

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN															
	PROCESO DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO															
	Formato de programación y seguimiento al Plan Operativo Anual -POA con inversión															
	CODIGO: PE01-PR01-F01							VERSION: 3.0								

CODIGO Y NOMBRE DEL PROCESO:	585 Sistema de Información para la movilidad
DEPENDENCIA:	Oficina Asesora de Comunicaciones
SUBSECRETARIA RESPONSABLE:	Subsecretaría de Gestión Corporativa
ORDENADOR DEL GASTO:	Nasly Jennifer Rutz Gonzalez

No.	PLAN DE DESARROLLO BOGOTÁ HUMANA				COMPONENTE P.M.M.	PLAN ESTRATÉGICO SDM		META PROYECTO ASOCIADA	NOMBRE DEL INDICADOR	ACTIVIDADES ASOCIADAS A CADA META DEL PROYECTO	VALOR PROGRAMADO/ VALOR EJECUTADO	VARIABLES DEL INDICADOR	SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL - POA												EVALUACIÓN DE LA META PROYECTO				
	EE	PROGRAMA	PROYECTO PRIORITARIO	META P.O.D.		COMPONENTE ASOCIADO MISIÓN / VISIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO SDM						VIGENCIA: 2016																
													Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic		% de Avance de Ejecución			
15							Realizar 21 campañas comunicacionales que promuevan los objetivos de cultura ciudadana que pretende la Movilidad Humana	Campañas Comunicacionales	Diseño y Desarrollo de campañas comunicacionales externas e internas realizadas en la SDM	Denominador (Variable 1 de la Hoja de Vida de Indicador)	Número de campañas comunicacionales programadas			1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	Año 2016: Para el mes de mayo no se reporta meta de cumplimiento debido a que con la campaña realizada en el mes de enero de 2016, se dió cumplimiento a la campaña numero veintuno (21), ejecutando la totalidad de lo programado en la meta del Plan de Desarrollo 2012-2016. En enero se realizó la campaña de divulgación del Día sin Carro para el primer jueves de febrero de 2016 (4 de febrero) en el cual como aspecto novedoso se incluye la información sobre el cambio de sentido de la Carrera 11 entre calles 100 y 82. Esta divulgación se hizo a través de redes sociales, volantes y pigüables informativos y también con cultas radiales. Con esta campaña se busca reforzar la información referente a los aspectos para tener en cuenta al utilizar el STP y de igual forma el uso de la bicicleta, así como los aspectos a tener en cuenta al transitar por la Carrera 11. A 31 de Enero de 2016 se han divulgado veinte (20) campañas de las 21 programadas para el cuatrimestre 2012-2016 a saber: Año 2012: Comunque/Este no es un regalo, Pico y Placa, Pago de comparendos con el 50%, Año 2013: Campaña Interna Día Sin Carro, Campaña Externa Día Sin Carro, Campaña Adopta Un Amigo, Campaña Interna Día del Arbol, Consumo responsable de alcohol, Prevención Consumo de Alcohol (Navidad), Año 2014: Medidas Complementarias de Pico y Placa, Día Sin Carro, Despacho o Espacio, En casa no esperan estas noticias, Campaña Anticorrupción, Por qué Inventas Maromas, Tu no eres un regalo. Año 2015 (a diciembre 31): Eliminación reversible Cra. 75, Día Sin Carro, Campaña 1+, Semana de la Seguridad Vial y Por una movilidad corresponsable en navidad. En concordancia con la nueva visión que considera a la comunicación como un puente relacional entre los ciudadanos y la administración, la difusión de estas campañas ha contribuido a cumplir con la obligación de mantener informada a la ciudadanía en relación con los proyectos, programas y acciones que adelanta y está al estar bien informada se acerca de manera más eficaz y corresponsable a la administración, facilitando la acción de gobierno.
										Numerador (Variable 2 de la Hoja de Vida de Indicador)	Número de campañas comunicacionales realizadas			1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
										% de Cumplimiento del periodo reportado = Numerador / Denominador (campo informativo-No se modifica)				100,00%	#DIV/0!	#DIV/0!	100,00%												
16	02 Un territorio que enfrenta el cambio climático y se ordena alrededor del agua	19 Movilidad Humana	196 Cultura Integral para la movilidad y la seguridad vial	357 160 Procesos de información comunitaria	Plan de Seguridad Vial	4. Fortalecimiento de la cultura para la movilidad	5. Fortalecer la cultura y la pedagogía para la movilidad segura de la ciudad.	Acciones Comunicacionales	Total Acciones Comunicacionales realizadas	Denominador (Variable 1 de la Hoja de Vida de Indicador)	Acciones comunicacionales requeridas			34	42	44	59	61	0	0	0	0	0	0	0	0	0	240	Durante mayo de 2016, se realizaron (17) boletines de prensa, se llevaron a cabo (5) ruedas de prensa y se dió respuesta a (36) solicitudes de información de los medios, relacionados con los temas: Cierre total por mantenimiento del puente vehicular de la av. carrera 33 por av. NQS, el ABC DEL PROYECTO DE SOBRETASA A ESTACIONAMIENTOS DE LA CIUDAD, Segundo Día sin carro para funcionarios del Distrito, cierres y desvío por concierto de Coldplay, tardes reversibles en la calle 84 entre cra 7 y circunvalar, acciones de movilidad Calle 63 x Kr 17, mantenimiento de la av. calle 19 entre carrera 8 y Avenida Caracas, cierres por la "Carrera Atlética de los Héroes Matamoros", menos congestión vehicular los sábados objetivo de la SDM con centros comerciales, SDM y CAF firman plan de seguridad vial de motociclistas, campaña motociclistas haze visible, para su comunicación externa. En relación con otras actividades que se reportan: En el mes de mayo, la Revista en físico no se publica, pero se producen y difunden artículos en formato digital que corresponden al estilo de los artículos que solía incluir la publicación; de estos, en mayo se realizaron 3 artículos en la revista la señal. En relación con el Programa de radio en mayo no se produjeron notas.
										Numerador (Variable 2 de la Hoja de Vida de Indicador)	Acciones comunicacionales ejecutadas			34	42	44	59	61	0	0	0	0	0	0	0	0	240		
										% de Cumplimiento del periodo reportado = Numerador / Denominador (campo informativo-No se modifica)				100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	#DIV/0!	#DIV/0!	100,00%								
17										Denominador (Variable 1 de la Hoja de Vida de Indicador)	Solicitudes de producción de material pedagógico realizadas			77	138	138	162	132	0	0	0	0	0	0	0	0	647	La comunicación directa en calle y eventos de sensibilización que adelanta la Secretaría Distrital de Movilidad en donde los elementos pedagógicos y de sensibilización son la clave para captar la atención de los ciudadanos y generar recordación efectiva del mensaje, requieren de material pedagógico. En respuesta a las necesidades comunicativas de las diferentes áreas de la Secretaría Distrital de Movilidad, en mayo de 2016 se produjeron, diseñaron y desarrollaron 132 piezas de comunicación, de acuerdo con los requerimientos de diferentes áreas de la SDM como: OAC (113), Servicio al Ciudadano (4), Subdirección Administrativa (5) SIM (1), DTI (6), Despacho (1) DSVCT (2), entre otros.	
										Numerador (Variable 2 de la Hoja de Vida de Indicador)	Solicitudes de producción de material pedagógico atendidas			77	138	138	162	132	0	0	0	0	0	0	0	0	647		
										% de Cumplimiento del periodo reportado = Numerador / Denominador (campo informativo-No se modifica)				100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	#DIV/0!	#DIV/0!	100,00%								
18										Denominador (Variable 1 de la Hoja de Vida de Indicador)	Personas encuestadas								0								0		
										Numerador (Variable 2 de la Hoja de Vida de Indicador)	Personas con nivel de recordación alcanzada, que se mide con la encuesta.								0								0		
										% de Cumplimiento del periodo reportado = Numerador / Denominador (campo informativo-No se modifica)								#DIV/0!								#DIV/0!			

No.	PLAN ESTRATÉGICO SDM				COMPONENTE P.M.M.	META	NOMBRE DEL INDICADOR	ACTIVIDADES ASOCIADAS A CADA META DEL PROYECTO	VALOR PROGRAMADO/ VALOR EJECUTADO	VARIABLES DEL INDICADOR	SEGUIMIENTO PLAN OPERATIVO ANUAL - POA												EVALUACIÓN DE LA META PROYECTO							
	COMPONENTE ASOCIADO MISIÓN / VISIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO SDM	VIGENCIA: 2016																											
			Ene	Feb							Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	% de Avance de Ejecución									
1	4. Fortalecimiento de la cultura para la movilidad	5. Fortalecer la cultura y la pedagogía para la movilidad segura de la ciudad.	Plan de Seguridad Vial	Ampliar el número de ciudadanos que siguen a la SDM en las diferentes redes sociales que ofrece la internet.	Redes Sociales	Realizar el monitoreo a los contactos que son alcanzados en las redes sociales	Variable 1	17.000	26.000	26.183	35.442	37.756																56.694	142.381	La Oficina Asesora de Comunicaciones a través del uso de nuevas tecnologías de comunicación e información, desarrolló contenidos para divulgar e informar a la ciudadanía a través de las redes sociales (Twitter, Facebook y Youtube, entre otros) en relación con los diferentes proyectos, programas, campañas, avances y acciones que adelanta la Secretaría Distrital de Movilidad y la Alcaldía Mayor en el marco de la Política de Movilidad. Los procesos de comunicación internos y externos se vuelven protagonistas de primer orden para llevar una información clara, concisa y oportuna sobre lo que representa la Movilidad en Bogotá. Estos son de doble vía y teniendo en cuenta los adelantos tecnológicos, los medios masivos y las nuevas tecnologías de la información y comunicación están llamados a ser unos aliados imprescindibles. Es así que durante el año de 2016 en la red social Twitter nos siguen en la cuenta principal @sectormovilidad 715.934 usuarios, de estos se reportaron 65.931 nuevos seguidores. En Facebook para el año se reportan 25.718 usuarios, de estos se reportan 977 como nuevos seguidores. Reportándose un total de 946.446 seguidores, asumiendo que un usuario puede usar las tres redes en forma aleatoria y se reportan nuevos seguidores en el 2016. Con esta meta se desarrollaron los

