

| SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER | | | | | | | | | | | | | | Código: DE-FO-66 | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|-----|--|--|--|--|--|-------------------|----------|--------------------------------|---|--|---------|---------|---------------|---|----------------------------------|---------|---------|---------------|---|---|--|-----------------|--|
| DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO | | | | | | | | | | | | | | Versión: 01 | | | | | | | | | | | | | |
| FORMULACIÓN Y SEGUIMIENTO PLANES OPERATIVOS POR PROCESO | | | | | | | | | | | | | | Fecha de Emisión: 12 de diciembre del 2019 | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | Página 1 de 1 | | | | | | | | | | | | | |
| PROCESO | | | | | | | | | | | | | | Comunicación Estratégica | | | | | | | | | | | | | |
| ÁREA RESPONSABLE | | | | | | | | | | | | | | Asesora de Comunicaciones | | | | | | | | | | | | | |
| ÁREAS CORRESPONSABLES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Selección con una (X) la información a presentar: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FECHA DE ELABORACIÓN | | | | | | | | | | | | | | 30/01/2019 | | | | | | | | | | | | | |
| Actualización | | | | | | | | | | | | | | 48 meses | | | | | | | | | | | | | |
| Seguimiento | | | | | | | | | | | | | | X 31/03/2019 | | | | | | | | | | | | | |
| OBJETIVO DEL PROCESO | | | | | | | | | | | | | | Desarrollar estrategias de comunicación para la transformación de prácticas, imaginarios y representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas. | | | | | | | | | | | | | |
| OBJETIVO ESTRATÉGICO | ESTRATEGIA | META | RESULTADO ESPERADO DE LA META | No. | ACTIVIDADES ASOCIADAS A LA META | RESPONSABLE | PLANES DECRETOS 612 DE 2018 | INDICADOR | FORMULA DEL INDICADOR | TIPO DE INDICADOR | MAGNITUD | UNIDAD | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | PROGRAMACIÓN (Trimestral) | | | | | AVANCE DE EJECUCIÓN (Trimestral) | | | | DESCRIPCIÓN CUALITATIVA DEL AVANCE E IMPACTO ALCANZADO DE LA META | RETAROS Y FACTORES LIMITANTES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA META | SOLUCIONES PROPUESTAS PARA RESOLVER LOS RETAROS Y FACTORES LIMITANTES PARA EL CUMPLIMIENTO | | |
| | | | | | | | | | | | | | | ENE-MAR | ABR-JUN | JUL-SEP | OCT-DIC | TOTAL PROGRAMACIÓN | ENE-MAR | ABR-JUN | JUL-SEP | OCT-DIC | | | | TOTAL EJECUCIÓN | |
| Consolidar la Secretaría Distrital de la Mujer como una entidad innovadora y eficiente, para contribuir con la garantía de derechos de las mujeres en el Distrito Capital. | Renovación SIG | Implementar el funcionamiento de comunicación interna y externa que incorporen los enfoques de género libre de sesismo. | Ciudadanía y público de la SDMujer informados sobre los derechos, misionalidad, procesos, actividades y eventos de la institución | 1 | Construcción y publicación de información sobre la misionalidad, derechos de las mujeres, cultura no sexista y acciones desarrolladas por la SDMujer. | Asesora de comunicaciones, profesional especializada, contratistas periodistas y contratista redes sociales. | Plan Anticorrupción y Atención a la Ciudadanía | Publicaciones en medios institucionales | (No. de publicaciones difundidas/No. de publicaciones redactadas) * 100 | Eficacia | 100% | % | Página web, Facebook y Twitter de la Entidad. | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Durante enero, febrero y marzo de 2019 se mantuvo el interés de comunicar a la ciudadanía sobre las acciones, procesos y servicios que ofrece la Secretaría Distrital de la Mujer. El eje de acción en la difusión se mantuvo concentrado en los canales de comunicación externa dispuestos actualmente por la entidad, como los son la página web y las redes sociales (Facebook, Twitter). A través de esta estrategia de comunicación externa, se han logrado visibilizar acciones propias de la institución, servicios y programas como los ofertados en Las Casas de Igualdad de Oportunidades, la importancia de acudir a la Ruta Única de Atención en casos de violencia y la Línea Púrpura Distrital y las actividades conmemorativas del 8 de Marzo. | | |
| | | | | 2 | Desarrollo de acciones de relacionamiento con periodistas y medios de comunicación para la publicación de información relacionada con la misión, procesos, actividades, eventos y/o posicionamiento público de la SDMujer. | Asesora de comunicaciones, profesional especializada, contratistas periodistas | N/A | Notas de información de la SDMujer en medios de comunicación / No. de notas a publicar) *100 | Eficacia | 100% | % | Enlaces web a notas publicadas | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Al relacionamiento con periodistas que se realiza a diario, acorde al documento "Protocolo relación con periodistas y/o medios de comunicación masivos y/o alternativos", elaborado según la experiencia adquirida con el trabajo realizado en la SDMujer, donde se describen las principales indicaciones o recomendaciones sobre la relación efectiva para la publicación de información de programas, proyectos y servicios de la SDMujer, se logró la inclusión de diferentes temas en la agenda setting. En total durante el primer trimestre del año 2019 se realizaron 37 notas registradas por medios de comunicación masivos y/o alternativos sobre eventos, programas o proyectos de la SDMujer (no se incluyen algunas notas registradas a través de radio y televisión que ya han caducado en la web o algunas que no fueron subidas a la web). | | | |
| | | | | 3 | Conceptualización, difusión y seguimiento de las Campañas desarrolladas institucionalmente | Asesora de comunicaciones, profesional especializada, contratistas periodistas, diseñadores gráficos, contratistas audiovisuales y contratista redes sociales. | N/A | Campañas difundidas | (No. de campañas difundidas/ No. de campañas a conceptualizar) x 100 | Eficacia | 100% | % | Piezas gráficas de campaña | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Durante los primeros tres meses del año 2019 se adelantó la campaña del 8 de Marzo "Las Mujeres Tejemos Cambio", la cual tuvo su proceso de producción y creación en el mes de febrero y se difundió en el mes de marzo. | | |
| | | | | 4 | Cubrimiento de eventos institucionales | Asesora de comunicaciones, profesional especializada, contratistas periodistas, fotógrafo, audiovisuales y redes sociales | N/A | Cubrimiento de eventos institucionales | (No. de cubrimientos realizados/ No. de cubrimientos a realizar)*100 | Eficacia | 100% | % | Documento listado de cubrimiento de eventos | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Durante los meses de enero, febrero y marzo de 2019 se realizaron 79 cubrimientos de diferente temas como: Campesinos No. 6 de la SDMujer; Jornada territorial Estrategia de Justicia de Género Hayuelos / Fontibón; Jornada de orientación y asesora de la Estrategia de Justicia de Género; Lanzamiento Caravanas de Justicia; Consejo Intersectorial de Mujeres; Día sin carro y sin moto; Audiencia sobre el caso de Luz Angélica Acevedo Abate; Desayuno con periodistas - Lanzamiento 8 de marzo; Diálogo Ciudadanos; Evento conmemoración Día Internacional por los Derechos de las Mujeres; CIOM Engaña; Evento de artes plásticas "Guerreas de Cristal; Evento conmemoración Día Internacional por los Derechos de las Mujeres; "Jornada cultural, encuentro y diálogo pre-mujeres por el derecho al trabajo, y el derecho a la Paz...". Primera sesión de la Mesa de trabajo del Sistema SCPIA, entre otros. | | |
| | | | | 5 | Diseño y publicación de piezas gráficas relacionadas con la misionalidad, derechos de las mujeres, cultura no sexista y acciones desarrolladas por la SDMujer. | Asesora de comunicaciones y contratistas diseñadores gráficos | N/A | Piezas gráficas | (No. de piezas gráficas diseñadas/ No. de piezas gráficas a realizar)*100 | Eficacia | 100% | % | Piezas gráficas finalizadas | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Durante el año 2019 una de las grandes responsabilidades del área de comunicaciones es tener expresiones gráficas de calidad, amigables y de impacto que logren transmitir los mensajes estratégicos priorizados por la Secretaría Distrital de la Mujer. En el 2019 se han adelantado piezas gráficas, videos y fotografías que han servido como base para acompañar los mensajes, las publicaciones, los tráns, otras apariciones en redes y todas las piezas impresas y digitales que han permitido una mejor promoción y visibilidad de la oferta de la Secretaría. En total en lo corrido del 2019 se diseñaron 150 piezas gráficas, todo con enfoque a las metas de la estrategia de comunicación. | | |
| | | | | 6 | Diseño y publicación de audiovisuales relacionados con la misionalidad, derechos de las mujeres, cultura no sexista y acciones desarrolladas por la SDMujer. | Asesora de comunicaciones y contratistas audiovisuales. | N/A | Audiovisuales | (No. de audiovisuales realizados/ No. de audiovisuales a realizar)*100 | Eficacia | 100% | % | Audiovisuales finalizados | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Por parte del diseño y publicaciones audiovisuales relacionados con la misionalidad, derechos de las mujeres, cultura no sexista y acciones desarrolladas por la SDMujer. Durante el primer trimestre se realizó la edición de 8 videos, de las siguientes temáticas "caso de igualdad", "casa refugio", "Línea púrpura", "enfoque diferencial". | | |
| | | | | 7 | Elaborar y difundir información relacionada con las acciones, procesos y servicios de la Secretaría Distrital de la Mujer, a través de los canales de comunicación interna | Asesora de comunicaciones y contratistas comunicación interna. | N/A | Publicaciones en canales de comunicación interna | (No. de publicaciones difundidas en medios internos/ No. de publicaciones en medios internos redactadas) * 100 | Eficacia | 100% | % | Medios informativos internos | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | La difusión interna y la apropiación de las y los funcionarios y contratistas adscritos a la Secretaría Distrital de la Mujer es una actividad clave para tener un canal de diálogo abierto, de doble vía, útil para incentivar la pertenencia, la motivación y la multiplicación de las acciones que se adelantan desde cada una de las áreas de la Secretaría. Esta labor se orienta mediante boletines diarios y acompañamientos en los eventos de despacho, talento humano, planeación, entre otras. La difusión de las acciones, la claridad en los procesos y la visibilización de las acciones adelantadas por cada área es otra forma de fortalecer el impacto misional que tiene la SDMujer. En lo corrido de 2019 se llegó a la comunidad interna con 54 Boletines Informativos, 13 wallpapers, 43 correos masivos y 34 actualizaciones de Intranet. Además se realizó el cubrimiento de 10 eventos internos y publicación de 214 fotografías en el flick interno. | | |
| | | | | 8 | Publicar las rendiciones de cuentas de la entidad en los canales de comunicación existentes | Asesora de comunicaciones, contratistas audiovisuales y contratista redes sociales. | Plan Anticorrupción y Atención a la Ciudadanía | Redición de cuentas publicadas en medios de comunicación de la Entidad | No. de notas informativas de Rendición de Cuentas programadas * 100 | Eficacia | 100% | % | Medios informativos de la Entidad | 0 | 50 | 0 | 50 | 100% | 50% | 0 | 0 | 0 | 0 | 50% | Durante el mes de marzo se realizó la rendición de cuentas de la Alcaldía de Bogotá, en esta jornada se hicieron publicaciones en la página web y las redes sociales (Facebook y Twitter) y en los medios de comunicación interna, discriminadas así: 1 publicación en Facebook con 656 visualizaciones; 13 publicaciones en Twitter con 3.486 visualizaciones; 1 banner publicado en la página web y 8 publicaciones en los medios de comunicación interna. También se realizó la Jornada de Diálogo Ciudadanos; 1 publicación en Facebook con 1.235 visualizaciones; 5 publicaciones en Twitter con 5.826 visualizaciones. | | |
| | | | | 9 | Difundir y dar a conocer la importancia de la información del "Transparencia y Acceso a la Información" en diferentes canales de comunicación internos y externos de la Secretaría Distrital de la Mujer. | Asesora de comunicaciones, contratista página web y contratista redes sociales. | Plan Anticorrupción y Atención a la Ciudadanía | Publicaciones relacionadas con el link de transparencia en medios institucionales | No. de publicaciones realizadas / No. de publicaciones programadas | Eficacia | 100% | % | Medios informativos de la Entidad | 25 | 25 | 25 | 25 | 100% | 25% | 0 | 0 | 0 | 0 | 25% | Durante el primer trimestre del año 2019, en materia de publicación de información en el botón de "Transparencia y acceso a la información pública" en los medios de comunicación externa y comunicación interna de la entidad, se realizaron las siguientes publicaciones: en total se registraron 8 publicaciones discriminadas así: en Facebook y Twitter se realizaron 3 publicaciones con 731 visualizaciones; en la página web de la entidad el botón de "Transparencia y Acceso a la Información se encuentra permanente y en los medios de comunicación interna se realizaron 3 publicaciones. | | |
| RESPONSABLE DEL PROCESO | | | | | | | | | | | | | | OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN | | | | | | | | | | | | | |
| Firma: | | | | | | Firma: | | | | | | Firma: | | | | | Firma: | | | | | | | | | | |
| Elaboró/cargó: | Monica Patricia Medina Romero / Contratista | | | | | Revisó/cargó: | / Asesora de Comunicaciones | | | | | Aprobó/cargó: | / Asesora de Comunicaciones | | | | Revisó/cargó: | Paola Ros - Contratista Oficina Asesora de Planeación | | | | Aprobó/cargó: | SILVIA OLANO APONTE / JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACION | | | | |
| Fecha: | 9/04/2019 | | | | | Fecha: | 9/04/2019 | | | | | Fecha: | 9/04/2019 | | | | Fecha: | | | | | | | | | | |