

1.2.2.30.104

INFORME CAMPAÑA SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO 2024 - 2P

Dando cumplimiento Plan Institucional de Formación y Capacitación PIFC, se brinda apoyo a los funcionarios, docentes y contratistas de la Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, donde se realizó la campaña **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO**, correspondiente al periodo 2024-2P.

OBJETIVO: Fomentar un espacio donde se exhiben acciones de integridad que merecen ser reconocidas públicamente y que sirven de ejemplo para otros servidores.

Desarrollo de la actividad: Desde el proceso de Gestión y Desarrollo del Talento Humano, se desarrolló la campaña **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO**, realizado el 23 de octubre de 2024; la campaña se realizó en las diferentes sedes: Sede Encarnación, Bicentenario, Casa Obando, posgrados y AvVillas, pasando por los puestos de trabajo. La campaña fue dirigida a los servidores públicos de la institución, utilizando estrategias y tips para interiorizar y aplicarlos en la vida laboral y personal de una manera psicopedagógica y práctica para su mayor comprensión.

Desarrollo de la actividad:

1 paso: Desde el proceso de Gestión y Desarrollo del Talento Humano para promover el bienestar social laboral traemos la campaña sobre Muro del Orgullo.

2 Paso: se les explica en que consiste el muro del orgullo y que se está trabajando una semana de la integridad, por consiguiente, la actividad que se viene a realizar el día de hoy es el muro del orgullo.

3 Paso: se menciona los valores trabajados en el Código de Integridad que son: Respeto, Honestidad, justicia, Diligencia, respeto por el otro.

4 Paso Actividad: se procede a explicarles la actividad que consiste en pintarse las manos para dejar una huella como servidor público de acuerdo a los valores mencionados anteriormente y deben escoger el valor más representativo para cada uno y lo plasman en el muro.

5 Paso: el objetivo es que identifiquen el valor que los enorgullece como servidor público y lo coloquen en práctica ya que otras instituciones los pueden tomar como referencia.

Resultados: Durante el desarrollo de la campaña **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO**, se contó con **40 participantes**, donde se observó y percibió durante la capacitación receptividad y participación.

En la siguiente tabla se detalla la participación de los asistentes:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	CARGO	NO. PARTICIPANTES
CAMPAÑA MURO DEL ORGULLO	CONTRATISTAS	7
	DOCENTES	15
	FUNCIONARIOS	16
	EXTERNOS	1
	ESTUDIANTE	1
TOTAL PARTICIPANTES		40

Fuente: Elaboración propia

Impacto: El impacto frente a la campaña es favorable porque permite un espacio donde se exhiben acciones de integridad que merecen ser reconocidas públicamente y que sirven de ejemplo para otros servidores.

Plan de Mejora: No aplica.

Evaluación: Se detalla a continuación la encuesta de satisfacción de la campaña **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO**, que se le aplicó a una muestra aleatoriamente simple de 8 participantes:

1. ¿En qué nivel la temática desarrollada en la campaña cumplió con sus expectativas?

Alto___ Medio_____ Bajo_____



Gráfica 1.

Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo al (Gráfico 1), se puede apreciar que de los 40 funcionarios, se aplicó la encuesta de satisfacción a 8 participantes de manera aleatoria y simple, donde el 100% de los encuestados consideran que la campaña del muro del orgullo cumplió con sus expectativas, porque a través de las campañas realizadas durante la semana de la integridad lograron autoevaluarse y recordar la importancia del conjunto de principios, normas y valores que guían el comportamiento ético y profesional en el desarrollo de sus funciones dentro de la institución.

2. ¿Considera que la información y la actividad desarrollada sobre el tema abordado en la campaña fueron claros y de fácil comprensión?

Sí _____ No _____



Gráfica 2.

Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción



De acuerdo al (Gráfico 2), se puede apreciar que de los 40 funcionarios (funcionarios, docentes y estudiantes), se aplicó la encuesta de satisfacción a 8 participantes de manera aleatoria y simple, donde el 100% consideran que la información brindada fue clara y de fácil comprensión, puesto que, fue concisa y didáctica y se promueve el trabajo en equipo, el respeto mutuo, la responsabilidad y el compromiso con la misión institucional.

3 ¿Cambiaría o mejoraría algo de la campaña realizada?

Sí _____ No _____



Gráfica 3.

Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo al (Gráfico 3), se puede apreciar que, de los 40 funcionarios, se aplicó la encuesta de satisfacción a 8 participantes de manera aleatoria y simple, donde el 100% consideran que las dinámicas realizadas les permitieron identificar oportunidades de mejora, puesto a que las buenas prácticas de la gestión pública pueden implementar acciones para obtener mejores resultados en el futuro y así poder llegar a ser una institución que sea como modelo a seguir para otras.



4. Qué observaciones consideras pertinentes para las próximas actividades:

R/ta: Ninguna.

Evidencias fotográficas:

