



Centro Nacional
de Memoria Histórica

Plan de Cultura y Apropiación de TI - 2023

Centro Nacional de Memoria Histórica

Abril 2023



Plan de Cultura y Apropiación de los Servicios Tecnológicos

Centro Nacional de Memoria Histórica

Contenido

1.	Contexto de la Entidad.....	3
2.	INTRODUCCIÓN	3
3.	OBJETIVO	3
4.	ALCANCE	3
5.	PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ESTRATEGIA DE TECNOLOGIA DE INFORMACIÓN.....	3
6.	PÚBLICO OBJETIVO	4
7.	PUBLICACIÓN	4
8.	MEDIOS DE DIFUSIÓN	5

1. Contexto de la Entidad

El Centro Nacional de Memoria Histórica (CNMH) fue creado por la Ley 1448 de 2011 *“Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.”*; es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Departamento Administrativo para la Prosperidad Social (DPS) mediante el Decreto 4158 de 2011 y con el Decreto 4803 de 2011 se estableció su estructura.

El CNMH tiene por objeto la recepción, recuperación, conservación, compilación y análisis de todo el material documental, testimonios orales y por cualquier otro medio, relativo a las violaciones ocurridas con ocasión del conflicto armado interno colombiano, a través de la realización de investigaciones, actividades museísticas, pedagógicas y otras relacionadas, que contribuyan a establecer y esclarecer las causas de tales fenómenos, conocer la verdad y contribuir a evitar en el futuro la repetición de los hechos. La información que acopia el CNMH debe ponerse a disposición de las víctimas, investigadores y de los ciudadanos en general, para enriquecer el conocimiento de la historia política y social de Colombia.

2. INTRODUCCIÓN

La Dirección de Administrativa y Financiera – Gestión de TIC, adoptó la política de Gobierno Digital como instrumento transversal que facilita el buen Gobierno y la eficiencia administrativa, sobre el cual se sustenta y se alinea el portafolio de proyectos e iniciativas de TI de La Dirección de Administrativa y Financiera – Gestión de TIC.

3. OBJETIVO

Diseñar y establecer el plan de Cultura y apropiación, para socializar y apropiar la estrategia de comunicación de las políticas, proyectos, aplicativos, resultados y los servicios de TI en el CNMH, que adelanta a Dirección de Administrativa y Financiera – Gestión de TIC, mediante diferentes medios de comunicación.

4. ALCANCE

El presente plan de comunicaciones de la estrategia de TI tiene cubrimiento nacional a todos los colaboradores del CNMH.

5. PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ESTRATEGIA DE TECNOLOGIA DE INFORMACIÓN

Los ámbitos definidos en concordancia con el Plan de Cultura y Apropiación de TI para los proyectos



de la Dirección de Administrativa y Financiera – Gestión de TIC, con el fin de movilizar los grupos de interés alrededor de las TI y fortalecer una cultura Digital en el CNMH, se centrarán en las siguientes temáticas, sin que restrinja la inclusión de otras.

- Seguridad de la Información (mayo y septiembre)
- Portafolio de servicios tecnológicos del CNMH (marzo y octubre)

6. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo del presente plan son todos los colaboradores del CNMH quienes conforme a lo establecido en el Decreto 1848 de 1969 artículos 1 y 2 estén vinculados a la entidad, ya sean:

- **Empleados Públicos:** Personas naturales vinculadas a la administración pública por una relación legal y reglamentaria para el cumplimiento de funciones administrativas en el marco de una planta de personal aprobada para la Entidad.
- **Contratistas:** personas naturales que apoyan actividades relacionadas con la administración y funcionamiento del CNMH mediante contrato de prestación de servicios.
Así mismo, a los ciudadanos que estén interesados en conocer la estrategia, las políticas, los proyectos, los resultados y los servicios de TI de la Entidad en ejercicio de aportar valor a sus labores y como cumplimiento de la ley de transparencia.

7. PUBLICACIÓN

Se debe publicar con una frecuencia anual, y en caso de modificaciones o actualizaciones, se realizará una nueva publicación por los medios dispuestos.

Actividades:

1. Encuesta de Cultura y Apropiación de los servicios tecnológicos del CNMH. Se realizará encuesta finalizando el mes de **abril** y nuevamente iniciando el mes de **octubre**.
2. Exposición presencial o virtual para la presentación del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI). Se realizarán dos sesiones al año: una en el mes de **mayo** y otra en el mes de **septiembre**.
3. Exposición presencial o virtual para la presentación de los Servicios Tecnológicos que presta el CNMH a sus colaboradores. Se realizarán dos sesiones al año: una en el mes de **marzo** y otra en el mes de **noviembre**.
4. Envío de correo informativo y pieza gráfica alusiva al SGSI y adicionalmente publicación de la pieza gráfica como fondo de pantalla en el mes de **mayo** y nuevamente en el mes de **septiembre**.



5. Envío de correo informativo y pieza gráfica alusiva las herramientas ofimáticas y adicionalmente publicación de la pieza gráfica como fondo de pantalla en el mes de **agosto**.
6. Envío de correo informativo y pieza gráfica alusiva los Sistemas de Información y adicionalmente publicación de la pieza gráfica como fondo de pantalla en el mes de nuevamente en el mes de **octubre**.
7. Envío de correo informativo y pieza gráfica alusiva al Portafolio de Servicios Tecnológicos del CNMH y adicionalmente publicación de la pieza gráfica como fondo de pantalla en el mes de **junio** y nuevamente en el mes de **noviembre**.

8. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Los canales que se van a utilizar para la socialización de la estrategia, las políticas, los proyectos, los resultados y los servicios de TI a nivel interno y externo serán:

CANAL	ACTIVIDAD	PERIODICIDAD	RESPONSABLE
Intranet	Diseñar una infografía sobre las temáticas tratadas en TIC para su publicación.	Semestral	Gestión de TIC
Fondos de pantalla y correo.	Diseñar una infografía sobre las temáticas tratadas en TIC para su publicación.	Semestral	Gestión de TIC

Fuente: CNMH

Estos medios se determinan teniendo en consideración que:

- Están disponibles 24 horas al día sin barreras geográficas.
- Estos medios o canales están disponibles en la infraestructura de comunicaciones del CNMH, lo cual no implica costos adicionales.
- Existe un gran abanico de micromedios y la posibilidad de generar marketing viral entre ellos con infografías atractivas.
- Tienen la capacidad de fomentar la participación y reacción de quién lee los contenidos.