |
| 03. MARZO | 25,00 | 25,00 | 100,00 |
| 06. JUNIO | 25,00 | 25,00 | 100,00 |
| 09. SEPTIEMBRE | 25,00 | 25,00 | 100,00 |
| 12. DICIEMBRE | 25,00 | 25,00 | 100,00 |
| Total | 100,00 | 100,00 | |

REPORTE CUALITATIVO ACUMULADO DEL INDICADOR

| Mes | Logros y/o Beneficios | Retrasos y Soluciones | Justificación de Retroceso | Fuente de Verificación | Descripción General |
|-----|-----------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|---------------------|
|-----|-----------------------|-----------------------|----------------------------|------------------------|---------------------|



SEGUIMIENTO DEL INDICADOR

Diseño e implementación de la comunicación interna: Esta meta tiene al mes de enero a marzo se recibieron 9 solicitudes para estrategias internas y las actividades desarrolladas son las siguientes:

- Se publicó en la intranet el cronograma de Informes de Pago y PAAC 2022
- Se realizó y público pieza de expedientes documentales perteneciente al Área de Gestión Documental
- Se publicó en Comunicarte infografía de la SAF-Mantenimiento
- Se realizó la publicación solicitada por el equipo de la Oficina de Control Disciplinario Interno: Cápsula disciplinaria 2.
- Se siguen publicando permanentemente las campañas distritales en la intranet.
- Se realizó un diagnóstico sobre el status actual de los canales de comunicación interna, a través del diseño y aplicación de una encuesta, dirigida a todos los funcionarios del Idartes.
- Se realizó un diagnóstico de las carteleras físicas en el edificio del Idartes, Teatro La Media Torta y Casona de la Danza, para conocer el status actual.
- Se rediseñó el plan de comunicaciones internas, de acuerdo a los resultados del diagnóstico.
- Se realizaron cuatro (4) Café de los Lunes y editoriales, cada uno de acuerdo al tema seleccionado en el Comité de Comunicaciones.
- Se planteó la propuesta de realizar El Café de los Lunes de manera presencial con la directora y máximo 10 invitados de diferentes áreas, mínimo dos reuniones mensuales.
- Se desarrolló la estrategia de comunicación interna para el área de Control Interno.
- Se realizó el apoyo, convocatoria y divulgación de las campañas de Talento Humano y SST: Invitación a jornada visual e invitación a ser parte de la brigada de emergencia.
- Se realizó el apoyo, convocatoria y divulgación de las campañas de Talento Humano y SST como invitación a los funcionarios de planta a ser parte del COPASST Y CCL.
- Se realizó el apoyo, convocatoria y divulgación de la campaña de expectativa de Control Interno Disciplinario: Cápsula disciplinaria.
- Se realizó la publicación de las noticias sobre cursos para generadores de cultura en el sistema



SEGUIMIENTO DEL INDICADOR

Para este segundo trimestre se cumplió el 25% de lo programado llevando un cumplimiento del 50% de avance para este año de las dos estrategias de comunicación interna y externa. Diseño e implementación de la comunicación interna: Al mes de Junio se realizaron las siguientes actividades: Se continuó con la estrategia de comunicación interna del área de Control Interno con la divulgación de las líneas de defensa. Se ha divulgado por los diferentes canales de comunicación internas. Se continuó con la campaña de cápsulas disciplinarias del área de Control Disciplinario Interno y se publicaron las piezas comunicativas correspondientes a la cápsula disciplinaria # 4 en los canales de comunicación interna. Se realizaron cuatro (4) editoriales para la página de Idartes. Se realizaron cuatro (4) Café de los Lunes cada uno de acuerdo al tema seleccionado en el Comité de Comunicaciones. Se continuo con la estrategia de comunicación interna del área de Gestión Documental para apoyar las capacitaciones realizadas por el SIC, a través del diseño de dos cartillas y plantillas para tips informativos. Se presentó una primera propuesta de los tips informativos. Se dio inicio a la divulgación y diseño de un banner para Gestión Documental sobre el canal de YouTube, se hizo una reunión para informar sobre el manejo de este medio de comunicación. Se diseñó y ejecutó para las áreas de Gestión Documental y Tecnología, una estrategia comunicativa para promocionar un YouTube Live, como parte de las capacitaciones a la comunidad institucional sobre la gestión de activos de información, con el diseño de piezas comunicativas para Comunicarte y correo y la realización del YouTube Live. Se dio continuidad a la estrategia del área de Infraestructura y Mantenimiento de posicionamiento e información a través del diseño de un imotipo y se presentó la propuesta final. Se realizó la campaña de comunicación interna, solicitada por SAF – Talento Humano, Línea de Capacitación, para divulgar a la comunidad institucional el taller Bogotá sin



SEGUIMIENTO DEL INDICADOR

Al mes de septiembre se cumplió el 25% de actividades programadas llevando un acumulado del 75% para la vigencia. Algunas de las actividades para este tercer trimestre son: Comunicación Interna 1. Se realizaron cuatro (4) editoriales para la página de Idartes. 2. Se realizaron cuatro (12) Café de los Lunes cada uno de acuerdo con el tema seleccionado en el Comité de Comunicaciones. 3. Se continuó con la estrategia de comunicación interna del área de Control Interno con la divulgación de los roles del área, que se ha divulgado por los diferentes canales de comunicación internas y se presentó para aprobación el nuevo tema sobre las diferencias entre el Área de Control Interno y la Oficina de Control Disciplinario Interno. 4. Se continuó con la estrategia de comunicación interna del área de Gestión Documental para apoyar las capacitaciones realizadas por el SIC, a través de la publicación de tips informativos por los diferentes canales de comunicación interna y la elaboración de dos guiones para dos videos programados para grabarse el 4 de octubre. 5. Se dio continuidad a la estrategia del área de Infraestructura y Mantenimiento de posicionamiento e información a través del diseño de un imogotipo, se presentó la estrategia de comunicación interna, ya con la confirmación del logo del área. 6. Se continuó la estrategia de comunicación interna de la OAP-TI sobre Ciberseguridad, con la divulgación de la primera historia por los canales internos de comunicación, y se diseñó la segunda historia para empezar con su divulgación en el mes de octubre. 7. Se apoyó con la pieza comunicativa divulgada por la OAP-TI, sobre trámites de pago. 8. Se llevó a cabo la divulgación de la información de la Semana de la Salud solicitada por la SAF – Talento Humano y se apoyó con piezas comunicativas. 9. Se apoyó con las piezas comunicativas solicitadas por SAF – Talento Humano de la campaña de rendición de cuentas planteada por la Veeduría Distrital, y la difusión por los canales internos. 10. Se apoyó



SEGUIMIENTO DEL INDICADOR

Al mes de diciembre se cumplió el 25% programado cumpliendo al 100% las actividades de la implementación de la estrategia de comunicaciones. Las siguientes son algunas de las actividades desarrolladas para el trimestre Diseño e implementación de la comunicación interna: 1. Se realizaron tres (3) editoriales para la página de Idartes. 2. Se realizaron tres 9 Café de los Lunes cada uno de acuerdo con el tema seleccionado en el Comité de Comunicaciones. 3. Se continuó con la estrategia de comunicación interna del área de Control Interno con el diseño y la divulgación de las diferencias entre el área de Control Interno y la OCDI, finalizando con las fotos de los equipos de trabajo. 4. Se continuó con la estrategia de comunicación interna del área de Gestión Documental para apoyar las capacitaciones realizadas por el SIC, a través de la grabación de dos videos, se subtituló el primer video. Divulgación de la cartilla. 5. Se continuó la estrategia de comunicación interna de la OAP-TI sobre Ciberseguridad, con la divulgación de la tercera historia por los canales internos de comunicación. 6. Se realizó y desarrolló la estrategia de comunicación interna solicitada por la OAPTI sobre el Mapa de Gestión del Conocimiento. 7. Se realizó y publicó la noticia en los canales internos de comunicación, sobre el Mapa de Gestión del Conocimiento, solicitada por la OAPTI. 8. Se revisó el primer avance del portafolio de servicios solicitud hecha por la OAPTI. 9. Se realizó la pieza comunicativa solicitada por la OPATI sobre la accesibilidad y seguridad a los Sistemas de Información y se publicó en los canales internos de comunicación. 10. Se realizó la pieza comunicativa solicitada por Relacionamento a la ciudadanía, informando la no prestación de servicio el día 16 de diciembre, y se apoyó con la publicación en la página. 11. Se realizó con la pieza comunicativa solicitada por SAF – Talento Humano para la ciclovía nocturna y se divulgó por los canales internos de comunicación. 12. Se apoyó con la divulgación de los candidatos, elegidos y resultados, de la