

ARTICULACION MEC	PLANEJE TRANSVERSA	PROGRAMAS DEL PLAN DE DESARROLLO SOCIAL DE SUMAPAZ BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS	OBJETIVOS DE LA ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ	OBJETIVOS DEL PROCESO DE COMUNICACIONES	OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES	ESTRATEGIA	N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	AÑO 2017												META	INDICADOR	FORMULA	VARIABLES	FUENTE	SEGUIMIENTO / TEM				EVALUACION / SEMESTRE	OBSERVACIONES	
										ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE						CUMPLIDA	EN DESARROLLO	NO CUMPLIDA	NO INICIADA			
COMUNICACIÓN INTERNA	IGUALDAD EN LA CALIDAD DE VIDA	ATENDER A LA POBLACION RURAL EN TERMINOS DE IGUALDAD	PROMOVER Y EJECUTAR ACCIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS FAMILIAS SUMAPAQUEÑAS	MEJORAR EL FLUJO DE INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES ENTRE VECINOS Y ESTABLECER MEDIANTE LA IMPLEMENTACION DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	DEFINICION DEL ENFOQUE ESTRATEGICO DEL PROCESO DE COMUNICACIONES	DOCUMENTACION DEL ENFOQUE ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES	1	Definir el enfoque estratégico del proceso de comunicaciones (identificación DFOI, plan, procedimiento, reglas y demás documentos relacionados).	Proceso de Comunicaciones	x								ELABORAR EL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ	PLAN DE COMUNICACIONES PUBLICADOS Y SOCIALIZADO	NÚMERO DE PLANES ELABORADOS/TOTAL DE PLANES X 100	CUMPLIMIENTO	INTRANET ACTAS COMITÉ DE COMUNICACIONES	x					SE ELABORO EL PLAN DE COMUNICACIONES	ESTA EN PROCESO DE FOMDORACION ACTO DE REUNION DEL 6 DE FEBRERO				
							2	Creación del Comité de comunicaciones	Proceso de Comunicaciones		x								ACTUALIZAR DOCUMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIONES	NÚMERO DE DOCUMENTOS ACTUALIZADOS	NÚMERO DE DOCUMENTOS ACTUALIZADOS/TOTAL DE DOCUMENTOS X 100	CUMPLIMIENTO	INTRANET ACTAS COMITÉ DE COMUNICACIONES	x						SE ACTUALIZACION DOCUMENTOS	CAPACITACION A FUNCIONARIOS EN REDES		
							3	Creación del Comité de comunicaciones	Proceso de Comunicaciones			x								CREAR EL COMITÉ DE COMUNICACIONES	REALIZACION DEL 100% DE LOS COMITÉS DE COMUNICACIONES	NÚMERO DE COMITÉS REALIZADOS/TOTAL DE COMITÉS PROGRAMADOS X 100	CUMPLIMIENTO	ACTA DE CONFORMACION DEL COMITÉ	x						SE CONFORMO EL COMITÉ	ACTA DE REUNION DEL 1 DE ABRIL	
							3	Definir los mensajes claves de la comunicación de acuerdo a la importancia de la entidad y el público objetivo.	Proceso de Comunicaciones		x									PARTICIPAR DE MANERA EFECTIVA INVOLUCRANDO LAS PARTES	ELABORAR EL MAPA DE MEDIOS	PLAN DE MEDIOS PUBLICADO Y SOCIALIZADO	NO APLICA	CUMPLIMIENTO	INTRANET ACTAS COMITÉ DE COMUNICACIONES	x						SE ELABORO ELMAPA DE MEDIOS Y SE TRABAJA CON REDES SOCIALES	ACTA DE 11 DE MARZO
COMUNICACIÓN INTERNA	DEMOGRAFIA URBANA RURAL	PROPICIAR LA IGUALDAD Y LA INCLUSION SOCIAL EN LA POBLACION LOCAL	PROMOVER Y EJECUTAR ACCIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS FAMILIAS SUMAPAQUEÑAS	DEFINICION DEL ENFOQUE ESTRATEGICO DEL PROCESO DE COMUNICACIONES	DEFINICION DE INDICADORES DE GESTION DE AREA DE COMUNICACIONES	4	Actualizar los indicadores de gestión del Proceso de Comunicaciones	Proceso de Comunicaciones			x						ACTUALIZAR LOS INDICADORES DE GESTION DE COMUNICACIONES	EVALUAR LOS INDICADORES	INDICADORES DE GESTION ACTUALIZADOS/TOTAL DE INDICADORES X 100	CUMPLIMIENTO	MATRIZ DE PLAN DE GESTION			x				SE ACTUALIZACION INDICADORES	SE HACE SEGUIMIENTO				
						5	VEROS DONDE SE MUESTRE LO QUE SE VIVE POR EL TERRITORIO	Proceso de Comunicaciones					x								2 VIDEOS CLIPS	REALIZACION DE 1 VIDEO CLIP SEMESTRAL	NÚMERO DE VIDEOS REALIZADOS/TOTAL DE VIDEOS REALIZADOS X 100	CUMPLIMIENTO	INTRANET Y REDES SOCIALES			x				EN DESARROLLO COMUNICACION INTERNA TUTORIALES PARA ASISTIR ARCHIVOS PARA PUBLICAR EN REDES SOCIALES	1 SEMESTRAL
						1	¿QUIER ABRIR TODA LA INFORMACION QUE SE DESARROLLA EN LA ALCALDIA?	Proceso de Comunicaciones	x	x	x	x									SOCIALIZAR INFORMACION EN REDES SOCIALES	PORCENTAJE DE LIENES QUE CONOCEN LA INFORMACION	NÚMERO DE LIENES SOCIALIZADOS/NÚMERO TOTAL DE LIENES X 100	COBERTURA	INTRANET Y REDES SOCIALES	x	x					CASA A DIARIO SE PUBLICAN NOTICIAS DE LA PRAGA, VECINOS DE LA ALCALDIA Y EN LAS REDES SOCIALES	mensualmente
COMUNICACIÓN EXTERNA	CONSTRUCCION DE COMUNIDAD	CONSOLIDAR ESCENARIOS QUE PERMITAN MEJORAR LA CONVIVENCIA Y LA SEGURIDAD ENTRE LOS HABITANTES DE LA LOCALIDAD	MULTPLICAR LA INFORMACION A LOS COLABORADORES	DAR A CONOCER DIRECTICES Y POLITICAS DE GOBIERNO	SENSIBILIZAR AL EQUIPO POLICIFRENTE A LAS ACTIVIDADES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE LA COMUNICACION E INFORMACION	1	Coordinar, programar y hacer seguimiento a la actividad de estrategia de comunicación en cascada	Proceso de Comunicaciones			x		x	x			SOCIALIZAR AL 30% DE LOS SERVIDORES PUBLICOS LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION EN CASCADA	PORCENTAJE DE SERVIDORES PUBLICOS SOCIALIZADOS	SERVIDORES PUBLICOS SOCIALIZADOS/TOTAL DE SERVIDORES DE LA ENTIDAD X 100	COBERTURA	ENCUESTA			x				SE ESPERA LINAAMIENTO DE GOBIERNO	SEMESTRAL				
						2	programa inducción al proceso de comunicaciones mediante la Narraetoria que construye gobierno	Proceso de Comunicaciones			x										CURSO	PORCENTAJE DE SERVIDORES PUBLICOS NUEVOS QUE REALIZAN EL CURSO	NÚMERO DE SERVIDORES PUBLICOS NUEVOS QUE REALIZAN EL CURSO/TOTAL DE SERVIDORES NUEVOS X 100	COBERTURA EFECTIVIDAD	CURSO			x				SE DESARROLLO CAPACITACION TUTORIA	ACTA
						3	Implementar la agenda de comunicación en cascada de acuerdo al presupuesto de gobierno	Proceso de comunicaciones y sistemas de Proceso			x		x	x							AGENDA DE COMUNICACION EN CASCADA	SOCIALIZAR AGENDA DE COMUNICACIONES	NÚMERO DE AGENDAS ELABORADAS/TOTAL DE AGENDAS PROGRAMADAS X 100	CUMPLIMIENTO	INTRANET ACTAS COMITÉ DE COMUNICACIONES			x				SE ESPERA LINAAMIENTO DE GOBIERNO	Agua
						3	Implementar la agenda de comunicación en cascada de acuerdo al presupuesto de gobierno	Proceso de comunicaciones y sistemas de Proceso			x		x	x							DESARROLLO DEL 70% DE LAS CAMPAÑAS SOCIETALES POR LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NÚMERO DE CAMPAÑAS SOCIETALES/ADMINISTRACION DE CAMPAÑAS EJECUTADAS X 100	CUMPLIMIENTO	FORMATO DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES			x				SOLO ALGUNOS DEL DESPACHO HAN SIDO DESARROLLADAS	SEMESTRAL
						2	Articular los niveles de dependencia que requieren el apoyo de campañas de comunicaciones	Proceso de Comunicaciones			x	x	x	x	x	x					EVALUAR EL NIVEL DE RECORCION DEL 50% DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NIVEL DE RECORCION DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	PORCENTAJE DEL PUBLICO OBJETIVO QUE RECORRIÓ LA CAMPANA/ADMINISTRACION DE PERSONAS ENCUESTADAS	RECORCION	ENCUESTA			x				Disño e implementación de estrategias planes de comunicacion y acompañamiento de los proyectos POLS	SEMESTRAL
						2	Actualizar periódica de los medios de comunicación (relaciones y medios sociales)	Proceso de Comunicaciones	x	x	x	x	x	x	x	x					INCREMENTANDO LA PARTICIPACION DE LAS DIFERENTES DEPENDENCIAS EN LA GENERACION DE CONTENIDOS PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION INSTITUCIONAL	ACTUALIZACIONES REALIZADAS	NÚMERO DE ACTUALIZACIONES REALIZADAS POR MEDIO DE COMUNICACION INSTITUCIONAL Y REDES SOCIALES X 100	CUMPLIMIENTO	MEDIOS DE COMUNICACION INSTITUCIONAL			x				ACTUALIZACION SEMANAL	DIARIO Y SEMANALMENTE
COMUNICACIÓN EXTERNA	BUEN GOBIERNO DE LA CIUDAD	GENERAR ACCIONES QUE PERMITAN EL ALCANCE DE INFORMACION A LOS HABITANTES DE SUMAPAZ	DISEÑAR CAMPAÑAS INFORMATIVAS	RESALTAR LOS LOGROS DE LA GESTION REGIONAL DE LA ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ	FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ	3	Atender las solicitudes de los diversos medios de comunicación: radio, televisión, boletines y/o roneo	Proceso de Comunicaciones			x		x	x			RECORCION DEL 50% DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NÚMERO DE CAMPAÑAS SOCIETALES/ADMINISTRACION DE CAMPAÑAS EJECUTADAS X 100	CUMPLIMIENTO	FORMATO DE SERVICIOS DE COMUNICACIONES			x				SOCIETUDES DEL DESPACHO HAN SIDO DESARROLLADAS	SEMESTRAL				
						4	Abrir a través de los medios de comunicación (relaciones y medios sociales)	Proceso de Comunicaciones			x		x	x						AGENCIAR LAS NOTAS POSITIVAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	CAMPAÑAS VISIBILIZADAS EN MEDIOS DE COMUNICACION	NÚMERO DE NOTAS POSITIVAS/NOTA DE NOTAS PROGRAMADAS X 100	COBERTURA Y EFECTIVIDAD	SISTEMA DE MONITOREO DE MEDIOS ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ			x				MONITORO PERMANENTE	INFORME SEMESTRAL	
						4	Abrir a través de los medios de comunicación (relaciones y medios sociales)	Proceso de Comunicaciones			x		x	x							AGENCIAR LAS NOTAS POSITIVAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	CAMPAÑAS VISIBILIZADAS EN MEDIOS DE COMUNICACION	NÚMERO DE NOTAS POSITIVAS/NOTA DE NOTAS PROGRAMADAS X 100	COBERTURA Y EFECTIVIDAD	SISTEMA DE MONITOREO DE MEDIOS ALCALDIA LOCAL DE SUMAPAZ			x				DIVULGACION EN MEDIOS DE INFORMACION RELEVANTE	INFORME SEMESTRAL
						3	Realizar un informe de monitoreo de medios	Proceso de Comunicaciones			x		x	x							RECORCION DEL 50% DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS IMPLEMENTADAS	NÚMERO DE CAMPAÑAS SOCIETALES/ADMINISTRACION DE CAMPAÑAS EJECUTADAS X 100	CUMPLIMIENTO	INFORME OFICINA D OFICINA INTRANET			x				MONITORO PERMANENTE	INFORME SEMESTRAL
						4	Realizar un informe de monitoreo de medios	Proceso de Comunicaciones			x		x	x							AGENCIAR LAS NOTAS POSITIVAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION	CAMPAÑAS VISIBILIZADAS EN MEDIOS DE COMUNICACION	NÚMERO DE NOTAS POSITIVAS/NOTA DE NOTAS PROGRAMADAS X 100	CUMPLIMIENTO	INFORME OFICINA D OFICINA INTRANET			x				MONITORO PERMANENTE	INFORME SEMESTRAL
	FORTEALECIMIENTO DE LA EFICIENCIA ADMINISTRATIVA	ETICA TRANSPARENCIA Y ANTICORUPCION	REVISAR EJECUCION DEL PLAN	REVISAR EJECUCION DEL PLAN	EVALUAR EL PLAN DE COMUNICACIONES	ANEXAR EN LOS PLANES DE MEJORA	1	Fundación de Planes de Mejora	Responsable de Comunicaciones							EVALUAR SEMESTRALMENTE EL PLAN	PLAN EVALUADO AL SEMESTRE	INFORME DE VECEZ EVALUADO	CUMPLIMIENTO	ACTA						APLICA EN EL MES DE JUNIO	INFORME SEMESTRAL						