


	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 1 de 19

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2020-2023

FUNDACION GILBERTO ALZATE AVENDAÑO

Equipo de comunicaciones

Diciembre de 2019

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 2 de 19

Contenido

1. INTRODUCCIÓN:	4
2. OBJETIVOS	5
2.1. Objetivo general	5
2.2. Objetivos específicos	5
3. FUNDAMENTOS LEGALES	5
4. FUNDAMENTOS CONCEPTUALES	5
5. ESTRUCTURA ORGÁNIZACIONAL DE LA FUGA	8
5.1. Datos generales	8
5.2. Naturaleza	8
5.3. Objeto	8
5.4. Funciones generales de la FUGA	8
5.5. Estructura organizacional	9
5.6. Organigrama	10
6. PLATAFORMA ESTRATÉGICA FUGA	10
6.1. Misión	10
6.2. Visión	10
6.3. Objetivos Estratégicos	10
6.4. Objetivos Estructurales	11
7. DATOS GENERALES DEL EQUIPO DE COMUNICACIONES	11
7.1. Propósito del equipo de comunicaciones	11
7.2. Proceso estratégico – gestión de comunicaciones	11
7.3. Política de comunicaciones	12
8. LÍNEA BASE PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS Y LINEAMIENTOS	12
8.1. Identificación de riesgos del proceso de comunicaciones	12
8.2. Matriz DOFA	13
8.3. Actores de interés	14
9. FLUJOS COMUNICATIVOS	14

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 3 de 19

10. MECANISMOS PARA GARANTIZAR EL FLUJO COMUNICATIVO DE LA ENTIDAD.	14
10.1. Comunicación externa.....	14
10.2. Comunicación interna	15
11. ESTRATEGIAS, LINEAMIENTOS, ACTIVIDADES, METAS Y PRODUCTOS DEL PEC	15
11.1. Línea de gestión - comunicaciones externas.....	15
11.2. Línea de gestión - comunicaciones internas.....	17
12. SEGUIMIENTO	18
13. CONCLUSIONES	18

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 4 de 19


1. INTRODUCCIÓN:

Para la Fundación Gilberto Alzate Avendaño-FUGA, la comunicación se constituye en un proceso prioritario, por cuanto permite acompañar el cumplimiento de metas y objetivos de la misionalidad de la entidad.

Desde la conformación del equipo de comunicaciones, para prestar apoyo a la entidad, se ha evidenciado un incremento, tanto en el posicionamiento, como en su apropiación al interior de la entidad. Así mismo, este proceso se ha visto traducido en resultados misionales, como el aumento en la gestión de convocatoria tanto de la agenda cultural de la entidad, como del posicionamiento del proyecto Bronx Distrito Creativo.

El presente documento se estructura bajo las disposiciones establecidas en la Ley 1712 de 2014 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Nacional; la Ley 594 de 2000 – Ley General de Archivos; del Decreto 1499 de 2017 “por medio del cual se modifica el decreto 1083 de 2015 Decreto Único reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”; el Decreto 591 de 2018 “por medio del cual se adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión Nacional en el Distrito Capital”, especialmente los lineamientos establecidos en la dimensión número cinco (5) “Información y Comunicación”.

Con base en lo anterior, se establecen las estrategias, lineamientos y actividades tendientes a garantizar un adecuada gestión del flujo de comunicación interna, para la articulación organizacional e institucional; y de comunicación externa, para la interacción permanente entre la entidad y sus grupos de valor, las cuales portan al cumplimiento de uno de los objetivos estratégicos de la Fundación Gilberto Alzate “Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá” a través de la promoción de las prácticas artísticas y culturales propias de su misionalidad.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 5 de 19

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Establecer los lineamientos, estrategias y actividades que garanticen las acciones de comunicación, divulgación y promoción corporativa, interna y externa de las actividades de la Fundación.

2.2. Objetivos específicos


- Generar los lineamientos y estrategias necesarias para la difusión de la información producida por la Entidad.
- Garantizar el flujo comunicativo interno permanente para el fortalecimiento de la cultura organizacional.
- Establecer las acciones necesarias para posicionar a la FUGA a través de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales).

3. FUNDAMENTOS LEGALES

- Ley 1712 de 2014 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Nacional.
- Ley 594 de 2000 – Ley General de Archivos.
- Decreto 1083 de 2015 “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Función Pública”.
- Acuerdo 645 de 2016 “por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Económico, Social, Ambiental y de Obras Públicas para Bogotá D.C. 2016-2020 Bogotá mejor para todos”
- Decreto 1499 de 2017 “por medio del cual se modifica el decreto 1083 de 2015 Decreto Único reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015.
- Decreto 591 de 2018 “por medio del cual se adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión Nacional en el Distrito Capital”

4. FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

Audiencia: Cuerpo de la población afín a los asuntos relevantes del Distrito Creativo.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 6 de 19

Banner: es un formato publicitario en Internet. Consiste en una pieza gráfica (gif, imagen) dentro de una página Web.

Circulo virtuoso: sistema que se alimenta a sí mismo.

Comunicación ascendente: comunicación desde los subalternos hacia los superiores y continua ascendiendo por la organización.

Comunicación descendente: comunicación desde la alta dirección hacia los demás niveles de la organización.

Comunicación externa: Conjunto de mensajes dirigidos a un público con un objetivo específico.

Comunicación interna: Conjunto de mensajes institucionales dirigidos a los funcionarios y contratistas de la Fundación con un objetivo específico.

Comunicación transversal: incluye los flujos tanto ascendente como descendente y fluye entre todos los niveles, procesos y servidores.

Contactos permanentes convertidos: Todas aquellas personas que demuestren un interés formal en hacer parte del proyecto del Distrito Creativo.

Contactos pertinentes: Todas las personas dentro de cada grupo de interés que en el momento de la comunicación tengan una relación directa con los asuntos a tratar.

Contactos relevantes: Todas las personas dentro de cada grupo de interés que tengan una relación directa con los asuntos a tratar por parte del distrito creativo.

Free Press: Es la actividad que permite gestionar contenidos en los medios de comunicación sin necesidad de pagar por ello.

GLPI: Es una solución libre de gestión de servicios de tecnología de la información, un sistema de seguimiento de incidencias y de solución service desk.

Grupo de Interés: todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de las actividades de la FUGA, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de las actividades de la Entidad.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 7 de 19

ID: Sirve para dar un nombre de usuario dentro de un correo, portal, servicio, juego on line o cualquier otro tipo de sitio en Internet que nos pida un registro.

Imagen institucional: El mensaje institucional y su identidad se proyectan a través de diversos medios y productos comunicativos. La comunicación contribuye a la elaboración de un concepto común que luego se traduce en imagen institucional.

Intranet: Es el principal medio de comunicación interna a través del cual se canaliza y administra el flujo de información de interés general de la entidad. En este medio se promueven los criterios del Sistema Integrado de Gestión de la entidad y a partir de estos, se difunde información de la dirección, las dependencias, los planes, los proyectos, los procesos, los programas y actividades.

Mailings: Envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada.

Medios de Comunicación: Como medios de comunicación se definen las herramientas tecnológicas y demás, que dispone la entidad para divulgar las acciones que realiza y que permite llegar a los diferentes grupos de interés tanto externos como internos.

Milla: Calle que queda entre la morgue y el batallón de reclutamiento.

Solicitud GLPI: Plataforma por medio del cual se envía una orden de producción.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 8 de 19

5. ESTRUCTURA ORGÁNIZACIONAL DE LA FUGA

Con Acuerdo 004 de octubre 11 de 2016, por medio del cual se modifica la estructura organizacional de la FUNDACIÓN GILBERTO ALZATE AVENDAÑO, se define la naturaleza, objeto, funciones y estructura organizacional de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, así:

5.1. Datos generales

NOMBRE	Fundación Gilberto Alzate Avendaño
ACUERDO DE CREACIÓN	Acuerdo No. 12 de 1970 del Concejo de Bogotá
NATURALEZA	Establecimiento público, esto es, un organismo con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente.
SECTOR	Cultura, Recreación y Deporte
OBJETO	Adopción, integración, coordinación y financiación de programas dirigidos al término y desarrollo de la cultura
HORARIO GENERAL	Lunes a viernes 8:00 a 5:30 pm, jornada continua
DIRECCIÓN	Carrera 3 No. 10-27
TELEFONO	4 32 04 10
MAIL	fundalzate@fuga.gov.co

Tabla 1 – Datos generales FUGA – Elaboración propia

5.2. Naturaleza

La Fundación Gilberto Alzate Avendaño, creada mediante Acuerdo No 12 de 1970, es un establecimiento público del nivel distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, con domicilio en Bogotá.


5.3. Objeto

La Fundación tiene como objetivo principal, la adopción, integración, coordinación financiación de programas dirigidos al fomento y desarrollo de la cultura.

5.4. Funciones generales de la FUGA

La Fundación Gilberto Alzate Avendaño, cumple las siguientes funciones básicas:

1. Participar en el proceso de formulación concertada de las políticas distritales que orienta y lidera la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte en el campo de la cultura.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 9 de 19

2. Desarrollar programas culturales permanentes de convocatoria metropolitana, que contribuyan a consolidar el centro histórico como una de las principales centralidades culturales del distrito capital.
3. Desarrollar estrategias y proyectos especiales creativos que contribuyan a visibilizar a Bogotá como uno de los principales polos culturales del país.
4. Diseñar y ejecutar programas orientados a incentivar la apropiación del conocimiento de la historia y actualidad política distrital y nacional y promover la conciencia democrática en el Distrito Capital.
5. Desarrollar una programación cultural y artística permanente, en consonancia con las políticas del sector.
6. Ejecutar las políticas, planes, programas y proyectos que articulen la gestión cultural y artística de la Fundación Gilberto Álzate Avendaño con los ámbitos regional, nacional e internacional.
7. Garantizar el funcionamiento y programación de los equipamientos culturales a su cargo.
8. Asegurar la producción técnica y logística para el correcto funcionamiento de los planes, programas y proyectos de la Fundación Gilberto Álzate Avendaño.
9. Diseñar las estrategias para asegurar la gestión y promoción de recursos públicos y privados que permitan el adecuado desarrollo de sus planes, programas y proyectos.
10. Diseñar e implementar estrategias para conservar, mantener y enriquecer su colección artística y garantizar el acceso y apropiación por parte del público.
11. Coordinar con las entidades del Sector Cultura, Recreación y Deporte todas las acciones que se estimen necesarias para el cumplimiento de sus fines.
12. Promover el acceso y apropiación por parte de los habitantes del Distrito Capital a los programas y servicios culturales que ofrezca la Fundación Gilberto Álzate Avendaño.
13. Administrar los bienes que integran el patrimonio de la Fundación Gilberto Álzate Avendaño.
14. Las demás que le sean asignadas y que correspondan a su misión.

5.5. Estructura organizacional

Para el desarrollo de su objeto y funciones la Fundación Gilberto Álzate Avendaño, tendrá la siguiente estructura organizacional:

1. Junta Directiva
2. Dirección General
 - 2.1. Oficina de Control Interno
 - 2.2. Oficina Asesora de Planeación
 - 2.3. Oficina Asesora de Jurídica
3. Subdirección para la Gestión del Centro de Bogotá
4. Subdirección Artística y Cultural

Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 10 de 19

5. Subdirección de Gestión Corporativa

El equipo de comunicaciones opera como equipo de trabajo anexo a la Dirección General.

5.6. Organigrama

Estructura Orgánica FUGA



Ilustración 1 – Organigrama FUGA – Elaboración propia

6. PLATAFORMA ESTRATÉGICA FUGA

6.1. Misión

Somos la plataforma pública, líder de la transformación cultural y la revitalización del Centro de Bogotá.

6.2. Visión

En el año 2027 la Fundación Gilberto Alzate Avendaño habrá revitalizado y recuperado el centro de Bogotá, a través del arte y la cultura como recurso disruptivo.

6.3. Objetivos Estratégicos

1. Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá.
2. Promover y fomentar las prácticas artísticas y culturales como agente de cambio para la revitalización y transformación del centro de Bogotá.

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 11 de 19

3. Formular y ejecutar proyectos de manera articulada con organizaciones públicas y privadas para revitalizar y transformar el centro de Bogotá.
4. Recuperar y transformar el antiguo Bronx mediante la creación del primer Distrito creativo de Bogotá.

6.4. Objetivos Estructurales

1. Conformar y capacitar el equipo líder de gestión del conocimiento y la innovación.
2. Diseñar un modelo de Gestión del Conocimiento y la Innovación.
3. Fortalecer la gestión institucional mediante la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, para apoyar el cumplimiento de su misionalidad.
4. Preservar la infraestructura física, técnica e informática de la entidad mediante su dotación, adecuación y mantenimiento, para acoger y servir a los grupos de valor.

7. DATOS GENERALES DEL EQUIPO DE COMUNICACIONES

7.1. Propósito del equipo de comunicaciones

El equipo de comunicaciones tiene como principal propósito dirigir, coordinar y garantizar las acciones de comunicación, divulgación y promoción corporativa, internas y externas de las actividades de la Fundación.


Adicionalmente, tiene como propósito servir como herramienta de involucramiento con las distintas audiencias, a través de la gestión en los medios de comunicación, canales digitales y relaciones públicas.

7.2. Proceso estratégico – gestión de comunicaciones

- **Objetivo del proceso:** Desarrollar estrategias de comunicaciones internas y externas a través de los medios de divulgación definidos por la FUGA con el fin promover la participación ciudadana en los diferentes eventos y espacios organizados por la entidad, logrando así fortalecer su reconocimiento e imagen institucional.
- **Alcance del proceso:** Inicia desde la formulación de la política de comunicaciones y termina con las publicaciones internas y externas requeridas por la Fundación.

Para consultar la caracterización del proceso:

http://intranet.fuga.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_comunicaciones_v4.pdf

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 12 de 19

7.3. Política de comunicaciones

“La Fundación Gilberto Alzate Avendaño se compromete a implementar estrategias de comunicación internas y externas dirigidas al fortalecimiento de su imagen, la divulgación y promoción de programas y proyectos tanto a los agentes del campo artístico y cultural, como a la ciudadanía; y a la difusión interna de sus logros, avances, apuestas institucionales para el fortalecimiento de su cultura organizacional. La política de comunicaciones demuestra el compromiso de la Alta Dirección, fue creada en comité directivo y adoptado mediante la Resolución Interna No. 102 de 2015.”

8. LÍNEA BASE PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS Y LINEAMIENTOS

Para establecer las estrategias y lineamientos para la gestión de las comunicaciones internas y externas fue necesario identificar los riesgos y las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades asociadas al proceso de comunicaciones.

Adicionalmente, se adelantó el ejercicio de identificación de los actores de interés de la FUGA desde la comprensión de las audiencias para establecer las acciones comunicativas necesarias para garantizar la adecuada divulgación y promoción corporativa de las actividades de la Fundación a todos y cada uno de los públicos.

8.1. Identificación de riesgos del proceso de comunicaciones

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO						
(1) TIPO DE PROCESO	(2) PROCESO	(3) OBJETIVO	(4) CAUSAS	(5) RIESGO	(6) EFECTO (Consecuencia)	(7) CLASIFICACIÓN DEL RIESGO
Estratégico	Gestión de Comunicaciones	Establecer los lineamientos, directrices y	Entrega de información incompleta, imprecisa y/o extemporánea	Poca difusión de información a	Baja cobertura del servicio (poca asistencia de usuarios a eventos)	Estratégico De imagen De cumplimiento




Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 13 de 19

	responsabilidades que interactúan para el manejo de la comunicación interna y externa de la entidad.	<p>Inexistencia de controles para evaluación y verificación de la información a divulgar</p> <p>Carencia o deficiencia de instrumentos para identificar necesidades de información</p> <p>Fallas en la comunicación entre responsables de procesos y desarticulación de las áreas</p> <p>Fallas en los servicios web (internet, intranet, mail)</p> <p>Desconocimiento de fechas de publicación de informes</p> <p>Retrasos en la provisión de recursos (humanos, físicos, tecnológicos, etc.)</p> <p>Insuficiencia en recursos humanos</p>	la ciudadanía, servidores públicos y medios de comunicación	<p>Poca participación en las convocatorias o convocatorias desiertas</p> <p>Incumplimiento de los objetivos y metas institucionales</p> <p>Deterioro de la imagen institucional y pérdida de credibilidad</p> <p>Ciudadanos y funcionarios insatisfechos</p> <p>Retraso en la toma de decisiones</p> <p>Reprocesos</p> <p>Bajo impacto de las acciones de la Fundación ante las partes interesadas</p> <p>Desconocimiento de la ciudadanía respecto a los servicios que presta la Fundación</p>	De gestión documental y seguridad de la información
--	--	---	---	---	---

8.2. Matriz DOFA

Debilidades	Fortalezas
<ol style="list-style-type: none"> Inexistencia de la Oficina de Comunicaciones No se cuenta con asignación presupuestal propia 	<ol style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo Pasión por el trabajo Cumplimiento creatividad procedimientos establecidos
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> Medios para la socialización del proceso No se cuenta con un solo enlace por subdirecciones para solicitudes 	<ol style="list-style-type: none"> No se sigue el procedimiento por parte de las demás áreas Se genera duplicidad de solicitudes

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 14 de 19

8.3. Actores de interés

AUDIENCIA	POBLACIÓN OBJETIVO
Entidades distritales y nacionales	Sector Cultura, Sector Hacienda, economía naranja
Bogotanos	Bogotanos en general, grupos de artistas, asociaciones, gremios.
Inquilinos	Todas aquellas personas y organizaciones que trabajen en función de la mente factura (industrias creativas)
Medios de comunicación	Todos los relacionados con negocios e industrias creativas y del sector cultura.
Colaboradores FUGA	Personas vinculadas a la FUGA como funcionarios de planta y contratistas.

9. FLUJOS COMUNICATIVOS


Las acciones establecidas en el marco del Plan de Estratégico de Comunicaciones garantizarán que el proceso comunicativo se gestione en todos los niveles: descendente, de la Alta dirección hacia la base; ascendente, de la base hacia la alta dirección; cruzada, entre personas; y proyectada hacia los colaboradores, usuarios y partes interesadas.

10. MECANISMOS PARA GARANTIZAR EL FLUJO COMUNICATIVO DE LA ENTIDAD.

10.1. Comunicación externa

La comunicación externa garantizará la permanente difusión de la información misional e institucional a los grupos de interés de forma transparente, participativa y democrática.

- Canales externos de comunicaciones: página web, boletines digitales, boletines de prensa, carteleras físicas y digitales externas, redes sociales.
- Instancias de comunicación externa:

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 15 de 19

- Canales de atención al ciudadano (vía telefónica, correo institucional, buzón de sugerencias, SPQRS).
- Comunicación directa - Oficina de Atención al ciudadano.
- Defensor del ciudadano.
- Mensajería instantánea (redes sociales)

10.2. Comunicación interna

- La comunicación interna se orientará a la permanente difusión de la información, generada al interior de la Entidad en el desarrollo de las funciones de cada área. A través de la comunicación interna se difunde la información resultado del seguimiento, ejecución y la evaluación de procesos, planes, programas, proyectos e iniciativas de la entidad; promoviendo los principios y valores institucionales y el mejoramiento de la cultura organizacional, a través del dialogo permanente y multidireccional entre los colaboradores de todos los niveles.
- Canales internos de comunicaciones: Correo institucional, intranet, boletín institucional, cartelera física y digital interna, fondos de escritorio.
- Instancias de comunicación interna:
 - Descendente: comité directivos, comités institucionales, comités primarios, tráficos de comunicación.
 - Ascendentes: medios institucionales (correo institucional), comunicación directa, espacios de interacción (café con la dirección)
 - Horizontal: medios institucionales (correo institucional), mensajería instantánea institucional, comunicación directa.

11. ESTRATEGIAS, LINEAMIENTOS, ACTIVIDADES, METAS Y PRODUCTOS DEL PEC


11.1. Línea de gestión - comunicaciones externas

ÁMBITO	PROYECTO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES	META 2019	PRODUCTOS
--------	----------------------	------------------------	-------------	-----------	-----------



Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 16 de 19

Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Proveer oportunamente la información relacionada con la subcategoría para ser publicada en la página web de acuerdo con los requisitos de Transparencia y Acceso a la Información pública: Glosario Noticias Calendario de actividades Información para niños y jóvenes	100%	Información de requisitos de transparencia y acceso a la información pública a cargo de comunicaciones publicada en la página web	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Difundir permanentemente la página web de la FUGA, los eventos relacionados con estímulos y actividades artísticas y culturales	100%	Eventos relacionados con estímulos y actividades artísticas y culturales publicados en la página web	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Monitoreo permanentemente la página web de la FUGA con el propósito de construir el indicador de visitas mensuales de la página.	12	Informes de monitoreo permanentemente la página web de la FUGA	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Difundir permanentemente las actividades que realiza la FUGA, para que sean divulgadas en prensa escrita y noticieros.	100%	Actividades de la FUGA divulgadas en prensa escrita y noticieros	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Difundir permanentemente las actividades que realizan del proyecto Bronx Distrito Creativo, para que sean divulgadas en prensa escrita y noticieros.	100%	Actividades del Bronx Distrito Creativo divulgadas en prensa escrita y noticieros	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Divulgar eventos y actividades de la FUGA a través de redes sociales.	100%	Eventos y actividades divulgados a través de redes sociales (facebook ,twitter, instagram).	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Generar contenidos en video y en fotografía para apoyar la difusión de los diferentes eventos y actividades de la FUGA	100%	Contenidos en video generados	
Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Generar contenidos en video y en fotografía para apoyar la difusión de los diferentes eventos y actividades de la FUGA	100%	Contenidos en fotografía generados y aprobados para cada evento	

	Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
	Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
	Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 17 de 19

	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Diseñar la estrategia de difusión especial para el Festival Centro 2020	100%	Estrategia de difusión para el Festival Centro 2019 diseñada
	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Apoyar la estrategia de Talleres y Clubes.	100%	Estrategia de comunicaciones para divulgar Talleres y Clubes.

11.2. Línea de gestión - comunicaciones internas

ÁMBITO	PROYECTO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ACTIVIDADES	META 2019	PRODUCTOS
COMUNICACIONES INTERNAS	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	Construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá	Documentar y reportar semestralmente el análisis de desempeño de la dependencia de acuerdo con el proceso Gestión de Comunicaciones - (Indicadores, Planes de Mejoramiento por Proceso, Plan de Manejo de Riesgos (ACPM). - Análisis de la documentación del proceso y su normograma. - Autoevaluación de controles del proceso.	2	Análisis de desempeño de la dependencia de acuerdo con el proceso Gestión de Comunicaciones documentado - (Indicadores, Planes de Mejoramiento por Proceso, Plan de Manejo de Riesgos (ACPM). - Análisis de la documentación del proceso y su normograma. - Autoevaluación de controles del proceso.
	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	No aplica	Monitorear trimestralmente los indicadores del proceso de gestión de comunicaciones	4	Reporte de monitoreo en la hoja de vida de los indicadores diligenciadas y soportadas con las evidencias
	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	No aplica	Hacer seguimiento trimestral al plan de comunicaciones	3	Informe trimestral de seguimiento al plan de comunicaciones
	Fortalecimiento a la gestión pública efectiva y eficiente	No aplica	atender los requerimientos glpi de comunicaciones de las dependencias*	100%	Reporte de requerimientos glpi de comunicaciones de las dependencias atendidos, según procedimiento (3 días)

* Los requerimientos de comunicaciones de las dependencias incluyen la divulgación de la información proveniente de las actividades en el desarrollo de sus funciones, así como del seguimiento, ejecución y la evaluación de procesos, planes, programas y proyectos de la



Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 18 de 19

entidad. Se difunde y publica la información que se va generando en cada área para fortalecer la comunicación interna.

12. SEGUIMIENTO

El presente plan tendrá un seguimiento trimestral, mediante el Plan de Comunicaciones (formato PLA-FT-15) que deberá ser estructurado anualmente por el equipo de comunicaciones y reportado en el seguimiento del plan de acción por Dependencias.

13. CONCLUSIONES

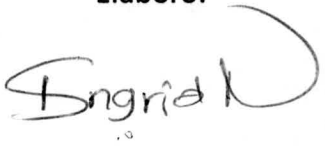


El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño permitirá implementar las acciones necesarias que garanticen la comunicación, divulgación y promoción corporativa, interna y externa de las actividades de la Fundación, para construir un posicionamiento positivo del centro de Bogotá a través de la promoción de las prácticas artísticas y culturales propias de su misionalidad.

Por tal motivo, el desarrollo de las actividades establecidas en el plan estratégico brindarán un apoyo fundamental a la ejecución de los proyectos de inversión que lidera la FUGA, contribuyendo transversalmente al cumplimiento de sus metas y a la difusión de sus logros y resultados en el ámbito interno y externo de la Entidad, para así fortalecer su reconocimiento e imagen.

Fecha	Versión	Razón del cambio
12/05/2018	1	Versión inicial
12/04/2019	2	Actualización de las actividades y metas del plan, aprobado por la Directora General
12/12/2019	3	Actualización del documento con proyección 2020-2023. Actualización del marco legal mediante el cual se estructura el Plan Estratégico de Comunicaciones y la Política de Comunicaciones.



Proceso:	Gestión de Comunicaciones	Código:	COM-PL-01
Documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Versión:	3
Fecha:	12 de abril de 2019	Páginas:	Página 19 de 19

<p>Elaboró:</p>  <p>Ingrid Neira Contratista Comunicaciones</p>	<p>Revisó:</p>  <p>Juan Pablo González Contratista Líder Equipo de Comunicaciones</p>  <p>Mónica Ramírez Hartmann Líder de proceso gestión de comunicaciones</p>	<p>Aprobó:</p> <p>Comité de Dirección Diciembre 12 de 2019</p>
--	--	--