

**Plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional en el Instituto de Deportes
y Recreación INDERE del Municipio de La Estrella.**

Liseth Gaviria Muñetón

Informe de práctica para optar por el título de Comunicadora y Periodista

Asesora:

Lina Acosta

Magister en Educación y Desarrollo Humano.

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas – Antioquia

2014

Contenido

Resumen.....	8
Objetivos del Trabajo de Práctica	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos:.....	10
Justificaciones.....	12
Impacto Científico y Tecnológico.....	12
Impacto Social y Económico	14
Marco Teórico.....	15
Conceptualización de Comunicación.....	15
Conceptualización de Comunicación Organizacional	16
Barreras y fallas en la comunicación organizacional.....	18
Falta o ausencia de planeación.....	18
Supuestos o hechos confusos	18
Barreras de contexto internacional.....	19
Información con escucha limitada y la evaluación anticipada de la misma	19
Desconfianza o temores en la comunicación	19
Exceso de información.....	20
Conceptualización de Comunicación Interna.....	20
Breve checklist de Comunicación Interna	21
Comunicación externa.....	21
Conceptualización Cultura Organizacional.....	22
Plan de Comunicaciones	24
Pasos para la elaboración del Plan de Comunicación Interna.....	24
Auditoría	25
Diseño del Plan de Comunicación Interna.....	26
Descripción del Contexto: Instituto de Deportes y Recreación Indere.....	28
Reseña Histórica	28
Misión	29
Visión	29
Objetivos Institucionales.....	29
Objetivo General	29
Objetivos Específicos.....	29

Portafolio de Servicios	31
Actividades Pre-Deportivas	31
Madres Gestantes:	31
Estimulación temprana:.....	31
Enriquecimiento Motriz:	31
Habilidades Motrices Básicas y Destrezas Acuáticas:.....	31
Discapacidad y Deporte	31
Deporte.....	32
Deportes de Conjunto:	32
Deportes Individuales:	32
Rotación Pre Deportiva.....	32
Iniciación Deportiva:.....	32
Formación Deportiva:	32
Especialización Deportiva:.....	32
Perfeccionamiento Deportivo:	32
Programas Especiales.....	33
Fisioterapia.....	33
Psicología	33
A. Competitiva:	33
B. Empresarial:.....	33
C. Individual y/o Familiar:.....	34
Nutrición	34
Medicina Alternativa.....	34
Bienestar Empresarial y Social	35
Salud Ocupacional y Pausas Activas	35
Caminatas Ecológicas	35
Salidas y Paseos	36
Torneos Recreativos Empresariales	36
Brigadas Recreativas.....	36
Festivales Lúdicos.....	36
Deporte Social Comunitario.....	37
Bienestar Integral	37
Conferencias:	37
Talleres:.....	37
Capacitaciones:	38
Cursos:	38
Asesorías:	38
Alquiler de Escenarios	38
Montaje de Eventos.....	39
Marketing y Comunicaciones	39

Estructura Administrativa	40
Gerente Instituto de Deportes y Recreación, Indere.	41
Metodología	42
Propuesta del Plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional	47
Unidad de Comunicaciones para el Instituto de Deportes y Recreación, Indere.	47
Nombre:	47
Recurso Humano.....	48
Asesor de Comunicación Externo:.....	48
Funciones:	48
Comunicador:.....	48
Practicante:	49
Funciones:	49
Presupuesto anual proyectado	50
Asesor Externo:.....	50
Comunicador	50
Practicante:.....	50
Recursos materiales.....	50
Estrategias y Tácticas.....	52
A. Estrategia:.....	52
Tácticas:	52
B. Estrategias:	52
Tácticas:	53
C. Estrategia	53
Tácticas:	53
D. Estrategias:	54
Tácticas:	54
Recomendaciones	55
Conclusiones	56
Bibliografía	57
Lista de Apéndice	59

Lista de Ilustración

Ilustración 3 Estimulación Temprana	31
Ilustración 2 Madres Gestantes	31
Ilustración 1 Enriquecimiento Motriz	31
Ilustración 4 Deporte de Conjunto	32
Ilustración 5 Deporte Individual	32
Ilustración 6 Premios Obtenidos en los Deportes	32
Ilustración 7 Fisioterapia.....	33
Ilustración 8 Psicología	33
Ilustración 9 Caminatas.....	35
Ilustración 10 Salud Ocupacional	35
Ilustración 11 Torneo Recreativo Empresarial	35
Ilustración 12 Cursos	37
Ilustración 13 conferencias	37
Ilustración 14 Talleres.....	37
Ilustración 17 Alquiler Placas Polideportivas.....	38
Ilustración 15 Alquiler Coliseo Cubierto	38
Ilustración 16 Alquiler Piscina.....	38
Ilustración 19 Magnos Eventos.....	39
Ilustración 20 Torneos	39
Ilustración 18 Recreando Familias.....	39
Ilustración 22 Eventos.....	39
Ilustración 23 Medios de Comunicación	39
Ilustración 21 Publicidad en Eventos.....	39
Ilustración 24 Organigrama Indere	40
Ilustración 25 Gerente Indere.....	41
Ilustración 26 Organigrama Departamento de Comunicaciones	47

Lista de Tablas

Tabla 1.....	43
Tabla 2.....	44
Tabla 3.....	45

Lista de Apéndices

Apéndice A Publicidad eventos	57
Apéndice B Publicaciones	61

Resumen

La experiencia laboral acompañada de la teoría de la universidad, es un excelente comienzo en el mercado laboral ya que permite generar bases concretas y específicas a la hora de realizar un Plan. El Instituto de Deportes y Recreación, INDERE, permite que la práctica sea un lugar donde se aprende, se foguea, conoce, vive y siente el periodismo y la comunicación de una manera más cercana, al lado de grandes periodistas como Jarvi Augusto Escobar, Carlos Alberto Londoño, John Jaime Osorio, Carlos Mario Arboleda, Víctor Manuel Velásquez, entre otros, quienes como asesores externos de la entidad, influyó positivamente en mi práctica ya que se aportó indudablemente en mi proceso respecto al trato con los medios y el público en general. Igualmente el Gerente del Instituto es un líder que educa, corrige cada paso que se da y hace que el aprendiz ejecute un proceso de excelencia y disciplina durante su práctica.

Palabras claves: Comunicación Organizacional, Comunicación Interna, Cultura Organizacional. INDERE.

Para el INDERE es fundamental mantener informados a los medios y comunidad en general sobre los diferentes eventos que se realizan en el municipio de La Estrella. Por esto la clave y el resultado de estos certámenes es una comunicación estratégica, la cual se da por medio de piezas publicitarias, emisora virtual, publicaciones en redes sociales y página web, fortaleciendo así la imagen y dando un reconocimiento positivo al Instituto.

El INDERE, es un Instituto de Deporte y Recreación. Gracias a la gestión deportiva del Gerente, se ha logrado posicionar como uno de los mejores a nivel Nacional, por el desarrollo de magnos eventos, con posicionamiento, gran cubrimiento de medios, historial y jerarquía.

Sin embargo es importante resaltar la necesidad de un departamento de Comunicaciones que se dedique tanto a la comunicación interna como externa, con el fin de fortalecer cada vez más la imagen, el sentido de pertenencia, el posicionamiento, la marca del Instituto y generar procesos sistémicos para lograr los objetivos propuestos en la Entidad.

El trabajo de grado se enfoca desde la teoría en brindar pautas conceptuales sobre la comunicación y la implementación de un plan estratégico con el fin de generar procesos acordes al contexto que produzcan resultados que promuevan una cultura organizacional adecuada y transformadora garantizando no solo mejores relaciones labores, sino que proyecten una entidad pública confiable para sus beneficiarios.

Entre las ocupaciones que llegué a desempeñar como practicante estaba la realización de boletín de prensa, cartas, circulares, actualización página web y redes sociales, publicidad interna y externa, organización de eventos, convocatorias, informar sobre las diferentes actividades que se realizan en el Instituto, registro fotográfico, convocatorias, estrategias internas para una mejor estrategia de comunicaciones, entre otras.

Objetivos del Trabajo de Práctica

Objetivo General

Crear un plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional en el Instituto de Deportes y Recreación INDERE, para el mejoramiento de la interacción entre los empleados con un alto impacto en la prestación de los servicios en los usuarios y en la optimización de la imagen institucional en la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Diseñar una unidad de comunicaciones que promueva la comunicación efectiva a través de un plan oportuno, ágil, entendible y con procesos viables para el mejoramiento de los servicios a través de una cultura organizacional interna que impacte positivamente la institución y la comunidad.
- Realizar un prediagnóstico por medio de investigaciones previas y de cuestionarios aleatorios con los públicos internos para conocer su situación actual y priorizar procesos de comunicación coherentes a las necesidades y procedimientos de la Institución.
- Integrar a los públicos internos de la Institución para generar una cultura organizacional que prioriza las comunicaciones con el propósito de mejorar los servicios deportivos y recreativos en la comunidad de la Estrella.
- Garantizar personal idóneo y competente a través de un proceso de comunicaciones que genera procesos de calidad para el bienestar social.

- Orientar y estimular eventos recreativos y deportivos de los siderenses partiendo de un plan de comunicaciones.

Justificaciones

Impacto Científico y Tecnológico

La Estrella es un municipio con gran tradición deportiva. Desde los años cuarenta se realizaban juegos de fútbol en los potreros y mangas de los sectores de Pueblo Viejo, La Tablaza y el tradicional barrio Bellavista, donde está ubicada actualmente la cancha municipal de fútbol; por tal motivo, la historia reciente del deporte y la recreación en el Municipio de La Estrella se desarrolló en tres lugares diferentes, cada uno de ellos se encargó de organizar los espacios deportivos, gestionar los recursos para su adecuación y realizar sus eventos y actividades; sólo hasta la década de los noventa se encuentran torneos y actividades conjuntas lideradas por la secretaría de deportes y después de 1996 por el INDERE. INDERE (S.F) Inicio. Recuperado de URL.

El Instituto como entidad pública tiene como fin ayudar con el mejoramiento del Bienestar Integral tanto de Instituciones Privadas como Públicas que ven en la entidad una oportunidad de trabajar conjuntamente para mejorar la calidad de vida del ciudadano, de la familia, de las organizaciones, de la sociedad desde el deporte, la actividad física, la educación física y la recreación generando espacios de transformación de la conducta humana, innovando en actividades que conlleven al aprovechamiento del tiempo libre y contribuyendo a los cambios socioculturales, el mejoramiento continuo e integralidad del ser humano y su relación con el entorno.

Para lograr que el Instituto de Deportes y Recreación, INDERE, sea una empresa competitiva y pueda llegar con éxito a los diferentes cambios que exige actualmente el mercado, se debe a los empleados o públicos internos para trabajar a partir de un plan de comunicaciones

que genere una cultura organizacional comprometida con la identidad institucional y su servicio de bienestar de los siderenses a través del deporte y la recreación.

La comunicación interna de la institución en cuanto a lo tecnológico, aunque tiene bases tecnológicas, carece de personal interno de comunicaciones comprometido para llevar a cabo una unidad del área que le brinde coherencia, continuidad, agilidad, oportunidad a todas las estrategias de comunicaciones llevadas a cabo.

Impacto Social y Económico

Un plan de comunicaciones es estratégico para el INDERE, por la razón de que toda organización necesita una guía para avanzar y cumplir las metas propuestas a futuro, llegando por medio de diferentes tácticas como ACTITUD ESTRELLA, un proyecto que busca que el ciudadano valore su potencial, afianzando así el sentido de pertenencia y la autoestima. Por medio de una cultura creada desde el Instituto se puede lograr una transformación, un beneficio y un impacto social aumentando la calidad de vida de las personas.

Económicamente para el INDERE, tener un departamento de comunicaciones es primordial, ya que si se realiza un buen aporte, como un desarrollo frente a medios publicitarios y tácticas para una comunicación asertiva, se pueden hacer cada vez eventos más rimbombantes, lo cual traerá buenos recursos. Hablando externamente. En cuanto a la comunicación interna es un tema que todas las organizaciones requieren para tener un desarrollo adecuado dentro el Instituto, de lo contrario sería un obstáculo para el crecimiento y posicionamiento. Por esto siempre se debe apuntar a mejorar el clima organizacional, cambiar la cultura del Instituto, fidelizar el cliente y la comunicación debe ser clara y exacta.

Marco Teórico

Conceptualización de Comunicación

Las organizaciones cumplen una serie de procesos y procedimientos como planear, estructurar, cumplir metas, analizar; lo cual proporciona una posibilidad de retroalimentación que posibilita el crecimiento a nivel tanto personal como social e institucional. “La comunicación es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información, mensajes, decisiones teorías. Es un quehacer colectivo con el otro como persona, a través de la cual ambos van construyendo su realidad, siendo gracias a una construcción como se va desarrollando el proyecto común llamado sociedad, comunidad y organización”. (Duque, 2013)

Para (García Marcuello, 2010) la comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información. Donde intervienen diversos elementos que pueden facilitar o dificultar el proceso.

- Emisor: La persona (o personas) que emite un mensaje.
- Receptor: La persona (o personas) que recibe el mensaje.
- Mensaje: Contenido de la información que se envía.
- Canal: Medio por el que se envía el mensaje.
- Código: Signos y reglas empleadas para enviar el mensaje.
- Contexto: Situación en la que se produce la comunicación.

“Este proceso es trascendental para generar los mensajes adecuados al tipo de organización y permitir así dar cumplimiento a los objetivos institucionales teniendo en cuenta cada uno de los elementos que hacen parte del proceso comunicativo.” (García Marcuello, 2010)

Dentro de un Plan de Comunicaciones es importante conocer el proceso con el fin de dar un cumplimiento a los objetivos organizacionales.

Conceptualización de Comunicación Organizacional

“A partir de la década de los años 80 que se cristalizan numerosos y notables descubrimientos científicos que dan lugar a transformaciones en el campo de las comunicaciones, y muchas otras esferas de acción, en las que por supuesto se encuentran las características que asumen las Organizaciones y sus modos de existencia para poder subsistir en las nuevas condiciones de globalización. Dadas las nuevas posibilidades técnicas, tecnológicas, comunicativas, brindadas por los avances en esas esferas, las empresas (organizaciones) se encuentran ante nuevos retos y situaciones de competencia, que le exigen nuevas aproximaciones a la gestión empresarial teniendo en cuenta nuevos aspectos que comienzan a introducirse en la dinámica organizacional”. (García Fernández, 2010)

Según esto los medios de comunicación han cambiado, los emisores son diferentes, cada vez exigen más, existe información permanente, logrando mayores posibilidades de retroalimentación que amplían el campo de las comunicaciones.

“El valor intrínseco de una organización reside principalmente en sus activos intangibles, es decir, que no se ven, pero que constituyen la verdadera riqueza de la organización y proporcionan la base fundamental y la dinámica que lleva directamente al éxito de las organizaciones. Esos activos intangibles constituyen la piedra central de la innovación y la competitividad de las organizaciones en un mundo cambiante, competitivo y globalizado”. (Chiavenato, 2013)

Como lo dice (Chiavenato, 2013) cada vez más el mundo está evolucionando, por lo tanto las empresas deben fortalecerse en su interior, para lograr avanzar, es decir, si una entidad no cuenta con una comunicación organizacional efectiva, baja la calidad, la productividad y se tienen clientes insatisfechos. Por esto se debe ser muy estratégicos en el momento de generar iniciativa en los empleados. ¿De qué manera? Eliminar los rumores, solucionar problemas y lograr una comunicación respetuosa. Siempre se debe direccionar la entidad al éxito no al déficit; y esto se logra por medio de encuestas, grupos focales, grupos primarios, entre otros. Se debe generar responsabilidad en cada uno de los funcionarios y sentido de pertenencia, para que todos puedan aportarle lo mejor de cada uno a la empresa. Logrando así que los empleados se sientan motivados, para que juntos logren cumplir la meta de tener una empresa exitosa que evolucione e innove durante décadas.

En la misma línea (Núñez King, 2011) complementa que

“las organizaciones hoy en día necesitan mantenerse actualizadas, cumpliendo tendencias e innovando en productos y servicios lo cual permite su permanencia en el mercado con el dinamismo correspondiente de las empresas altamente efectivas; y de esta forma cumplir con las demandas de los mercados actuales. Para eso es necesario comprometerse a nivel corporativo que permita darle el valor que realmente se debe a los procesos vitales de comunicación de las empresas que le permiten alcanzar los objetivos institucionales y ser competitivos en relación a las demás organizaciones”.

Es igualmente necesario conocer las barreras de la comunicación organizacional para prevenirlas y actuar con agilidad y oportunidad frente a las mismas, puesto que la comunicación debe darse horizontal y vertical para que sea eficiente. Los factores de la comunicación asertiva

corresponden a la exactitud del propósito, es decir, se debe tener claro que hace la empresa, que servicios ofrece, a que se dedica, ya que la participación debe ser activa tanto de los empleados como de los dirigentes, para que en medio de la unión se cumplan todas las demandas de los mercados actuales como señala (Núñez King, 2011). Por esto la comunicación debe partir de una planeación para que tras los años no se limite y después deje de existir.

Barreras y fallas en la comunicación organizacional

Las principales barreras en la comunicación en coherencia con (Núñez King, 2011) específicamente en el caso de las organizaciones son:

Falta o ausencia de planeación

Esta barrera se presenta muy frecuentemente dentro de las organizaciones, para que una comunicación organizacional sea adecuada y cumpla con sus objetivos debe surgir como consecuencia de una planeación, tanto de análisis y formulación del mensaje a transmitir como su origen y objetividad; además de que la persona que se comunicará debe elegir el canal de comunicación más conveniente así como el espacio de tiempo indicado para la transmisión de la información, y de esta forma detener la resistencia al cambio.

Supuestos o hechos confusos

Muchas veces en la transmisión de la información se dan por hechos o por entendidos ciertas situaciones y por lo cual no se comunican con el resto de la información que se transmite, un ejemplo de esto se presenta cuando un cliente envía un aviso a uno de sus proveedores sobre una visita a las instalaciones de la empresa, el supuesto que se pretende reflejar es el hecho de que el cliente puede dar por entendido que el proveedor organizará su llegada, desde la cuestión de transporte, como en cuanto a hospedaje y además prepara un programa de recibimiento y

revisión dentro de sus instalaciones. En cuanto al proveedor, este puede creer y dar por hecho que la visita del cliente a la ciudad puede deberse a cuestiones personales, motivo por el cual, visitará las instalaciones de la organización pero como parte de una actividad de rutina. Es en este ejemplo donde se comprenden que los supuestos o hechos que no se aclaran entre las partes que intervienen pueden generar confusiones y en ocasiones problemas de mayor tamaño.

Barreras de contexto internacional

Cuando el proceso de comunicación tiene como obstáculos la existencia de culturas, lenguaje y normas de acciones diferentes y variadas, complica más la transmisión de información. Un ejemplo se presenta al tratar de traducir lemas de empresas o dar a conocer conceptos de trabajo que pueden variar considerablemente de una cultura a otra y en unos casos hasta ser ofensivos, sino se maneja adecuadamente.

Información con escucha limitada y la evaluación anticipada de la misma

No todas las personas están acostumbradas a escuchar adecuadamente, muchos pueden mantener una comunicación sin que haya una conexión real con la temática manejada, además muchas personas tienden a juzgar el contenido de una información precipitadamente muchas veces sin analizar objetivamente la información recibida.

Desconfianza o temores en la comunicación

La relación que se mantiene entre superiores y colaboradores permite que las condiciones en el flujo de la información mejoren o empeoren considerablemente, cuando el jefe o superior no se ha esmerado por mantener un clima organizacional favorable, confianza y el ambiente laboral es demasiado hostil o amenazante, puede generar la desconfianza y una actitud temerosa que bloquee la comunicación.

Exceso de información

Cuando el flujo de información es demasiado grande la comprensión se puede limitar, y los colaboradores de la empresa ponderan el valor informativo en relación a sus creencias y puntos de vista, restándole importancia en algunos casos a datos que el emisor considere importante, también se da el caso donde la sobrecarga de datos puede generar conflictos y errores al tratar de procesar la información. Es por ello que hay que cuidar el contenido de la información de forma que se transmita de forma concisa y precisa para que no haya filtros que resten valor y contenido a la información comunicada por la empresa o viceversa.

Conceptualización de Comunicación Interna

“La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Es una respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano donde el cambio es cada vez más rápido, los resultados efímeros, los procesos ágiles y aun así muchas empresas ignoran que para ser competitivas y enfrentarse con éxito a estos paradigmas se ha de saber motivar a su equipo humano, retener a los mejores, inculcar una verdadera cultura corporativa para que se sientan identificados y sean fieles a la organización. Y es allí donde la comunicación interna se convierte en estrategia clave para dar respuesta a esas necesidades y potenciar el sentimiento de pertenencia de los empleados a la compañía”. (Gonzalez, 2010)

La comunicación interna debe ser constante porque de lo contrario se pierde. Se debe escuchar las necesidades de las otras áreas obteniendo así mejorar los resultados de la entidad. Todo el tiempo se debe estar creando e innovando. Como lo dice (Gonzalez, 2010) la

comunicación al interior de la compañía es uno de los grandes motores para motivar a los empleados. Siempre se debe buscar el factor de cambio y compromiso. Generando sentido de pertenencia y lealtad hacia la empresa.

Breve checklist de Comunicación Interna

Entre los canales comunicativos propicios y adecuados para la comunicación interna son: intranet, revista digital, reuniones aleatorias, manual de bienvenida, revista interna impresa, boletines internos, jornadas de puertas abiertas, convención anual, tablón de anuncios, reuniones con la dirección y buzón de sugerencias. (Gonzalez, 2010)

Comunicación externa

“La comunicación externa es definida como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, entre otros. En la actualidad, la publicidad ha dejado de ser la única herramienta válida para introducir un mensaje en el mercado y ha dado paso a una nueva etapa más imaginativa: la comunicación integral. La comunicación externa nos permite hacernos conocer con medios de comunicación, tener la libertad de llegarle a todos los públicos por medio de estrategias diferentes y así lograr un posicionamiento y reconocimiento de la entidad” (Gonzalez, 2010).

La comunicación externa debe generar un mensaje, proyectar una imagen favorable, mejorar las relaciones con los públicos o promover un producto o un servicio, por medio de las diferentes piezas publicitarias y convocatorias. Ésta trabaja de la mano con las relaciones públicas, el marketing, la opinión pública, el mercadeo y los medios de comunicación cuando

sean necesarios. La comunicación externa debe estar vinculada desde la dirección de la empresa para definir cómo se van a comunicar y qué medio se va a utilizar para que sea efectivo el mensaje al público externo.

Breve CheckList de Comunicación Externa: nota de prensa, rueda de prensa, entrevista, visitas de prensa, campañas, cursos, jornadas, charlas, revista, página web, redes sociales, entre otros. (Gonzalez, 2010)

Conceptualización Cultura Organizacional

“El personal de la organización hace de la imagen interna, de su misma creación, del conocimiento de esa imagen y de la cultura corporativa que la genera es crucial para el diseño de cualquier estrategia de comunicación e imagen puesto que existe una relación muy estrecha entre ambos términos, y al mismo tiempo una influencia recíproca. Así, la cultura corporativa resulta un elemento determinante del modelo de funcionamiento de toda organización y, por tanto, también del tipo de comunicación que en la misma se da”. (Beltrán, 2007)

La cultura organizacional es necesaria para el debido proceso de la comunicación interna de cada organización, para darle cumplimiento a cada objetivo de la entidad.

La seguridad es una necesidad humana, pero los entornos de incertidumbre constituyen un verdadero reto a nuestra manera de pensar y nuestras emociones. Igual sucede en las organizaciones. Nos aferramos a "lo seguro", pero con frecuencia respondemos a las nuevas exigencias del entorno repitiendo esquemas y fórmulas que probablemente funcionaron en el pasado, pero hoy no. Esas respuestas se fundamentan en creencias o prejuicios que no nos permiten ver más allá cuando afirmamos, por ejemplo,

que los problemas de calidad o productividad son consecuencia del mal desempeño de nuestros empleados, de su indiferencia, flojera o indolencia.

Muchas veces exigimos a esos empleados altos estándares de calidad en la atención que brindan al cliente externo, pero olvidamos casi por completo un aspecto crucial: la atención al cliente interno. El afán de dar respuestas automáticas, es el que también nos lleva a buscar "culpables" por la alta rotación del personal, los accidentes laborales, la falta de innovación, motivación, compromiso o sentido de pertenencia.

Desconocer el concepto del trabajador como cliente interno nos lleva a enfocarnos más en los aspectos operativos del negocio que en el capital humano.

Valorar al cliente interno nos ayuda a diseñar acciones más precisas sobre lo que nuestra empresa quiere ser en el futuro. Nos permite planificar con criterio estratégico y formular planes de trabajo acertados en función del logro de la visión. Es muy difícil tratar bien a los clientes externos, si primero no tratamos bien a los internos. (Jiménez, 2013)

La cultura organizacional siempre se siente y se ve aunque no este escrita en alguna parte. Para tener una buena cultura organizacional se debe asumir una excelente comunicación interna.

La cultura es el modo que tenemos de hacer las cosas, es el conjunto de normas tanto formales como informales. Representa un patrón de ideas, valores y actitudes, influyendo normas de trabajo y la filosofía que tiene la organización con empleados y clientes. La cultura organizacional va de la mano de la globalización, innovación y tecnología, por esto hoy en día muchas empresas lo necesitan para tener un rumbo claro en cuanto a misión, visión, valores corporativos y su filosofía, ya que el empleado debe tener claro los objetivos de la empresa para tener ese sentido de pertenencia. Se debe tener presente que una organización es productiva cuando los empleados tienen un alto nivel de emotividad y satisfacción, pero si se promueve lo

contrario, la comunicación no sería asertiva y se estaría evitando un cambio positivo, afectando así la organización.

Plan de Comunicaciones

“La Comunicación Interna es el conjunto de actividades llevadas a cabo por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de las metas institucionales. El Plan de Comunicación Interna es un documento en donde se precisan las estrategias y las tácticas que realizará la organización en torno a la gestión de la comunicación y la información en un tiempo determinado, con el objetivo principal de obtener la fidelización de sus trabajadores. Un Plan de Comunicación Interna bien elaborado ayudará a que el trabajador se sienta comprometido con la organización, motivado para realizar mejor sus tareas, involucrado y participe del proceso de comunicación. Lo anterior, se verá reflejado positivamente en los resultados y en la productividad de la organización”. (Salcedo, 2013)

El plan de comunicaciones siempre debe tener presente la comunicación interna. La productividad depende de la información que se da al interior de la empresa, por esto es fundamental enterar a todos los departamentos de la entidad. Entre mas horizontal sea la comunicación, será más asertiva.

Pasos para la elaboración del Plan de Comunicación Interna

El Plan de Comunicación Interna requiere comenzar por datos y estadísticas específicas y estas se logran por medio de los siguientes pasos:

Auditoría

“Es el punto de partida para poner en marcha el Plan de Comunicación Interna. Es necesario realizarla con el objetivo de valorar el estado de la comunicación interna, para después diseñar y planificar acciones acordes con las necesidades de comunicativas.

Una vez identificadas las fallas, deficiencias y necesidades de la organización, se trazarán los objetivos estratégicos del Plan de Comunicación Interna. Los objetivos suelen ser:

- Implicar a la organización y al personal en el desarrollo del proyecto (que es el Plan de Comunicación Interna en sí).
- Fomentar la colaboración en el seno de la Organización, aumentar en los empleados el sentimiento de pertenencia, favorecer la proyección de una imagen corporativa y común, equilibrar la comunicación descendente, ascendente y horizontal, para que haya coherencia y cohesión en los mensajes, generar canales de información seguros. De la misma manera se elaborarán principios o ejes que contribuirán a que el Plan de Comunicación Interna tenga éxito. Algunos principios podrían ser: distinguir entre información y comunicación, asegurar que la Dirección se involucre en el Plan y se convierta en comunicadora, proyectar la imagen de la organización dentro de ella para que los empleados la transmitan en su entorno de influencia, garantizar la coherencia entre comunicación interna y externa. Finalmente se identificarán conceptos claves para situar el Plan de Comunicación en su contexto”. (Salcedo, 2013)

Diseño del Plan de Comunicación Interna

El plan de comunicación interna actúa a través de un proceso que permite tener estrategias, objetivos y poseer una guía para orientar al sitio donde se quiere llegar. Por esto se obtienen los elementos del diseño del Plan de Comunicación Interna, para lograr una visión respecto al trabajo que se está realizando.

- A. “En la elaboración del Plan los principales actores de la organización, es decir los trabajadores, deben participar, se debe conformar un grupo representativo del conjunto de la organización. Las sugerencias que se crea que puedan contribuir a lograr los objetivos, deben ser incorporadas al Plan.
- B. El Plan debe cubrir las necesidades de comunicación del conjunto de la organización, tanto de la oferta como de la demanda, por tanto se debe definir el conjunto de herramientas de comunicación que se utilizarán para dar forma al plan, abarcando los tres canales posibles: electrónicos, escritos y presenciales. A cada canal se le debe establecer objetivos, periodicidad, destinatarios y estilo lingüístico del mensaje.
- C. El Plan debe garantizar que los mensajes lleguen al conjunto de la organización y que sean útiles para ella. Para que los mensajes sean recibidos por los trabajadores, se debe identificar los instrumentos comunicativos con los que cuenta la organización.
- D. Es necesario dar revisión a la misión y a la visión de la organización, o, de no existir, crearlas. La misión y la visión no sólo son buenos propósitos,

deben estar sustentados por planes y objetivos estratégicos debatidos y acordados por la Dirección.

- E. Cada objetivo puede ser desgornado en otros tantos para que su interpretación no induzca a equivocaciones. Además, se deben planear acciones de comunicación, de participación, de feedback y de reconocimiento para lograr la consecución de los objetivos. (Salcedo, 2013)

Según (Sánchez, 2014) el Plan de Comunicación Interna es la planificación de la comunicación interna, la cual consiste en implementar, según la estrategia, una serie de variables de comunicación como elementos comunes que intervienen en todo proceso comunicacional a través de un conjunto de programas coherentes e integrados.

El Plan de Comunicación Interna sirve:

- “En el marco de la gestión estratégica de la comunicación, apuntar las líneas estratégicas que permitan transmitir la realidad de la política global a los públicos.
- Establecer un conjunto de programas coherentes que incluyan cada uno de los circuitos de comunicación transversal, haciendo la comunicación más ágil y adecuada a las necesidades de la organización.
- Evaluar la cultura de la organización. No se trata de una acción puntual sino de mejorar la gestión y la imagen externa e interna del servicio.

- Formular e implementar una estrategia de comunicación articulada de acuerdo con la realidad del día a día que, muchas veces, en las organizaciones, debe adaptarse a los cambios constantes impuestos por el entorno externo”. (Sánchez, 2014)

Un plan de Comunicación es importante por obtener credibilidad y estatus, por esto es un instrumento de apoyo a la organización respecto a su imagen e identidad corporativa. Nos enfoca a cumplir metas, ayuda a marcar prioridades y colocar un sentido de orden y control. Siempre debe ser estratégico y flexible, con el fin de que el Plan se pueda cambiar, durante el proceso y continuidad. Por si se requiere una nueva propuesta o mejorar una que estaba incluida en el Plan de Comunicación Interna.

Descripción del Contexto: Instituto de Deportes y Recreación Indere.

Reseña Histórica

La Estrella es un municipio con gran tradición deportiva; desde los años cuarenta se realizaban juegos de fútbol en los potreros y mangas de los sectores de Pueblo Viejo, La Tablaza y el tradicional barrio Bellavista, donde está ubicada actualmente la cancha municipal de fútbol; por tal motivo, la historia reciente del deporte y la recreación en el Municipio de La Estrella se desarrolló en tres lugares diferentes, cada uno de ellos se encargó de organizar los espacios deportivos, gestionar los recursos para su adecuación y realizar sus eventos y actividades; sólo hasta la década de los noventa se encuentran torneos y actividades conjuntas lideradas por la Secretaría de Deportes y Recreación y después de 1996 por el Indere. Indere (S.F) Inicio Recuperado de URL www.indere.gov.co.

Misión

Descentralizar y masificar entre los siderenses servicios deportivos, recreativos, de educación física y actividad física, ofrecidos en escenarios adecuados, con una mirada incluyente, contando para ello con el recurso humano competente, propiciando disfrute del tiempo libre y buscando el mejoramiento de la calidad de vida.

Visión

En el 2020 el INDERE será una de las instituciones más reconocidas a nivel Departamental por su liderazgo en procesos deportivos, recreativos, de educación física y actividad física, gracias a la calidad de sus programas, los que generan amplia aceptación y credibilidad en la población y por el desarrollo sostenible en sus sistemas de gestión.

Objetivos Institucionales**Objetivo General**

Brindar servicios deportivos, recreativos, de educación física y actividad física, a la comunidad siderense con calidad y liderazgo.

Objetivos Específicos

- Integrar los organismos del orden municipal, empresarial y comunitario para asegurar el desarrollo deportivo, recreativo, de educación física y actividad física de La Estrella.
- Orientar y estimular el desarrollo de los siderenses partiendo de las capacidades biosicosociales, por medio del deporte, la recreación, la educación física y la actividad física,
- Mantener escenarios propicios para la práctica del deporte, la recreación, la educación física y la actividad física.

- Garantizar personal idóneo y competente para el desarrollo de los diferentes procesos de la entidad.

Portafolio de Servicios

Actividades Pre-Deportivas

Ilustración 2 Enriquecimiento Motriz



Ilustración 3 Madres Gestantes



Ilustración 1 Estimulación Temprana



Madres Gestantes: Este programa está dirigido a mujeres con más de 20 semanas de gestación sin embarazo de alto riesgo y autorización médica para participar.

Estimulación temprana: Dirigida a niños entre los 4 meses y 2 años.

Enriquecimiento Motriz: Dirigida a niños entre los 2 y 5 años de edad.

Habilidades Motrices Básicas y Destrezas Acuáticas: Dirigida a niños entre los 5 y 6 años de edad.

Discapacidad y Deporte

A través programas dirigidos a la población siderense con alguna limitación física, se pretende contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de esta población con actividades de Desarrollo Motriz, Estimulación Corporal y Cognitiva, Trabajos de Inclusión Social, Hidroterapia.

Deporte

Ilustración 6 Deporte de Conjunto



Ilustración 5 Deporte Individual



Ilustración 4 Premios Obtenidos en los Deportes



Deportes de Conjunto:

Fútbol, Voleibol, Baloncesto, Fútbol de Salón, Fútbol Sala, Balón Mano.

Deportes Individuales:

Ajedrez, Bicicrós, Tenis de Mesa, Atletismo, Natación, Patinaje, Tenis de Campo, Levantamiento de Pesas, Karate-do, Taekwondo.

Rotación Pre Deportiva: Dirigida a niños entre los 6 y 7 años de edad.

Iniciación Deportiva: Dirigida a niños entre los 8 y 10 años de edad.

Formación Deportiva: Dirigida a niños entre los 11 y 12 años de edad

Especialización Deportiva: Dirigido a niños entre los 13 y 17 años de edad

Perfeccionamiento Deportivo: Dirigido a todos los deportistas élite.

Programas Especiales

Ilustración 8 Fisioterapia



Ilustración 7 Psicología



Fisioterapia

Mejora física y psicológicamente la calidad de vida de las personas para la adecuada realización de sus actividades en la vida diaria través de terapias que varían de acuerdo a los síntomas, traumas, limitaciones funcionales, entre otros. Entre los servicios de Fisioterapia que presta el Indere se tiene lo siguiente: Fisioterapia Deportiva, Programas de Promoción y Prevención de la Salud, Rehabilitación Integral, Rehabilitación Neurológica, Fisioterapia en Salud Ocupacional, Consulta Externa.

Psicología

- A. **Competitiva:** asesoría psicológica para la Competencias. Establecimiento de metas y objetivos para las competencias, cohesión del grupo, control del nivel de activación para la competencia, atención para el entrenamiento y la competencia, autoconfianza en el deporte.
- B. **Empresarial:** a través de conferencias, talleres, capacitaciones y asesorías.

- C. **Individual y/o Familiar:** servicios como Tratamiento Ambulatorio a personas con problemas de adicción y/o comportamentales, Asambleas Familiares, entre otros.

Nutrición

Promover en grupos de personas y a nivel individual, la práctica de adecuados hábitos alimentarios que les permitan tener un estilo de vida saludable y un adecuado estado nutricional.

Medicina Alternativa

Incluye actividades como Biocaminadas Ecológicas, Taller Energético, Masaje Corporal, Prevención de los TTA (Transtornos Traumas Acumulativos), Yoga y Meditación, Relajación y Crecimiento Personal.

Bienestar Empresarial y Social

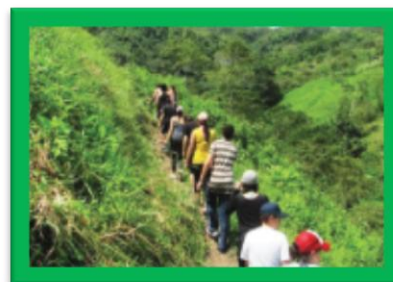
Ilustración 10 Salud Ocupacional



Ilustración 11 Caminatas



Ilustración 9 Torneo Recreativo Empresarial



Salud Ocupacional y Pausas Activas

Buscar el mejoramiento de los empleados de las Organizaciones es otra de nuestras fortalezas. Se brindan servicios enfocados al mejoramiento de la calidad de vida del trabajador, servicios de Habilitación, Rehabilitación e Integración a la Actividad Laboral del mismo, Fisioterapia Laboral y Preventiva, Análisis y Valoración para el Mejoramiento de los Puestos de Trabajo, Charlas en prevención de riesgos y seguridad laboral, manejo y disminución del estrés, mejoramiento de la disposición para el trabajo por medio de la relajación y el descanso, Servicio de Fisioterapia Personalizado, Vigilancia Médica Ocupacional, Exámenes Periódicos.

Caminatas Ecológicas

Con el objetivo de reconocer el entorno natural de los diferentes municipios de Antioquia, el Indere a través de sus guías busca que los amantes de la naturaleza aprovechen el tiempo libre y se fortalezca nuestra identidad por medio de las caminatas ecológicas.

Salidas y Paseos

Espacio de integración y participación, en actividades turísticas que les permita a las personas la sana convivencia, el reconocimiento paisajístico de la región y de la geografía colombiana.

Torneos Recreativos Empresariales

Crear un espacio de participación para las empresas afiliadas y no afiliadas en los torneos deportivos empresariales, donde los asistentes puedan liberarse de la tensión y las presiones laborales, a la vez que comparten con su grupo laboral y familiar.

Brigadas Recreativas

Son una herramienta lúdico recreativa, que busca la participación masiva de los integrantes de una comunidad, buscando con sus sectores espacios de paz, de expresión hacia la cultura y el aprovechamiento del tiempo libre.

Festivales Lúdicos

El programa lúdico recreativo esta dirigido y desarrollado en la comunidad, está encaminado a incrementar la participación de los jóvenes hacia las actividades físicas deportivas y recreativas, las acciones del programa van a estar en correspondencia al adecuado empleo del tiempo libre en actividades de esparcimiento.

Deporte Social Comunitario

Dirigido a la comunidad en general. Su objetivo es propiciar espacios de sano esparcimiento en los diferentes sectores del Municipio: Olimpiadas Interbarrios, Torneos Municipales, Torneos Barriales, Eventos Deportivos de Calidad.

Bienestar Integral

Ilustración 12 Cursos



Ilustración 14 conferencias



Ilustración 13 Talleres



Conferencias:

El bienestar del sí mismo a través de la motricidad, Felicidad /Gestión Humana / Producción Empresarial.

Talleres:

Establecimiento de metas y objetivos individuales, establecimiento de metas y objetivos grupales, por una cohesión del grupo de labor, técnicas de relajación y control de nivel de activación (uso cotidiano), taller Energético, taller de Primeros Auxilios, taller de Estilos de Vida Saludables, taller de Recreación, taller de Posturas y taller de Manejo del Estrés.

Capacitaciones:

Prevención de Riesgos y Seguridad Laboral, pautas de PNL para dirigentes empresariales, salud y actividad física, alimentación saludable, Alimentación y Sobrepeso u Obesidad

Cursos:

Natación, hidrogimnasia, patinaje, tenis de campo, baile, masajes y manualidades.

Asesorías:

Sicológica para la competencia, asesorías terapéuticas y asesoría familiar sobre alimentación saludable y planificación de la alimentación.

Alquiler de Escenarios

Ilustración 17 Alquiler Coliseo Cubierto



Ilustración 16 Alquiler Piscina



Ilustración 15 Alquiler Placas Polideportivas



Se cuenta con el servicio de alquiler de los escenarios de la unidad deportiva: Coliseo Cubierto, Cancha de Tejo, Placas Polideportivas, Canchas de Fútbol en grama sintética y arenilla, Piscina, Turco, Gimnasio.

Montaje de Eventos

Entre sus acciones, el Indere cuenta con el servicio de organización y montaje de eventos como vacaciones recreativas, celebración de días especiales y realización de torneos administrativos empresariales en todas las modalidades deportivas.

Ilustración 19 Recreando Familias



Ilustración 20 Magnos Eventos



Ilustración 18 Torneos



Marketing y Comunicaciones

Ilustración 22 Publicidad en Eventos



Ilustración 21 Eventos



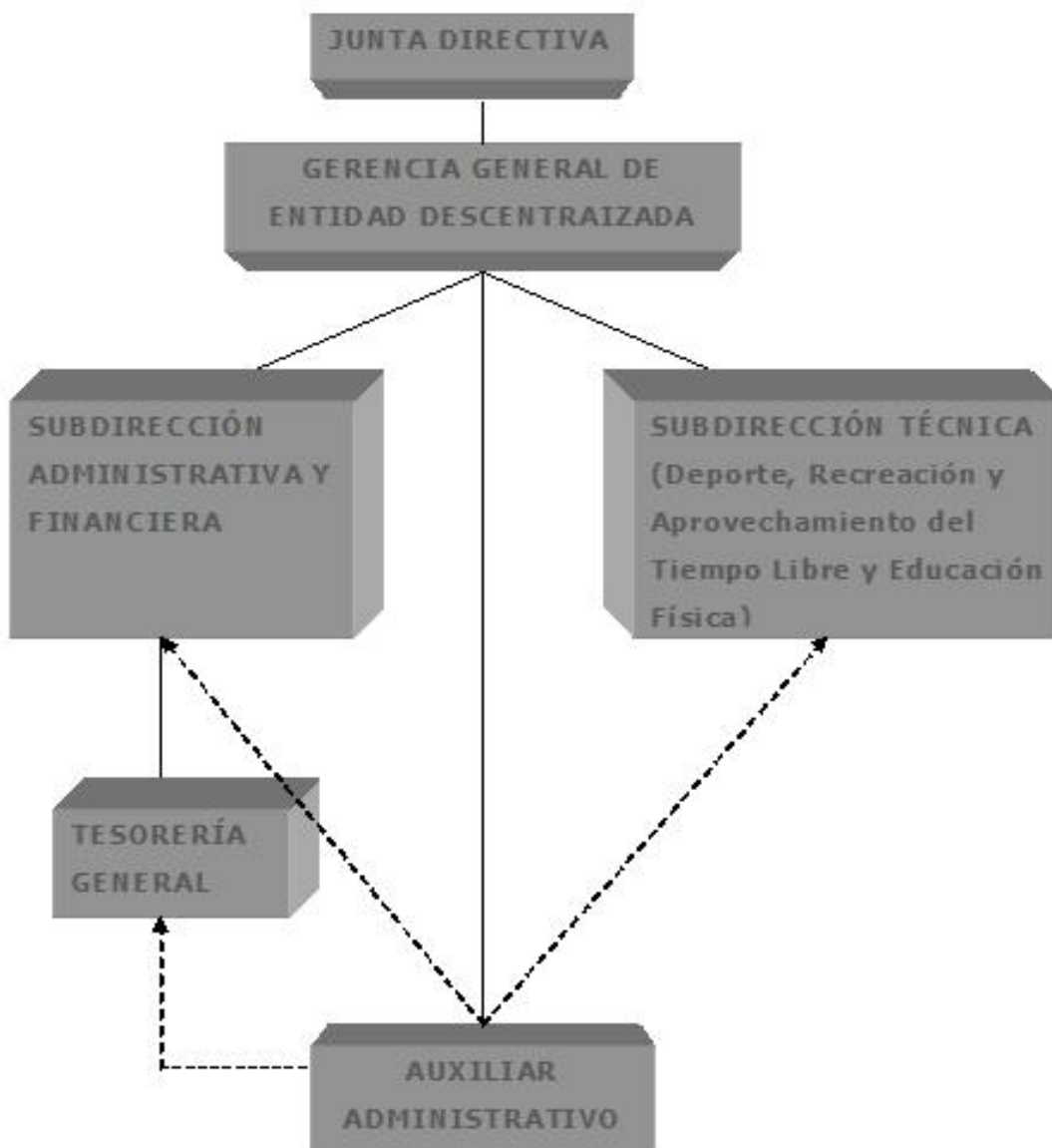
Ilustración 23 Medios de Comunicación



Se ofrecen espacios publicitarios en nuestras canchas y escenarios deportivos. A las empresas les ahorra altos costos en publicidad, esto por medio de free press, pendones, vallas, notas en medios de comunicación.

Estructura Administrativa

Ilustración 24 Organigrama Indere



El Instituto de Deportes y Recreación, INDERE, cuenta con 70 entrenadores en las diferentes disciplinas.

Gerente Instituto de Deportes y Recreación, Indere.

Jhon Jairo Echavarría Veléz



Ilustración 25 Gerente Indere

La Gerencia General dirige la Función Institucional, mediante la planeación, organización, ejecución, control y evaluación de la gestión técnica y de la administrativa del Ente; ejerce su representación legal y, celebra en su nombre los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de sus objetivos y funciones; cumple todas aquellas funciones que se relacionen con el ejercicio de la autonomía administrativa, que no se hallen expresamente atribuidas a otra autoridad; realiza el nombramiento y remoción de los funcionarios y orienta la prestación de los servicios

Metodología

Para la recolección de información se usaron encuestas, entrevistas personales con grupos focales, intervención en eventos institucionales, reuniones primarias, análisis de encuestas, observación directa. Previamente al proceso de práctica se realizó un diagnóstico por parte de los asesores externos de la Entidad, la cual sirvió como Matriz Dofa para propiciar estrategias de comunicación después de su análisis que permitieran conocer diferentes aspectos relacionados específicamente con la comunicación.

Los resultados del pre diagnóstico: La encuesta se realizó a 70 empleados del INDERE

La imagen del Indere				
Items	Bueno	Regular	Malo	No Sabe
Como nos ven	46	3		2
Sentido de Pertenencia	36	15		
Vestuario	21	24	6	
Slogan	45	6	1	
Logo	48	3		
Colores	48	1		
Instalaciones	27	20	4	
Aseo	28	20	3	
Señalización	17	26	7	1
Servicios	44	5	2	
Eventos	45	4	1	
Identidad	39	9	1	1
Cultura	31	18	1	1
Atención	38	7		1
Total	513	161	26	6

Tabla 1

En la primera gráfica se califica la imagen interna del Instituto de la siguiente manera:

Cómo ven la imagen del INDERE: 46% dicen bueno, el 3% dice regular, el 0% malo y el 2% no tiene ninguna percepción. Podemos ver según la gráfica que el puntaje mayor y donde hay una claridad del tema es respecto al logo y los colores del Indere, así mismo se puede vislumbrar que hay identidad con el slogans institucional, tema que se ha convertido en una cultura organizacional, ya que es un deber de los empleados conocer y llevar bien el logo y los colores

institucionales. Se observa que el puntaje de las instalaciones, el aseo y los servicios prestados tienen una buena calificación, lo cual es positivo para la Institución. Respecto al puntaje más bajo de la gráfica es la señalización, se debe fortalecer los puntos de señal para que no afecte el clima laboral y la organización.

Publicidad				
Items	Bueno	Regular	Malo	No Sabe
Radio	20	14	9	6
Prensa	29	18	6	7
Televisión	8	17	12	10
Otras	20	10	4	10
Promociones	15	15	7	11
Total	92	74	38	44

Tabla 2

En cuanto la publicidad se cataloga según la encuesta realizada, en un nivel intermedio: Por ejemplo el 20% de los empleados opinan que la publicidad radial es buena, el 14 % regular, el 9% Mala y el 6% no está enterado. Es posible percibir que el mayor número de los encuestas piensan que el manejo de la publicidad en la Institución está entre bueno y regular, pero otro porcentaje piensa que se puede mejorar la incursión en los medios publicitarios. Lo cual fortalece el proceso comunicativo, como una necesidad para mantener y mejorar.

Comunicaciones en el Indere				
Items	Bueno	Regular	Malo	No Sabe

Información Oportuna	16	30	5	
Relación públicos internos	30	18	2	1
Relación públicos externos	26	11	1	1
Base de datos	29	25	3	4
Rumores	10	22	6	12
Misión - Visión	39	8	1	2
Principios	39	8	2	2
Carteleras	29	21	1	
Planeación comunicaciones	27	18	2	3
Información vertical	24	17	3	7
Boletines y papelería	31	14	4	2
Total	300	192	30	12

Tabla 3

Según las respuestas del manejo de las comunicaciones frente a los rumores, 12 personas no responden, 6 responden que es mala y 22 que regular. Es posible establecer la necesidad que tiene la Entidad de crear una unidad de comunicaciones, puesto que nadie tiene el tiempo específico para disminuir esta barrera comunicativa, con la creación del departamento de comunicaciones será posible integrar al público interno con el objetivo de hacer públicas sus inquietudes y responder con mayor agilidad ante las informaciones erradas, puesto que de lo contrario, el miedo a hablar, así como las informaciones mal intencionadas podrán socavar con la imagen de la organización y de sus integrantes, lo cual no generará una cultura organizacional propicia, ni tampoco un ambiente laboral adecuado que logre las metas ambiciosas propuestas en el día a día de la Institución.

Frente a las tablas es posible analizar que las comunicaciones en el INDERE, en efecto generan una respuesta positiva para los empleados, en cuanto a los diferentes medios que se emplean para el desarrollo de una comunicación estratégica interna. Como se puede observar en las estadísticas los empleados están de acuerdo con la comunicación y están a la espera de que se

mejoré y todos puedan tener una mejor convivencia en el interior de la empresa. Y en consecuencia se diseña un Plan de Comunicaciones Interno y Cultura Organizacional que responda a las necesidades y expectativas.

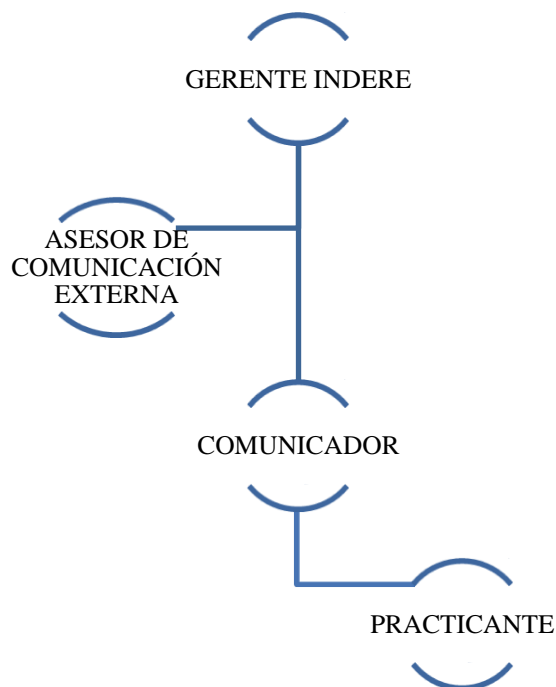
Propuesta del Plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional

De acuerdo a la política de calidad de El INDERE se ha de orientar su gestión a satisfacer y garantizar la prestación de los servicios deportivos, recreativos, de educación física y actividad física, de manera efectiva, mediante mecanismos de participación ciudadana, manejo adecuado de los recursos humanos, físicos y financieros generando calidad de vida para los siderenses y el compromiso con el mejoramiento continuo. Para dar cumplimiento a dicho objetivo es fundamental contar con una unidad de comunicaciones que visibilice dicha satisfacción y guie el proceso de manera sistémica con todos los funcionarios y ser puente entre ellos y la población beneficiaria.

Unidad de Comunicaciones para el Instituto de Deportes y Recreación, Indere.

Nombre: Comunicación y Organización de eventos

Ilustración 26 Organigrama Departamento de Comunicaciones



Recurso Humano

Asesor de Comunicación Externo: Asesorar al INDERE en el manejo de las comunicaciones externas.

Funciones:

- Desarrollo de planes estratégicos de comunicación para favorecer su fluidez y eficiencia a nivel interno y externo de la organización
- Gestión de ambientes favorables de trabajo en las organizaciones e instituciones de tal manera que no se presenten barreras en la comunicación.
- Fomento de la identidad organizacional y el sentido de pertenencia que permita proveer un entendimiento compartido entre todos los empleados.

Comunicador: Fortalecer la imagen del Indere La Estrella, su gerente, equipo de trabajo, entrenadores y deportistas en diferentes contextos, así como visibilizar las gestiones, acciones, alianzas y logros en beneficio del deporte, recreación, actividad física y educación física del Municipio de La Estrella.

Funciones:

- Generar una opinión pública favorable en torno al Instituto de Deportes, sus propuestas, acciones, decisiones y logros.
- Mantener informada a la comunidad sobre las acciones y estrategias del Indere en beneficio del municipio.

- Potenciar la imagen del Indere en diferentes entornos, desde un Instituto de Deportes que marca la diferencia por sus logros y gestión. Así como afianzar su marca y la de su gerente y equipo de trabajo.
- Reconocer los talentos deportivos en aras de retribuir su esfuerzo, y servir como adalid en la práctica deportiva.
- Convocar a la comunidad a participar en actividades programadas por el INDERE, poyar los eventos organizados en el municipio.
- Incentivar una administración comunicante en aras de mostrar resultados, generando percepciones positivas en la comunidad.

Practicante: Apoyar las directrices trazadas por el Gerente y el Director de Comunicaciones, en materia del posicionamiento de la imagen del INDERE, así como aportar en el cumplimiento de diversas estrategias comunicacionales, como las siguientes:

Funciones:

- Realizar informes radiales.
- Visitar a medios de comunicación y convocar a las ruedas de prensa.
- Apoyar con el Video promocional de Indere La Estrella
- Colaborar con las cuñas radiales - Perifoneos
- Dossier de Prensa
- Hacer Capacitación a deportistas, clubes y lideres sobre comunicación

Presupuesto anual proyectado

Asesor Externo: Contrato por outsourcing según proyectos asesorados y ya aprobados dentro del presupuesto de la Institución.

Comunicador: Contrato a término fijo según las expectativas del Gerente por un mínimo base de 1.200.000 mensual.

Practicante:

Mínimo legal Vigente.

Recursos materiales

- Computador
- Elementos de oficina
- Cámara fotográfica
- Cámara de video
- Consolas de sonido
- Papelería

La unidad de comunicaciones ha sido una prioridad de la gerencia actual por ello se realizaron entrevistas personales para conocer las expectativas deseadas y concretar un plan según el presupuesto de la institución y el cumplimiento de sus objetivos.

Dando como cumplimiento a orientar y estimular los eventos recreativos y deportivos de los siderenses partiendo de un plan de comunicaciones, se realizó el diseño de estrategias publicitarias a través de piezas mediáticas como pasacalles, pendones, volantes en la realización de cada uno de los eventos como: Los XXXVI Juegos Departamentales, más conocido como los Juegos Olímpicos de los municipios de Antioquia, donde fuimos sede, eventos nacionales como

Copa Claro, Pony Fútbol, conversatorio Rumbo a Brasil 2014 con personajes de jerarquía como el profe Montoya, Vacacional de Fútbol, el evento más grande del INDERE, eventos internos como las vacaciones recreativas, los torneos de futbolito, Copa Fustal, programa adulto mayor y paz interior, caminatas, novenas entre otros.

Para lograr integrar los públicos internos, generar una cultura organizacional se creó un proyecto que se llama ACTITUD ESTRELLA:

Desde la campaña de Actitud Estrella buscamos que el ciudadano valore su potencial, sus oportunidades y su territorio. Trabajamos para afianzar el sentido de pertenencia y la autoestima, así como desarrollar una visión vanguardista y fortalecer los valores, teniendo como soporte la formación integral del ser humano y la adquisición de competencias para la vida.

Actitud Estrella es sinónimo de consolidar una cultura caracteriza por la participación de todos los ciudadanos y la transformación de su mentalidad y comportamientos en beneficio de la sana convivencia, la armonía y el mejoramiento del desarrollo humano y el aumento de la calidad de vida.

Estrategias y Tácticas

A. Estrategia: Crear nuevos medios para incentivar y motivar los empleados del INDERE, donde se les reconozca su trabajo.

Tácticas: Uno de los puntos más importantes para la eficacia de un plan de comunicaciones en una organización es la aceptación de todos los niveles jerárquicos y es importante para motivar a los empleados que todas sus dependencias estén involucrados. Por lo tanto el plan de comunicaciones deberá:

- Capacitar al personal sobre la comunicación y la importancia de una cultura organizacional que genere identidad.
- Realizar reuniones quincenalmente donde el gerente y los diferentes encargados de cada dependencia compartan con sus colaboradores las expectativas que se quieren lograr y a su vez escucharlos en cualquier sugerencia, pues lo más importante es hacerlos parte de la organización y que su palabra cuente en lo que sea posible.
- Tener el empleado del mes según los valores de la Institución: Es decir los valores del INDERE son: Lealtad, compromiso y familia, la idea es que cada empleado que se destaque por cumplir cada uno de estos valores, se coloque en la página web, en las redes sociales y en la cartelera principal. El proyecto sería hacerlo por medio de una plataforma móvil, vía celular.

B. Estrategias:

Reforzar la imagen institucional del INDERE, modificando las carteleras institucionales, ubicándolas en puntos estratégicos, además colocando insumos de oficina con la imagen del Indere, con el fin de generar sentido de pertenencia y cultura.

Tácticas:

- Ubicar estratégicamente las carteleras para generar una información asertiva de acuerdo a los públicos a los cuales está dirigida las comunicaciones.
- Una al lado de taquilla donde se pueda promocionar los cursos, los horarios y que sea obligatoria escribir el cambio que surgen en los programas para que los usuarios estén informados y el centro de formación se evite problemas y tenga donde sustentar sus cambios.
- Otra cartelera quedaría en el gimnasio donde se muestren los programas ilustrados, los horarios y recomendaciones acerca de las actividades físicas y el estado en el cual debe ingresar al gimnasio.
- La otra estará situada en la entrada de fisioterapia donde se muestren los programas, recomendaciones de cómo se debe asistir a las citas médicas y de fisioterapia, e ilustrar las posturas que se deben tener y algunas recomendaciones para prevenir y mejorar posibles daños.
- Otra cartelera debe tener fotos de los diferentes eventos que se han venido desarrollando durante el año, además debemos tener una programación general de lo que se realizará durante todo el año (plan de acción).

C. Estrategia: Dar respuesta inmediata a las quejas, reclamos y sugerencias de los usuarios y empleados del Instituto de Deportes y Recreación, Indere, para mejorar la imagen.

Tácticas:

- Crear un buzón de sugerencia que este ubicado estratégicamente en la entrada de recepción donde llegan todas las personas hacer sus sugerencias y reclamos, sin olvidar hacer un formato para esto y ubicarlos al lado del buzón con su respectivo lapicero. Revisar este buzón día

por medio para poder cumplir con los 15 días hábiles para darle el trámite pertinente. La persona encargada sería el practicante.

- Darle uso al correo que existe en el INDERE para recibir las peticiones, reclamos, quejas y sugerencias, para que los usuarios tengan más opciones. Revisar este correo todos los días para responderle dentro de los 15 días hábiles y hacer el trámite correspondiente.

D. Estrategias: Crear la cultura de utilizar las herramientas de comunicación para poder estar informados. Por ejemplo la intranet, con el fin de tener la información al alcance de todos, como las carpetas de lo institucional como hoja membrete, los diferentes eventos, circulares, noticias, entre otras.

Tácticas:

- Hacer capacitaciones donde se les enseñe a cada uno de los colaboradores a manejar los medios virtuales como la pagina web y la intranet para poder crear una cultura y que se pueda enviar y recibir información por medio de un correos institucionales, no solo para el área administrativa sino también para las otras dependencias.

Recomendaciones

- Restructurar la página web, ayudando a mejorar su imagen institucional, y así logrará posicionar su marca e innovar y estar a la altura competitiva de otras instituciones gubernamentales, igualmente capturar más usuarios.
- Realizar campañas externas en los barrios para que más usuarios nos conozcan y quieran hacer parte de nuestros servicios. Todo comenzaría desde una comunicación interna acertada para divulgarla al exterior.
- Crear un protocolo claro para los diferentes procesos de la organización. Es decir tener formatos definidos para inauguración, clausura, orden de quien habla en el evento, reglamento, entre otros, es muy importante para el Instituto ya que es un paso que se hace todo el tiempo, tener una guía de como se decora y quien entrega las premiaciones.
- Para que haya un mejor proceso y se pueda proyectar a grandes rasgos el Instituto, es necesario tener un comunicador de planta, porque con cada practicante se terminan los procesos y el INDERE necesita proyectarse y seguir afianzando su imagen y eso no solo se logra con imágenes sino también con contenidos.
- El plan de comunicaciones que se diseñó tiene el objetivo de crear en los empleados una cultura organizacional adecuada que permita el cumplimiento de sus objetivos, donde se respete aspectos como la imagen institucional a través de aspectos como el buen uso del uniforme, así mismo valorar la imagen institucional y se eduque desde lo interno para reflejar lo mejor en el exterior.

Conclusiones

- Durante el proceso de práctica fue posible afianzar las habilidades y conocimientos adquiridos en la Universidad, mediante la producción permanentes contenidos como: información y entrevistas para periódicos, retroalimentar la página Web de la institución, las redes sociales, la emisora virtual, la redacción de boletines de prensa, circulares cartas, piezas publicitarias, entre otros.

- En el Indere, puse a prueba todo lo aprendido, respecto a convocatorias, publicidad, plan de medios, cómo captar la atención del cliente y los diferentes medios virtuales. El paso por una Institución deportiva me deja grandes aprendizajes, ya que es diferente el manejo de las comunicaciones en una empresa de sector privado a una empresa de sector público y deportivo, por el tipo de escritura y oratoria.

- El crear un plan de comunicaciones, me hizo retomar todos los apuntes de la universidad y hacer un marco teórico completo, con el fin de realizar un excelente trabajo, basado en experiencias y aprendizajes de grandes expertos de la Comunicación Interna y Cultura Organizacional.

- Lo que se quiere lograr es orientar y estimular el desarrollo de los siderenses en el Indere, por medio de un personal idóneo y competente para el desarrollo de los diferentes procesos del Instituto. Por esto se creó un plan de comunicaciones, para ser la guía de este proceso, darle estrategia y mostrar resultados contundentes. A través de medios escritos, publicidad, cultura, análisis y medios virtuales.

Bibliografía

- Beltrán, F. F. (2007). *Comunicación interna y cultura corporativa*.
- Chiavenato, I. (9 de 9 de 2013). <http://www.freelibros.org/administracion/comportamiento-organizacional-2da-edicion-idalberto-chiavenato.html>.
- Duque, G. A. (2013). *Comunicación*.
- García Fernández, Y. M. (2010). *Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/898/Comunicacion%20Organizacional.htm>
- García Marcuello, A. (2010). *Habilidades de Comunicación: Técnicas para la Comunicación Eficaz*. Obtenido de Psicología Online: http://www.psicologia-online.com/monografias/5/comunicacion_eficaz.shtml
- Gonzalez, R. M. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Guerra, I. R. (Octubre de 2004). *Cultura organizacional*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/cultura-organizacional.html>
- Jiménez, J. C. (17 de 10 de 2013). *Una cultura organizacional orientada al cliente interno*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulo/una-cultura-organizacional-orientada-al-cliente-interno>
- Núñez King, K. I. (2011). *Comunicación organizacional*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/comunicacion-organizacional-formas-y-tipos.htm>

Núñez, L. K. (11 de Abril de 2011).

<http://jcvalda.wordpress.com/2012/04/11/comunicacion-organizacional-tipos-y-formas/>.

Salcedo, A. (2013). *El Plan de Comunicación Interna*. Obtenido de

<http://www.marketerosnocturnos.com/el-plan-de-comunicacion-interna/>

Sánchez, D. (2014). *Plan de Comunicación Interna*. Obtenido de

sugestion.quned.es/ajax/ops.php?funcion

Lista de Apéndice

Apéndice A Publicidad eventos

EN LA ESTRELLA
CONCIERTO INTERNACIONAL DE ALABANZA
PARQUE PRINCIPAL

En honor al Aniversario de la Coronación de Nuestra Señora del Rosario de Chiquiquirá

JON CARLO
Le canto al Papa Francisco en Brasil

JAIME CHACUA
Uno de los mejores cantantes católicos

GRATIS

VIERNES SEPT. 13
DESDE LAS 5:00 P.M.

Atiende esta cita con Dios!

Conversatorio

Colombia rumbo a Brasil 2014

Análisis de las dos últimas fechas de la eliminatoria

Con: **Juan José Peláez**
Hernán Darío Herrera
y el **Profe Luis Fernando Montoya**

Miércoles 18 de Septiembre
Hora: **11:00 a.m. - 1:00 p.m.**
Auditorio de la escuela Manuela Beltrán

Campamento Familiar Siderense
San Carlos - Antioquia
Octubre 12, 13 y 14 de 2013

PUERTO DE INCLUYENTE: INDERE
HORA DE SALIDA: 5:30 AM Octubre 12
HORA DE REGreso: 3:00 PM Octubre 14
VALOR POR PERSONA: \$400.000

EL PROGRAMA INCLUYE:

- Tarjeta de asistencia médica
- Transporte buses de turismo INDERE - SAN CARLOS - INDERE
- Alimentación: 3 almuerzos, dos cenas, dos desayunos, no incluye desayuno del primer día (participación familiar)
- Alojamiento: incluye el espacio para la carga dos noches (susa familia lleva su respectiva carga)
- Actividades: campamentos, juegos, dinámicas, actividades nocturnas, caminatas, actividades energéticas, entre otros.

NO INCLUYE: Gastos no especificados dentro del Programa.

RECOMENDACIONES GENERALES:

- Llevar colchonetas - sleeping pads para la dormida, linera, elementos de uso personal, documento de identidad, entre otros.

NOTA: Solicitar programación al pagar el cupo.

Alcaldía La Estrella | INDERE La Familia Es Protagonista

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia
Teléfono: (057) (4) 279 00 46
www.indere.gov.co | Email: indere@indere.net.co
@indereantioquia | #indereantioquia

CON SENTIDO SOCIAL

5ª COPA DE FÚTBOL CLARO
EN LA ESTRELLA

UN EVENTO DEPORTIVO DE CARÁCTER NACIONAL

OCTUBRE 6 AL 9 DE 2013
CANCHA MUNICIPAL JHON F. KENNEDY
CANCHA CENTRO POBLADO MAYOR PUEBLO VIEJO

INVITAN:

Alcaldía de La Estrella | INDERE La Familia Es Protagonista

Claro

OLIMPIADAS RECREATIVAS INTERCOLEGIAPAS RETO ESTRELLA
octubre de 2013

Inscribe tu Colegio a las primeras Justas Recreativas, por todas tus capacidades físicas, mentales, cognitivas y estratégicas para que disfrutes y te diviertas en el

RETO ESTRELLA
¡ESTUDIANTES DE 9º a 11º GRADO!

Forma tu equipo entre 10 y 15 personas, participa en las eliminatorias en tu institución y representa en la fase final a tu Colegio.

Impulsado por:

Alcaldía Municipal
Secretaría de Educación y Cultura
Instituto de Deportes Recreación, Educación Física y Actividad Física de La Estrella - INDERE

Alcaldía La Estrella | INDERE La Familia Es Protagonista

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia
Teléfono: (057) (4) 279 00 46
www.indere.gov.co | Email: indere@indere.net.co
@indereantioquia | #indereantioquia

Primera Copa Navideña Fútbol de Salón Siderense

¡ANÍMATE!

Inscribe tu equipo de Fútbol de Salón
Edad: 13 a 16 años

Inscripción **GRATUITA** hasta el día viernes 29 de noviembre en el Indere.

Alcaldía La Estrella | INDERE La Familia Es Protagonista

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia
Teléfono: (057) (4) 279 00 46
www.indere.gov.co | Email: indere@indere.net.co
@indereantioquia | #indereantioquia

¡SOMOS SEDE!

Zonal de Juegos Departamentales Valle de Aburrá

"LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LOS MUNICIPIOS DE ANTIOQUIA"

12 disciplinas deportivas, más de 1800 deportistas

Del 12 al 17 de noviembre de 2013

PROYECTAMOS CALIDAD DE VIDA Y JUEGO LIMPIO A TRAVÉS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN.

LA ESTRELLA, SEDE DE GRANDES EVENTOS

Alcaldía La Estrella, INDERE, INDEPOTES ANTIOQUIA

Salida

Cocorná, Antioquia

PUZZL-ANDO

Octubre 27

PUNTO DE ENCUENTRO: INDERE

HORA DE SALIDA: 5:30 AM - HORA DE REGRESO: 5:30 PM

VALOR POR PERSONA: \$23.000

INCLUYE: buses de turismo, INDERE - COCORNÁ - INDERE

Actividad grupal, tarjeta de asistencia médica y un recreonista por bus.

NO INCLUYE: Gastos no especificados dentro del programa.

Reconido por los principales sitios del Municipio, casa de la cultura, Iglesia principal, parque principal y charcos naturales.

Alcaldía, INDERE, INDEPOTES ANTIOQUIA

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia

Teléfono: (057) 42 279 00 46 www.indere.gov.co Email: indere@uninet.co

SEMINARIO DE ADMINISTRACIÓN DEPORTIVA

GRATUITO

Inscripciones abiertas hasta el 17 de Octubre en el INDERE.

Fechas: 19 -20 de octubre, 26-27 de octubre, 2-3 de noviembre. (3 fines de semana)

Horario: 8:00 am a 4:00 pm

Lugar: Aula Ambiental Calle 77 sur No 52D 120.

Se debe cumplir con el 85 % de las horas para obtener la certificación.

DIRECCIONES: Alcaldía, INDERE, INDEPOTES ANTIOQUIA

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia

Teléfono: (057) 42 279 00 46 www.indere.gov.co Email: indere@uninet.co

VACACIONES RECREATIVAS

Disfruta en familia del 5 al 15 de Diciembre de 2013

- Juegos de estrategia y competencia en Familia.
- Disfruta en día de ocio y agua en Familia - Juegos Acuáticos.
- Aprende a cocinar en Familia.
- Concurso de juegos múltiples -
- Distintos manual y física
- Talleres de manualidades.

Fechas:
5-6-7 de Diciembre de 2013 en Pueblo Viejo.
9-10-11 de Diciembre de 2013 en Tabazon.
12-13-14 de Diciembre de 2013 en Cabecera.

Horarios: 10 a 12 de la mañana y de 2 a 5 de la tarde.

Inscripción hasta el próximo miércoles 4 de Diciembre de 2013 en el INDERE.

Alcaldía, INDERE, INDEPOTES ANTIOQUIA

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia

Teléfono: (057) 42 279 00 46 www.indere.gov.co Email: indere@uninet.co

Torneo Vacacional de Fútbol

"ALCAIDÍA DE LA ESTRELLA INDERE 2014"

¡Brilla en busca de La Estrella!

10 al 26 de Enero

Alcaldía, INDERE, INDEPOTES ANTIOQUIA

Dirección: Carrera 60 No. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella - Antioquia

Teléfono: (057) 42 279 00 46 www.indere.gov.co Email: indere@uninet.co

Apéndice B Publicaciones

Instituto Municipal de Deportes y Recreación
de La Estrella. NIT. 800.003.935-7



Boletín de Prensa
La Estrella, 23 de septiembre de 2013

EN LA ESTRELLA GRAN FINAL TORNEO DE PONYFÚTBOL

El pasado domingo 23 de septiembre de 2013, se jugó la gran final del Zonal Municipal del torneo PonyFútbol, celebrado en la Cancha Municipal Jhon F. Kennedy, en la ciudad de la Estrella.

Se contó con la participación de 16 equipos para un número total de 288 niños que disfrutaron de un gran torneo.

Los dos equipos clasificados para la Gran Final fueron: El Parque y Tanques A.

En un partido arduamente disputado salió vencedor el equipo El Parque, quien se impuso a su rival por marcador de 2 goles a 1.

El encuentro por el 3 y 4 puesto se jugó entre los equipos Zona Sur Ancón vs Barrio La Ferrería, ganando 2 goles por 1 el equipo Zona Sur Ancón.

El evento contó con la presencia del señor Alcalde Juan Diego Echavarría Sánchez y su familia, el Gerente del INDERE Doctor Jhon Jairo Echavarría Vélez y los honorables concejales del Municipio de la Estrella, con el gran apoyo del personal del INDERE que estuvieron a cargo de la premiación y del correcto desarrollo del evento.

Se contó con buena participación y acompañamiento de los aficionados en las fiestas de la familia. Cabe resaltar la asistencia masiva de 800 personas y su excelente comportamiento en la Cancha Municipal Jhon F. Kennedy.

Cordialmente,

Jhon Jairo Echavarría Vélez
Gerente INDERE

Cra. 60 Nro. 83 A Sur 092 Municipio de La Estrella C.P. 056460
Teléfono 2790046 e-mail: inderes@tune.nst.co web: www.inderes.gov.co



BOLETIN DE PRENSA 01 La Estrella, 7 de noviembre de 2013



Johana Arrieta, bronce centroamericano en Centroamericanos Escolares.

La atleta de La Estrella Johana Arrieta consiguió medalla de bronce en los Juegos Escolares Centroamericanos y del Caribe que se celebran en Armenia en la prueba de 400 metros planos.

La deportista siderense registró un tiempo de 57.29, detrás de Priscila Morales de Puerto Rico con 56.75 que ganó la medalla de oro, y Kianeth Galván de Panamá con 56.83 que obtuvo la preseña de plata.

Es de anotar que la puertorriqueña ganadora de esta competencia fue semifinalista en el Mundial Juvenil realizado en Ucrania en julio de este año, lo que da mayor honor a Johana Arrieta incluirse entre las tres primeras de la competencia.

La imagen de La Estrella quedó en alto con el resultado de Johana, gracias a que fue la primera prueba del atletismo que transmitió Señal Colombia en directo para todo el país, destacando el papel de la siderense como la primera medalla conseguida por Colombia en este deporte en los juegos

En estos escolares centroamericanos es la primera vez que Johana Arrieta representa a Colombia. "Fue emocionante el desarrollo de la competencia. Era más favorita para Colombia Astrid Balanta de Santander de Quilichao, incluso por momentos tomó el liderato, y sobre el remate de la prueba Johana Arrieta hizo gala de su sacrificio, gran proyección y para orgullo de La Estrella y de Antioquia se metió entre las tres primeras. La humildad se enalteció en el podio de los Escolares Centroamericanos y del Caribe" dijo Javi Augusto Escobar, quien narró para Señal Colombia la competencia.

Sobre el mérito de la deportista de La Estrella el gerente del Indere, Instituto de Deportes y Recreación de La Estrella, Jhon Jairo Echavarría Vélez dijo "A la distancia expresamos nuestra felicidad porque hemos respaldado su proceso desde muy pequeña. Siempre hemos sabido de su talento y proyección, y conocemos de

cerca las adversidades que ha sorteado para ser y lo que será esta atleta. En ella y su hermano Luis Eduardo, también atleta, La Estrella tiene gran esperanza por sus condiciones deportivas y futuro en el atletismo".

En estos Juegos Escolares Centroamericanos y del Caribe participan 1.500 deportistas de 10 países. La deportista Johana Arrieta siempre ha tenido el apoyo de la Alcaldía de La Estrella y el Indere, y ahora con estas figuraciones nacionales e internacionales también el respaldo de Indesportes Antioquia y Coldeportes Nacional.

