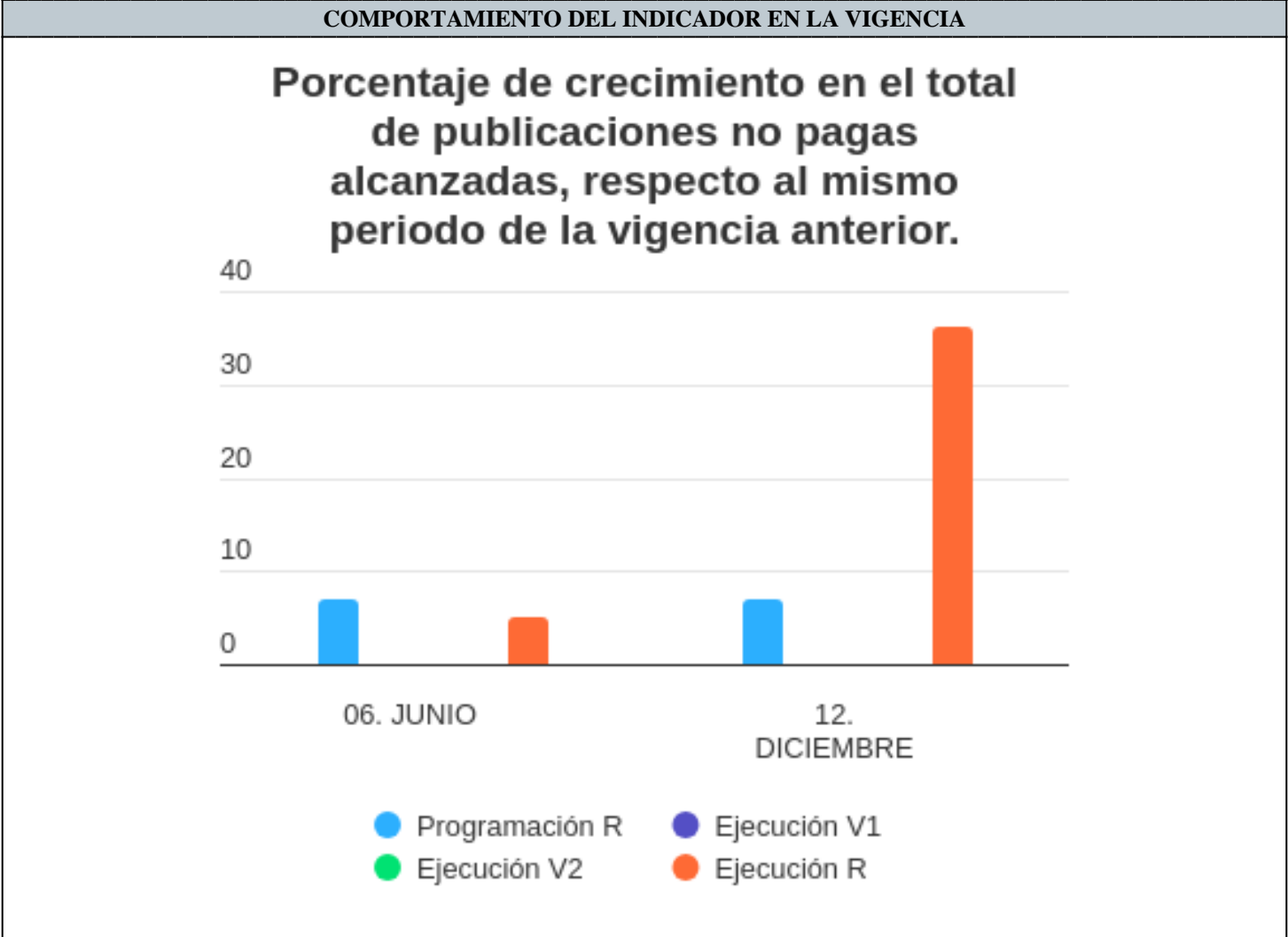



VARIABLES DEL INDICADOR	
Publicaciones no pagas del periodo (V1)	REGISTRO PERIÓDICO
Publicaciones no pagas del mismo periodo del año anterior (V2)	REGISTRO PERIÓDICO
Porcentaje de crecimiento (R)	RESULTADO



Mes	Publicaciones no pagas del periodo	Publicaciones no pagas del mismo periodo del año anterior	Porcentaje de crecimiento (R)					
	Valor	Valor	% Programado	% Ejecutado	% Programado	% Ejecutado	% Programado	% Ejecutado
01. ENERO								
02. FEBRERO								
03. MARZO								
04. ABRIL								
05. MAYO								
06. JUNIO	512,00	488,00		0,00		0,00	7,00	4,92
07. JULIO								
08. AGOSTO								
09. SEPTIEMBRE								
10. OCTUBRE								
11. NOVIEMBRE								
12. DICIEMBRE	1191,00	874,00		0,00		0,00	7,00	36,27

<div><div>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE</div></div>	PROCESO DE GESTIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO						Código: DES-PR-04-FR-01	
							Fecha: 28/06/2023	
	SEGUIMIENTO DEL INDICADOR						Versión: 2	
							Página: 3 de 3	
Total	1.191,00	874,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,00	36,27
REPORTE CUALITATIVO ACUMULADO DEL INDICADOR								
Mes	Logros y/o Beneficios	Retrasos y Soluciones	Justificación de Retroceso	Fuente de Verificación	Descripción General			
06. JUNIO	Durante el periodo se lograron 512 publicaciones, de las cuales 464 generaron un impacto positivo, lo que representó un aumento en la cobertura.	N/A	N/A	Informe de monitoreo el cual se puede consultar aquí: https://drive.google.com/drive/folders/1d1Wqlf2H7zPKQna1h2jJDyMvV1Vifs?usp=sharing	Durante el periodo se alcanzaron 512 publicaciones, de las cuales 464 generaron un impacto positivo, evidenciando una estrategia de comunicación efectiva. Además, se logró presencia en medios de gran relevancia nacional como Caracol, RCN, El Tiempo y El Espectador, entre otros. Esta cobertura permitió una audiencia acumulada de 199.121.016 personas, lo que refleja un aumento significativo en la visibilidad y posicionamiento institucional. Estos resultados respaldan el cumplimiento del indicador establecido en términos de alcance, calidad e impacto de la difusión mediática.			
12. DICIEMBRE	En el semestre se alcanzó un desempeño sobresaliente con 1.191 publicaciones no pagas, evidenciando una gestión altamente efectiva de relacionamiento con medios y generación de contenidos de interés. Frente a las 874 del mismo semestre del año anterior, esto representa un crecimiento de 36,3% (+317 menciones), superando ampliamente la meta de +7% (que equivalía a aproximadamente 935 publicaciones). Este logro se traduce en beneficios estratégicos claros: mayor visibilidad y posicionamiento institucional sin inversión en pauta, fortalecimiento de la reputación y credibilidad por la naturaleza orgánica de la cobertura, y una mejor eficiencia al maximizar recursos optimizados, consolidando una presencia sostenida en la agenda mediática.	No Aplica	No se presentaron retrasos en el cumplimiento de indicador	https://drive.google.com/drive/folders/1d1Wqlf2H7zPKQna1h2jJDyMvV1Vifs?usp=drive_link	El logro de 1.191 publicaciones no pagas se consiguió gracias a una gestión integral y sostenida de la oficina de comunicaciones, basada en la planificación de una agenda noticiosa alineada con hitos y programas del semestre, la producción de contenidos listos para medios (mensajes clave, datos y enfoque territorial), y una operación activa de prensa que combinó distribución oportuna de contenidos, entrevistas y amplificación de noticias compartidas con aliados, complementada con seguimiento permanente y relacionamiento para asegurar réplicas y permanencia en la conversación pública; además, la estrategia fortaleció la cobertura orgánica al diversificar formatos y canales, logrando presencia consistente en TV, internet, radio y prensa, con alta tracción en medios de mayor alcance.			