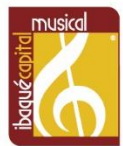




Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT: 800113389-7



DESPACHO ALCALDE
OFICINA DE COMUNICACIONES

1050-2020 – **023993**

Ibagué, **09 JUL 2020**

MEMORANDO

PARA: Jesús Leonardo Posada Forero, director Planeación del Desarrollo,
Secretaría de Planeación.

DE: Jefe Oficina de Comunicaciones

ASUNTO: Remisión plan de acción 2020 Oficina de Comunicaciones.

Por medio del presente memorando me permito remitir a su despacho, el reporte de avance del plan de acción de la Oficina de Comunicaciones de los periodos comprendidos entre el 1 de enero de 2020 hasta 30 de marzo de 2020 y del 1 de abril al 30 de junio.

Cordialmente,

ANA LUCÍA RIVERA QUIÑONES

Anexo: 2 folios

Redactor: Diego Romero, Profesional Especializado, Oficina de Comunicaciones



www.ibagué.gov.co



SECRETARÍA / ENTIDAD: OFICINA DE COMUNICACIONES

/ GRUPO:

FECHA DE PROGRAMACION: 01 DE ENERO DE 2020

FECHA DE SEGUIMIENTO: 30 DE MARZO DE 2020

DIMENSION:	INSTITUCIONALIDAD POLITICA	Objetivos: Promoción y fortalecimiento del servicio organizacional, la eficiencia, la eficacia y transparencia en la gestión pública territorial, el desempeño institucional y el acceso a la información a través del gobierno digital, para lograr un desarrollo institucional armónico, articulado, eficiente y transparente.	RELACION DE CONTRATOS Y CONVENIOS		
SECTOR:	BUEN GOBIERNO PARA LA PROSPERIDAD DE IBAGUÉ		No	OBJETO	VALOR
PROGRAMA:	CONTRA LA CORRUPCIÓN		----	NA	NA
NOMBRE DEL PROYECTO POAI:	NA		----	NA	NA
CODIGO BPPIM:	NA		----	NA	NA
CODIGO PRESUPUESTAL:	RUBRO:		----	NA	NA

PRINCIPALES ACTIVIDADES	PROG EJEC	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COSTO TOTAL (MILES DE PESOS)	FUENTES DE FINANCIACION (EN MILES DE \$)				PROGRAMACION (dd/mm/aa)		INDICADORES DE GESTIÓN		
					MPIO	SGP	REGALIAS	OTROS	INICIO	TERMINACIÓN	INDICE FISICO	INDICE INVERSION	EFICIENCIA
					1. Elaborar el plan estratégico de Comunicaciones	P	Manual y estrategia implementada	1	\$ 0	Gestión			
	E		0	\$ 0	Gestión				01/01/2020	06/05/2020			
2. Actualizar la base de datos de periodistas y medios de Ibagué, Tolima y Colombia	P	Base de datos actualizada	4	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	25%		
	E		1	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
3. Administrar la imagen corporativa	P	Piezas gráficas aprobadas	3000	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	23%		
	E		700	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
4. Producir y divulgar información periodística de los programas, proyectos y acciones de la alcaldía y sus entidades.	P	Comunicados de Prensa	1100	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2019	26%		
	E		285	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
5. Realizar campañas institucionales para la promoción de la gestión institucional.	P	Campañas realizadas	20	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	30%		
	E		6	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
6. Realizar seguimiento y análisis de la información emitida por los diferentes medios de comunicación en relación con la gestión de la administración municipal.	P	Informes mensuales de monitoreo a medios	12	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	25%		
	E		3	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
7. Realizar la actualización y conservación de los directorios institucionales y grupos de interés.	P	Informes	4	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	25%		
	E		1	1	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
8. Elaborar los decretos de condecoración, menciones de reconocimiento, mociones de duelo, tarjeta de invitación y notas de estilo.	P	Condecoraciones entregadas	50	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	18%		
	E		9	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
9. Realizar seguimiento a la estrategia de rendición de cuentas vigencia 2020.	P	Informes de seguimiento	3	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	0%		
	E			\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/03/2020			
10. Seguimiento y evaluación del proceso.	P	Informes de Gestión	2	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	0%		
	E		0	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
TOTAL PLAN DE ACCIÓN	P		4196						01/01/2020	31/12/2020			
	E		1005						01/01/2020	31/12/2020	24%		

METAS DE RESULTADO	METAS DE PRODUCTO	INDICADORES		SECRETARIO DESPACHO / GERENTE
META DE RESULTADO No.1 Establecer la estrategia de comunicaciones por cada vigencia.	META DE PRODUCTO No. 1:	Estrategia implementada.	P E	0%
META DE RESULTADO No.2 Actualización de base de datos de los medios de comunicación de ámbito local, regional y nacional.	META DE PRODUCTO No. 2:	Documento Excel con la información de contacto de los principales medios de comunicación locales y regionales .	P E	25%
META DE RESULTADO No.3 Realización de piezas gráficas acorde al manual de identidad corporativa.	META DE PRODUCTO No. 3:	Piezas gráficas diseñadas.	P E	23%
META DE RESULTADO No.4 Realización de contenidos periodísticos para la divulgación de las acciones adelantadas por la administración municipal.	META DE PRODUCTO No.4:	Número de comunicados de prensa.	P E	26%
META DE RESULTADO No.5 Creación de campañas institucionales para la divulgación de los programas desarrollados por la Administración Municipal.	META DE PRODUCTO No.5:	Número de campañas institucionales realizadas	P E	30%
META DE RESULTADO No.6 Realizar monitoreo periodístico de los diferentes medios de comunicación.	META DE PRODUCTO No.6:	informe de análisis de monitoreo a medios de comunicación	P E	25%
META DE RESULTADO No.7 Actualizar las bases de datos de los grupos de interés.	META DE PRODUCTO No.7:	Bases de datos actualizadas	P E	25%
META DE RESULTADO No.8 Decretos de condecoración, menciones de reconocimiento, mociones de duelo elaborados.	META DE PRODUCTO No.8:	Decretos elaborados	P E	18%
META DE RESULTADO No.9 Realizar seguimiento a la estrategia de rendición de cuentas.	META DE PRODUCTO No.9:	Informes de seguimiento	P E	0%
META DE RESULTADO No.10 Evaluación del proceso	META DE PRODUCTO No.10:	Informe de gestión	P E	0%
OBSERVACIONES: Los campos sin diligenciar obedecen a que en el plan de desarrollo y plan indicativo no hay programas relacionados con los procesos que desarrolla la Oficina de Comunicaciones.				FIRMA: <i>ANALUCIA RIVERA Q.</i>



Alcaldía Municipal
Ibagué
NIT. 800113389-7

PROCESO: PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y TERRITORIAL

Codigo: FOR-08-PRO-PET-01

Version: 01

FORMATO: PLAN DE ACCION

Fecha: 31/08/2017

Pagina: 1 de 1



SECRETARÍA / ENTIDAD: OFICINA DE COMUNICACIONES

/ GRUPO:

FECHA DE PROGRAMACION: 01 DE ENERO DE 2020

FECHA DE SEGUIMIENTO: 30 DE JUNIO DE 2020

DIMENSION:

IBAGUÉ NUESTRO COMPROMISO INSTITUCIONAL

Objetivos: Promoción y fortalecimiento del servicio organizacional, la eficiencia, la eficacia y transparencia en la gestión pública territorial, el desempeño institucional y el acceso a la información a través del gobierno digital, para lograr un desarrollo institucional armónico, articulado, eficiente y transparente.

RELACION DE CONTRATOS Y CONVENIOS

SECTOR:

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

PROGRAMA:

FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TERRITORIAL

NOMBRE DEL PROYECTO POAI:

NA

CODIGO BPPIM:

NA

CODIGO PRESUPUESTAL:

RUBRO:

PRINCIPALES ACTIVIDADES	PROG EJEC	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COSTO TOTAL (MILES DE PESOS)	FUENTES DE FINANCIACION (EN MILES DE \$)				PROGRAMACION (dd/mm/aa)		GESTIÓN		
					MPIO	SGP	REGALIAS	OTROS	INICIO	TERMINACIÓN	INDICE FISICO	INDICE INVERSION	EFICIENCIA
1. Elaborar el plan estratégico de Comunicaciones	P	Manual y estrategia	1	\$ 0	Gestión				01/01/2020	06/05/2020	100%	N/A	
	E		1	\$ 0	Gestión				01/01/2020	06/05/2020			
2. Actualizar la base de datos de periodistas y medios de Ibagué, Tolima y Colombia	P	Base de datos actualizada	4	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	50%		
	E		2	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
3. Administrar la imagen corporativa	P	Piezas gráficas aprobadas	3000	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	60%		
	E		1802	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
4. Producir y divulgar información periodística de los programas, proyectos y acciones de la alcaldía y sus entidades.	P	Comunicados de Prensa	1100	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	60%		
	E		662	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
5. Realizar campañas institucionales para la promoción de la gestión institucional.	P	Número de campañas realizadas	20	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	60%		
	E		12	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
6. Realizar seguimiento y análisis de la información emitida por los diferentes medios de comunicación en relación con la gestión de la administración municipal.	P	Informes mensuales de monitoreo a medios	12	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	50%		
	E		6	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020			
7. Realizar la actualización y conservación de los directorios institucionales y grupos de interés.	P	Informes	4	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	50%		
	E		2	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
8. Elaborar los decretos de condecoración, menciones de reconocimiento, mociones de duelo, tarjeta de invitación y notas de estilo.	P	Condecoraciones entregadas	50	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	18%		
	E		9	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/06/2020			
9. Realizar seguimiento a la estrategia de rendición de cuentas vigencia 2020.	P	Comités Técnicos	3	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	33%		
	E		1	\$ 0	Gestión				01/01/2020	30/04/2020			

10. Seguimiento y evaluación del proceso.	P	Informes de	2	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	50%		
	E	Gestión	1	\$ 0	Gestión				01/01/2020	31/12/2020	50%		
TOTAL PLAN DE ACCIÓN	P		4196						01/01/2020	30/06/2020	60%		
	E		2498						01/01/2020	31/12/2020	60%		
METAS DE RESULTADO	METAS DE PRODUCTO		INDICADORES				SECRETARIO DESPACHO / GERENTE						
META DE RESULTADO No.1 Establecer la estrategia de comunicaciones por cada vigencia.	META DE PRODUCTO No. 1:		Estrategia implementada.		P	100%		FIRMA					
					E								
META DE RESULTADO No.2 Actualización de base de datos de los medios de comunicación de ámbito local, regional y nacional.	META DE PRODUCTO No. 2:		Documento Excel con la información de contacto de los principales medios de comunicación locales y regionales.		P	50%							
					E								
META DE RESULTADO No.3 Realización de piezas gráficas acorde al manual de identidad corporativa.	META DE PRODUCTO No. 3:		Piezas gráficas diseñadas.		P	60%							
					E								
META DE RESULTADO No.4 Realización de contenidos periodísticos para la divulgación de las acciones adelantadas por la administración municipal.	META DE PRODUCTO No.4:		Número de comunicados de prensa.		P	60%							
					E								
META DE RESULTADO No.5 Creación de campañas institucionales para a divulgación de los programas desarrollados por la Administración Municipal.	META DE PRODUCTO No.5:		Número de campañas institucionales realizadas		P	60%							
					E								
META DE RESULTADO No.6 Realizar monitoreo periodístico de los diferentes medios de comunicación.	META DE PRODUCTO No.6:		Informe de análisis de monitoreo a medios de comunicación		P	50%							
					E								
META DE RESULTADO No.7 Actualizar las bases de datos de los grupos de interés.	META DE PRODUCTO No.7:		Bases de datos actualizadas		P	50%							
					E								
META DE RESULTADO No.8 Decretos de condecoración, menciones de reconocimiento, mociones de duelo elaborados.	META DE PRODUCTO No.8:		Decretos elaborados		P	18%							
					E								
META DE RESULTADO No.9 Realizar seguimiento al plan de comunicaciones.	META DE PRODUCTO No.9:		Informes de seguimiento		P	33%							
					E								
META DE RESULTADO No.10 Evaluación del proceso	META DE PRODUCTO No.10:		Informe de gestión		P	50%							
					E								
OBSERVACIONES: Los campos sin diligenciar obedecen a que en el plan de desarrollo y plan indicativo no hay programas relacionados con los procesos que desarrolla la Oficina de Comunicaciones.								FIRMA: <i>Ana Lucia Rivera Quiñones</i>					