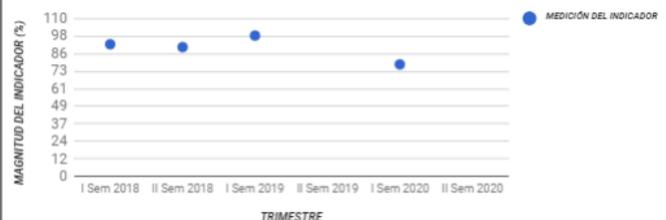
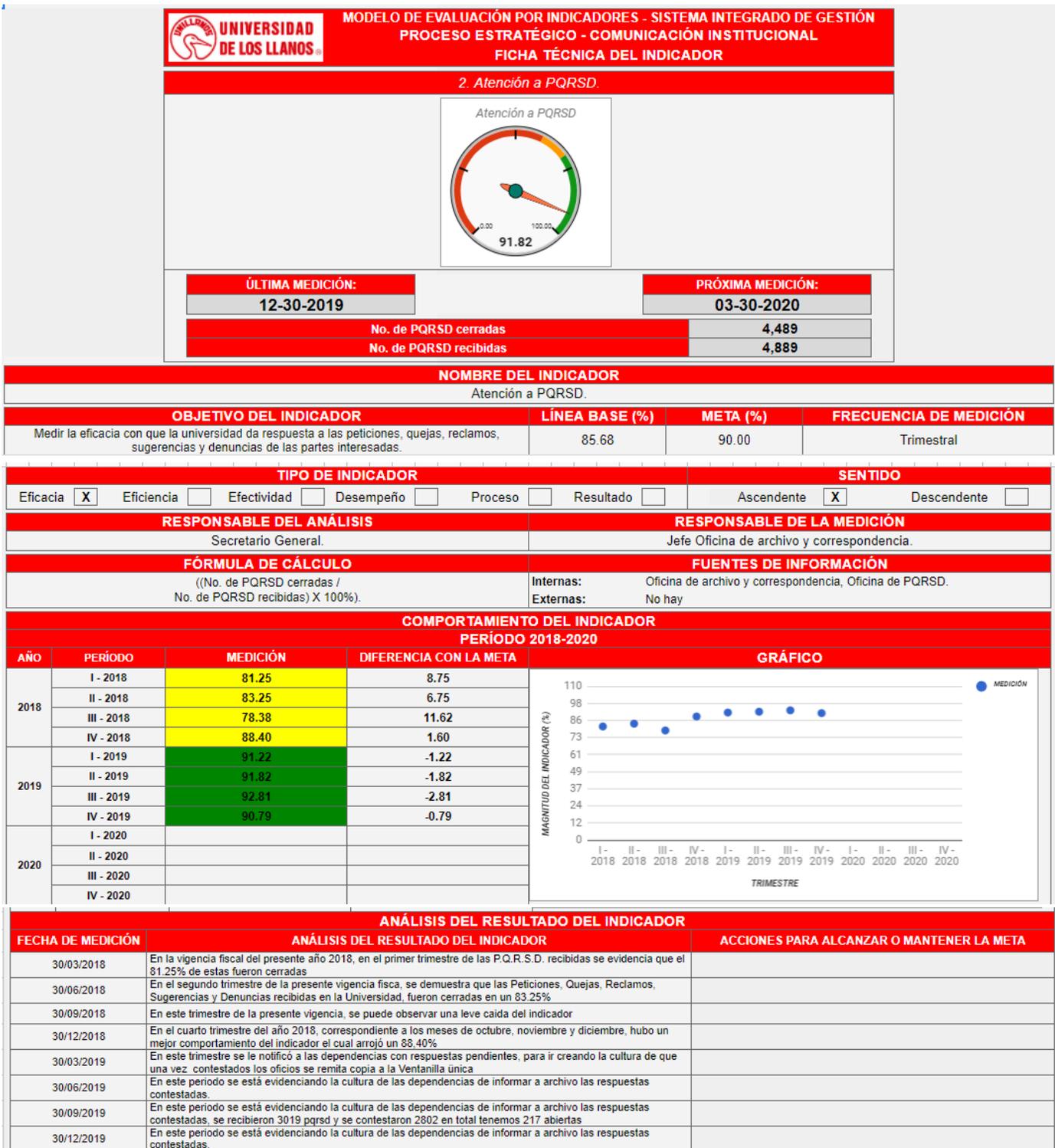


Anexo 1. Indicadores de Gestión

Indicador 1. Ejecución del plan de medios y comunicaciones (Pantallazo tomado el 08-10-2020)

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS		MODELO DE EVALUACIÓN POR INDICADORES - SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PROCESO ESTRATÉGICO - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR					
1. Ejecución del plan de medios y comunicaciones.							
							
ÚLTIMA MEDICIÓN: 07-02-2020		PRÓXIMA MEDICIÓN: 01-02-2021					
Sumatoria del porcentaje de ejecución de cada una de las actividades establecidas en el plan de medios y comunicaciones				78%			
NOMBRE DEL INDICADOR							
Ejecución del plan de medios y comunicaciones.							
OBJETIVO DEL INDICADOR	LÍNEA BASE (%)	META (%)	FRECUENCIA DE MEDICIÓN				
Medir la eficacia con que se ejecuta el plan de comunicaciones que la Universidad establece para cada vigencia.	93	95	Semestral				
TIPO DE INDICADOR			SENTIDO				
Eficacia <input checked="" type="checkbox"/>	Eficiencia <input type="checkbox"/>	Efectividad <input type="checkbox"/>	Desempeño <input type="checkbox"/>	Proceso <input type="checkbox"/>	Resultado <input type="checkbox"/>	Ascendente <input checked="" type="checkbox"/>	Descendente <input type="checkbox"/>
RESPONSABLE DEL ANÁLISIS			RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN				
Secretario General.			Profesional de Apoyo Comunicaciones.				
FÓRMULA DE CÁLCULO			FUENTES DE INFORMACIÓN				
Sumatoria del porcentaje de ejecución de cada una de las actividades establecidas en el plan de medios y comunicaciones			Internas: Todas las dependencias. Externas: No hay				
COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR							
PERÍODO 2018-2020							
PERÍODO	MEDICIÓN DEL INDICADOR	DIFERENCIA CON LA META	GRÁFICO				
I Sem 2018	92.00	3.00					
II Sem 2018	90.00	5.00					
I Sem 2019	98.00	-3.00					
II Sem 2019							
I Sem 2020	78.00	17.00					
II Sem 2020							
ANÁLISIS DEL RESULTADO DEL INDICADOR							
FECHA DE MEDICIÓN	ANÁLISIS DEL RESULTADO DEL INDICADOR			ACCIONES PARA ALCANZAR O MANTENER LA META			
25/11/2019	<p>Durante este último semestre de 2019, el proceso de comunicaciones ha desarrollado las actividades de acuerdo al Plan de Comunicaciones, las cuales se establecen de acuerdo a los diferentes componentes como lo es la comunicación interna y externa, visibilización en medios e identidad visual. Con respecto a la comunicación interna, de acuerdo a los resultados de la encuesta con respecto al boletín interno, se concluyó lo siguiente: Es necesario renovar la imagen del boletín interno, establecer los días correspondientes al envío del boletín y los temas que deben incluir. De esta manera se diseñó una nueva plantilla, ahora el boletín interno tendrá como nombre "El Unillanista", se enviará la información dos veces por semana y para la comodidad de la lectura se dividirá en diferentes secciones. Por otro lado, se establecieron el procedimiento y el formato para la solicitud de boletines.</p> <p>En cuanto a la comunicación externa, los boletines de prensa han aumentado significativamente, donde hemos impactado a importantes medios escritos y radiales de la región, con información de interés, hechos noticiosos y logros de la institución.</p> <p>En temas de visibilización de redes sociales, nos hemos fortalecido con la estrategia que avanza de Acreditación Institucional, con la convocatoria y sensibilización de rendición de cuentas, así mismo, se ha tenido mayor interacción y alcance a través de las redes sociales en los últimos meses.</p>			<p>* Se realizó reunión con el SIG, Secretaría General y proceso de Comunicaciones, donde se determinó realizar algunas actualizaciones o modificaciones con respecto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Tipografía en documentos * Diplomas de graduación * Colores Institucionales en prendas * Especificaciones e indicaciones en el Manual de Identidad para mayor comprensión de los usuarios. 			
02/07/2020	<p>Para este año 2020 se ha implementado un nuevo Plan de Comunicaciones y Medios de acuerdo al trabajo de diagnóstico y evaluando las posibles necesidades de comunicación que existen en la universidad. Para ello hemos diseñado un plan con cuatro componentes: Componente de Comunicación Interna, Componente Comunicación Externa, Componente de Identidad Visual y el Componente de Rendición de Cuentas, en las cuales se implementan las estrategias que nos permitan fortalecer la comunicación institucional. Para este primer semestre del 2020 podemos decir que se ha cumplido con un 78%. Dadas las condiciones presentadas por la situación de emergencia por COVID-19, algunas actividades no se pudieron ejecutar en su totalidad y como se establecen en el Plan de Comunicaciones.</p>			<p>* Se sigue presentando la situación de la actualización del Manual de Identidad Visual, lo que ha afectado en este caso la estrategia del componente identidad visual. Aún no se ha podido actualizar el Manual, esta pendiente la actualización del diploma.</p> <p>Se cumplió con las modificaciones de tipografía en documentos, colores institucionales en prendas especificaciones e indicaciones en el manual para mayor comprensión de los usuarios.</p> <p>* Por otro lado, al no estar presentes en la Universidad de forma física, se ha dificultado la estrategia en la que se implementa el uso de las pantallas de TV.</p>			

Indicador 2. Atención a PQRSD (Pantallazo tomado el 08-10-2020)



Indicador 3. Ejecución del componente "Estrategia de Rendición de Cuentas" del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano (Pantallazo tomado el 08-10-2020).



MODELO DE EVALUACIÓN POR INDICADORES - SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
PROCESO ESTRATÉGICO - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

3. Ejecución del componente "Estrategia de rendición de cuentas" del Plan anticorrupción y de atención al ciudadano



ÚLTIMA MEDICIÓN:

11-21-2019

PRÓXIMA MEDICIÓN:

11-21-2020

Sumatoria del porcentaje de ejecución de cada una de las actividades establecidas en el plan anticorrupción y de atención al ciudadano 98.00

NOMBRE DEL INDICADOR			
Ejecución del componente "Estrategia de rendición de cuentas" del Plan anticorrupción y de atención al ciudadano			
OBJETIVO DEL INDICADOR	LÍNEA BASE (%)	META (%)	FRECUENCIA DE MEDICIÓN
Medir la eficacia con que se ejecuta el plan de comunicaciones que la Universidad establece para cada vigencia.	No hay	90.00	Anual
TIPO DE INDICADOR		SENTIDO	
Eficacia <input checked="" type="checkbox"/>	Eficiencia <input type="checkbox"/>	Efectividad <input type="checkbox"/>	Desempeño <input type="checkbox"/>
Proceso <input type="checkbox"/>	Resultado <input type="checkbox"/>	Ascendente <input checked="" type="checkbox"/>	Descendente <input type="checkbox"/>
RESPONSABLE DEL ANÁLISIS		RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN	
Secretario General.		Profesional de Apoyo Comunicaciones.	
FÓRMULA DE CÁLCULO		FUENTES DE INFORMACIÓN	
Sumatoria del porcentaje de ejecución de cada una de las actividades establecidas en el plan anticorrupción y de atención al ciudadano		Internas: Todas las dependencias	Externas: No hay.
COMPORTAMIENTO DEL INDICADOR			
PERÍODO 2016-2018			
PERÍODO	MEDICIÓN	DIFERENCIA CON LA META	GRÁFICO
I Sem 2018	70.00	20.00	
II Sem 2018	98.00	-8.00	
I Sem 2019			
II Sem 2019			
I Sem 2020			
II Sem 2020			

ANÁLISIS DEL RESULTADO DEL INDICADOR		
FECHA DE MEDICIÓN	ANÁLISIS DEL RESULTADO DEL INDICADOR	ACCIONES PARA ALCANZAR O MANTENER LA META
03/07/2019	Con un porcentaje del 98% se ha dado cumplimiento a la ejecución del componente de Rendición en Cuentas, con respecto a las actividades preparadas para el primer semestre. Se ha avanzado con todo lo relacionado al subcomponente de Información, a través de medios como redes sociales, boletines internos y externos y fortalecimiento en la divulgación de noticias por medio de la página web. En el mes de junio se inicio con la sensibilización de rendición de cuentas a través de transmisión en vivo por Facebook, con el fin de informar a la comunidad universitaria y a la ciudadanía sobre lo que es rendición de cuentas. Además se adelanta en actividades que involucren temas de interés como lo es la gestión en Investigación, en Proyección Social, facultades, el ambito financiero y de contratación.	
25/11/2019	En este segundo semestre de 2019, se ha avanzado significativamente con la ejecución de la estrategia de rendición de cuentas. Se podría decir que con un 98% se ha dado cumplimiento a las acciones de información, diálogo e incentivos de la estrategia. La estrategia ¿Cómo va Unillanos?, proceso permanente de rendición de cuentas se empezó a implementar desde el mes de junio del presente año, con el fin de generar identidad al mecanismo de rendición de cuentas en la Institución. La estrategia cubre medios como radio, redes, escrita y audiovisual. En cuanto al componente de información, se ha cumplido en su totalidad la divulgación de información de interés a través de los diferentes canales que ha establecido la universidad con medios como: boletines de prensa, notas informativas y periodísticas, escritas y en video en redes, publicación de notas en espacio de noticias y el banner de noticias de la página web. Con respecto a las redes, al componente de dialogo e incentivar, se han realizado tramisiones en vivo con la participación de la dirección general de investigaciones, la vicerretería académica, las oficinas de financiera, contratación y planeación, con el fin de informar cómo avanzan sus diferentes procesos, contarle a la ciudadanía sobre su gestión y propiciar la participación de cada integrante de la comunidad universitaria y de los ciudadanos.	