

CONTENIDO

1	OBJETIVO	3
2	DESTINATARIOS	3
3	GLOSARIO	3
4	REFERENCIAS NORMATIVAS	6
5	GENERALIDADES	6
6	REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA DEL PROCEDIMIENTO	8
7	DESCRIPCION DE ETAPAS Y ACTIVIDADES	11
7.1	ETAPA 1: Identificar las necesidades de comunicación y formación en tecnologías de la información, así como el nivel de madurez tecnológica de la entidad	11
7.1.1	Realizar Mesas de trabajo para conocer las necesidades de formación y entrenamiento	11
7.1.2	Aplicar una encuesta para la identificación del nivel de madurez tecnológica de la entidad, así como necesidades de formación	12
7.1.3	Analizar los resultados derivados de las mesas de trabajo y de la aplicación de la encuesta	12
7.2	ETAPA 2: Caracterizar las partes interesadas de las herramientas tecnológicas	12
7.2.1	Diligenciar la Matriz de Gestión de Interesados	12
7.2.2	Analizar a la audiencia y el nivel de influencia	13
7.3	ETAPA 3: Diseñar la estrategia de cultura y apropiación digital	13
7.3.1	Definir los objetivos de la estrategia	13
7.3.2	Diseñar el modelo de la estrategia	13
7.3.3	Establecer los criterios de la estrategia	13
7.4	ETAPA 4 Definir el plan de formación de la estrategia de cultura y apropiación digital	14

Elaborado por:	Revisado y Aprobado por:	Aprobación Metodológica por:
Nombre: Ángela Marcela Riveros Ramos Cargo: Contratista Uso y Apropiación OTI	Nombre: Jaroslav Marlen López Chávez Cargo: Jefe Oficina de Tecnologías e Informática - OTI Nombre: Jenny Stella Cruz Orjuela Cargo: Contratista Oficina de Tecnología e Informática - OTI	Nombre: Giselle Johanna Castelblanco Muñoz Cargo: Representante de la Dirección para el Sistema de Gestión de Calidad Fecha: 2024-03-18

Cualquier copia impresa, electrónica o de reproducción de este documento sin la marca de agua o el sello de control de documentos, se constituye en copia no controlada.

7.4.1	Definir el catálogo de formación	14
7.4.2	Diseñar el cronograma	14
7.4.3	Establecer los materiales de transferencia de conocimiento	14
7.4.4	Diseñar los indicadores y encuestas de percepción y conocimiento .	15
7.5	ETAPA 5: DEFINIR EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL	15
7.5.1	Definir los temas, objetivos, audiencia, canales y mensajes clave	15
7.5.2	Definir el cronograma de comunicación.....	17
7.5.3	Diseñar los indicadores	17
7.6	ETAPA 6: IMPLEMENTAR LOS PLANES DE FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL	17
7.6.1	Producir los materiales para la transferencia de conocimiento.....	17
7.6.2	Gestionar la logística para la convocatoria de las formaciones	17
7.6.3	Ejecutar las jornadas de formación.....	17
7.6.4	Implementar la encuesta de percepción y conocimiento	18
7.6.5	Analizar los resultados de la encuesta	18
7.6.6	Diseñar los contenidos de comunicación, diligenciar el Brief y gestión ante OSCAE	18
7.6.7	Articular junto con las áreas el desarrollo de actividades de participación y divulgación ante los públicos de interés.....	18
7.7	ETAPA 7: Generar los informes de seguimiento y monitoreo al uso y apropiación de las herramientas de TI	19
7.7.1	Crear el informe de resultados.....	19
7.8	ETAPA 8: ACTUALIZAR LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL Y/O DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN	19
7.8.1	Realizar mesas de trabajo para concertar los nuevos temas de formación y comunicación, así como la producción de materiales para la transferencia de conocimiento.	19
8	DOCUMENTOS RELACIONADOS.....	20
8.1	DOCUMENTOS EXTERNOS.....	20
9	RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN	20

1 OBJETIVO

Establecer las directrices generales para gestionar el uso y apropiación de las herramientas y aplicaciones tecnológicas, orientadas al desarrollo de habilidades y competencias de los usuarios internos y externos de la Entidad, a través de la etapas descritas en este procedimiento y de la implementación de la estrategia de Cultura y Apropiación Digital, en correspondencia con el logro de los objetivos del Plan Estratégico de Tecnologías de la Información, las Políticas de Gobierno Digital y el Marco de Referencia de Arquitectura Empresarial.

2 DESTINATARIOS

Funcionarios, contratistas de la SIC y ciudadanía en general.

3 GLOSARIO

Agente de Cambio: son las personas que acompañan la transición de un cambio en la organización, identifican las necesidades y diseñan las estrategias que contribuyan en la mitigación de resistencias y adopción de los cambios deseados ante los públicos de interés.

Apropiación de las TIC: Acción y resultado de tomar para sí las TIC, generando cambios en la vida cotidiana de los Grupos de Interés (hábitos y costumbres). (<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>).

Aprovechamiento de las TIC: Emplear útilmente las TIC, hacerlas provechosas o sacarles el máximo rendimiento. (<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>).

Cambio: Es la acción humana de pasar de un estado a otro, el cual no implica necesariamente un avance o mejora del cambio efectuado.

Capacitación: Es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos (Chiavenato, 2007). En la capacitación se aporta información teórica que eleven el nivel de conocimiento.

Ciudadano (a) digital: Persona que ha adquirido destrezas y competencias para el manejo y aprovechamiento de las TIC, que aplica dichas competencias en su vida cotidiana. (<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>)

Competencias TIC: Habilidades o destrezas que se adquieren a través de formación o capacitación frente el uso y apropiación de tecnologías de la información y las comunicaciones. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>

Cultura: Aunque el término designa todo lo que produce significados en una sociedad, se refiere al conjunto de instituciones, prácticas y objetos que constituyen el universo simbólico de una sociedad, en relación con los cuales se socializan los sujetos y grupos, y que rigen las creencias y el comportamiento de estos. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>

Cultura digital: De acuerdo con la Política de Cultura Digital del Ministerio de Cultura “Entendemos la cultura digital como una forma de las relaciones entre las personas, con mediación tecnológica. Ésta se diferencia de la cultura análoga y de la manera más tradicional de comunicarnos en los siguientes aspectos:

La cultura digital ofrece enormes posibilidades de innovación y productividad a la sociedad, mientras que la forma análoga de asumir las tecnologías —que hemos venido haciendo en Colombia—, nos relega en el plano del desarrollo y la competitividad a nivel internacional, pues nos asigna el papel de consumidores de contenidos de Internet.

Una cultura digital exige el desarrollo de nuevas destrezas, de nuevas formas de lectura no sólo de textos, sino de íconos, imágenes y signos.

Las reglas del juego en la cultura digital rompen con la linealidad y la racionalidad de lo análogo y están marcadas por la interactividad, la fragmentación, la movilidad, la portabilidad y la reedición de contenidos de múltiples fuentes por parte del receptor. <https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-cultura-digital/Paginas/default.aspx>

Datos abiertos: Son aquellos datos primarios (sin procesar) que se encuentran en formatos estándar e interoperables que facilitan su acceso y reutilización, los cuales están bajo la custodia de las entidades públicas y que son puestos a disposición de cualquier ciudadano, de forma libre y sin restricciones, con el fin de que terceros puedan reutilizarlos y crear servicios derivados de los mismos. Las principales características de los datos abiertos son:

* **Completos:** Los datos públicos no deben estar sujetos a privacidad u otras limitaciones. Además, deben estar electrónicamente almacenados.

* **Primarios:** Significa que debe haber una disponibilidad de la fuente primaria, sin procesamientos y sin formas agregadas.

- * Oportunos: Ello para preservar su valor.
- * Accesibles: La disponibilidad debe ser lo más amplia posible para los usuarios y para propósitos diversos.
- * Procesables: Deben estar razonablemente estructurados para permitir su automatización por diversas herramientas.
- * Acceso indiscriminado: Implica su disponibilidad para cualquier usuario, sin necesidad de su registro.
- * No-propietarios: Deben estar disponibles en un formato donde nadie deba tener la exclusividad de su control.
- * Libres de licencias: No deben estar sujetos a copyright, patentes, o regulaciones secretas. Una razonable privacidad, seguridad y restricciones puede ser aplicada por el gobierno u otros estamentos. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>

Entrenamiento: busca impartir la preparación en el ejercicio de las funciones del empleo con el objetivo de que se asimilen en la práctica los oficios; se orienta a atender, en el corto plazo, necesidades de aprendizaje específicas requeridas para el desempeño del cargo, mediante el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes observables de manera inmediata.

Formación: representa ese proceso de aprendizaje, de adquisición de conocimientos y habilidades que un individuo es capaz de recibir, que sin duda alguna es relacionada con la educación. https://conceptodefinicion.de/formacion/#google_vignette

Gestión del cambio en las personas: consiste en la aplicación de un proceso estructurado y un conjunto de herramientas para preparar, equipar y ayudar a las personas a adoptar y utilizar un cambio para lograr el resultado deseado. <https://www.prosci.com/es/blog/que-es-gestion-del-cambio-organizacional>

Impactado: aquellas personas que se verán involucrados por la ejecución de un cambio, por ejemplo: al implementarse un sistema de información, tendrán que aprender sobre cómo utilizarlo hasta formar parte de sus hábitos y cultura.

Multiplicador: son las personas que promueven positivamente un mensaje orientado a contribuir en la adopción de un cambio en la organización.

Patrocinador: hace referencia a los líderes que tienen un nivel directivo en la organización quienes contribuyen en garantizar el éxito del proyecto desde la

orientación, involucramiento y la disposición de los recursos necesarios para el logro de los objetivos propuestos.

Uso: hace referencia a la utilización de una herramienta u objeto para alcanzar un fin.

Uso y apropiación de las TI: se refiere al aprovechamiento de las tecnologías de la información a partir del uso adecuado, consciente y responsable que contribuya en la eficiencia de los procesos y satisfacción del relacionamiento entre el estado y la ciudadanía en general, generando valor, mejorando la experiencia digital y respondiendo a las necesidades del entorno digital.

4 REFERENCIAS NORMATIVAS

Jerarquía de la norma	Numero/ Fecha	Título	Artículo	Aplicación Específica
MAE.G.UA – Uso y Apropiación de la práctica de la AE	Versión 3 - mayo de 2023	Guía Uso y Apropiación de la práctica de Arquitectura Empresarial	https://www.mintic.gov.co/arquitecturaempresarial/630/articles-237653_recurso_1.pdf	Define los lineamientos para el diseño e implementación de la estrategia de uso y apropiación en TI.
Decreto 767 del 2022 Actualización Política Colombiana de Gobierno Digital	Mayo 16 del 2022	Lineamientos generales de la Política de Gobierno Digital	https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186766	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Política de Gobierno Digital y se subroga el Capítulo 1 del Título 9 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

5 GENERALIDADES

En el marco de actuación del uso y apropiación en tecnologías de la información, es importante llevar a cabo actividades que contribuyan en facilitar la transición hacia el uso de la tecnología y promover la adopción por parte de los usuarios, esta alineación permitirá:

- Facilitar la implementación de la estrategia: La gestión del cambio busca asegurarse de que los cambios en la organización se implementen de manera

efectiva, de esta manera se pueden identificar y abordar los obstáculos y resistencias que puedan surgir durante la implementación de la estrategia.

- Mejorar la adopción de la tecnología: La gestión del cambio se enfoca en garantizar que los usuarios adopten los cambios de manera efectiva y así asegurar que los usuarios estén preparados para adoptar las nuevas tecnologías y aprovechar al máximo sus beneficios.
- Alinear la cultura organizacional: La estrategia de uso y apropiación de TI busca fomentar una cultura digital en la organización, mientras que la gestión del cambio busca garantizar que los cambios sean consistentes con la cultura organizacional existente. Al alinear ambas estrategias, se pueden abordar las diferencias culturales y garantizar que la cultura organizacional se adapte a las nuevas tecnologías.
- Incrementa el éxito de la estrategia: Al alinear la estrategia de uso y apropiación de TI con la gestión del cambio, se pueden identificar y abordar las barreras que pueden impedir el éxito de la estrategia. Esto aumenta las posibilidades de éxito de la estrategia y mejora los resultados de la organización en cuanto a la adopción de tecnología y la mejora de la eficiencia y eficacia.
De acuerdo con lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con el documento SC01-P05 “Procedimiento de Gestión del cambio en el Sistema Integral de Gestión institucional” que tiene como objetivo “Establecer las directrices generales para la identificación, planificación, adopción, seguimiento y cierre de un cambio que puede afectar el Sistema Integral de Gestión Institucional-SIGI de la Superintendencia de Industria y Comercio. A través de la descripción de las etapas de identificación, registro e información; análisis del efecto, comunicación y gestión; seguimiento y cierre del cambio”.

Adicionalmente, es fundamental tener en cuenta lo enunciado en el Procedimiento SC01-P05 “Procedimiento de Gestión del cambio en el Sistema Integral de Gestión institucional” a partir del cual se contemplan las etapas para la entrada en producción de un nuevo sistema de información o herramienta tecnológica, el cual se encuentra directamente relacionado con la estrategia de uso y apropiación de TI, y se deben tener en cuenta las siguientes etapas:

- a) Identificar, registrar e informar el cambio.
- b) Analizar el efecto del cambio.
- c) Comunicar y gestionar el cambio.
- d) Hacer seguimiento y cerrar el cambio.

Estas acciones se deben adelantar y trabajar articuladamente con la Oficina Asesora de Planeación de la Superintendencia de Industria y Comercio. Para ampliar la información se puede consultar el documento SC01-P05.

6 REPRESENTACIÓN ESQUEMÁTICA DEL PROCEDIMIENTO

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
1	Identificar las necesidades de comunicación y formación en tecnologías de la información, así como el nivel de madurez tecnológica de la entidad	<p>Mesas de trabajo</p> <p>Encuesta identificación de necesidades y nivel de madurez tecnológica</p> <p>Plan de acción de la OTI</p> <p>Solicitudes realizadas a través de la Mesa de Servicios</p>	<p>Se identifican los temas y herramientas tecnológicas que son objeto de divulgación y entrenamiento de la audiencia objetivo, así como el nivel de madurez tecnológica de la entidad, se desarrollan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar Mesas de trabajo para conocer las necesidades de formación y entrenamiento - Aplicar una encuesta para la identificación del nivel de madurez tecnológica de la entidad, así como necesidades de formación - Analizar los resultados derivados de las mesas de trabajo y de la aplicación de la encuesta 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Servidores públicos o contratistas designados de la Oficina de Tecnología e Informática</p>	Documento Diagnóstico de necesidades de comunicación y formación
2	Caracterizar las partes interesadas de las herramientas tecnológicas	<p>Encuestas identificación de necesidades y nivel de madurez tecnológica</p> <p>Entrevistas</p> <p>Mesas de trabajo</p>	<p>Se identifican a los usuarios tanto internos como externos que se verán impactados por la disponibilidad y uso de las herramientas tecnológicas. Se desarrollan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diligenciar la Matriz de Gestión de Interesados - Analizar a la audiencia y el nivel de influencia 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Servidores públicos o contratistas designados de la Oficina de Tecnología e Informática</p> <p>Servidores públicos o contratistas designados de las áreas o procesos misionales</p>	Matriz de interesados
3	Diseñar la estrategia de cultura y apropiación digital	<p>Mesas de trabajo</p> <p>Diagnóstico de necesidades de comunicación y formación</p> <p>Matriz de interesados</p>	<p>Se consolida en este documento la estrategia de cultura y apropiación digital con los planes de comunicación y formación. Se desarrollan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir los objetivos de la estrategia - Diseñar el modelo de la estrategia - Establecer los criterios de la estrategia 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología e Informática</p>	Documento estrategia de cultura y apropiación digital

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
4	Definir el plan de formación de la estrategia de cultura y apropiación digital	Mesas de trabajo para la identificación	<p>Generar y fortalecer en los grupos de interés las competencias generales y específicas de TI, que permitan convertir la tecnología en habilitador de la estrategia de la institución. Se desarrollan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir el catálogo de formación - Diseñar el cronograma - Establecer los materiales de transferencia de conocimiento - Diseñar los indicadores y encuestas de percepción y conocimiento 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología e Informática</p> <p>Líderes de áreas, misionales</p>	<p>Documento del Plan de formación integrado al documento de la Estrategia de Cultura y Apropiación Digital</p>
5	Definir el Plan de comunicación de la estrategia de cultura y apropiación digital	Mesas de trabajo para la identificación	<p>Establecer las acciones para informar, educar, motivar y persuadir a los interesados a nivel interno y externo sobre la importancia de la estrategia y los beneficios de la adopción de las tecnologías de la información en la entidad. Se desarrollan las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definir los temas, objetivos, audiencia, canales y mensajes clave - Definir el cronograma de comunicación - Diseñar los indicadores 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología e Informática</p> <p>Líderes de áreas, misionales</p>	<p>Documento del Plan de comunicación integrado al documento de la Estrategia de Cultura y Apropiación Digital</p>

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
6	Implementar los planes de formación y comunicación de la estrategia de cultura y apropiación digital	Plan de Formación Plan de Comunicación	<p>Se implementan los planes de formación y comunicación a partir del desarrollo de las siguientes actividades:</p> <p>Formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producir los materiales para la transferencia de conocimiento - Gestionar la logística para la convocatoria de las formaciones - Ejecutar las jornadas de formación - Implementar la encuesta de percepción y conocimiento - Analizar los resultados de la encuesta <p>Comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar los contenidos de comunicación, diligenciar el Brief y gestión ante OSCAE - Articular junto con las áreas el desarrollo de actividades de participación y divulgación ante los públicos de interés 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología de Informática</p> <p>Líderes de área, misionales</p>	<p>Memorias de capacitación y evidencias de divulgación y participación: presentaciones, manuales de usuario o instructivos, videotutoriales, grabaciones, informe de las acciones de formación y comunicación</p>
7	Generar los informes de seguimiento y monitoreo al uso y apropiación de las herramientas de TI	Estadística y resultados de implementación de encuestas y reportes de base de datos	<p>Se deben desarrollar las actividades y prácticas planeadas y realizar el monitoreo constante de la ejecución y el impacto logrado en términos de comunicación, comprensión y conocimiento para retroalimentar la estrategia y desarrollar acciones de mejora. Se desarrolla la siguiente actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear el informe de resultados. 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología de Informática</p>	Informe de resultados

No.	ETAPAS	ENTRADAS	DESCRIPCIÓN DE LA ETAPA	RESPONSABLE	SALIDAS
8	Actualizar la estrategia de cultura y apropiación digital y/o de los planes de comunicación y formación	Informes de resultados de la implementación de la estrategia de cultura y apropiación digital	<p>Se actualiza la estrategia y/o los planes de comunicación y formación de acuerdo con las nuevas necesidades que se evidencian durante la vigencia y de los resultados obtenidos durante la etapa 6 relacionada con la implementación. Se desarrolla la siguiente actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar mesas de trabajo para concertar los nuevos temas de formación y comunicación, así como la producción de materiales para la transferencia de conocimiento. 	<p>Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital</p> <p>Líderes Oficina de Tecnología de Informática</p> <p>Líderes misionales</p>	Documento de la estrategia de cultura y apropiación digital actualizado

7 DESCRIPCIÓN DE ETAPAS Y ACTIVIDADES

7.1 ETAPA 1: IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, ASÍ COMO EL NIVEL DE MADUREZ TECNOLÓGICA DE LA ENTIDAD

7.1.1 Realizar Mesas de trabajo para conocer las necesidades de formación y entrenamiento

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital lleva a cabo las mesas de trabajo (virtual Teams o presencial) con la participación de los líderes de la Oficina de Tecnología e Informática para identificar las herramientas de tecnologías de la información, así como los temas de Gobierno Digital que son objeto de capacitación y divulgación durante la vigencia; de igual manera, se identifican las necesidades de producción de materiales para la transferencia de conocimiento con el fin de que este material sea facilitado a la audiencia y puedan conocer cómo hacer uso de las herramientas tecnológicas dispuestas por la entidad.

Por otra parte, cuando se presente la necesidad, tanto la Mesa de Servicios como los líderes de la OTI deben solicitar e informar mediante correo electrónico al líder de Cultura y Apropiación Digital, sobre nuevas acciones de formación y comunicación, como ejemplo las relacionados con: publicación de datos abiertos, eventualidades en seguridad de la información, correctivos o mejoras a herramientas tecnológicas, entre otros.

7.1.2 Aplicar una encuesta para la identificación del nivel de madurez tecnológica de la entidad, así como necesidades de formación

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital diseña e implementa una encuesta que tiene como propósitos los siguientes: i) identificar el nivel de madurez tecnológica de la entidad y, ii) Identificar las necesidades de formación de las herramientas tecnológicas y temas de Gobierno Digital; esta encuesta se aplica una vez año al inicio de la vigencia. La encuesta se diseña e implementa a través de la herramienta FORMS de Office 365.

La encuesta es revisada por los líderes de la Oficina de Tecnología e Informática y es gestionada para que en coordinación con el Grupo de Trabajo de Desarrollo Humano se invite a los funcionarios de la SIC a diligenciarla a través de la herramienta FORMS.

7.1.3 Analizar los resultados derivados de las mesas de trabajo y de la aplicación de la encuesta

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital realiza un análisis de los resultados obtenidos en las mesas de trabajo, la revisión del Plan de acción de la OTI y la aplicación de la encuesta, información que quedará consignada en un documento Diagnóstico. Esta información es socializada al interior de la OTI y a las demás áreas de la SIC.

Cabe destacar que esta información es base para diseñar o actualizar la estrategia de cultura y apropiación digital que integra los planes de formación y comunicación.

7.2 ETAPA 2: CARACTERIZAR LAS PARTES INTERESADAS DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

7.2.1 Diligenciar la Matriz de Gestión de Interesados

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital a través de las mesas de trabajo o la aplicación de encuesta, identifica cuál es el público objetivo a quienes se dirigen las acciones de uso y apropiación en tecnologías de la información. Esta información se consolida en el formato DE04-F27 Matriz de Gestión de Interesados que contiene la caracterización donde se clasifica y prioriza los grupos de interés involucrados e impactados por la implantación de proyectos y herramientas de TI. La actualización de esta matriz se realiza una vez al año y depende de las necesidades evidenciadas durante la Etapa 6 de implementación de la estrategia de cultura y apropiación digital, así como la encuesta implementada al inicio y/o al final de la vigencia.

El formato DE04-F27, consolida la siguiente información: Grupo de interés, descripción del grupo de interés, objetivo del cambio, rol de involucramiento (patrocinador, agente de cambio, impactado o multiplicador) Nivel de influencia.

El formato es un anexo al documento de la Estrategia de Cultura y Apropiación Digital.

7.2.2 Analizar a la audiencia y el nivel de influencia

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital teniendo en cuenta la actividad 7.2.1, lleva a cabo el análisis de los interesados e impactados por la implementación de proyectos y herramientas tecnológicas en TI y su nivel de influencia con el fin de determinar las acciones a tener en cuenta para el diseño e implementación de la estrategia de cultura y apropiación digital. Este análisis se consigna en el documento de la estrategia de cultura y apropiación digital.

7.3 ETAPA 3: DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL

7.3.1 Definir los objetivos de la estrategia

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital define los objetivos de la estrategia de cultura y apropiación digital teniendo en cuenta los interesados y las necesidades de formación y comunicación. Esta información se consigna en el documento de estrategia el cual debe ser socializado ante las diferentes áreas de la entidad a través de correo electrónico o piezas de comunicación.

7.3.2 Diseñar el modelo de la estrategia

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital diseña el modelo de la estrategia de cultura y apropiación digital siendo la base para la implementación de las acciones de comunicación, formación y mejora continua.

Esta información se consigna en el documento de estrategia el cual debe ser socializado ante las diferentes áreas de la entidad a través de correo electrónico o piezas de comunicación.

7.3.3 Establecer los criterios de la estrategia

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital establece los criterios de la estrategia de cultura y apropiación digital siendo la base sobre la cual

se definirán las actividades de formación y comunicación, así como el seguimiento y la aplicación de indicadores. Esta información se consigna en el documento de estrategia el cual debe ser socializado ante las diferentes áreas de la entidad a través de correo electrónico o piezas de comunicación.

7.4 ETAPA 4 DEFINIR EL PLAN DE FORMACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL

7.4.1 Definir el catálogo de formación

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital teniendo en cuenta las Etapas 1 y 2, define en coordinación con los líderes de la OTI el catálogo de entrenamiento de las herramientas y proyectos de TI priorizados por la Oficina de Tecnología e Informática a través del Plan de Acción. Esta información se consigna en el documento de estrategia la cual debe ser socializada por correo electrónico o en la IntraSIC ante las diferentes áreas de la entidad.

Por otra parte, a través del catálogo de entrenamiento se definirá la metodología de formación, es decir si determinada formación se realiza de manera teórico – práctico, duración de la jornada e instrumentos de implementar (presentación, videos), modalidad (virtual, presencial), y las competencias adquirirá el usuario con la formación.

Cabe destacar que la definición de las necesidades de formación se desarrolla en coordinación con los líderes de la Oficina de Tecnología e Informática y se articula con el Grupo de Trabajo de Desarrollo de Talento Humano para que sea incluido en el Plan Institucional de Capacitación. Adicionalmente para el desarrollo de las capacitaciones se tiene en cuenta las orientaciones del documento GT02-P06 Procedimiento de Capacitación.

7.4.2 Diseñar el cronograma

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital diseña el cronograma de las formaciones de TI en coordinación con los líderes de la Oficina de Tecnología e Informática y se articula junto con el Grupo de Trabajo de Desarrollo de Talento Humano para que sea incluido en el Plan Institucional de Capacitación. Esta información se consigna en el documento de estrategia la cual debe ser socializada ante las diferentes áreas de la entidad a través de correo electrónico o piezas de comunicación.

7.4.3 Establecer los materiales de transferencia de conocimiento

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación digital a través de las mesas de trabajo con los líderes de la OTI definen los materiales para la transferencia de conocimiento como videotutoriales, manuales de usuarios, instructivos, infografías de las herramientas o proyectos de TI liderados por la OTI en coordinación con las áreas misionales. Esta información se consigna en el documento de estrategia la cual debe ser socializada ante las diferentes áreas de la entidad a través de correo electrónico o piezas de comunicación.

7.4.4 Diseñar los indicadores y encuestas de percepción y conocimiento

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI definen los indicadores del Plan de Formación; de igual manera, se define el formato de implementación de la encuesta de percepción y conocimiento la cual debe ser implementada desde la aplicación FORMS, al final de las jornadas de formación tanto internas como externas.

7.5 ETAPA 5: DEFINIR EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL

7.5.1 Definir los temas, objetivos, audiencia, canales y mensajes clave

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación a través de las mesas de trabajo con los líderes de la OTI y líderes misionales identifica los temas, objetivos y mensajes clave que estarán dirigidos a los interesados o impactados por la implementación de las herramientas tecnológicas.

Se destaca que los mensajes a diseñar tienen un enfoque informativo, educativo, motivacional y persuasivo ante los diferentes grupos de interés relacionados con los beneficios en la adopción de las tecnologías de la información.

Para ello, en su formulación se articulará con los lineamientos del DE04-P06 Procedimiento Arquitectura empresarial y DE04-P07 Procedimiento de estrategia de TI, con el fin de focalizar los esfuerzos de comunicación.

El plan de comunicaciones es fundamental para asegurar que la estrategia de uso y apropiación de TI sea comprendida y adoptada por la entidad, su adecuada implementación permitirá a la Superintendencia de Industria y Comercio:

- Fomentar la adopción y apropiación de las tecnologías de la información por parte de los diferentes grupos de interés de la entidad pública, a través de la difusión de información relevante sobre los beneficios y los avances de los proyectos tecnológicos.

- Garantizar que los diferentes grupos de interés estén informados de manera clara y oportuna sobre las actividades y los cambios relacionados con la estrategia de uso y apropiación de TI, y así reducir la resistencia al cambio y aumentar la colaboración y la participación de estos.
- Mejorar la imagen de la entidad pública, demostrando su compromiso con la innovación y la transformación digital, y la forma en que estas iniciativas contribuyen a mejorar la eficiencia, la transparencia y la calidad de los servicios que presta.
- Facilitar la identificación de oportunidades y de soluciones en la gestión del cambio de la entidad, a través de la retroalimentación y la participación de los diferentes grupos de interés, permitiendo ajustar la estrategia de uso y apropiación de TI y hacerla más efectiva y acorde a las necesidades de la entidad.
- Generar una cultura de comunicación abierta y efectiva en la entidad, lo que contribuirá a mejorar la comunicación interna y la colaboración entre los diferentes equipos de trabajo, permitiendo una gestión más eficiente y eficaz de los proyectos tecnológicos.

Para construir el plan de comunicaciones de la Estrategia de Uso y Apropiación de TI se deben tener en cuenta los siguientes elementos:

- **Objetivos:** Los objetivos de la estrategia de comunicación deben estar alineados con los objetivos de la estrategia de uso y apropiación de TI. Por ejemplo, los objetivos pueden ser aumentar la conciencia sobre la importancia de la tecnología en la entidad, promover el uso de herramientas digitales y mejorar la capacitación en TI.
- **Audiencia:** Identificar la audiencia es importante para diseñar el mensaje adecuado y para elegir los canales adecuados para difundir la información. La audiencia puede incluir empleados, directivos, proveedores, clientes, ciudadanos y otros grupos de interés.
- **Mensaje:** El mensaje debe ser claro, conciso y relevante para la audiencia. El mensaje debe transmitir el valor de la tecnología y cómo puede mejorar la eficiencia y la productividad en la entidad.
- **Canales:** Es importante elegir los canales adecuados para difundir el mensaje. Los canales pueden incluir correo electrónico, redes sociales, intranet (IntraSIC), boletines, carteleras, reuniones y otros medios.

7.5.2 Definir el cronograma de comunicación

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI y define el cronograma de comunicación de las herramientas y proyectos de tecnologías de la información que requieren ser divulgados a través de los medios de comunicación internos y externos. Este cronograma se consigna en el documento de estrategia de Cultura y apropiación digital.

7.5.3 Diseñar los indicadores

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI definen los indicadores del plan de comunicación el cual es integrado en el documento de la estrategia de cultura y apropiación digital.

7.6 ETAPA 6: IMPLEMENTAR LOS PLANES DE FORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL

Formación:

7.6.1 Producir los materiales para la transferencia de conocimiento

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI realizan la producción de los materiales de transferencia de conocimiento, los cuales son un insumo clave para los interesados ya que se orienta sobre cómo hacer uso de las herramientas de TI. En caso de requerirse apoyo del OSCAE para el diseño de la pieza se dirigirá un correo electrónico solicitando la revisión y elaboración gráfica de las piezas, de igual manera se solicitará la publicación de los materiales en la IntraSIC y el Portal Web Institucional de ser necesario.

7.6.2 Gestionar la logística para la convocatoria de las formaciones

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI y los líderes misionales, realiza con 8 días hábiles de antelación las convocatorias para las jornadas de formación, a través de correo electrónico. Estas se podrán desarrollar de manera virtual o presencial.

7.6.3 Ejecutar las jornadas de formación

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI y líderes misionales desarrolla las jornadas de formación,

teniendo los insumos (presentaciones, encuestas, videos) y medios necesarios (internet, auditorio) para la realización de las jornadas. Estas se podrán desarrollar de manera virtual o presencial.

7.6.4 Implementar la encuesta de percepción y conocimiento

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación implementa la encuesta de percepción y conocimiento al final de las jornadas de formación con el fin de identificar la percepción frente a la metodología y claridad de los temas socializados, el uso de la herramienta tecnológica, y el conocimiento adquirido. Esta encuesta se diseña y se registra a través de la herramienta FORMS.

7.6.5 Analizar los resultados de la encuesta

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación con base en los resultados de las encuestas, identifica el nivel de percepción de los usuarios frente al tema objeto de la capacitación, destacando dificultades, lecciones aprendidas y oportunidades de mejora. Esta información se consolida a través del informe bimensual de formación.

Comunicación:

7.6.6 Diseñar los contenidos de comunicación, diligenciar el Brief y gestión ante OSCAE

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación con base en las etapas anteriores, diseñará los contenidos (mensajes) de comunicación y diligencia el Brief para la gestión vía correo electrónico o mesa de trabajo con la OSCAE para la revisión, diseño gráfico y publicación de piezas a través de los medios de comunicación tanto internos como externos. La OSCAE realizará la revisión y en caso de presentarse ajustes solicitará vía correo electrónico al líder en cultura y apropiación digital los ajustes correspondientes. El líder de cultura en coordinación con los líderes OTI revisarán y aprobarán los cambios para ser remitido nuevamente a la OSCAE quien realizará el diseño gráfico y la publicación de las piezas teniendo en cuenta los tiempos establecidos en el cronograma del plan de comunicación.

7.6.7 Articular junto con las áreas el desarrollo de actividades de participación y divulgación ante los públicos de interés

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación en coordinación con los líderes de la OTI, líderes misionales y OSCAE, a través de reuniones virtuales o

presenciales, definen el plan de trabajo para llevar a cabo las jornadas de participación y divulgación ante los públicos de interés, destacando el propósito de la jornada, la metodología, el medio de realización en vivo (Facebook, Youtube, Teams), así como el desarrollo de las convocatorias al público al cual se dirige la socialización. Al final se implementa una encuesta a través de FORMS con el fin de identificar la percepción del usuario frente a los contenidos y satisfacción de la jornada.

7.7 ETAPA 7: GENERAR LOS INFORMES DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO AL USO Y APROPIACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE TI

7.7.1 Crear el informe de resultados.

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación consolida de manera trimestral en el informe, los resultados obtenidos de las acciones de formación y comunicación en tecnologías de la información. Este informe es acumulativo y debe integrar la siguiente información: lecciones aprendidas, recomendaciones, logros, avances, dificultades, resultados de las encuestas de percepción y conocimiento. Asimismo, sobre los indicadores al uso y apropiación que dan cuenta del cumplimiento en la implementación de las acciones de formación y comunicación, sobre el nivel de percepción frente al uso de las herramientas tecnológicas y nivel de participación.

Por otra parte, se reporta sobre la estadística generada en la base de datos frente al nivel de uso de las herramientas tecnológicas; en tal sentido, el Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación solicita mensualmente y por correo electrónico al líder de la OTI el reporte de uso de las herramientas de TI con el fin de identificar si estas aplicaciones o herramientas están siendo utilizadas y así determinar nuevas necesidades de formación y divulgación.

Esta información queda consignada en el informe trimestral el cual es socializado ante los líderes de la OTI.

7.8 ETAPA 8: ACTUALIZAR LA ESTRATEGIA DE CULTURA Y APROPIACIÓN DIGITAL Y/O DE LOS PLANES DE COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN

7.8.1 Realizar mesas de trabajo para concertar los nuevos temas de formación y comunicación, así como la producción de materiales para la transferencia de conocimiento.

El Servidor público o contratista líder en Cultura y apropiación con base en los informes y resultados obtenidos con la ejecución de las actividades de formación y

comunicación, así como de nuevas necesidades identificadas, realiza la actualización de la estrategia de cultura y apropiación digital con los respectivos planes de trabajo, teniendo en cuenta que la estrategia y los planes no son estáticos y requieren ser actualización al inicio o al final de la vigencia.

8 DOCUMENTOS RELACIONADOS

SC01-M01 Manual del Sistema Integral de Gestión Institucional – SIGI
SC01-P05 Procedimiento de gestión del cambio en el Sistema Integral de Gestión
GS03-P03 Ciclo de Vida de construcción de software
DE04-P06 Procedimiento Arquitectura empresarial
DE04-P07 Procedimiento de estrategia de TI
GT02-P06 Procedimiento de Capacitación
CS03-F04 Formato Brief campaña y piezas
DE04-F27 Matriz de Gestión de Interesados

8.1 DOCUMENTOS EXTERNOS

MAE.G.UA – Uso y Apropiación de la práctica de la AE

9 RESUMEN CAMBIOS RESPECTO A LA ANTERIOR VERSIÓN

Primera versión del documento

Fin documento