



**Manual de Operación Estadística
Encuesta de Comunicación Externa**

CÓDIGO: M-GC-03

VERSIÓN: 01

PÁGINA 1 de 34

**Documento metodológico
Satisfacción con la calidad de la comunicación externa
INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE
ANTIOQUIA
GOBERNACION DE ANTIOQUIA**

Medellín, 2023



Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa

CÓDIGO: M-GC-03

VERSIÓN: 01

PÁGINA 2 de 34

Contenido

INTRODUCCIÓN	4
1. ANTECEDENTES.....	4
2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA	6
2.1. DISEÑO TEMÁTICO.....	6
2.1.1. <i>Necesidades de información aplicación:</i>	6
2.1.2. <i>Formulación de objetivos:</i>	6
2.1.3. <i>Alcance:</i>	7
2.1.4. <i>Marco de referencia:</i>	7
2.1.5. <i>Definición de variables y construcción de indicadores estadísticos:</i>	10
2.1.6. <i>Resultados estadísticos:</i>	14
2.1.7. <i>Estándares estadísticos utilizados:</i>	15
2.1.8. <i>Diseño del cuestionario:</i>	15
2.1.9. <i>Normas, especificaciones o reglas de edición e imputación de datos:</i>	17
2.2. DISEÑO ESTADÍSTICO	18
2.2.1. <i>Universo de estudio:</i>	18
2.2.2. <i>Población objetivo:</i>	18
2.2.3. <i>Cobertura geográfica:</i>	18
2.2.4. <i>Desagregación geográfica:</i>	18
2.2.5. <i>Desagregación temática:</i>	18
2.2.6. <i>Fuentes de datos:</i>	19
2.2.7. <i>Unidades estadísticas:</i>	19
c) <i>Unidad de muestreo: personas pertenecientes a las diversas entidades mencionadas, usuarios de la página web o seguidore/as que interactúan en las redes sociales del instituto de cultura y Patrimonio de Antioquia.</i>	20
2.2.8. <i>Período de referencia:</i>	20
2.2.9. <i>Período de recolección/acopio y frecuencia:</i>	20
2.2.10. <i>Marco estadístico:</i>	20
2.2.11. <i>Diseño muestral:</i>	22
2.2.12. <i>Ajustes de cobertura</i>	23
2.2.13. <i>Especificaciones de ponderadores:</i>	23
2.3. DISEÑO DE LA RECOLECCIÓN/ACOPIO	24




Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa

CÓDIGO: M-GC-03

VERSIÓN: 01

PÁGINA 3 de 34

2.3.1.	<i>Métodos y estrategias de recolección o acopio de datos:</i>	24
2.3.2.	<i>Estructura organizacional del operativo y definición del equipo requerido:</i>	24
2.3.3.	<i>Esquema de entrenamiento del personal:</i>	25
2.3.4.	<i>Conformación del equipo:</i>	25
2.3.5.	<i>Proceso de sensibilización y acuerdos de intercambio:</i>	25
2.3.6.	<i>Elaboración de manuales:</i>	26
2.3.7.	<i>Diseño de la estrategia de comunicación y plan de contingencias:</i>	26
2.3.8.	<i>Diseño de la estrategia de seguimiento y control:</i>	26
2.3.9.	<i>Diseño de sistemas para la obtención de datos:</i>	26
2.3.10.	<i>Transmisión de datos:</i>	27
2.4.	DISEÑO DEL PROCESAMIENTO	27
2.4.1.	<i>Consolidación de archivos de datos:</i>	27
2.4.2.	<i>Codificación:</i>	27
2.4.3.	<i>Diccionario de datos:</i>	28
2.4.4.	<i>Revisión y validación:</i>	28
2.4.5.	<i>Diseño de instrumentos de edición (validación y consistencia) e imputación de datos:</i>	28
2.4.6.	<i>Diseño para la generación de cuadros de resultados:</i>	28
2.5.	DISEÑO DEL ANÁLISIS	29
2.5.1.	<i>Métodos de análisis de resultados:</i>	29
2.5.2.	<i>Anonimización de microdatos:</i>	29
2.5.3.	<i>Verificación de la anonimización de microdatos:</i>	29
2.5.4.	<i>Comités de expertos:</i>	30
2.6.	DISEÑO DE LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN:	30
2.6.1.	<i>Diseño de los sistemas de salida:</i>	30
2.6.2.	<i>Diseño de productos de difusión y comunicación:</i>	30
2.6.3.	<i>Entrega de productos:</i>	30
2.6.4.	<i>Estrategia de servicio:</i>	31
2.7.	DISEÑO DE LA EVALUACIÓN DE LAS FASES DEL PROCESO	31
2.8.	DISEÑO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y FLUJOS DE TRABAJO	31
	BIBLIOGRAFÍA	33

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 4 de 34

INTRODUCCIÓN

La satisfacción con la calidad de la comunicación externa es un indicador importante en el entorno empresarial y organizativo moderno. En un mundo cada vez más interconectado y globalizado, la manera en que nos comunicamos con nuestras partes interesadas y la comunidad en general tiene un impacto directo en la percepción que tienen sobre el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. Evaluar y gestionar esta satisfacción y percepción del público de interés, se ha convertido en una herramienta estratégica para asegurar la competitividad y el éxito del relacionamiento del público objetivo, la credibilidad y el alcance a largo plazo de cualquier entidad.


Esta operación estadística no sólo es esencial para medir el grado de satisfacción, sino que, a través de la información recopilada, se puede identificar áreas específicas de mejora en las estrategias de comunicación externa. Además, brinda la oportunidad de detectar posibles problemas o malentendidos en la información que se transmite, lo que nos permite abordarlos de manera proactiva.

La retroalimentación obtenida en esta operación estadística complementado con análisis cualitativos solo es un espejo que refleja la percepción de aquellos con quienes se relaciona, sino que también actúa como un faro que guía hacia la excelencia en la comunicación. Al comprender lo que valoran y necesitan las partes interesadas, se está en una posición favorable para ajustar estrategias y mensajes de manera que no solo satisfagan sus expectativas, sino que las superen. Esto no solo fortalece las relaciones con la comunicación externa, sino que también contribuye a la construcción de una imagen positiva y a la consecución de los objetivos organizacionales.

1. ANTECEDENTES

La encuesta de satisfacción de la calidad de la comunicación externa se implementó en el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia a partir del año 2018 con el fin de poder medir el grado de satisfacción y la percepción de la comunicación externa de las partes interesadas. La aplicación de esta encuesta se ha realizado de forma semestral, a través de un formulario de Microsoft Forms, el cual es enviado a través de correo electrónico, redes sociales y publicado en la página web del Instituto para ser diligenciado.

“La operación estadística está contextualizada en la política pública de gestión pública - Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG; este Modelo tiene sus antecedentes en las iniciativas tanto del Gobierno Nacional como del Congreso de la República, encaminadas a diseñar sistemas y modelos para guiar a las entidades en el ejercicio de la gestión institucional, y cuya evolución se puede sintetizar de la siguiente manera:

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 5 de 34

1993 – Ley 87: creó el Sistema Institucional de Control Interno, con el propósito de dotar a la administración de un marco para el control de las actividades estatales, directamente por las mismas autoridades.

1998 – Ley 487: creó el Sistema de Desarrollo Administrativo con el propósito de articular la planeación estratégica de las entidades con la de su quehacer administrativo, a través de las políticas y los planes sectoriales de desarrollo administrativo. Así mismo, se fortalece el Control Interno, con la creación del Sistema Nacional de Control Interno a fin de darle una connotación más estratégica.

2003 – Ley 872 y 2004 – Decreto 4110: incorporó el sistema de gestión de la calidad en el sector público, a partir del establecimiento de la primera Norma Técnica de Calidad para este sector, conocida como la NTCGP 1000.


2005 – Decreto 1599: adoptó un marco general para el ejercicio del Control Interno, a través del Modelo Estándar de Control Interno -MECI, el cual pretendió dotar al Estado colombiano de una estructura única que facilitara este ejercicio por parte de las entidades, mediante la estandarización de controles mínimos para garantizar de manera razonable el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones y la adopción de un instrumento de evaluación de los sistemas de control interno.

2012 - Decreto 2482: estableció los lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión, adoptando el Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG como instrumento de articulación y reporte de la planeación.

2015 – Ley 1753: dispuso la fusión del Sistema de Desarrollo Administrativo y el de Gestión de Calidad y su articulación con el de Control Interno, para lo cual se adoptará un Modelo.

2017 – Decreto 1499 (modificatorio del Decreto 1083 de 2015 Decreto único Reglamentario de Función Pública): integró en un solo Sistema, los sistemas de Desarrollo Administrativo y de Gestión de la Calidad, y se articuló con el Sistema de Control Interno. Así mismo, se actualizó el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG para operar dicha integración y articulación bajo 7 dimensiones operativas y un conjunto de políticas públicas que materializan la gestión institucional.¹

¹ (Operación estadística medición del Desempeño Institucional MDI - Segunda versión (Documento metodológico), 2020)

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 6 de 34

2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA

En el diseño se presenta todo el proceso metodológico de la operación estadística en todos sus componentes: temático, estadístico, recolección, procesamiento, análisis, difusión y comunicación, así como evaluación, los cuales permiten cumplir con los objetivos.

2.1. DISEÑO TEMÁTICO

En esta fase se documentan las necesidades de información para con esto formular los objetivos de la operación estadística, el alcance, marco de referencia, y la definición de variables e indicadores.

2.1.1. *Necesidades de información aplicación:*


El Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia se propone medir semestralmente el nivel de satisfacción de su comunicación externa a través de una encuesta. Este seguimiento se realiza mediante la evaluación de indicadores de gestión en el proceso de Gestión de Comunicaciones. La finalidad principal de esta medición es mejorar la comunicación con sus partes interesadas y realizar un seguimiento del plan de mejora para atención al ciudadano. Esto implica identificar cuáles son esas oportunidades de mejora y asegurar un flujo de información efectivo y satisfactorio tanto para la institución como para sus audiencias externas.

2.1.2. *Formulación de objetivos:*

Con el fin de satisfacer las necesidades de información por las cuales se realiza la encuesta de satisfacción con la calidad de la comunicación externa, se describe de manera clara el objetivo general y los objetivos específicos de la operación estadística:

a) **Objetivo general:**

Realizar una medición del grado de satisfacción percibido con respecto a la comunicación externa del instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, identificando sus percepciones y opiniones con el fin de obtener una comprensión profunda de la calidad de dicha comunicación

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 7 de 34

b) Objetivos específicos:

- Informar a la población y a los diferentes usuarios acerca de la gestión de la entidad, con un enfoque en la formación de públicos y en la promoción del posicionamiento del Instituto. Esto se hace con el propósito de facilitar el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
- Establecer pautas y lineamientos para la implementación de la Encuesta de Satisfacción, incluyendo la recopilación y análisis de datos para generar información precisa que respalde la toma de decisiones adecuadas.
- Identificar oportunidades de mejora en la comunicación externa con todas las partes interesadas, con el objetivo de fortalecer las relaciones y asegurar una comunicación efectiva.
- Abordar y resolver problemas de comunicación con las partes interesadas, con el fin de eliminar obstáculos y mejorar la interacción con estos grupos.

2.1.3. Alcance:


El proceso de la operación estadística inicia con la medición de la satisfacción de las partes interesadas y se completa con la implementación de acciones de mejora dirigidas hacia el propio proceso. Estas acciones de mejora son esenciales para garantizar la calidad y eficacia de la operación estadística y para lograr resultados más precisos y útiles en términos de toma de decisiones y optimización de procesos.

2.1.4. Marco de referencia:

El presente marco de referencia se enfoca en la operación estadística destinada a evaluar y medir la "Satisfacción con la Calidad de la Comunicación Externa".

a) Marco teórico:

“La comunicación externa se refiere al proceso de comunicación que se desarrolla al exterior de la organización y está intrínsecamente ligado al cumplimiento de los objetivos, misión y visión de la misma. Este proceso abarca una amplia gama de interacciones que incluyen

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 8 de 34

sectores culturales, sectores educativos, medios de comunicación y organismos gubernamentales, entre otros actores relevantes”.²

Siguiendo la definición de Ferrer (1992),” La comunicación externa, establece vínculos esenciales entre organizaciones, ya sean privadas o públicas, y otras entidades que tienen vinculación con ella, como la prensa, algunas ONG, asociaciones productivas sociales y la comunidad en general, etc., está orientada hacia las relaciones públicas, cubre las relaciones con proveedores y administraciones públicas, las relaciones con inversores, la comunicación con el mercado de trabajo”³, entre otros aspectos de relevancia.

En este contexto, la comunicación externa se convierte en un componente estratégico para el éxito de la institución. Su efectividad puede influir significativamente en la percepción pública de la entidad, su reputación, y su relación con partes interesadas clave. Para comprender y gestionar de manera efectiva la comunicación externa, es fundamental considerar las dinámicas, estrategias y herramientas que permiten establecer relaciones sólidas con los diversos actores externos.


b) Marco conceptual:

En este marco, se mencionan los conceptos centrales de la operación estadística, que son fundamentales para comprender y llevar a cabo de manera efectiva el análisis de los datos:

- **Calidad:** La calidad se refiere a la capacidad de garantizar la satisfacción de un bien o servicio al cumplir o superar las expectativas y requisitos establecidos por los usuarios, asegurando que cumpla con los estándares de excelencia y eficacia.
- **Comunicación externa:** La comunicación externa es el proceso mediante el cual una empresa emite información dirigida a sus públicos externos, como diferentes vectores y la sociedad en general. El objetivo principal es mantener o mejorar la relación con estos públicos, promoviendo una imagen positiva de la organización.
- **Satisfacción:** La satisfacción se refiere a una respuesta positiva que surge cuando un consumidor o usuario experimenta un nivel de cumplimiento o superación de sus expectativas al interactuar con un bien o servicio.
- **Encuesta:** Las encuestas son un método sistemático de investigación y recopilación de datos utilizado para obtener información de personas sobre diversos temas. Consisten en preguntas estructuradas, con el fin de recopilar datos cuantitativos o
-

² Capítulo II. marco teórico desde la comunicación organizacional: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/20290/Capitulo2.pdf

³ FERRER, J. La comunicación interna y externa en la empresa. EDIMARCO

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 9 de 34

cualitativos que ayuden a comprender opiniones, actitudes, comportamientos o preferencias.

- **Servicio:** El servicio se refiere a una acción realizada con el propósito de satisfacer una necesidad específica de un individuo o entidad. Puede incluir una amplia gama de actividades y esfuerzos que van desde la atención al cliente, la prestación de asesoramiento, hasta la resolución de problemas, siempre con el objetivo de cumplir con las expectativas y requerimientos del cliente.
- **Grupos de Interés / partes interesadas:** cualquier individuo, grupo u organización externo o interno que se vea beneficiado o afectado directa o indirectamente por las actividades y/o decisiones de la Entidad y que tenga la capacidad de influir en las mismas. Son todos aquellos grupos identificados los cuales se involucran y/o contribuyen al cumplimiento y desarrollo de los objetivos de la organización. Los grupos de interés se definen teniendo en cuenta el relacionamiento permanente que se ha establecido y que ha permitido identificar y conocer necesidades, intereses, preocupaciones.⁴

c) Marco legal o normativo:


La normativa que soporta la operación estadística se basa principalmente en el sistema de gestión de la calidad (SGC), que hace referencia a la Norma internacional ISO 9001 del 2015, la cual especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

d) Referentes nacionales:

En cuanto a referencias nacionales esta operación estadística satisface el requerimiento de información de la política pública de MIPG, el cual se basa en las siguientes normas o leyes:

- “Ley 1955 de 2019: Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”; Artículo 155.
- Decreto 2404 del 27 de diciembre de 2019: Por el cual se reglamenta el artículo 155 de la Ley 1955 de 2019 y se modifica el Título 3 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1170 de 2015 Único del Sector Administrativo de Información Estadística.
- Resolución DANE 0446 del 24 de marzo de 2020: Por la cual se establecen los requisitos que deben cumplir los integrantes del Consejo Asesor de Sistema Estadístico Nacional — CASEN y se dictan otras disposiciones.

⁴ DANE, D. A. (Marzo de 2021). Dirección de difusión, mercadeo y cultura estadística .

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 10 de 34

- Resolución DANE 0560 del 14 de mayo de 2020: Por la cual se adoptan los Lineamientos para el proceso estadístico en el Sistema Estadístico Nacional, versión 2.⁵


2.1.5. Definición de variables y construcción de indicadores estadísticos:

En relación con las principales variables e indicadores como productos de la operación estadística se tiene:

Variables:

- **ID:** número de identificación de la persona en el sistema.
- **Hora de inicio:** Hora en la comenzó a realizar la encuesta
- **Hora de finalización:** Hora en la que finalizó la encuesta
- **P_2:** A qué sector pertenece.
- **P_3:** ¿Cómo calificas la claridad de los contenidos e información sobre los programas, proyectos e información del instituto?
- **P_4:** ¿Cómo califica la claridad de la comunicación sobre los programas, proyectos e información del Instituto?
- **P_5:** En una escala de 1 a 5, siendo 5 la más alta y 1 la más baja, evalúa la pertinencia de la información que recibes del instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia
- **P_6:** La información que recibe del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia está acorde con sus necesidades profesionales.
- **P_7:** Es oportuna la información que usted recibe
- **P_8:** Cuáles creen que deberían ser las oportunidades de mejora
- **P_9:** La información encontrada en la página web fue útil
- **P_10:** la información de nuestra página web le permite conocer de manera oportuna los temas de actualidad en cultura
- **P_11:** Le genera confianza y credibilidad la información publicada en la web del ICPA
- **P_12:** Qué tipo de contenido le gustaría encontrar en la página web
- **P_13:** Queremos entregarte información de utilidad, ¿Tienes alguna recomendación para que podamos mejorar?
- **P_14:** Diligencie su correo electrónico (si desea recibir más información del ICPA)

⁵ Función pública: <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/como-opera-mipg>

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 11 de 34

Indicadores:

La operación estadística produce una variedad de indicadores destinados a comprender la percepción de las partes interesadas y lograr el objetivo principal. Estos indicadores incluyen:

➤ **Porcentaje de personas satisfechas con la de la calidad de la comunicación externa (%):**

El objetivo de este indicador es medir y evaluar el grado de satisfacción de las partes interesadas con respecto a la calidad de la comunicación externa del instituto, se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Personas satisfechas (\%)} = \frac{P_s}{T_p} * 100$$

P_s = Número total de personas que se sienten satisfechas con la calidad de la comunicación externa.

P_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

➤ **Porcentaje de personas que califica la claridad de los contenidos e información sobre los programas, proyectos e información del instituto en un nivel específico de 1 a 5 (%):**

Este indicador tiene como objetivo evaluar la claridad de los contenidos y la información presentada sobre los proyectos, programas del instituto, para entender si tienen la suficiente claridad. Se califica de 1 a 5, donde 1 indica la calificación más baja y 5 la calificación más alta y se calcula de la siguiente manera:


$$\text{Calificación de la claridad de los contenidos (\%)} = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que califican la claridad de los contenidos en un nivel específico de 1 a 5.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

➤ **Porcentaje de personas que califica la claridad de la comunicación sobre los programas, proyectos e información del instituto en un nivel específico de 1 a 5 (%):**

Este indicador evalúa la claridad de la comunicación sobre los programas y proyectos del instituto, con el fin de que la información transmitida sea comprensible y efectiva para las partes interesadas, se califica de 1 a 5, donde 1 indica la calificación más baja y 5 la calificación más alta y se calcula de la siguiente manera:

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 12 de 34

$$\text{Calificación de la claridad de la comunicación (\%)} = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que califican la claridad de la comunicación en un nivel específico de 1 a 5.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

- **Porcentaje de personas que evalúa la pertinencia de la información que recibe por el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia en un nivel específico de 1 a 5 (%):**

Este indicador se centra en evaluar la pertinencia de la información que recibe por el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, para asegurar que la información recibida sea relevante y útil. se califica de 1 a 5, donde 1 indica la calificación más baja y 5 la calificación más alta y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Evaluación de pertinencia de la información (\%)} = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que evalúan la pertinencia de la información recibida en un nivel específico de 1 a 5.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.


- **Porcentaje de personas que considera que la información que recibe por el instituto es acorde con sus necesidades profesionales (%):**

Este indicador se centra en observar si la información que las personas reciben por el instituto es acorde con sus necesidades profesionales, ya que se busca asegurar que la información sea útil para sus actividades laborales o necesidades específicas, se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Información acorde necesidades profesionales(\%)} = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que respondieron que la información es acorde a sus necesidades profesionales.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 13 de 34

➤ **Porcentaje de personas que considera que la información que recibe es oportuna (%):**

Este indicador evalúa la percepción de las personas con respecto si la información que recibe es oportuna o no para satisfacer sus necesidades o requerimientos, se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Información oportuna}(\%) = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que respondieron que la información que recibe es oportuna.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

➤ **Porcentaje de personas que consideran que la información de la página Web fue útil (%):**

Evalúa la percepción de las personas con respecto a si la información proporcionada en la página web del instituto fue útil para sus necesidades, este indicador se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Información de la página web util}(\%) = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que respondieron que la información de la página web fue útil.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.


➤ **Porcentaje de personas que consideran que la información de la página web le permite conocer de manera oportuna los temas actuales en cultura (%):**

Evalúa la percepción de las personas con respecto a si la información proporcionada en la página web del instituto les permite mantenerse informados de manera oportuna los temas actuales relevantes en cultura, este indicador se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Información de la página web relevante en cultura}(\%) = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que respondieron que la información de la página web le permite conocer de manera oportuna los temas actuales.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 14 de 34

➤ **Porcentaje de personas que les genera confianza y credibilidad la información publicada en la página Web del ICPA (%).**

Este indicador evalúa la percepción de las personas con respecto a la confianza y credibilidad de la información publicada en la página web del instituto, este indicador se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Confianza y credibilidad en la información publicada}(\%) = \frac{P_n}{T_p} * 100$$

P_n = Número total de personas que respondieron que la información les genera confianza y credibilidad.

T_p = Número total de personas que respondieron a esta pregunta.


2.1.6. Resultados estadísticos:

Mediante la operación estadística realizada, se obtienen resultados que permiten calcular un Indicador de Resultado crucial para el plan de gestión del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia. Estos resultados representan una evaluación cuantitativa y cualitativa de variables clave relacionadas con la gestión y la comunicación externa de la organización, proporcionando información valiosa para la toma de decisiones y el seguimiento de sus objetivos estratégicos. El Indicador de Resultado, basado en estos resultados, servirá como una herramienta fundamental para medir y mejorar continuamente el desempeño del instituto en sus esfuerzos de comunicación y gestión de relaciones públicas.

● **Cuadros de salida:**

Para presentar de manera clara y concisa los resultados de la operación estadística se realiza el siguiente cuadro de salida:

- **Archivo (Presentación) con los resultados de la encuesta hechos por Microsoft Forms:** Este análisis proporciona un análisis completo de los datos recopilados a través de la encuesta. Incluye tablas, gráficas, figuras, que permiten llevar a cabo un análisis descriptivo de los datos. Estas representaciones facilitan la comprensión de tendencias y patrones clave, fundamental para la toma de decisiones y la identificación de áreas de mejora con la comunicación externa.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 15 de 34



2.1.7. Estándares estadísticos utilizados:

La operación estadística no usa nomenclaturas para ser más entendible, esta es una creación propia, con el propósito de producir estadísticas que sirvan para describir las características de la población, aun así, no hace uso de estándares estadísticos.

2.1.8. Diseño del cuestionario:


La información de la operación estadística se recopila mediante un formulario electrónico diseñado en Microsoft Forms. Con el fin de obtener datos relacionados con el grado de satisfacción con la calidad de la comunicación externa y cuenta con un total de 14 preguntas. Para conocer la encuesta ver (*Anexo 1: Encuesta satisfacción con la calidad de la comunicación externa*).

A continuación, se presenta una descripción detallada del cuestionario utilizado:

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CON LA COMUNICACIÓN EXTERNA (ICPA):

las preguntas que componen el cuestionario son:

- **P_2:** ¿A qué sector pertenece?
 - Las opciones de respuesta son:
 - Medios de comunicación
 - Sector cultural
 - Público general
 - Educación

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 16 de 34

- Pensionados
 - Otras.
- **P_3:** ¿Cómo calificas la claridad de los contenidos e información sobre los programas, proyectos e información del instituto? Siendo 5 la más alta y 1 la más baja.

Las opciones de respuesta son: **(Pregunta obligatoria)**

1. Baja
2. Regular
3. Normal
4. Buena
5. Alta

- **P_4:** ¿Cómo califica la claridad de la comunicación sobre los programas, proyectos e información del Instituto? Siendo 5 la más alta y 1 la más baja.

Las opciones de respuesta son:

1. Baja
2. Regular
3. Normal
4. Buena
5. Alta

- **P_5:** En una escala de 1 a 5, siendo 5 las más alta y 1 la más baja, evalúa la pertinencia de la información que recibes del instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.


Las opciones de respuesta son: **(Pregunta obligatoria)**

1. Bajo
2. Regular
3. Normal
4. Bueno
5. Alta

- **P_6:** La información que recibe del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia está acorde con sus necesidades profesionales.

Las opciones de respuesta son:

- Si
- No

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 17 de 34

- **P_7:** ¿Es oportuna la información que usted recibe?
Las opciones de respuesta son:
 - Si
 - No

- **P_8:** ¿Cuáles creen que deberían ser las oportunidades de mejora?
Pregunta abierta.

- **P_9:** ¿La información encontrada en la página web fue útil?
Las opciones de respuesta son: (**Pregunta obligatoria**)
 - Si
 - No
 - Algunas veces

- **P_10:** ¿la información de nuestra página web le permite conocer de manera oportuna los temas de actualidad en cultura?
Las opciones de respuesta son:
 - Si
 - No
 - Algunas veces

- **P_11:** ¿Le genera confianza y credibilidad la información publicada en la web del ICPA
Las opciones de respuesta son:
 - Si
 - No


- **P_12:** ¿Qué tipo de contenido le gustaría encontrar en la página web?
Pregunta abierta.

- **P_13:** Queremos entregarte información de utilidad, ¿Tienes alguna recomendación para que podamos mejorar?
Pregunta abierta.

- **P_14:** Diligencie su correo electrónico (si desea recibir más información del ICPA).
pregunta abierta.

2.1.9. Normas, especificaciones o reglas de edición e imputación de datos:

Los resultados obtenidos a partir de las respuestas recopiladas se someten a un proceso de tabulación para generar informes, teniendo en cuenta que hay algunas preguntas que son

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 18 de 34

obligatorias y otras no, además es importante destacar que en el marco de esta operación estadística no se realiza ningún tipo de edición o imputación de datos en las respuestas proporcionadas por los participantes.

2.2. DISEÑO ESTADÍSTICO

Esta fase consiste en la construcción y la formulación de varios componentes tales como: universo de estudio, la población objetivo, desagregaciones y el diseño muestral, entre otras. Los elementos del diseño estadístico son:

2.2.1. Universo de estudio:

El universo de estudio abarca a todas las personas con el que el instituto de Cultura y patrimonio de Antioquia mantiene contacto a través de sus comunicaciones externas, esto incluye una amplia variedad de entidades y audiencias, tales como: medios de comunicación, sector cultural, público general, educación, pensionados, y otros grupos afines.

2.2.2. Población objetivo:

La población objetivo de la operación estadística comprende a todos los ciudadanos con las cuales el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia tienen contacto en todo el departamento.

2.2.3. Cobertura geográfica:


La cobertura de la operación estadística es a nivel departamental.

2.2.4. Desagregación geográfica:

La desagregación geográfica de la operación estadística se realiza a nivel de sus 123 municipios y 2 distritos.

2.2.5. Desagregación temática:

La desagregación temática se realiza considerando los distintos temas considerados en la encuesta, tales como:

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 19 de 34

- Desagregación por sector.
- Desagregación por nivel de claridad de los contenidos.
- Desagregación por nivel de claridad de la comunicación.
- Desagregación por nivel de pertinencia de la información.

2.2.6. Fuentes de datos:

La principal fuente de datos es la ciudadanía a medida que van diligenciando el formulario electrónico creado en Microsoft Forms, enviado por correo electrónico a personas registradas en una base de datos de diferentes entidades ídoles (alcaldías, instituciones educativas, emisoras comunitarias, comunidad en general, bibliotecas, museos, sector cultural, entre otras) mediante muestreo aleatorio simple (MAS).

Además, la encuesta también se encuentra disponible en la página web oficial del instituto de Cultura y patrimonio de Antioquia, accesible a través del enlace <https://culturantioquia.gov.co/>, asimismo, se difunde a través de diversas plataformas de redes sociales incluyendo Twitter, Facebook, Instagram y YouTube por medio de muestro no probabilístico (Muestreo por conveniencia). Esta estrategia integral de recopilación de información garantiza que los datos sean accesibles y compartidos de manera efectiva con

las partes interesadas. La combinación de estas dos fuentes se utiliza para obtener la información necesaria.

2.2.7. Unidades estadísticas:

Se define el conjunto de unidades para el diseño, medición y presentación de resultados de las operaciones estadísticas, las unidades estadísticas son:

- a) **Unidades de observación:** Son aquellas sobre las que se obtiene la información de interés para el estudio, en este caso son las personas que hacen parte de diversas entidades como: medios de comunicación, sector cultural, público general, educación, pensionados, entre otros.
- b) **Unidad de análisis:** personas que hacen parte de diversas entidades como: medios de comunicación, sector cultural, público general, educación, pensionados, entre otros. En este caso la unidad de observación (personas sobre las que se tiene la información) es la misma que la unidad de análisis (personas sobre las que se realizara el análisis de los datos).

- c) **Unidad de muestreo:** personas pertenecientes a las diversas entidades mencionadas, usuarios de la página web o seguidores/as que interactúan en las redes sociales del instituto de cultura y Patrimonio de Antioquia.

2.2.8. Período de referencia:

El intervalo de tiempo al que hacen referencia los resultados de la operación estadística es semestralmente.

2.2.9. Período de recolección/acopio y frecuencia:

La recolección de la información se recolecta semestralmente entre los meses de Julio y diciembre.

2.2.10. Marco estadístico:


La operación estadística se basa en una encuesta realizada online mediante un formulario en línea creado en Microsoft Forms, el cual es enviado a través de correo electrónico, página web y redes sociales. El marco estadístico es un componente crucial en la planificación de la operación estadística “Satisfacción con la calidad de la comunicación externa”, en este caso se utilizan dos métodos distintos para recopilar opiniones y percepciones de satisfacción.

➤ **Muestreo probabilístico**

Descripción del Marco: El marco estadístico consiste en una lista completa compuesta de diferentes personas que pertenecen a entidades de diversas índoles que están relacionadas con la comunicación externa del instituto de cultura y Patrimonio de Antioquia.

Tabla 1: Lista de entidades a las que hacen parte las personas del marco estadístico de la operación estadística

Patrimonio
Música
Teatro
Consejo Departamental de Cultura

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 21 de 34


Artistas INC
Alcaldes
Artistas plásticos
Congresistas Antioqueños
Diputados 2020-2023
Gabinete Departamental
Bibliotecas Municipales
Directores de Cultura
Medios de Comunicación
Invitados exposiciones
Profesionalización
Caracterización
Inscritos Cátedra de Patrimonio
Emprendimientos
Alcaldías 2020 - 2023

Actualización del Marco: El marco estadístico se mantiene actualizado de manera continua para reflejar cambios en la lista de destinatarios, como nuevas incorporaciones. Se verifica la integridad y precisión de la lista antes de cada envío de encuestas.

- **Uso del Marco:** El marco estadístico sirve como base para el envío de las encuestas por correo electrónico. Una vez aplicada la fórmula del muestreo aleatorio simple (M.A.S), se conocerá el tamaño de la muestra según la población objetivo y se enviará el formulario.

➤ **Muestreo no probabilístico:**

El formulario se publica en la página Web y redes sociales del instituto, utilizando un muestreo no probabilístico de muestreo por conveniencia o voluntario, por lo que no se dispone de marco muestral para este caso.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 22 de 34

2.2.11. Diseño muestral:

Muestreo Aleatorio simple (M.A.S):

El diseño de la muestral es por muestreo probabilístico (M.A.S) para proporciones para él envió del formulario por correo electrónico, ya que se quiere estimar la proporción de las personas que cumplen cierta condición y las unidades de muestreo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, garantizando que se seleccione la muestra necesaria para entregar una estimación confiable.

Tamaño de la muestra:

Es importante comprender que el tamaño de la muestra es un factor clave en la precisión de los resultados obtenidos, por lo que la fórmula que se utiliza para calcular el tamaño de la muestra necesaria para obtener resultados precisos y representativos de la población son:

- **Cuando la población (N) es MENOR a 100.000:**

$$n = \frac{N * Z^2 * P * (1 - P)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * P * (1 - P)}$$


- **Cuando la población (N) es MAYOR a 100.000:**

$$n = \frac{Z^2 * P * (1 - P)}{e^2}$$

Donde:

- n: Muestra
- N: Población
- Z: coeficiente de confianza
- e: Margen de error
- p: Proporción

El nivel de confianza (1- α) se refiere a la probabilidad de que el dato deseado esté dentro del margen establecido. Este parámetro lo decide la Oficina de Comunicaciones. Suele ser del 95%, ($\alpha = 0,05$) al que se corresponde un coeficiente de confianza $Z = 1,96$, que es el que se pone en la fórmula. Es la semidistancia estandarizada en términos de desviaciones típicas

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 23 de 34

que definen ambos extremos del intervalo.

La estimación de la proporción que se quiere medir es el tema clave. Se quiere estimar la proporción de los que cumplen cierta condición. El valor de esa estimación p se obtiene de estudios anteriores. En caso contrario, se considera que la condición la cumplan un 50% y, por tanto, que no la cumplan $(1 - p)$ el otro 50%. En ese caso, la fórmula es:

$$p * (1 - p) = 0.5 * 0.5 = 0.25$$

El margen de error deseado, o precisión, o margen de error admisible, se refiere a la diferencia entre la media muestral y la media poblacional. Desde luego, que no se pretende cometer errores. Se trata de un margen de error que se está dispuesto a tolerar. Suele adoptarse $e = 5\%$ (0,05).

Diseño y selección de la muestra:

Para la selección de las unidades de selección probabilística se utilizó el método aleatorio simple, en donde todas las personas de la población objetivo tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra, después de esto se le envía el formulario a cada uno de estos miembros seleccionados.

➤ Muestreo por conveniencia


Para llevar a cabo el sondeo en la página web y redes sociales del instituto se realiza un muestreo no probabilístico, en este tipo de muestreo, no se utiliza un proceso aleatorio para seleccionar a los participantes de la muestra. En su lugar, los participantes son seleccionados de manera no aleatoria. Se utiliza un muestreo por conveniencia o voluntario (las personas eligen si desean participar o no), porque las personas se seleccionan debido a su disponibilidad, voluntad y elección para responder el formulario que se dispone en las diferentes plataformas.

2.2.12. Ajustes de cobertura

Este numeral no aplica para esta operación estadística ya que no se realizan ajustes por cobertura.

2.2.13. Especificaciones de ponderadores:

Este numeral no aplica para esta operación estadística.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 24 de 34

2.3. DISEÑO DE LA RECOLECCIÓN/ACOPIO

En esta fase se describe el proceso de recolección y acopio de información de la operación estadística satisfacción de la calidad con la comunicación externa. Esto incluye los métodos y estrategias utilizados, el personal requerido, el procedimiento para la recolección de los datos, la forma en que se registran los datos, la verificación de estos y la transmisión de los datos.

2.3.1. *Métodos y estrategias de recolección o acopio de datos:*

En el contexto de esta operación estadística centrada en medir la satisfacción con la calidad de la comunicación externa, el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, emplea un método de recolección que proporciona una visión completa y precisa de las opiniones de sus partes interesadas y actores que no son usuarios de los medios digitales. Este método

se basa en el auto diligenciamiento de una encuesta en línea diseñada en Microsoft Forms, con un plazo definido de 15 días para que puedan completar a través de internet.

Para llevar a cabo de manera eficazmente la recolección de datos, se implementan las siguientes estrategias:

1. **Envío por medio de correos electrónicos:** La encuesta se distribuye a través de correos electrónicos a las partes interesadas.
2. **Publicación en la página Web:** La encuesta se encuentra disponible en la página web oficial del Instituto, lo que permite a los visitantes acceder y participar.
3. **Publicación en redes sociales:** se publica la encuesta en diversas redes sociales, como Instagram, Twitter y Facebook, para llegar a un público más amplio y facilitar la recolección de datos.

2.3.2. *Estructura organizacional del operativo y definición del equipo requerido:*

El equipo encargado de esta operación estadística estará liderado por la líder de comunicaciones del instituto de cultura y patrimonio de Antioquia, la cual es la encargada de dirigir el proceso, implementación y seguimiento de la encuesta. La recolección de la información es realizada mediante un formulario de auto-diligenciamiento en línea diseñada en Microsoft Forms, en el cual a medida que se diligencia el formulario se genera un registro del dato.

2.3.3. Esquema de entrenamiento del personal:

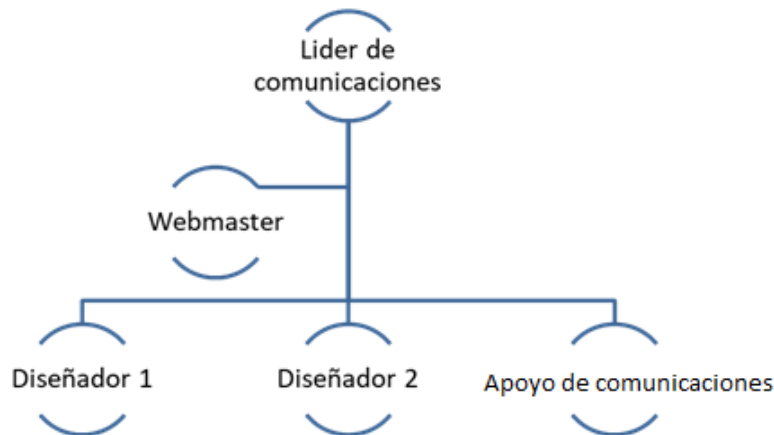
El equipo encargado de la aplicación de la encuesta recibe las técnicas, metodologías y proceso para llevar a cabo la encuesta.

2.3.4. Conformación del equipo:

El equipo de comunicaciones es el encargado de llevar a cabo todo el proceso de la operación estadística. Este equipo está conformado por la líder de comunicaciones y 4 contratistas de apoyo, los cuales son responsables de presentar los resultados e indicadores obtenidos de la operación estadística de satisfacción con la calidad de la comunicación externa.


Cada miembro del equipo desempeña un papel específico y trabaja en estrecha colaboración para garantizar la calidad y la coherencia de los datos recolectados.

Gráfico 1: Organización del equipo técnico de la encuesta:



2.3.5. Proceso de sensibilización y acuerdos de intercambio:

Se llevan a cabo acciones clave para sensibilizar a los participantes, esto incluye el envío de correos electrónicos con el enlace de la encuesta y detalles de esta. Además, se publica información relevante en la página Web y en las redes sociales, lo que sirve como invitación abierta a que las partes interesadas participen activamente en la encuesta. Estas acciones combinadas buscan sensibilizar a los participantes sobre la importancia de participación y

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 26 de 34

establecer un entorno propicio para la colaboración y el intercambio de información, lo que contribuye al éxito general de la operación estadística.

2.3.6. Elaboración de manuales:

Actualmente la operación estadística no cuenta con manuales.

2.3.7. Diseño de la estrategia de comunicación y plan de contingencias:

Considerando las posibles situaciones imprevistas, dudas e inquietudes que puedan surgir durante el proceso de diligenciamiento del formulario de la encuesta de satisfacción con la calidad de la comunicación externa, se ha establecido múltiples canales de contacto:

- correo electrónico: contacto@culturantioquia.gov.co.
- Redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Tiktok).
- Teléfono de la línea de atención al cliente: 3209780.
- Atención presencial.

En caso de ser necesario, también se puede consultar con el equipo de comunicaciones el cual es el encargado de la encuesta.


2.3.8. Diseño de la estrategia de seguimiento y control:

Para garantizar la calidad de los datos recopilados en la encuesta, se lleva a cabo un seguimiento a las respuestas del formulario durante el proceso de recopilación de datos, Microsoft Forms facilita este proceso al permitir la supervisión automática y en tiempo real mediante gráficos estadísticos. Esto proporciona una visión del número de respuestas recibidas y las tendencias emergentes.

Además, el seguimiento de los indicadores de la operación estadística se realiza a través de los indicadores de gestión e impacto; los cuales se publican en la plataforma SICPA y página web del instituto. Este proceso de seguimiento y control desempeña un papel fundamental en la garantía de la integridad de los datos y contribuye de manera significativa a una interpretación más precisa y confiable de los resultados de la encuesta.

2.3.9. Diseño de sistemas para la obtención de datos:

Para garantizar la obtención de datos organizada y eficiente en la operación estadística, se implementó un sistema en línea mediante Microsoft Forms. Este sistema permite que los datos se recolecten de manera ordenada y se almacenen automáticamente en el sistema de

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 27 de 34

Microsoft, ofreciendo la flexibilidad de exportarlos a programas como Excel, Una ventaja adicional es la capacidad de generar resultados y gráficos estadísticos en tiempo real, lo que facilita la identificación de tendencias y patrones clave. Además, los resultados se generan de manera instantánea al cerrar la encuesta, lo que agiliza el proceso de obtención de resultados.

En el caso de respuestas de opción múltiple, se crea un resumen estadístico que ofrece una visión general de las tendencias en las respuestas, lo que permite identificar patrones significativos. Para las preguntas abiertas de texto, se realiza un seguimiento individual de las respuestas de los encuestados, lo que resulta fundamental para comprender las opiniones detalladas y los comentarios proporcionados por los participantes, este diseño del sistema de obtención de datos facilita el manejo de la información recopilada.

2.3.10. Transmisión de datos:

El formulario en línea tiene la capacidad de capturar información a medida que los participantes responden a la encuesta. Esta información es consolidada automáticamente durante el período de recolección de datos, que abarca un período de 15 días, esta se consolida en el sistema de Microsoft para posteriormente exportar.

2.4. DISEÑO DEL PROCESAMIENTO


En esta fase se describe el proceso de planificación y estructuración de cómo se procesan los datos durante la ejecución de la operación estadística para convertirlos en información valiosa y útil para la toma de decisiones y análisis.

2.4.1. Consolidación de archivos de datos:

Una vez finalizada la fase de recolección de datos, se procede a la consolidación de archivos. Los datos recopilados a través de la encuesta en línea se almacenan en el sistema de Microsoft y posteriormente se exportan para organizar en una base de datos en Excel. Esto facilita la gestión y el acceso a los datos durante las etapas posteriores del procesamiento.

2.4.2. Codificación:

No se elaboran codificaciones específicas, por lo que este ítem no aplica para esta operación estadística.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 28 de 34

2.4.3. Diccionario de datos:

La operación estadística no cuenta con diccionario de datos.

2.4.4. Revisión y validación:

En primer lugar, Microsoft Forms realiza ciertas validaciones automáticas para asegurarse que los datos ingresados en el formulario sean coherentes con el tipo de pregunta planteada. Adicionalmente, se realiza una revisión del consolidado de datos de Excel para identificar posibles errores o inconsistencias, Los datos que no cumplan con los estándares de calidad serán revisados y corregidos según sea necesario.

2.4.5. Diseño de instrumentos de edición (validación y consistencia) e imputación de datos:


Microsoft Forms utiliza validaciones automáticas para verificar si el formato de una pregunta es coherente. Sin embargo, estas validaciones están diseñadas principalmente para garantizar la coherencia de los datos por lo que la validación y consistencia de las

respuestas en función de las necesidades de información suele ser responsabilidad del administrador de la encuesta. Para esta operación estadística no se realiza ningún proceso para la imputación de los datos.

2.4.6. Diseño para la generación de cuadros de resultados:

Microsoft Forms genera un proceso automatizado de resultados a partir de los datos procesados. Estos análisis son fundamentales para la presentación de los resultados finales de la operación estadística y teniendo en cuenta esto los cuadros de resultados incluyen tablas y gráficos que presentan de manera clara y efectiva los hallazgos. Es importante destacar que las bases de datos en Excel obtenidas se utilizan principalmente para la comparabilidad de los datos.

Este enfoque integral en el diseño del procesamiento de datos genera resultados confiables y que respalden el objetivo principal de medir la satisfacción con la calidad de la comunicación externa. Estos resultados obtenidos se publican en los indicadores de gestión e impacto del SICPA.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 29 de 34

2.5. DISEÑO DEL ANÁLISIS

El diseño del análisis de una operación estadística constituye un elemento fundamental en el proceso de obtención y comprensión de datos. En esta etapa crucial, se establecen las bases metodológicas y estratégicas que guiarán la recopilación, organización y evaluación de información estadística.

2.5.1. Métodos de análisis de resultados:

Para el análisis de los resultados, se emplea el método del análisis descriptivo de datos, que se apoya en la representación visual mediante gráficos y tablas. Esto facilita la identificación de tendencias dinámicas que puedan contribuir a la mejora de la calidad con la comunicación externa. De esta manera este método proporciona una base para la toma de decisiones.


- En la operación estadística, se realiza un análisis univariado de cada variable por separado, para facilitar el análisis y obtener resultados que permitan medir la calidad de la comunicación externa de manera efectiva. Los resultados se presentan en forma de porcentajes y se representan visualmente a través de gráficos.

2.5.2. Anonimización de microdatos:

La anonimización de los datos se lleva a cabo de conformidad con los requisitos legales establecidos por el estado colombiano, en cumplimiento del artículo 7 del Decreto 1377 de 2013. Dicho decreto reglamenta la Ley 1581 de 2012, la cual establece el régimen general para la protección y tratamiento de datos personales.

2.5.3. Verificación de la anonimización de microdatos:

En relación con la verificación de la anonimización de los datos, es importante destacar que la información de los resultados publicados en el informe de gestión del SICPA no incluye detalles sobre datos personales diligenciados por los participantes en la encuesta, ya que esta información solo es utilizada con fines estadísticos.

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 30 de 34

2.5.4. Comités de expertos:

Este ítem no es aplicable en el contexto de esta operación estadística, ya que no cuenta con un comité de expertos para validar la información que se genera, aun así, el equipo de comunicaciones se reúne para revisar los resultados obtenidos.

2.6. DISEÑO DE LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN:

En esta fase se documentan los sistemas de salida, los productos de difusión y comunicación, entrega de productos y entrega de servicios de la operación estadística.

2.6.1. Diseño de los sistemas de salida:

Los resultados de los análisis generados mediante Microsoft Forms se consolidan en una presentación de Power Point diseñada específicamente para comunicar los hallazgos. Esta presentación se utiliza en reuniones y presentaciones para garantizar una comprensión clara de los resultados obtenidos y contribuir al plan de mejoramiento.

2.6.2. Diseño de productos de difusión y comunicación:

Una vez que los resultados han sido consolidados, el equipo de comunicación socializa estos hallazgos con el personal de Planeación y control interno para la consolidación del seguimiento al Plan Anticorrupción. Además, los análisis encontrados se publican en el

informe de revisión del Sistema de Gestión de calidad en la página web y en los indicadores de gestión e impacto en el SICPA.

2.6.3. Entrega de productos:

La culminación de esta operación estadística implica la entrega y divulgación de los resultados. Estos resultados se publican en la Página Web del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, así como en la Plataforma SICPA en los indicadores de gestión e impacto. Estos resultados pueden ser consultados a través del siguiente enlace: https://culturantioquia.gov.co/?page_id=1958

Gráfico 2: Plataforma SICPA donde se disponen los indicadores de gestión e impacto.



2.6.4. Estrategia de servicio:


Para brindar orientación acerca de la operación estadística, o resolver dudas e inquietudes se cuenta con el correo electrónico contacto: contacto@culturantioquia.gov.co, redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram), por medio del teléfono de la línea de atención al cliente: 3209780 y atención presencial en el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

2.7. DISEÑO DE LA EVALUACIÓN DE LAS FASES DEL PROCESO

Después de llevar a cabo todos los procesos de la operación estadística se realiza la evaluación por medio de la presentación en Power Point y se llevan las oportunidades de mejora o recomendaciones al Plan de Mejoramiento con el fin de mejorar la calidad con la comunicación externa.

2.8. DISEÑO DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y FLUJOS DE TRABAJO

Este proceso es realizado por el equipo de comunicación teniendo en cuenta el siguiente flujo de trabajo:

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 32 de 34

1. Programación de la Encuesta:

De acuerdo al plan de comunicaciones anual, se establecen las fechas de realización de la encuesta.

2. Definición de Objetivos

Se define claramente el objetivo de la encuesta y se establece la fecha de cierre para que se realice de acuerdo al calendario establecido.

3. Actualización de Bases de Datos:

Se procede a actualizar las bases de datos que contienen la información de las personas a quienes se les enviará la encuesta. Esto implica revisar y mejorar la precisión de la información de contacto de las personas a las que se dirigirá la encuesta.

4. Diseño e Invitación en la Página Web

El equipo de comunicación diseña y publica en la página web la invitación y el formulario de la encuesta.

5. Distribución de la Encuesta

Se comparte la encuesta a través de correo electrónico y las redes sociales para llegar a un público más amplio.


6. Recopilación de Datos

La información recopilada a través del formulario en línea de Microsoft se analiza y consolida.

7. Presentación de Resultados

El equipo de comunicaciones presenta los resultados de la encuesta. Los resultados se cargan en el Sistema de Información de Control y Planificación de la Administración (SICPA) bajo la categoría de indicadores, asegurando que estén disponibles para su uso en futuras decisiones estratégicas y para el monitoreo de indicadores.

Este flujo de trabajo garantiza una gestión efectiva de la encuesta y la disponibilidad de datos confiables para su posterior análisis, presentación y mejora de las comunicaciones.


	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 33 de 34

GLOSARIO:

- **Stakeholders:** Individuos u organizaciones involucradas con una empresa y que de alguna manera sufren el impacto de sus decisiones.
- **Información estadística:** “Conjunto de resultados y la documentación que los soporta, los cuales se obtienen de las operaciones estadísticas y que describen o expresan características sobre un elemento, fenómeno u objeto de estudio”⁵
- **Operación estadística:** “Conjunto de procesos y actividades que comprende la identificación de necesidades, diseño, construcción, recolección o acopio, procesamiento, análisis, difusión y evaluación, el cual conduce a la producción de información estadística sobre un tema de interés nacional y/o territorial.”⁵
- **Canal de comunicación:** Medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor

BIBLIOGRAFÍA

DANE, D. A. (2023). *Guía para la elaboración del documento metodológico de operaciones estadísticas*. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglcfindmkaj/https://www.sen.gov.co/files/sen/lineamientos/Guia_Documento_Metodol%C3%B3gico.pdf](https://www.sen.gov.co/files/sen/lineamientos/Guia_Documento_Metodol%C3%B3gico.pdf)

	Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa	CÓDIGO: M-GC-03
		VERSIÓN: 01
		PÁGINA 34 de 34

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta satisfacción con la calidad de la comunicación externa



Encuesta de Satisfacción con la Comunicación Externa ICPA

* Obligatorio

1. "¡Hola! De antemano te agradecemos por tomarte tu tiempo para responder esta encuesta. Tu opinión será de gran utilidad para nosotros aplicar acciones de mejora a nuestros procesos comunicativos."

2. ¿A qué sector pertenece ?

- Medios de comunicación
- Sector cultural
- Público general
- Educación
- Pensionados
- Otras

3. ¿Cómo calificas la claridad de los contenidos e información sobre los programas, proyectos e información del Instituto? Siendo 5 las más alta y 1 la más baja. *

1

2

3

4

5



Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa

CÓDIGO: M-GC-03

VERSIÓN: 01

PÁGINA 35 de 34

4. ¿Cómo califica la claridad de la comunicación sobre los programas, proyectos e información del Instituto? Siendo 5 las más alta y 1 la más baja.

1

2

3

4

5

5. En una escala de 1 a 5, siendo 5 las más alta y 1 la más baja, evalúa la pertinencia de la información que recibes del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia *

1

2

3

4

5

6. La información que recibe del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia esta acorde con sus necesidades profesionales.

Sí

No

7. ¿Es oportuna la información que usted recibe?

Sí

No

8. ¿Cuáles creen que deberían ser las oportunidades de mejora?

Escriba su respuesta

9. ¿La información encontrada en la página web fue útil? *

Sí

No

Algunas veces



Manual de Operación Estadística Encuesta de Comunicación Externa

CÓDIGO: M-GC-03

VERSIÓN: 01

PÁGINA 36 de 34

10. ¿la información de nuestra página web le permite conocer de manera oportuna los temas de actualidad en cultura?

- Sí
- Algunas veces
- No

11. **Le genera confianza y credibilidad la información publicada en la web del ICOPA**

- Sí
- No

12. ¿Qué tipo de contenido le gustaría encontrar en la página web?

Escriba su respuesta

13. Queremos entregarte información de utilidad, ¿Tienes alguna recomendación para que podamos mejorar?

Escriba su respuesta

14. Diligencie su correo electrónico (si desea recibir más información del ICOPA)

Escriba su respuesta

15. ¡Muchas gracias por su participación!

Enviar

No revele nunca su contraseña. [Notificar abuso](#)

Control de cambios del documento

Elaboró	Revisó	Aprobó
<p>Sandra Milena Díaz Ríos Contratista de apoyo MIPG</p>	<p>Lina Marcela Zapata Zuluaga Subdirección de planeación</p> <p>Mariana Parra Escobar Líder de Comunicaciones</p> <p>Astrid Giraldo Gómez Asesora de Dirección</p> <p>María Elena Saldarriaga Gómez PU Gestión del Conocimiento</p>	<p>Juan Correa Mejía Dirección</p>

Tema	Cambios	Fecha	Versión