



PLAN DE ACCIÓN POR DEPENDENCIAS FUGA 2014

VISION FUGA: Desarrollar y fomentar prácticas artísticas y proyectos creativos, promover la cultura pública ciudadana, mantener una oferta cultural permanente de calidad e impulsar procesos participativos que vinculen tanto a los actores del campo artístico como a la ciudadanía en el ejercicio de los derechos culturales en el Distrito Capital.

VISION FUGA: En el año 2020 la Fundación Gilberto Alzate Avendaño habrá consolidado su liderazgo y será un referente cultural y artístico por la calidad, originalidad y pertinencia de sus propuestas, proyectos y servicios orientados a consolidar el centro histórico como uno de los principales escenarios culturales del Distrito Capital.

DEPENDENCIA: SUBDIRECCIÓN OPERATIVA - COMUNICACIÓN

Objetivo General (Categoría de la Ley)	Objetivo Específico (Categoría de la Ley)	Actividades	Medios	Plazos de ejecución	Recursos Humanos y Materiales	Indicadores de Seguimiento y Medios de Verificación	SEGUIMIENTO Evaluación del cumplimiento Indicadores de Seguimiento
<p>Según Acuerdo de la Junta Directiva 001 de 2011: Subdirección Operativa. Es la dependencia encargada de la dirección, coordinación, control y promoción de la gestión cultural y artística de la Fundación, a través del desarrollo de estrategias, planes, programas y proyectos específicos creativos, culturales, históricos y fortalecimiento del Distrito Capital de acuerdo a los objetivos y metas institucionales.</p> <p>Problema: El Formulario, gestor y ejecutor de planes, programas y proyectos orientados a incentivar la apropiación del conocimiento de la historia y actualidad política, social y nacional promoviendo la conciencia democrática en el Distrito Capital.</p> <p>Objetivos: a) Formular y gestionar las estrategias para la programación y ejecución de las actividades culturales y que se realicen en los diferentes escenarios a cargo de la Fundación. b) Dirigir, formular y ejecutar los planes, programas y proyectos de educación, cultura, arte y programación cultural permanente de la Fundación. c) Dirigir y gestionar proyectos especiales creativos con el fin de cumplir las siguientes finalidades:</p>	<p>1) Dirigir y gestionar la producción logística de los eventos culturales y artísticos que produzca o apoye la Fundación. 2) Gestionar actividades que permitan al público en general conocer las áreas de acción de la Fundación. 3) Diseñar y programar la producción audiovisual o impresión documental de información sobre la Fundación y el material de prensa, radio y televisión. 4) Preparar los materiales de promoción, para los congresos y demás exposiciones que desarrolle la Fundación. 5) Supervisar y responder por el control de las publicaciones, impresiones, recibos y entrega de obra de arte, materiales e implementos que se requieren en los eventos y después de obra de arte permanentes y/o transitorios. 6) Dirigir la administración en el Distrito Capital. 7) Gestionar entre las entidades públicas y privadas, la colaboración y la consecución de los recursos que permitan el adelanto desarrollo de los planes, programas y proyectos de la Fundación "Gilberto Alzate Avendaño".</p>	<p>Actualizar diariamente la página web de la FUGA con las distintas actividades que allí se realizan</p> <p>Realizar y enviar a bases de datos de FUGA con los distintos actividades que allí se realizan</p> <p>Realizar y enviar a bases de datos de FUGA con los distintos actividades que allí se realizan</p> <p>Realizar y enviar a bases de datos de FUGA con los distintos actividades que allí se realizan</p>	<p>Alcanzar un promedio mensual de 6000 visitas y 3600 visitantes únicos en la página web</p> <p>Alcanzar un promedio de 70 publicaciones mensuales en medios de comunicación</p> <p>Alcanzar 215 nuevos seguidores mensuales promedio en Facebook</p> <p>Alcanzar 1073 nuevos seguidores mensuales promedio en Twitter</p>	<p>Diciembre de 2014</p> <p>Diciembre de 2014</p> <p>Diciembre de 2014</p> <p>Diciembre de 2014</p>	<p>Recurso humano del área de comunicaciones</p> <p>Recurso humano del área de comunicaciones</p> <p>Recurso humano del área de comunicaciones</p> <p>Recurso humano del área de comunicaciones</p>	<p>Google Analytics</p> <p>Web de prensa Editor web</p> <p>Web de prensa Editor web</p> <p>Web de prensa Editor web</p>	<p>108%</p> <p>171%</p> <p>225%</p> <p>655%</p> <p>100%</p> <p>86%</p>
			<p>Numero de veces promedio mensual en la página web</p> <p>Promedio mensual de apariciones en medios de comunicación</p> <p>Numero de seguidores mensuales promedio en Facebook</p> <p>Numero de seguidores mensuales promedio en Twitter</p>			<p>Informe de monitoreo de medios</p>	<p>Se han logrado 77.801 visitas a la página web de la FUGA para un promedio mensual de 6.684. Se han logrado 80.030 visitas únicas a la página web de la FUGA para un promedio mensual de 6.726.</p> <p>Se han logrados un promedio mensual de 158 apariciones en medios de comunicación distribuido así: -Radio: 9 apariciones -TV: 18 apariciones -Internet: 44 apariciones -Publicaciones especializadas: 41 apariciones</p> <p>Se ha alcanzado un incremento mensual promedio de 1.415 fans en Facebook y 1.174 seguidores en Twitter. El incremento en los meses de mayor crecimiento fue el siguiente: Enero: 216 - 800 Febrero: 218 - 800 Marzo: 308 - 1138 Abril: 297 - 658 Mayo: 298 - 658 Junio: 298 - 658 Julio: 297 - 1154 Agosto: 219 - 1240 Septiembre: 254 - 1000 Octubre: 297 - 800 Noviembre: 277 - 1380 Diciembre: 309 - 1820</p>
		<p>Publicar videos de prensa de los eventos de la FUGA</p>	<p>Numero de videos publicados</p>	<p>Diciembre de 2014</p>	<p>Recurso humano del área de comunicaciones en el Plan Anual de Adquisiciones</p>	<p>Oficina de Comunicaciones</p> <p>Web de prensa Productores audiovisuales</p>	<p>Se han publicado 9 videos de prensa: - Premio Derrif de Estímulo - Febrero - C-9na - Junio - Tercer Premio Bernal - Junio - Tercer Premio Bernal - Junio - Celebración de la Historia Política - Agosto - Celebración de la Historia Política - Agosto - Festival Centro - Diciembre - Festival Centro - Diciembre</p>

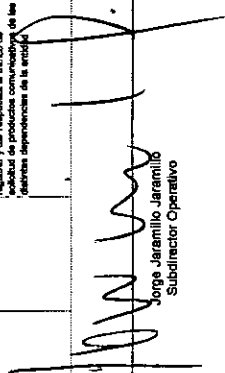
OBJETIVO GENERAL		OBJETIVO ESPECÍFICO		INDICADOR		DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES		RECURSOS		FECHA DE EJECUCIÓN		INDICADOR DE RESULTADOS																		
1. Crear y consolidar espacios para la promoción y el fortalecimiento de las iniciativas, proyectos de estudio y la construcción de proyectos de desarrollo social, cultural y económico.	Apoiar 50 iniciativas y acciones de reconstrucción cultural, económica y social en municipios afectados por el conflicto armado, a través de alianzas con organizaciones de la sociedad civil y actores locales.	Realizar 4 de acciones afirmativas dirigidas a las poblaciones afectadas de la ciudad con enfoque intercultural.	Apoiar 5 acciones de encuentro intercultural entre poblaciones afectadas de la ciudad.	Apoiar el desarrollo de 1 corredor cultural y creativo.	Llevar 1 (100.000) actividades a la vida pública de personas en condiciones de exclusión, vulnerabilidad y no segregación.	Apoiar 300 iniciativas mediante actividades y alianzas.	Beneficiar 19 iniciativas y acciones juveniles priorizadas en municipios con alta vulnerabilidad.	Beneficiar 2.000 personas con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Beneficiar 1.400 asistentes con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Se han producido 95 videos promocionales, comerciales, institucionales y formativos, distribuidos en la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> - Enero: 14 videos (1 programación Festival Centro, 9 promocionales Festival Centro, 6 promocionales Festival Centro y 1 de contenido de 2013 para el TV de El Parguadero) - Febrero: 4 videos (1 contenido Misma Muzas, 1 promocional Español Campes de muerda, 1 Pella de Mujeres, y 1 contenido de 2013 para el TV de El Parguadero) - Marzo: 7 videos (1 promocional Dora Angel en Pella de Mujeres, 4 promocionales programación artística, 1 Pella de Mujeres y 1 video de contenido de 2013 para el TV de El Parguadero) - Abril: 10 videos (1 promocional Día Mundial del Teatro 2014, 1 promocional Teatro indígena, 4 promocionales programación artística, 1 Pella de Mujeres, y 2 promocionales Programa Cultural de Barranquilla) - Mayo: 6 videos (1 promocional Teatro Páramo, 4 promocionales programación artística y 1 Pella de Mujeres) - Junio: 7 videos (4 promocionales programación artística, 1 Pella de Mujeres, 1 Historias y 1 Biblioteca más del mundo) - Julio: 7 videos (6 promocionales programación artística, 1 Pella de Mujeres, 1 Horno a la Noche, 1 Biblioteca Ocho de Independencia) - Agosto: 9 videos (4 promocionales programación artística, 1 Pella de Mujeres, 1 promocional Spanish Word Lyda Lynch, 1 promocional Congreso Guerra Mundial, 1 promocional Servicios Bibliotecario, 1 Informativo "Saberes Que de la Guerra Mundial") - Septiembre: 10 videos (1 promocional Día Mundial de la Paz, 1 promocional Día Mundial de la Alimentación, 1 promocional Día Mundial de la Historia Política, 1 video de contenido de 2013 para el TV de El Parguadero, 1 promocional Juan Gaitán Córdoba de la Paz, 1 promocional Día Mundial de la Alimentación, 1 promocional Día Mundial de la Alimentación, 1 promocional Día Mundial de la Alimentación) - Octubre: 10 videos (6 videos promocionales de la programación artística, 1 de Pella de Mujeres, 2 videos promocionales "Santísimo Corazón Cultural Center", 1 video promocional Laboratorio Bébi Oshara, 1 video audio II Encuentro Intercultural y 1 video promocional de Publicaciones Bibliotecas) - Noviembre: 10 videos (6 videos promocionales de la programación artística, 1 de Pella de Mujeres, 1 video promocional La Pella de Mujeres, 1 video promocional Laboratorio Bébi Oshara, 1 video promocional "Mujeres al mando gran Futuras Esclavas" y 1 video comercial "Invitados Humanos") - Diciembre: 4 videos (2 videos promocionales de la programación artística, 1 video promocional "Mujeres al mando gran Futuras Esclavas" y 1 video promocional Estado de arte de Festival Centro) 	Oficina de Comunicaciones	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	211%															
											2. Promover el fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad, a través de alianzas con actores locales y actores de la sociedad civil.	Realizar 3 acciones de fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad.	Apoiar el desarrollo de 1 corredor cultural y creativo.	Llevar 1 (100.000) actividades a la vida pública de personas en condiciones de exclusión, vulnerabilidad y no segregación.	Apoiar 300 iniciativas mediante actividades y alianzas.	Beneficiar 19 iniciativas y acciones juveniles priorizadas en municipios con alta vulnerabilidad.	Beneficiar 2.000 personas con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Beneficiar 1.400 asistentes con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Se han avanzado un total de 7.077 visualizaciones de los videos publicados en Youtube con un promedio mensual de 600 reproducciones	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se imprimieron 9.000 ejemplares mensuales de la programación artística y cultural, excepto en 2 meses que no se imprimió y en 2 en que se imprimieron 5.000.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.					
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	442%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	77%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	226%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	200%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%
																										Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%
Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%																										
3. Promover el fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad, a través de alianzas con actores locales y actores de la sociedad civil.	Realizar 3 acciones de fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad.	Apoiar el desarrollo de 1 corredor cultural y creativo.	Llevar 1 (100.000) actividades a la vida pública de personas en condiciones de exclusión, vulnerabilidad y no segregación.	Apoiar 300 iniciativas mediante actividades y alianzas.	Beneficiar 19 iniciativas y acciones juveniles priorizadas en municipios con alta vulnerabilidad.	Beneficiar 2.000 personas con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Beneficiar 1.400 asistentes con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Se han avanzado un total de 7.077 visualizaciones de los videos publicados en Youtube con un promedio mensual de 600 reproducciones	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se imprimieron 9.000 ejemplares mensuales de la programación artística y cultural, excepto en 2 meses que no se imprimió y en 2 en que se imprimieron 5.000.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.																
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	442%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	77%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	226%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	200%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
4. Promover el fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad, a través de alianzas con actores locales y actores de la sociedad civil.	Realizar 3 acciones de fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad.	Apoiar el desarrollo de 1 corredor cultural y creativo.	Llevar 1 (100.000) actividades a la vida pública de personas en condiciones de exclusión, vulnerabilidad y no segregación.	Apoiar 300 iniciativas mediante actividades y alianzas.	Beneficiar 19 iniciativas y acciones juveniles priorizadas en municipios con alta vulnerabilidad.	Beneficiar 2.000 personas con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Beneficiar 1.400 asistentes con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Se han avanzado un total de 7.077 visualizaciones de los videos publicados en Youtube con un promedio mensual de 600 reproducciones	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se imprimieron 9.000 ejemplares mensuales de la programación artística y cultural, excepto en 2 meses que no se imprimió y en 2 en que se imprimieron 5.000.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.																
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	442%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	77%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	226%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	200%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
5. Promover el fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad, a través de alianzas con actores locales y actores de la sociedad civil.	Realizar 3 acciones de fortalecimiento de la cultura política de las poblaciones afectadas de la ciudad.	Apoiar el desarrollo de 1 corredor cultural y creativo.	Llevar 1 (100.000) actividades a la vida pública de personas en condiciones de exclusión, vulnerabilidad y no segregación.	Apoiar 300 iniciativas mediante actividades y alianzas.	Beneficiar 19 iniciativas y acciones juveniles priorizadas en municipios con alta vulnerabilidad.	Beneficiar 2.000 personas con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Beneficiar 1.400 asistentes con el fortalecimiento de la cultura política de Colombia.	Se han avanzado un total de 7.077 visualizaciones de los videos publicados en Youtube con un promedio mensual de 600 reproducciones	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se imprimieron 9.000 ejemplares mensuales de la programación artística y cultural, excepto en 2 meses que no se imprimió y en 2 en que se imprimieron 5.000.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se cuenta con un Plan de Medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.	Se elaboró un plan de medios para la vigencia 2014, el cual se ajustó según lo planeado.																
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	442%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	77%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	226%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	200%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											
															Productor audiovisual	Diciembre de 2014	Recurso humano del área de comunicaciones	Jefe de prensa Productor audiovisual	100%											

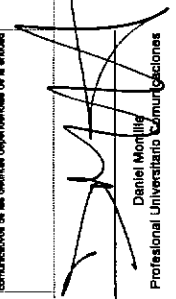
REQUERIMIENTO

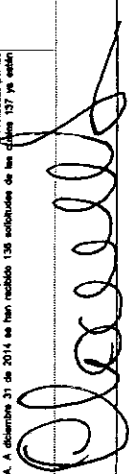
<p>Recursos humanos a fin de cumplir satisfactoriamente la misión de la entidad.</p>	<p>Implementación de software para registro y seguimiento de solicitudes de salidas de producción de las dependencias de la entidad.</p>	<p>Implementar un software que permita registrar y dar respuesta al tráfico de solicitudes de producción comunicativa de las dependencias de la entidad.</p>	<p>Software diseñado e implementado</p>	<p>Leve de prensa</p>	<p>Recurso humano del área de comunicaciones Profesional de sistemas</p>	<p>Diciembre de 2014</p>	<p>Software diseñado e implementado</p>	<p>100%</p>
--	--	--	---	-----------------------	--	--------------------------	---	-------------

El área de sistemas implementó una herramienta para registrar y dar respuesta al tráfico de solicitudes de producción comunicativa de las dependencias de la entidad.
La oficina de comunicaciones está usando de manera adecuada este recurso para dar orden a las solicitudes realizadas por las dependencias de la FDOA. A diciembre 31 de 2014 se han recibido 136 solicitudes de las cuales 137 ya están resueltas.

Aprobó:


Jorge Jaramillo Jaramillo
 Subdirector Operativo


Daniel Morillas
 Profesional Universitario Comunicaciones


Claudia Marcela Delgado
 Profesional de Planeación

Seguimiento: