

INFORME CAMPAÑA SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO “ MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO” 2025-1

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 **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO “ MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO”**, correspondiente al primer periodo 2025-1

OBJETIVO: Fomentar un espacio de reconocimiento dentro del servicio público donde se exhiban y visibilicen acciones ejemplares de integridad, promoviendo una cultura organizacional basada en la ética, la transparencia y el compromiso con el bien común.

Desarrollo de la actividad: Desde el proceso de Gestión y Desarrollo del Talento Humano se llevó a cabo la **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO “ MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO”**, el día 3 de abril de 2025. Esta campaña se realizó de manera itinerante en las diferentes sedes de la institución: La Encarnación, Bicentenario, Casa Obando, sede de posgrados y sede administrativa, visitando directamente los puestos de trabajo.

La actividad estuvo dirigida a todos los servidores públicos de la entidad, implementando estrategias didácticas y tips prácticos para facilitar la interiorización y de la campaña muro del orgullo denominada “Mural de Superheroes”, tanto en el ámbito laboral como personal. Se utilizó un enfoque psicopedagógico y vivencial, con el fin de promover una comprensión significativa y fomentar conductas éticas en el día a día.

Desarrollo de la actividad:

- 1 paso: Desde proceso de gestión y desarrollo del talento humano para promover el bienestar social laboral traemos la campaña sobre muro del orgullo.
2. Paso se le explica en que consiste el muro del orgullo y que se está trabajando una semana de la integridad por consiguiente la actividad que venimos a realizar el día de hoy es el muro del orgullo.
3. Se menciona los valores trabajados en el código de la integridad que son: Respeto, Honestidad, justicia, Diligencia, respeto por el otro.

Actividad

Este mural es una forma creativa y motivadora de reconocer las fortalezas y talentos de los servidores públicos destacando sus habilidades como si fueran un superhéroe.

Paso 1: Antes de empezar la actividad se les dirá "todos los días realizamos un trabajo importante y a veces no nos damos cuenta de que somos verdaderos superhéroes. Cada uno de nosotros tiene un talento especial, un 'superpoder' que nos hace únicos en nuestro equipo. Hoy vamos a reconocerlo de una manera especial."

Paso 2: Personalización de los Superhéroes

Cada participante elige una figura de superhéroe y le escribe su nombre o alias de superhéroe (ejemplo: "Súper Gestor", "Capitana Solución", "El Rayo Trámite").

Paso 3: luego, pegan su personaje en el mural y agregan su superpoder.

Se realizarán frases inspiradoras de superhéroes adaptadas al servidor público con las que se podrán tomar fotos ya que estarán personalizadas.

Un gran poder conlleva una gran responsabilidad." – (Spiderman)

◇ "Servir a los demás es nuestro gran poder, y hacerlo con vocación es nuestra responsabilidad."

💡 "No importa lo que eres por dentro, sino lo que haces." – (Batman Begins)

◇ "El verdadero valor de un servidor público no está en su puesto, sino en el impacto que genera en la comunidad."

⚡ "La velocidad no lo es todo, la actitud sí." – (Flash)

◇ "No se trata solo de resolver trámites rápido, sino de hacerlo con empatía y compromiso."

🛡️ "Yo puedo hacer esto todo el día." – (Capitán América)

◇ "La vocación de servicio no tiene horarios, siempre estamos listos para ayudar."

★ "No somos perfectos, pero nuestros ideales lo pueden ser." – (Superman)

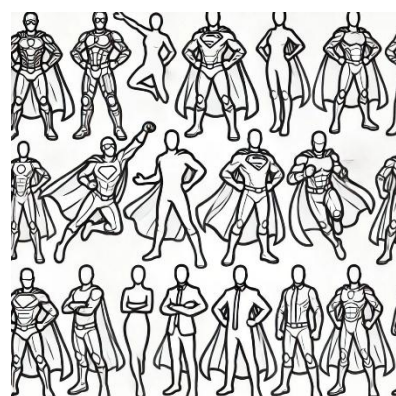
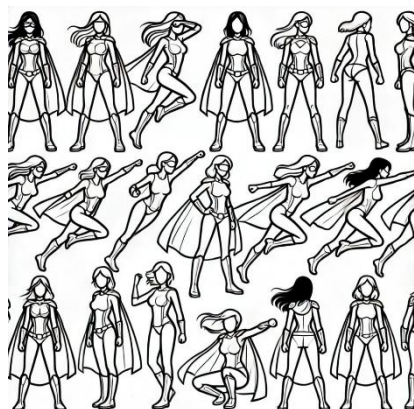
◇ "Los servidores públicos no somos infalibles, pero nuestro compromiso con la sociedad debe serlo."

💧 "Ser héroe no significa ser invencible, significa estar dispuesto a hacer el bien."
– (Supergirl)

◊ "Un servidor público no necesita capa, solo la voluntad de marcar la diferencia."

"El verdadero héroe no es el que tiene poderes, sino el que usa lo que tiene para ayudar a los demás." – (Iron Man)

◊ "Nuestro poder está en nuestra vocación y en la pasión por servir."



Resultados: Durante el desarrolló de la **SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO “ MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO”**, se contó con la participación de **25 participantes**, en donde se observó y percibió durante la capacitación receptividad, participación.

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

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	CARGO	NO.PARTICIPANTES
CAMPAÑA MURO DEL ORGULLO “MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO	CONTRATISTAS	11
	DOCENTES	2
	FUNCIONARIOS	10
	EXTERNOS	1
	ESTUDIANTE	1
TOTAL, PARTICIPANTES	25	

Fuente: Elaboración propia

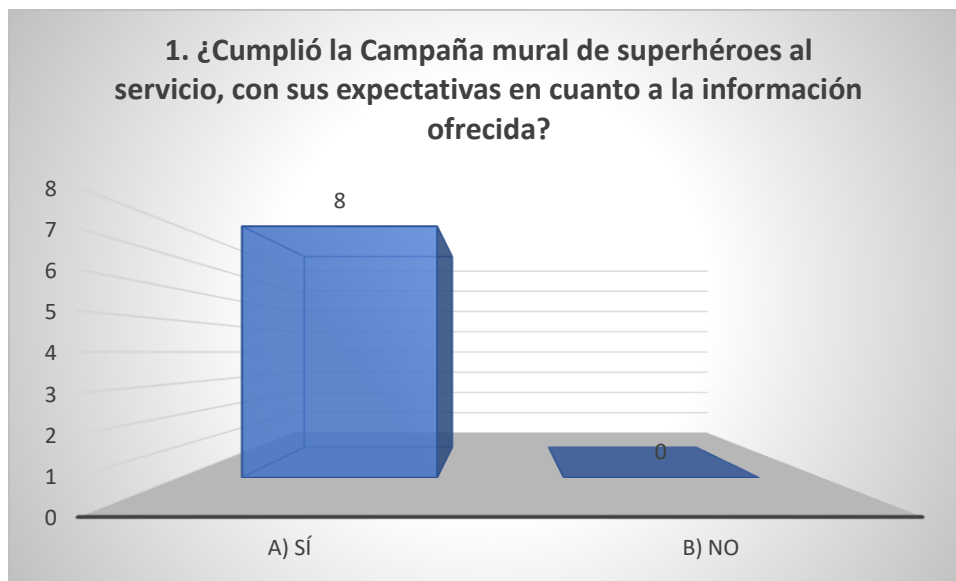
Impacto: La campaña "Semana de la Integridad – Muro del Orgullo: Mural de Superhéroes del Servicio" generó un impacto positivo en la comunidad institucional, al fortalecer el sentido de pertenencia, el reconocimiento de los valores públicos y el compromiso con el servicio. A través de una estrategia visual y emocionalmente significativa, se promovió la reflexión sobre la responsabilidad individual y colectiva, destacando la labor de los servidores como ejemplos de integridad y compromiso. La campaña permitió que los participantes se sintieran valorados, motivados y orgullosos de su rol en la entidad, logrando una conexión efectiva entre el mensaje institucional y la práctica cotidiana del servicio público.

Plan de Mejora: No aplica.

Evaluación: Se detalla a continuación la encuesta de satisfacción de la campaña SEMANA DE LA INTEGRIDAD MURO DEL ORGULLO “ MURAL DE SUPERHEROES DEL SERVICIO”, que se le aplico a una muestra aleatoriamente simple de 8 participantes:

A) 1. ¿Cumplió la Campaña mural de superhéroes al servicio, con sus expectativas en cuanto a la información ofrecida?

Si_____ B) No_____



Grafica 1. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo con los resultados de la encuesta de la pregunta 1, el 32% de los funcionarios, entre administrativos, docentes, estudiantes, funcionarios y contratistas, participaron en la Campaña mural de superhéroes al servicio. Se aplicó una encuesta aleatoria y simple, en la que el 100% de los encuestados afirmó que la campaña cumplió con sus expectativas. Los participantes destacaron que la metodología y el enfoque brindado es pertinente y acorde a lo que se venía trabajando ya que era la semana de la integridad y lograron autoevaluarse o de recordar la importancia de ese valor y el reconocer con que valor se identifican y el compromiso con la institución.

1. ¿Consideras que la Campaña mural de superhéroes al servicio le brindo herramientas útiles?
- A) Si_____ B) No_____



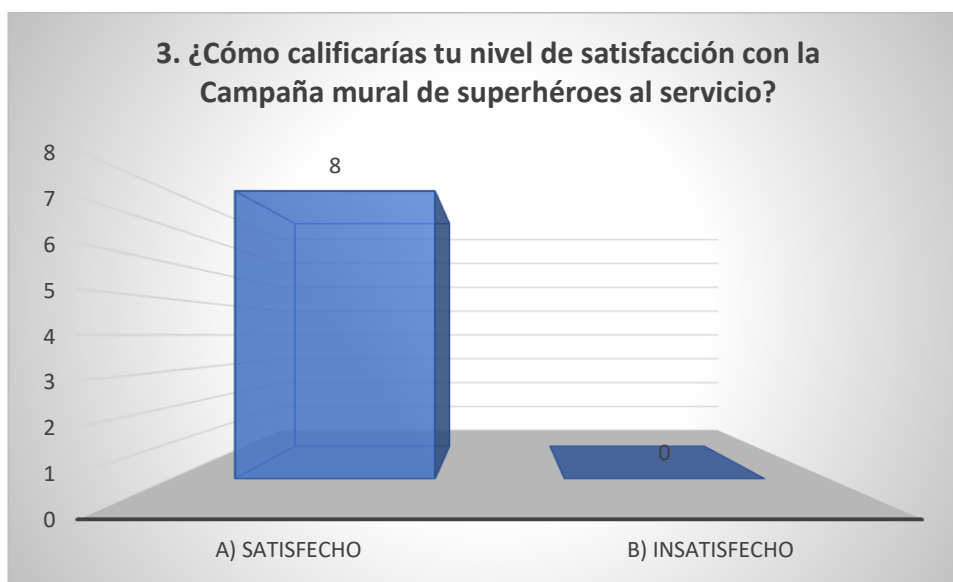
Grafica 2. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

En relación con la pregunta 2, se evidencia que el 100% de los encuestados — quienes representaron al 32% de los funcionarios participantes— consideraron que la campaña proporcionó información pertinente y les recordó el orgullo que implica trabajar en una entidad pública. Además, reconocieron el valor de

identificar y poner en práctica los principios que cada servidor posee, generando así un impacto positivo. La campaña fue percibida como un mensaje significativo que, desde lo personal, les permitió apropiarse de un valor institucional y aplicarlo en su vida laboral cotidiana. Asimismo, se destacó la posibilidad de que estos actos sean un ejemplo para otras entidades y que se puedan generar reconocimientos tanto individuales como colectivos dentro de la institución.

2. ¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con la Campaña mural de superhéroes al servicio?

A) Si _____ B) No _____



Grafica 3. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

Según los resultados obtenidos en la pregunta 3, el 100% de los participantes se mostró satisfecho con las herramientas, la información, las técnicas y las actividades desarrolladas durante el evento. Los encuestados señalaron que la experiencia fue muy satisfactoria, ya que les permitió reflexionar sobre la responsabilidad que tienen con la institución y la importancia de apropiarse del valor trabajado para aplicarlo en los distintos escenarios de su vida laboral.

Evidencias fotográficas:



INFORME CAMPAÑA SEMANA DE LA INTEGRIDAD “ LA VACUNA DEL CÓDIGO DE INTEGRIDAD” 2025-1

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 **SEMANA DE LA INTEGRIDAD “ LA VACUNA DEL CÓDIGO DE INTEGRIDAD”**, correspondiente al primer periodo 2025-1

OBJETIVO Fortalecer el código de la integridad para crear una cultura donde las personas actúen con respeto mutuo y la eficacia de la institución.

Desarrollo de la actividad: Desde el proceso de Gestión y Desarrollo del Talento Humano se llevó a cabo la Semana de la Integridad: “La Vacuna del Código de Integridad”, el día 1 de abril de 2025. Esta campaña se realizó de manera itinerante en las diferentes sedes de la institución: La Encarnación, Bicentenario, Casa Obando, sede de posgrados y sede administrativa, visitando directamente los puestos de trabajo.

La actividad estuvo dirigida a todos los servidores públicos de la entidad, implementando estrategias didácticas y tips prácticos para facilitar la interiorización y aplicación del Código de Integridad, tanto en el ámbito laboral como personal. Se utilizó un enfoque psicopedagógico y vivencial, con el fin de promover una comprensión significativa y fomentar conductas éticas en el día a día.

Desarrollo de la actividad:

Recordar a los funcionarios sobre la importancia de los valores del servidor publico para el ejercicio de sus actividades contractuales en la institución:

Valores del servidor publico

Respeto: Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

Honestidad: Actúo siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

Compromiso: Soy consciente de la importancia de mi rol como servidor público y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.

Justicia: Actúo con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

Diligencia: Cumpló con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

Valores PEI:

- Trabajo en equipo:
- Equidad
- Servicio
- Transparencia
- Lealtad

Actividad

La integrilina, la vacuna oficial de la integridad que reforzará los valores en los servidores públicos es una forma divertida e inusual de comunicar la necesidad de reforzar los valores en el servicio público.

La persona encargada de poner la vacuna debe decir las siguientes palabras a su paciente:

- Buenos días/tardes, esta es la vacuna de la integrilina. Con ella queremos reforzar los valores en los servidores públicos para combatir el virus de la "nointegribiosis".
- Una vez vacunado el servidor, recibirá el certificado de vacunación. Lo debe firmar y llevárselo como recuerdo de la actividad.



Resultados: Durante el desarrolló de la **SEMANA DE LA INTEGRIDAD “ LA VACUNA DE LA INTEGRIDAD”**, se contó con la participación de **42 participantes**, en donde se observó y percibió durante la capacitación receptividad, participación.

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

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	CARGO	NO. PARTICIPANTES
CAMPAÑA “ LA VACUNA DEL CÓDIGO DE INTEGRIDAD”	CONTRATISTAS	11
	DOCENTES	6
	FUNCIONARIOS	19
	EXTERNOS	3
	ESTUDIANTE	3
TOTAL, PARTICIPANTES	42	

Fuente: Elaboración propia

Impacto: La campaña “La Vacuna del Código de Integridad” generó un impacto positivo, transformador y alineado con los objetivos institucionales de fortalecimiento de la cultura ética, ya que:

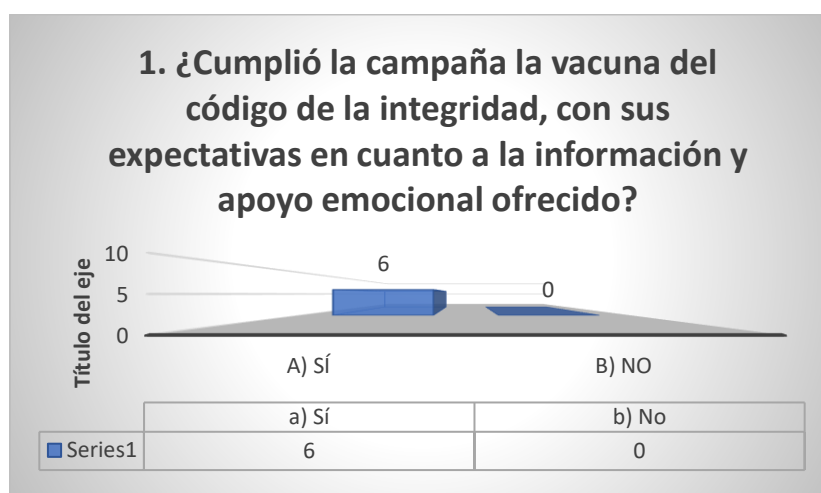
- Promovió la reflexión sobre el comportamiento ético.
- Generó herramientas claras y útiles para los funcionarios.
- Brindó un espacio de acompañamiento emocional y motivación laboral.
- Fue bien recibida y valorada por los participantes.

Plan de Mejora: No aplica.

Evaluación: Se detalla a continuación la encuesta de satisfacción de la campaña **SEMANA DE LA INTEGRIDAD “ LA VACUNA DE LA INTEGRIDAD”** que se le aplico a una muestra aleatoriamente simple de 6 participantes:

1. ¿Cumplió la campaña la vacuna del código de la integridad, con sus expectativas en cuanto a la información y apoyo emocional ofrecido?

Si_____ No_____

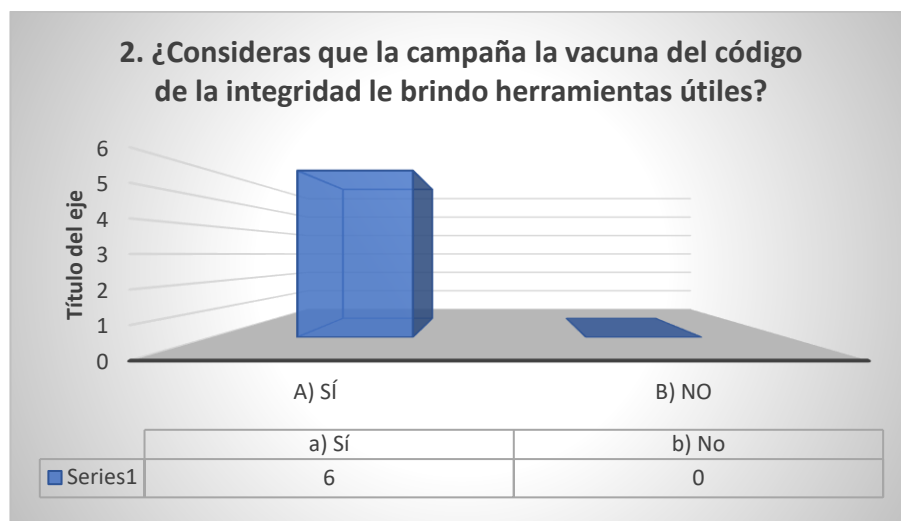


Grafica 1. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo con los resultados de la encuesta de la pregunta 1, Los resultados reflejan una satisfacción del 100% por parte de los participantes frente a la campaña. Todos los encuestados consideraron que la actividad cumplió con sus expectativas tanto en la calidad de la información proporcionada como en el apoyo emocional brindado. Esto sugiere que la estrategia utilizada fue efectiva y pertinente, logrando no solo transmitir el contenido del Código de Integridad, sino también conectar con las emociones y necesidades del personal. La participación activa y la aceptación total indican que este tipo de campañas tienen un impacto positivo y son bien recibidas dentro del entorno institucional.

2. ¿Consideras que la campaña la vacuna del código de la integridad le brindo herramientas útiles?

Si _____ No _____

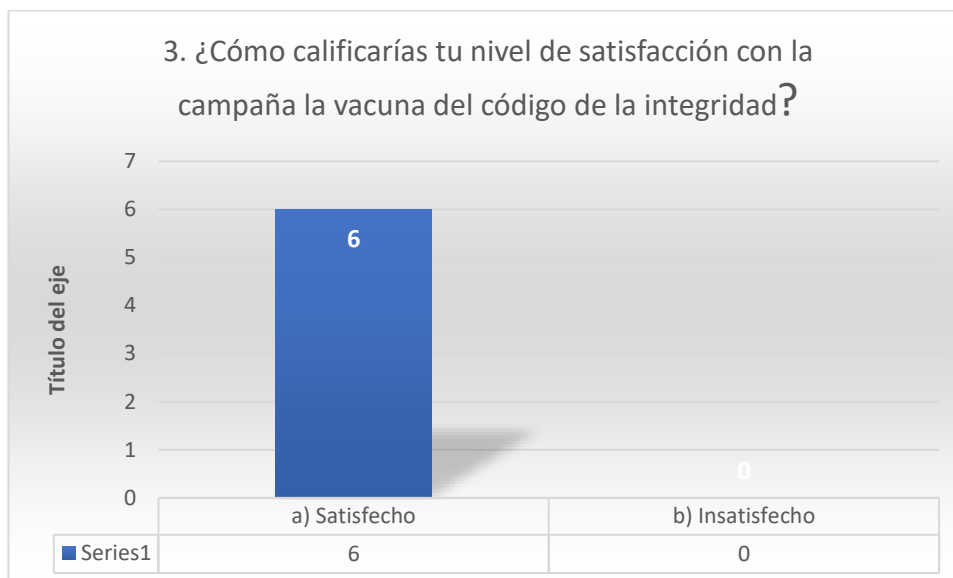


Grafica 2. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo al (Grafico 2), se puede apreciar Los resultados reflejan que el 100% de los participantes consideraron que la campaña les proporcionó herramientas útiles para aplicar en su entorno laboral y/o personal. Esto demuestra que la actividad no solo fue bien recibida, sino que logró impactar de forma práctica, facilitando la comprensión y apropiación de los valores del Código de Integridad. La percepción positiva en torno a la utilidad de los contenidos indica que la estrategia pedagógica utilizada fue acertada, concreta y aplicable, logrando conectar con las necesidades reales de los servidores públicos. Además, fortalece la imagen institucional como promotora del bienestar, la ética y el crecimiento personal dentro del ambiente laboral.

3. ¿Cómo calificarías tu nivel de satisfacción con la campaña la vacuna del código de la integridad?

Si _____ No _____



Grafica 3. Fuente: Elaboración propia – Encuesta de satisfacción

De acuerdo al (Grafico 3), se puede apreciar Los resultados reflejan que el 100% de los participantes expresaron estar satisfechos con la campaña, lo cual refleja un alto nivel de aceptación y valoración positiva de la actividad. Este resultado evidencia que la iniciativa fue percibida como relevante, pertinente y efectiva en cuanto a su propósito de fomentar el Código de Integridad de manera significativa y cercana. El nivel de satisfacción reportado también puede interpretarse como un indicador de que los contenidos, la metodología y las estrategias utilizadas durante la campaña lograron conectar emocional y profesionalmente con los servidores públicos. Esto refuerza la importancia de implementar campañas con un enfoque psicopedagógico y participativo en los entornos institucionales.

Evidencias fotográficas:

