

**Seguimos avanzando en comunicación**  
**Plan Estratégico de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella 2017-2019**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Social y Periodista**

**Erika Viviana Arroyave Pérez**

**Asesor**

**Juan Carlos Múnera Echavarría**  
**Magister en Comunicación Digital**

**Corporación Universitaria Lasallista.**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**  
**Comunicación Social y Periodismo**  
**Caldas, Antioquia**

**2017**

## Contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>14</b>
<b>Impacto Científico y Tecnológico .....</b>	<b>14</b>
<b>Impacto Social y Económico.....</b>	<b>16</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>17</b>
<b>Objetivo General: .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>17</b>
<b>Marco teórico .....</b>	<b>19</b>
<b>Conceptualización de la comunicación .....</b>	<b>19</b>
<b>¿Qué es la comunicación? .....</b>	<b>23</b>
<b>Tipos de comunicación.....</b>	<b>24</b>
<b>Publicidad, propaganda, relaciones públicas .....</b>	<b>27</b>
<b>Los públicos de la comunicación externa.....</b>	<b>28</b>
<b>Redes sociales .....</b>	<b>30</b>
<b>Comunity manager .....</b>	<b>30</b>
<b>El Plan de comunicación .....</b>	<b>31</b>
<b>Estructura de un Plan de Comunicación.....</b>	<b>31</b>
<b>Mecanismos de retroalimentación:.....</b>	<b>33</b>
<b>Metodología.....</b>	<b>35</b>

	3
<b>Enfoque.....</b>	<b>35</b>
<b>Estudio de caso.....</b>	<b>36</b>
<b>Alcance .....</b>	<b>37</b>
<b>Técnicas.....</b>	<b>38</b>
<b>Observación libre o no estructurada .....</b>	<b>38</b>
<b>Análisis del contenido.....</b>	<b>38</b>
<b>Grupo focal .....</b>	<b>39</b>
<b>Población y muestra .....</b>	<b>39</b>
<b>Contexto.....</b>	<b>40</b>
<b>Reseña histórica.....</b>	<b>40</b>
<b>Municipio de La Estrella.....</b>	<b>41</b>
<b>División administrativa .....</b>	<b>42</b>
<b>Estructura político-administrativa .....</b>	<b>44</b>
<b>Organigrama .....</b>	<b>46</b>
<b>Misión .....</b>	<b>46</b>
<b>Visión.....</b>	<b>47</b>
<b>Política de Calidad.....</b>	<b>47</b>
<b>Oficina de Comunicaciones .....</b>	<b>47</b>
<b>Funciones esenciales.....</b>	<b>48</b>
<b>Funciones generales.....</b>	<b>50</b>
<b>Resultados del análisis .....</b>	<b>51</b>
<b>Comunicación interna .....</b>	<b>53</b>

<b>Comunicación externa.....</b>	<b>55</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>57</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>59</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>61</b>
<b>Apéndices .....</b>	<b>64</b>

## Lista de figuras

Figura 1: Modelo de Laswell .....	19
Figura 2: Modelo de Shannon y Weaver .....	20
Figura 3: Modelo de osgood y Schramm.....	21

**Lista de tablas**

Tabla 1: Tabla de generalidades del municipio de la Estrella .....	41
Tabla 2: Distribución de la Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella.....	51
Tabla 3: Distribución del público interno de la Alcaldía de La Estrella .....	52

**Lista de ilustraciones**

Ilustración 1: Mapa de procesos .....	443
Ilustración 2: Organigrama Alcaldía de la Estrella.....	45
Ilustración 3: Oficina de comunicaciones .....	487

**Lista de apéndices**

Apéndice A: Plan de comunicaciones .....	644
Apéndice B: Piezas gráficas:.....	91
Apéndice C: Página web .....	94
Apéndice D: Redes sociales .....	97
Apéndice E: Evidencias fotográficas de la investigación.....	10404

## Resumen

Este trabajo es el resultado de una previa experiencia laboral en la Alcaldía de La Estrella- Oficina de Comunicaciones que tiene como objetivo definir las políticas de planeación, diseño, coordinación, ejecución y evaluación de estrategias de carácter informativo, corporativo e institucional; con base en ello se realizó el Plan Estratégico de Comunicaciones “Seguimos avanzando en comunicación”.

Este proyecto está orientado a través de las bases de la comunicación organizacional y de la importancia de contar con un plan de comunicaciones; también está enmarcado en el cumplimiento de la ley de 1712 del 2014 "por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", la Ley 1078 “a través de la cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías”, para la implementación de la estrategia Gobierno en Línea.

El desarrollo del mismo contó con un método de investigación previo, con técnicas tales como observación libre o no estructurada, análisis de contenido y grupos focales, con ello se determinaron aspectos puntuales a observar para llevar a cabo dicho plan. De esta manera se evidencian falencias dentro de la estructuración del plan de comunicaciones, por consiguiente este trabajo se adaptó a las necesidades de la Administración actual, para lograr la adecuada difusión de los programas, proyectos sociales y administrativos y el posicionamiento de una imagen positiva a nivel municipal, departamental y nacional.

**Palabras clave:** Organización, estrategias, comunicación, marketing.

## **Abstract**

This work is the result of a previous work experience in the Mayor's office of La Estrella- Communications Office whose objective is to define policies for planning, designing, coordinating, executing and evaluating information, corporate and institutional strategies; Based on this, the Strategic Communications Plan was carried out "We are moving forward in communication".

This project is oriented through the bases of organizational communication and the importance of having a communication plan; Is also framed in the fulfillment of the law of 1712 of 2014 "by means of which the Law of Transparency and the Right of Access to National Public Information is created and other dispositions are dictated", Law 1078 "through the Which is issued the Single Regulatory Decree of the Technology Sector ", for the implementation of the strategy Government Online.

The development of the same had a previous research method, with techniques such as free or unstructured observation, content analysis and focus groups, which determined specific aspects to observe to carry out such a plan. In this way, shortcomings are evident in the structuring of the communications plan. Therefore, this work was adapted to the needs of the current Administration, in order to achieve the adequate dissemination of programs, social and administrative projects and the positioning of a positive image to Municipal, departmental and national levels.

Key words: Organization, strategies, communication, marketing.

## Introducción

El Plan Estratégico de Comunicación es un proyecto organizacional con un objetivo claro y conciso servir como guía para todos los procesos comunicacionales dentro y fuera de la entidad. De esta forma se plasman estrategias para satisfacer las necesidades que han sido previamente identificadas, pues estamos inmersos en una sociedad en donde la cultura, el deporte, la salud, la educación, bienestar social, entre otros, juegan un papel fundamental. Por ello se busca planificar a través de un proceso participativo, incluyente e integral una serie de tácticas para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos propuestos.

El presente trabajo busca realizar un Plan Estratégico de Comunicaciones para la Alcaldía de La Estrella, el cual va encaminado al alcance de metas para el cuatrienio 2016 -2019, establecidas en el Plan de Desarrollo “La Estrella -Seguimos Avanzando”. Dicho plan tiene como estrategias de desarrollo cuatro dimensiones, social, económica, ambiental e institucional, siendo esta última el eje transversal que se encarga de fortalecer un conjunto de políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional para la gestión y manejo de los recursos humanos, técnicos, materiales, físicos, y financieros, el cual está orientado para fortalecer la capacidad administrativa y el desempeño institucional.

Es importante tener en cuenta que el mal manejo de la comunicación retrasa los procesos, crea un ambiente de incertidumbre, rumores, insatisfacción y desorientación, lo cual se ve reflejado en la cultura y clima organizacional. Por ende para la creación de este Plan Estratégico de Comunicaciones es fundamental contar con un análisis previo

que determine las prioridades a trabajar dentro de la organización y a su vez identifique los diferentes factores que encaminaran las estrategias adquiridas, para el bienestar y óptimo desarrollo.

## Justificación

### Impacto Científico y Tecnológico

El Plan Estratégico de Comunicaciones “Seguimos avanzando en comunicación” está promovido con el fin de garantizar el alcance de los propósitos misionales y la transparencia de la Administración, para construir confianza en sus públicos. La comunicación en la Alcaldía de La Estrella tendrá un carácter estratégico que estará orientado al fortalecimiento de la identidad institucional y de la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad de la organización, para lo cual se implementarán procesos comunicacionales y se ejecutará un plan de medios.

“Es importante comunicar porque cualquier organización independientemente de su naturaleza, tiene que informar al resto de la sociedad de quién es y de las actividades que desarrolla. En tanto que parte del sistema social, se encuentra en la obligación de informar de sus actividades. En el caso de las instituciones financiadas con recursos públicos esta comunicación se convierte en imprescindible. Es necesario informar a los ciudadanos sobre estas organizaciones y sus actuaciones” (Fernández, López, 2013)

El artículo 311 Superior lee: *“Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.”*

El municipio de La Estrella ubicada en el Departamento de Antioquia siguiendo los mandatos superiores y legales, cuenta con el Plan de Desarrollo 2016-2019 “La Estrella, Seguimos Avanzando”, dentro del cual se estipuló el cumplimiento de un componente estratégico direccionado a fortalecer los procesos comunicacionales de la entidad, la transparencia administrativa y la participación ciudadana. Todo esto bajo la aplicación e implementación de estrategias de comunicación pública y rendición de cuentas de cara al ciudadano, con el cual se pretende satisfacer la necesidad de divulgar la información que se genera al interior de la entidad territorial y a su vez que sirva como herramienta de seguimiento a las acciones emprendidas por parte de la comunidad.

Por ello el este Plan de Comunicaciones se enmarca en el cumplimiento de la ley de 1712 del 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", la ley 1078" a través del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías", para la implementación de la estrategia Gobierno en Línea, los cuales indican a las entidades contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas mediante el aprovechamiento de las TIC. Adicionalmente, la información del Estado debe ser entendida como un bien público y un derecho de los ciudadanos.

Por consiguiente este proyecto diseñó el plan estratégico de comunicaciones de la Alcaldía de la Estrella, ya que no se cuenta con una versión actualizada que se adapte a las necesidades vigentes de la Administración, y que este alineada con las metas del Plan de Desarrollo “La Estrella- Seguimos Avanzando 2016-2019,”.

## **Impacto Social y Económico**

En el 2016 la nueva Administración Municipal actualizó su gobierno, dentro de este periodo se identificaron fortalezas significativas en temas relacionados con la comunicación externa tales como: gestión estratégica de la información proyectando la imagen institucional, manejo, dirección y organización de las actividades y eventos institucionales, seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre temas del municipio, entre otras. Sin embargo, es necesario tener un respaldo documentado y teórico que sirva de soporte técnico y guía para los procesos que se llevan a cabo.

En cuanto a comunicación interna en el año 2016 se presentaron algunas debilidades con respecto a la planificación e implementación de un proyecto que fomentara la cultura participativa, el buen desempeño laboral y un óptimo clima organizacional. Por ello nace la necesidad de dar a conocer al público interno la filosofía, visión, misión y objetivos de la actual Administración, además de fomentar una cultura interna digital y cooperativa para llevar a cabo las metas organizacionales.

Con este trabajo se pretende impactar a la organización, dejando estrategias objetivas y precisas para la planificación, ejecución, medición y evaluación de los procesos de comunicación interna y externa, además de tácticas que incentiven la promoción en el uso de nuevas tecnologías, redes sociales y alternativas, manejo del clima organizacional, incentivo del sentido de pertenencia, alineación del personal con el cumplimiento del Plan de Desarrollo, entre otros, con el fin de posicionar al municipio como un territorio enfocado al progreso y al desarrollo social, económico y cultural.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

Diseñar un Plan Estratégico de Comunicaciones que facilite la difusión y el acceso a la información para los diferentes públicos de la Alcaldía de La Estrella periodo 2017-2019.

### **Objetivos Específicos**

- Fundamentar las funciones del equipo de trabajo de la Oficina de comunicaciones.
- Promover campañas de sensibilización, promoción y difusión que fomenten el cumplimiento de la estrategia Gobierno en Línea, transparencia y acceso a la información.
- Plantear estrategias para incrementar el acceso a la información que produce la entidad en los sectores rurales.
- Crear piezas gráficas y audiovisuales que mejoren la apertura y visibilidad de los canales de comunicación con la ciudadanía.
- Impulsar acciones dentro de la organización (plan de capacitación, manual de identidad institucional, entre otros.) que incentiven la productividad, el trabajo en equipo y un buen clima organizacional.
- Fomentar el uso de canales de comunicación interno formales, que faciliten el desarrollo y cumplimiento de las actividades que beneficien la organización y que a su

vez sirvan para disminuir elementos perjudiciales como el ruido, el rumor y el mal clima organizacional.

- proyectar estrategias para el manejo adecuado de las redes sociales y mejoramiento en su contenido.
- Propiciar un contacto adecuado con los medios de comunicación procurando una mayor cobertura y reconocimiento de la entidad por parte de la comunidad.

## Marco teórico

### Conceptualización de la comunicación

“Una organización que informa y comunica sobre su identidad y actividades al resto de la sociedad disfrutará de importantes beneficios” (Fernández López, 2013) Para llevar a cabo una planificación estratégica en comunicación organizacional se hace primordial tener una conceptualización sobre técnicas de comunicación las cuales facilitan procesos de imagen y reputación de las organizaciones, por ello realizaremos una inmersión sobre conceptos y dinamismos que rigen este proceso.

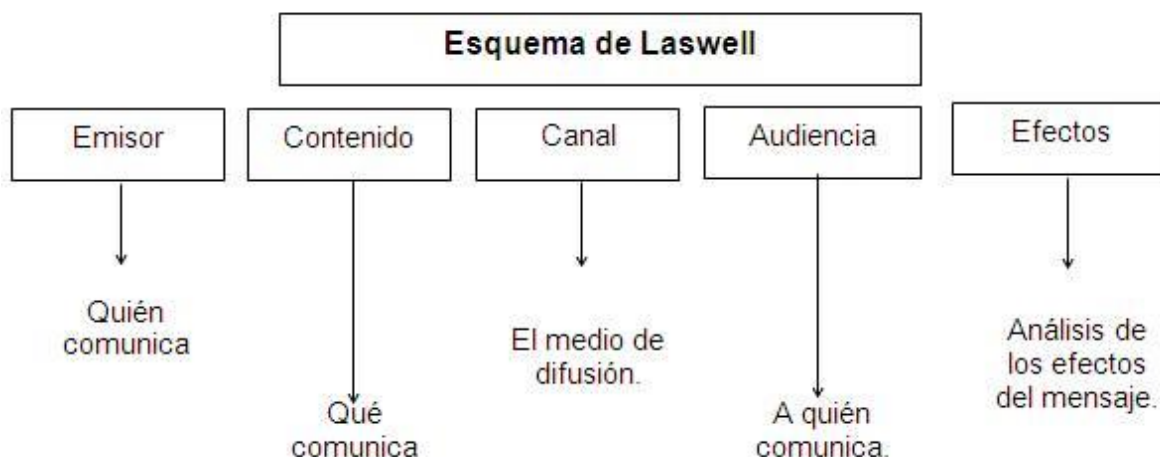
Los cimientos de la comunicación nacen de unas teorías que dan como manifiesto cómo funciona la comunicación, por ello plantearemos algunas de las más reconocidas:

**El paradigma de Harold Lasswell:** propuso una concepción lineal de la comunicación cuyos elementos ayudan a entender y visualizar el proceso de la comunicación humana. Considera los medios omnipotentes y como un instrumento indispensable para la gestión gubernamental de las opiniones. Creó el conocido término “aguja hipodérmica” para referirse al eficaz impacto de los medios de comunicación sobre los individuos, él define el proceso de comunicación a partir del siguiente paradigma: ¿Quién dice que, por qué canal, a quién y con qué efectos?

A partir de este se puede decir que los elementos de la comunicación son emisor, canal, mensaje, código y receptor. Resulta asimismo importante entender que se

encuentran interrelacionados y que para que el proceso sea exitoso deben serlo cada una de sus partes.

Figura 1: Modelo de Laswell

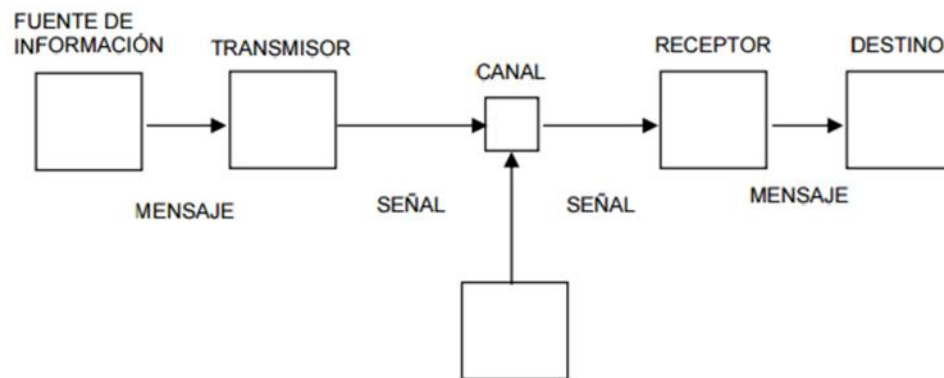


Fuente: Elaboración propia

**El modelo de comunicación de Shannon y Weaver** propone un modelo lineal en el que hay un origen y un final y para el que define los siguientes elementos: fuente, que genera el mensaje, el emisor que convierte éste en signos, el canal o medio y el decodificador o receptor que construye el mensaje a partir de signos, y el destino, la persona a la que se transmite el mensaje.

A este esquema hay añadir además el ruido, que hace que el mensaje no sea el mismo en las dos esquinas de este modelo lineal los modelos lineales parten de dos consideraciones fundamentales que pueden conducir a error y que son: entender la comunicación como un mero transporte de información y pensar que el significado está en el mensaje y no en la interpretación que la persona hace del mismo.

Figura 2: Modelo de Shannon y Weaver



Fuente: Elaboración propia.

Aunque existen otros modelos de comunicación se finaliza con el **Modelo circular de Osgood y Schramm**, estos autores expresan de una manera más precisa cómo funciona la comunicación, afirman que “no puede comprenderse la comunicación si comenzara en un lugar y terminara en otro” (Fernández López, 2013). Ello evidencia en aquellas organizaciones en las cuales no se presta atención a lo que el receptor pueda eventualmente pensar sobre el mensaje que le acaban de transmitir; allí las relaciones son más tensas y complejas de manejar ya que siempre existe algún tipo de retorno y es importante tenerlo en cuenta. Por ello el fenómeno de la comunicación se explica mejor desde un modelo circular que tiene en cuenta otros factores que intervienen en el acto comunicativo.

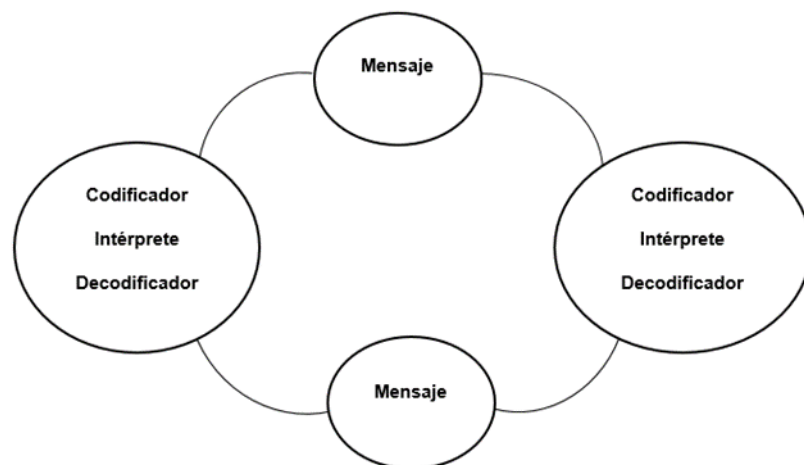
Algunos elementos del modelo circular son:

**Role – taking** La adquisición del role-taking supone un proceso que, por sus implicaciones en la formación del propio auto concepto, en el establecimiento de relaciones interpersonales adecuadas, en el incremento de las habilidades de

comunicación y en el desarrollo del razonamiento moral, suscita el suficiente interés desde la óptica educativa como para, a partir de los datos y resultados de los estudios científicos realizados, derivar criterios de actuación en orden a incrementar la eficacia de una intervención educativa sobre esta capacidad de situarse en la perspectiva social de los otros.

**Feedback o retroalimentación**, este elemento es el que incide directamente en la denominación de los modelos circulares. El proceso de la comunicación se ve afectado ya que el emisor puede modificar sobre la marcha el contenido del mensaje.

Figura 3: Modelo de osgood y Schramm



Fuente: Elaboración propia

## ¿Qué es la comunicación?

“La palabra comunicar proviene del latín *comunicare*, que significa “poner en común”; se define como un proceso en el que intervienen un emisor y un receptor, en un ambiente determinado logrando así la transmisión de ideas, comprensibles entre las partes” (Lara M, 2011). La importancia de la comunicación radica en que este proceso es parte fundamental del diario vivir de cualquier ser humano, es algo intrínseco y primitivo, una actividad esencial para la vida en la sociedad.

El proceso de comunicación es complejo y dinámico, este se apoya de algunos elementos básicos tales como:

**Emisor:** es quien emite el mensaje, puede ser o no ser una persona

**Receptor:** es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como receptor, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.

**Canal:** es el medio físico por el que se transmite el mensaje, por ejemplo internet hace posible que llegue a usted (receptor) el mensaje de su correo electrónico.

**Código:** es la forma que adquiere la información, la cual se intercambia entre la fuente (el emisor) y el destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

**Mensaje:** es lo que se quiere transmitir.

**Situación o contexto:** es el entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

## Tipos de comunicación

Cuando hablamos de la comunicación de una organización diferenciamos entre comunicación interna y externa, la primera se refiere a todos aquellos procesos comunicativos que involucran sólo a miembros de la misma organización. Se trata por tanto de una comunicación cuyo emisor y destinatario se encuentra en el seno de la misma entidad. La comunicación externa se refiere a aquellas comunicaciones que parten del interior de la organización para dirigirse a públicos externos a la misma (Fernández López, 2013).

### *Comunicación interna:*

Son los procesos de transmisión de información hacia o entre los **Stakeholders** o grupos de interés internos los cuales se consideran parte importante del desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa y de lo que más define a la Comunicación Estratégica. Sin embargo, la esencia de su naturaleza se dedica principalmente a que las organizaciones construyan relaciones más profundas y complejas, que aquellas que anteriormente se limitaban a la compra de un producto o servicio, un intercambio superficial, fácilmente olvidado por las partes involucradas.

Según (Freeman, s.a.) “Cualquier grupo o individuo puede ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación” a nivel de la comunicación interna de un organización el término se refiere a empleados, cliente, proveedores. Esta relación es de carácter recíproco, los Stakeholders deben ser informados al igual que la organización

debe tener conocimiento de las necesidades de sus grupos para sí proyectarlas en el desarrollo estratégico de la entidad

### *Comunicación formal*

Se origina en la estructura formal de la organización y fluye a través de los canales aprobados y autorizados, por ejemplo informes, reuniones, eventos, manuales que reúnan información direccional de la organización. Dentro de la comunicación formal existen unas estructuras que explican cómo se organiza y dirige la información:

Comunicación Vertical: está basada en una estructura jerárquica de arriba hacia abajo, la cual se funda en el ejercicio de la autoridad y en la toma de decisiones. En estructuras altamente jerárquicas como las administraciones públicas “La interpretación de las comunicaciones por los individuos está muy influenciada por sus posiciones organizativas” (Nicolini & Parodi, s.f.) La comunicación vertical puede ser descendente y ascendente.

Descendente: es la que fluye desde un superior jerárquico hacia el resto de la organización, instrucciones, datos, órdenes, sugerencias e informaciones de diversa índole.

Ascendente: por lo general este tipo de estructura suele ser más largo y complejo debido a que la jerarquía y el poder son barreras para la comunicación, esto ocasiona que informar de abajo hacia arriba sea más difícil.

Comunicación horizontal: es la que corresponde a una franja de un mismo nivel jerárquico entre varias áreas de trabajo, con esta estructura se busca mejorar los procesos de comunicación, fluidez y eficiencia en los procesos, fácil manejo en la coordinación, entre otros.

Comunicación transversal o diagonal: es aquella que se da entre distintas áreas y niveles al mismo tiempo. Es el tipo de información que posibilita el ejercicio de la autoridad funcional o técnica dentro de la organización y se da a través de acciones de asesoramiento y apoyo.

#### *Comunicación informal*

Este tipo de comunicación no utiliza canales oficiales, surge espontáneamente en las relaciones que se establecen entre las personas por afinidad y requerimientos personales. Esta tiene como fin satisfacer necesidades sociales de los integrantes de la organización. De esta se pueden determinar una serie de situaciones positivas y negativas.

Entre los efectos positivos se puede destacar que con ella se refuerza la cohesión grupal y facilita la comprensión de qué requiere la comunicación formal y facilitan la expresión de sentimientos que no circulan por la red formal. Sin embargo debe ser claro que cuando los efectos son negativos pueden producirse inconvenientes tales como el rumor, mala interpretación y ambigüedad de la información. La comunicación formal no proporciona la suficiente información a los miembros de la organización acerca del funcionamiento de la misma". (p. 20)

El proceso de comunicación ha sido una constante estudiada por multitud de investigadores sociales de diferentes disciplinas como la sociología, política semiología, historia, filosofía, etnografía, entre otros. Desde allí se ha contrastado y planteado los procesos de la comunicación con el fin de comprender su dinamismo e importancia

### *Comunicación externa*

Es un conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos a proyectar una imagen favorable y o a promover sus productos o servicios, abarca lo que en términos generales se conoce como relaciones públicas. Es importante resaltar que no existe una buena comunicación externa sin una buena política de comunicación interna.

### **Publicidad, propaganda, relaciones públicas**

Las instituciones públicas no deben emplear recursos públicos para desarrollar acciones de propaganda, sin embargo si pueden publicitar o dar a conocer los productos o servicios de su institución. También se pueden desarrollar campañas de orientación pública o lo que es lo mismo campañas que persiguen el cambio de determinadas actitudes que n a toda la comunidad (Fernández, López 2013).

El concepto de relaciones públicas se refiere a una actividad profesional, cuyo fin es, mediante gestiones personales, o en el empleo de las técnicas de difusión y comunicación, informar sobre personas, empresas, instituciones, entre otros, tratando de prestigiarlas y captar voluntades a su favor. Son además las Actividades y políticas de

información mediante las que las empresas y otros tipos de organización buscan crear actitudes favorables para ellas mismas y para su trabajo, y contrarrestar actitudes adversas. (Palencia 2008).

### **Los públicos de la comunicación externa**

#### ***Periodistas:***

Son las personas que encarnan los medios de comunicación, son ellos los que los responsables directos de dar cobertura a nuestra organización de proyectar nuestros intereses o, simplemente de entendernos.

#### ***Proveedores y conjunto de empresas que trabajan con la organización:***

La comunicación con estos públicos ha encajado normalmente dentro de la denominada “comunicación b to b” (business to business), reuniendo al conjunto de relaciones de carácter profesional que establece la organización con otras. Este público requiere de información más especializada, más técnica, cómo base de esta relación de comunicación con nuestra organización.

#### ***Autoridades civiles:***

Se trata del conjunto de relaciones de tipo administrativo o legal, pero también representativo, social o protocolario.

***Organismos que ejercen el control ético y de la calidad en el ámbito donde la organización desarrolla su actividad:***

Ante el desarrollo de campos tan decisivos en los próximos años como la RSC aunque no sólo por ello – muchas organizaciones no lucrativas- a través de las cuales conseguir la mejora de la apreciación pública de su actividad. Un ejemplo son las organizaciones medioambientales

***Líderes de opinión:***

Aquellas personas que son consideradas como referente necesario en determinados, y que llegan a ser verdaderos prescriptores de opinión para los ciudadanos o empresas.

***Entidades financieras, inversores y accionistas:***

Es el público principal de la comunicación financiera, pero no deja de ser un grupo relevante para la actividad de la compañía, especialmente para las más grandes.

***Públicos con las actividades específicas que realizan la empresa o la institución:***

Representan el conjunto de públicos afectados por las decisiones y la actividad de la organización.

***Ciudadanos:***

Siempre existe la necesidad de acceder a los ciudadanos, a la opinión pública pero en la mayoría de los casos esto se hace con intermediarios, como los diferentes medios de comunicación, publicidad, eventos, gestión del patrocinio y RSC, fórmulas que acercan la organización a los ciudadanos.

## **Redes sociales**

“Una red social es un grupo de personas o entidades conectadas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se les atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe- Brown y Jhon Barnes.

Según (Mejía Llano, 2013)

Las redes sociales se basan en gran medida en la teoría de los seis grados de separación, publicada en 1929, que dice que todos los habitantes del mundo están conectados entre ellos con un máximo de seis personas como intermediarios en la cadena. Esto hace que el número de personas conocidas en la cadena crezca exponencialmente a medida que el número de conexiones aumenta, permitiendo que sólo se necesite un número pequeño de conexiones para formar una red que conecte una persona a cualquier otra del mundo.

## **Comunity manager**

El nombre apareció en 2007 y llegó a convertirse en tendencia, y aún continúa siéndolo. “Un CM es un profesional que se encarga de las relaciones e interacciones entre una entidad y sus usuarios, clientes y público en general a través de los medios y redes sociales online” (Marquina Arenas, 2013).

El CM cumple con una de las funciones más importantes en esta era digital ya que es la directamente responsable de gestionar más seguidores, o más reconocimiento de la marca en el mundo digital, además de la implementación de estrategias adecuadas que no desvirtúen el objeto de la empresa.

## **El Plan de comunicación**

Es un documento que recoge cuáles son los objetivos comunicativos de una organización para un período de tiempo concreto y la manera en la que piensan satisfacerlos. Este sirve para establecer los principios y los objetivos por lo que se va a regir la comunicación que una entidad va a realizar durante un determinado periodo de tiempo. Este le ayudará a ser más eficaz ya que sabrá hacia dónde debe enfocar su trabajo (Fernández 2013)

### **Estructura de un Plan de Comunicación**

El Plan de Comunicación hace parte del Plan de Desarrollo Empresarial, el cual es proyectado para toda la organización, teniendo en cuenta las prioridades y recursos con que se cuentan para dicha labor. Es importante que el Plan de Comunicación se encuentre enmarcado en los objetivos de la entidad. Según Mercedes Pescador (2009) existen una serie de pasos para realizar un Plan de comunicación que facilite el cumplimiento de metas de la organización.

#### ***Definición del Alcance:***

El Plan debe construir un conjunto de relaciones entre los diferentes públicos (internos y externos) donde sea posible lograr el nivel de eficiencia y calidad deseado; con el fin de alcanzar el objeto social de la organización.

Por lo tanto el alcance estará determinado, por el conjunto de públicos que serán objeto de dichas comunicaciones. Esto debe abarcar canales, medios, mensajes, periodicidad, mecanismos de retroalimentación y análisis de impacto.

***Objetivos:***

Es necesario establecer que se pretende alcanzar con las actividades que se pongan en marcha, con el fin de determinar el progreso, los cuales deben ser realistas y estar alineados con los objetivos de la organización.

***Públicos (Stakeholder):***

La selección del público objetivo, que esté relacionado con la organización, es fácil seleccionar múltiples grupos de personas a las que se quiere dirigir, pero también se deben realizar filtros con el fin de depurar los grupos de personas que deben recibir los diferentes comunicados.

***Mensajes:***

Estos estarán relacionados con actividades particulares de los procesos organizacionales. Es conveniente que se desarrolle una estructura que permita determinar el tipo y estilo de comunicación que se utilizará para los diferentes públicos versus los escenarios donde serán utilizados.

***Estrategias, tácticas y acciones:***

Primero se debe construir una estrategia con base en los objetivos organizacionales, de allí se determinan una serie de tácticas que darán cumplimiento a las estrategias impartidas y finalmente, se desarrollan las acciones de esta forma se efectúa el Plan estratégico de Comunicación.

**Mecanismos de retroalimentación:**

Los mecanismos de retroalimentación son equivalentes a acciones, que se deben llevar a cabo para determinar si las diferentes comunicaciones realizadas alcanzaron el propósito para el que fueron desarrolladas.

***Cronograma o calendario:***

El cronograma debe realizar una lista con las diversas actividades, en la cual se incluyen fechas previstas, se establece cuántos recursos, cuándo y a qué nivel de personas se va a dirigir, siempre en función del objetivo concreto establecido.

***Presupuesto:***

Con el fin de calcular los anticipos de ingresos y egresos que producirá el diseño y desarrollo del Plan estratégico de comunicación, es necesario desarrollar un plan de acción que contenga un análisis previo en términos financieros, para tener claridad del presupuesto.

***El equipo:***

Es un elemento determinante dentro del Plan Estratégico de Comunicación pues este constituye el recurso humano encargado de llevar a cabo y mantener firme el proyecto, que a su vez permiten proyectar de conocimiento y experiencia, una imagen que va más allá de lo estético. Por ello conviene definir los perfiles de los ejecutivos y sus

misiones concretas en el desarrollo de ese plan de trabajo, ya que de esta manera se realizará un trabajo más eficiente y oportuno.

***Resultados:***

Es de suma importancia generar un sistema de medición de resultados que permita ver dentro de un mediano plazo como el plan de comunicación ha logrado prestigio, reconocimiento de marca , visibilidad pública y reputación con el único fin de vender más y mejor.

## **Metodología**

Según (Hincapié Gutierrez, 2014)

“Se entiende por métodos de investigación, aquellos procedimientos lógicos y rigurosos que siguen los investigadores para obtener conocimiento, debemos recordar que la palabra método también se puede definir como camino o ruta. Toda investigación nace a partir de una situación observada o sentida, que genera una serie de inquietudes o preguntas que no se pueden responder de forma inmediata, sino que requiere establecer un proceso de desarrollo para dar solución.

Durante el proceso de recolección de información para llevar a cabo este proyecto, se usaron técnicas tales como, análisis de la información, grupos focales y observación libre o no estructurada, estas se llevaron a cabo durante la realización de eventos institucionales, reuniones primarias, desarrollo de actividades laborales, entre otros; con ello se realizó un diagnóstico el cual sirvió como elemento esencial en la construcción de las estrategias desarrolladas para el Plan Estratégico de Comunicaciones “Seguimos avanzando en comunicación”.

### **Enfoque**

Para el desarrollo del proyecto se utilizó el enfoque cualitativo, “Este enfoque utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no aprobar hipótesis en su proceso de interpretación”

(Hernández Sampieri , 2013), en él se encuentran una serie de características que fueron implementadas en la investigación.

Hay una realidad para descubrir: ¿Cuál es el estado de las comunicaciones internas y externas de la Alcaldía de La Estrella?

Se busca entender el contexto y/o el punto de vista de los actores.

Los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas como la observación, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, entre otros.

Las variables no quedan definidas operativamente, ni suelen ser susceptibles de medición.

En esta recolección de información conduce básicamente a ambientes naturales donde los participantes se comportan como en su vida cotidiana.

### **Estudio de caso**

“Es posible considerar los estudios de caso como una parte de la selección de la muestra, esto es porque en la investigación cualitativa se puede adoptar un paradigma, un enfoque y una estrategia por lo que decide estudiar un fenómeno, evento o poner a prueba una teoría, de ahí que tiene que determinar cuál o cuáles casos son los más apropiados para su estudio” (Muñiz, s.f.).

Principalmente se estudiará el tipo de caso que plantea Merriam, 1998; Stake, 1994. Caso “típico”: Es una persona que representa a un grupo o comunidad. Pueden estudiarse varias personas que tienen algún aspecto en común, por lo que se espera cierta homogeneidad o coherencia en sus respuestas. Para ello se contó con los líderes

de procesos relacionados con la Oficina de Comunicaciones, tales como el DIRCOM, Secretaría General, Secretaría de Control Interno y el Área de Recursos Humanos.

Dadas las variables que esta investigación planteó, el estudio de caso fue fundamental para el desarrollo tanto del diagnóstico y la construcción de estrategias comunicacionales. Teniendo en cuenta el conocimiento y experiencia de los sujetos de estudio en el área investigada también se tomaron en cuenta sus hábitos y actividades laborales.

### **Alcance**

El alcance de la investigación es Descriptiva. Según (Hernández Sampieri , 2013) “se buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades que sea sometido a análisis”. Es decir únicamente “pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos, suceso, comunidad, contexto o situación a investigar” (Hernández Sampieri , 2013).

El alcance ayudo a describir y recoger la información observada para diagnosticar las necesidades en comunicación de La Alcaldía de La Estrella, al igual que preferencias, gustos y costumbres que facilitaron el planteamiento objetivo del Plan Estratégico de Comunicaciones.

## **Técnicas**

### **Observación libre o no estructurada**

El investigador forma parte de la situación observada, con ello busca obtener información y comprender el comportamiento de las personas en su medio natural, se realizaron visitas sin participación y otras en con participación activa de la actividad, se realizaron registros de información en diarios y notas, evaluación de la veracidad de los datos y se determinaron aspectos puntuales a observar.

Allí se identificaron falencias dentro de la estructuración del plan de comunicaciones, el cual fue adaptado a las necesidades de la Administración actual, para de esta manera suplir necesidades a nivel interno y externo y fortalecer los procesos que se llevan a cabo con éxito.

### **Análisis del contenido**

Según Jaime Andréu Abela en su documento Las técnicas de Análisis de Contenido “El análisis de contenido cualitativo no sólo se ha de circunscribir a la interpretación del contenido manifiesto del material analizado sino que debe profundizar en su contenido latente y en el contexto social donde se desarrolla el mensaje”.

Allí se realizó un análisis de documentos tales como el plan de comunicaciones, de la administración anterior, implementado para el cuatrienio 2012-2014, al igual que datos relevantes (informes, archivo de reportería gráfica, diseños gráficos, entre otros) proporcionados por la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de La Estrella.

### **Grupo focal**

“EL objetivo de los grupos focales es recolectar información para resolver las preguntas de investigación”

Los grupos focales se llevaron a cabo durante los consejos de redacción de la Oficina de comunicación, al igual que en momentos puntuales para nutrir este proyecto con información relevante, allí se debatieron básicamente dos temas:

1. Estado actual de las comunicaciones en la Alcaldía de La Estrella
2. Aportes en la construcción del Plan Estratégico de Comunicación

“Seguimos avanzando en comunicación”.

### **Población y muestra**

La población y muestra fueron escogidas por muestreo no probabilista por conveniencia, teniendo en cuenta, la facilidad y la cercanía que se tienen con dicha población. Para llevar a cabo los objetivos, y parámetros de esta investigación, la cual se realizó con personas que trabajan en la Alcaldía de La Estrella, en el área de comunicaciones de esta manera se logró identificar comportamientos de la población objeto, conocimiento que tienen acerca de la organización, la efectividad del correo y cartelera institucional, sentido de pertenencia, clima organizacional y manejo de la información.

## **Contexto**

El proyecto de investigación se realizó en la Administración Municipal del municipio de La Estrella, Antioquia. El método que se empleó para la investigación fue cualitativo, dado que se buscó estudiar y diagnosticar necesidades y problemas de una realidad social.

El propósito fue indagar y observar cómo funcionaban las comunicaciones tanto de carácter interno como de carácter externo, allí se analizó el comportamiento, conducta, y relaciones personales y profesionales al igual que la aceptación por parte de la comunidad, para la posterior construcción del plan de Comunicaciones.

Es importante tener un previo contexto como punto de partida en el diseño de las estrategias comunicativas, por ello uno de los procesos básicos de análisis para desarrollar el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Alcaldía de La Estrella “Seguimos avanzando en comunicación” fue precisamente conocer su reseña histórica, estructura socio política y geográfica, misión, visión y la dinámica en general de la organización.

### **Reseña histórica**

Por decreto del 22 de agosto de 1685 el gobernador de la provincia de Antioquia don Francisco Carrillo de Albornoz comisionó al señor José Vásquez Romero, alguacil mayor interino de la Villa de La Candelaria (Medellín) para que practicara una visita a las tierras indicadas por los Anaconas y al día siguiente desde "Itagüí" informaba sobre la conveniencia de fundar una población para agrupar a los indígenas dispersos. El señor Juan de Piedrahita y Saavedra, al igual que Vásquez Romero, y como procurador general

de la Villa de la Candelaria, daba también informe favorable al proyecto. Quisieron oponerse don Juan Zapata y Muñera y el bachiller Esteban Jaramillo de Andrade así como los herederos de Diego Muñoz.

Se levantó un padrón o censo de los aspirantes a dichas tierras y el 4 de septiembre de 1685 el gobernador Carrillo dictó el decreto de fundación en que se lee: "He tenido por bien de ambas majestades y bien de la causa pública, reducir y congregar dichos indios Anaconas a población y para ello, en virtud de la facultad y poderes reales que tengo desde luego: erijo y crío pueblo, con nombre de Nuestra Señora de La Estrella...". Dos días después Diego Antonio de la Cruz, capitán de los indígenas y Eusebio Jiménez, indio, tomaron posesión de las tierras en el sitio las "Sabanetas" y "los cuales en señal de que tomaban posesión arrancaron yerba, cortaron ramas, se pasearon e hicieron demostraciones...". Para el año de 1808 La Estrella contaba con cuarenta casas de paja, una casa de teja y tapia con una iglesia de los mismos materiales, con unas 150 familias y el total de 620 indios y ocho esclavos. La población de La Estrella estuvo bajo la jurisdicción de Medellín, hasta que fue erigido como municipio en 1833.

### **Municipio de La Estrella**

Se encuentra localizado al sur del Valle de Aburrá, del departamento de Antioquia, este municipio hace parte del proceso de conurbación del Área Metropolitana, y se encuentra a una distancia de 16 kilómetros de la ciudad de Medellín, cuenta con 35 km<sup>2</sup> de área, de los cuales 3.68 km<sup>2</sup> corresponden al área urbana y 31.32 km<sup>2</sup> a la zona rural. La cabecera cuenta con una temperatura media de 20°C y a una altura aproximada de 1.775 metros sobre el nivel del mar. Limita por el norte con los municipios de Medellín e

Itagüí, por el este con los municipios de Itagüí, Envigado y Sabaneta, por el sur con el municipio de Caldas, y por el oeste con el municipio de Angelópolis. La altura máxima está representada por el Alto El Romeral a 2.800 msnm, que se ubica en la reserva Ecológica y Forestal “El Romeral” de la que hacen parte los municipios de Medellín (San Antonio de Prado), Caldas, Amaga, Heliconia, Angelópolis y La Estrella y que abarca una extensión total de 5.171 hectáreas de las cuales 1.128 corresponden al municipio.

Otras alturas de mayor elevación son: Los Altos Cerros de La Piedra, Gallinazos, El Guayabo, La Culebra y Pan de Azúcar, además de la Reserva de Miraflores.

Tabla 1: Tabla de generalidades del municipio de la Estrella

Generalidades del municipio	
<b>País</b>	Colombia
Departamento	Antioquia
Región	Valle de Aburrá
Superficie	35 km <sup>2</sup>
Altitud	1775 msnm
Temperatura	20°C
Distancia	16 km al Sur de Medellín
Fundación	1685
Erección	1833
Población Total (2016):	Total (2016): 63.335 habitantes. Densidad: 1505 hab/km <sup>2</sup>
Gentilicio	Siderenses

Fuente: Sitio Web del municipio

### **División administrativa**

El Municipio de La Estrella está conformado por 37 barrios en el área urbana y doce veredas en el área rural.

***Economía:***

Estas son las principales actividades: industria manufacturera, comercio, servicios de hotelería y restaurantes, seguros y finanzas.

***Medios de comunicación:***

En el Municipio de La Estrella están disponibles diversos servicios de telecomunicaciones, tales como: teléfonos públicos, redes de telefonía móvil, redes inalámbricas de banda ancha, centros de navegación o cibercafés, comunicación IP, etc.

***Transporte público:***

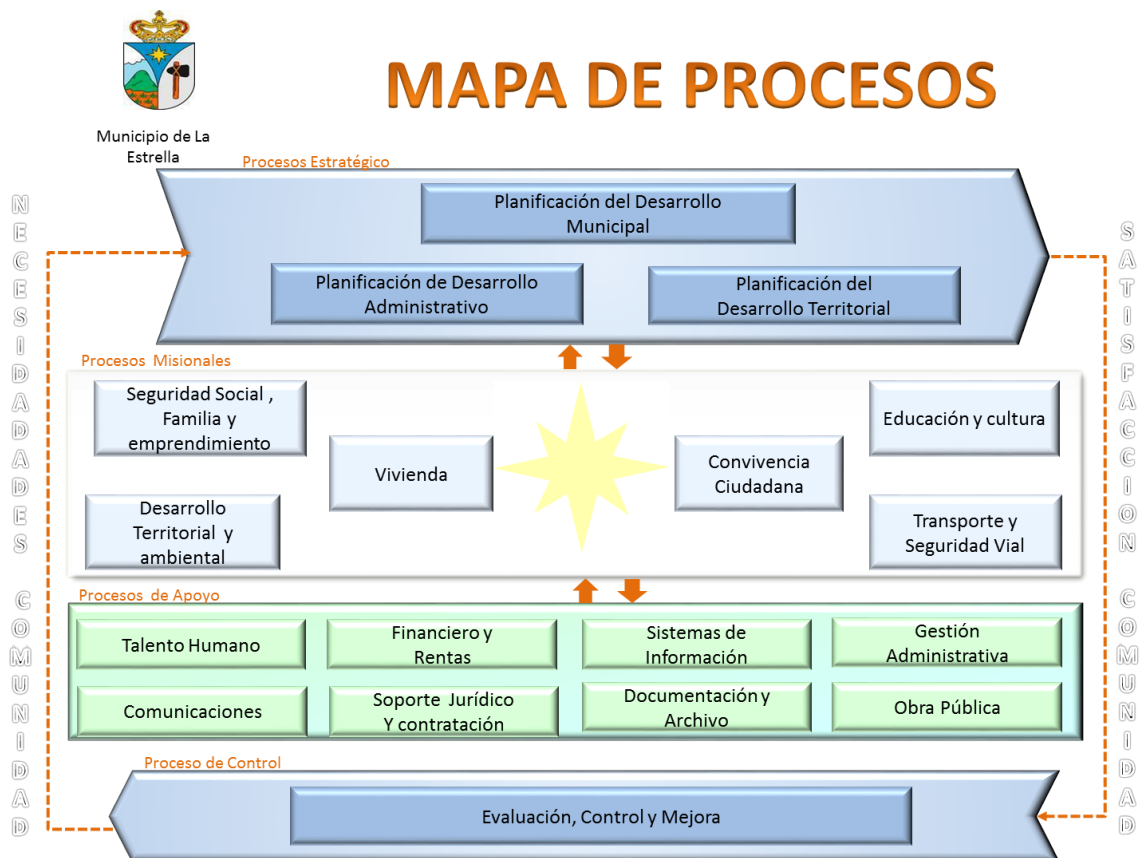
Buses y Microbuses: existe en la localidad un sistema privado de buses urbanos que atiende todos los sectores del municipio, se cuenta con rutas que comunican a La Estrella y a Medellín y el “sistema integrado de transporte” el cual consta de buses que comunican a la última estación del Metro del Valle de Aburra (La Estrella) con las diferentes áreas del municipio. Taxis: Prestan servicio numerosas empresas de taxis que cubren toda el área metropolitana.

***Sitios de Interés:***

- Basílica menor Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá, (Patrona de Colombia)
- Centro recreativo Los Grillos - COMFAMA
- Reserva ecológica El Romeral
- Laguna del alto de El Romeral

## Estructura político-administrativa

Ilustración 1: Mapa de procesos



Fuente: Alcaldía del municipio de la Estrella

El Municipio de La Estrella está regido por un sistema democrático basado en los procesos de descentralización administrativa generados a partir de la proclamación de la Constitución Política de Colombia de 1991. Administrado por un alcalde (poder ejecutivo)

El Alcalde de La Estrella es el jefe de gobierno y de la administración municipal, y representa legal, judicial y extrajudicialmente al municipio. Es un cargo elegido por voto popular para un periodo de cuatro años. Entre sus funciones principales está la

administración de los recursos propios de la municipalidad, velar por el bienestar y los intereses de sus conciudadanos y representarlos ante el Gobierno Nacional, además de impulsar políticas locales para mejorar su calidad de vida, tales como programas de salud, vivienda, educación e infraestructura vial y mantener el orden público. Para administrar el municipio, la Alcaldía cuenta con 11 secretarías y 4 entes descentralizados.

### **Secretarías**

1. Secretaría General
2. Secretaría de Control Interno
3. Secretaría de Educación y Cultura
4. Secretaría de Obra Pública
5. Secretaría de Planeación
6. Secretaría de Gobierno
7. Secretaría de Tránsito y Transporte
8. Secretaría Servicios Administrativos
9. Secretaría de Hacienda
10. Secretaría de Seguridad Social y Familia
11. Secretaría de la Mujer

### **Entes descentralizados**

1. Instituto de Deportes y recreación La Estrella (INDERE)
2. E.S.E Hospital La Estrella
3. Empresa Promotora de proyectos

#### 4. Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios de La Estrella S.A E.S.E

### Organigrama

Ilustración 2: Organigrama Alcaldía de la Estrella



Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella

### Misión

La Administración Municipal de La Estrella orientará su gestión hacia el logro del desarrollo económico y social de los ciudadanos y ciudadanas, a través de la oferta de bienes y servicios que impacten favorablemente en la disminución de la pobreza, las desigualdades sociales y la exclusión. Este logro será posible gracias a la aplicación de una política de buen gobierno y de participación efectiva de los ciudadanos.

## **Visión**

Seguimos avanzando para transformar La Estrella en el año 2019 en un municipio que se enaltezca por su desarrollo económico, social, político y ambiental; con criterios claros para la ordenación del territorio, donde la prioridad será el desarrollo social integral y el crecimiento económico, la recuperación de los recursos para la sostenibilidad ambiental, donde exista respeto por los valores éticos y culturales, con una infraestructura acorde para suplir las necesidades que demanda la población y una comunidad siderenses comprometida con la participación y su entorno.

## **Política de Calidad**

Seguimos avanzando para mejorar la calidad de vida de los Siderenses y aumentar el nivel de satisfacción. Nos comprometemos a orientar nuestros esfuerzos en las siguientes dimensiones:

- Social
- Económico
- Ambiental
- Institucional

## **Oficina de Comunicaciones**

Es una dependencia del Despacho de La Secretaría General que tiene como fin definir las políticas de comunicaciones, así como la planeación, diseño, coordinación,

ejecución y evaluación de estrategias de carácter informativo, corporativo, institucional y de movilización de la Administración Municipal.

Se encarga de velar por el mantenimiento y desarrollo de proyectos de comunicación organizacional y comunicación informativa en el marco de acción que determine la ley, proponiendo políticas de administración de la información y optimización de los medios de comunicación, tendientes a garantizar una comunicación pública permanente en términos de eficacia y oportunidad.

Ilustración 3: Oficina de comunicaciones



Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella

### **Funciones esenciales.**

1. Proponer políticas y estrategias de comunicación organizacional, comunicación informativa y comunicación pública de manera que se garantice el cumplimiento legal en la materia.

2. Brindar orientaciones al personal de la Administración en torno al manejo de la información producida al interior de las dependencias.

3. Diseñar el Manual de Imagen corporativa de acuerdo a los lineamientos proporcionados por la Alta Dirección.

4. Diseñar el plan de comunicaciones y plan de medios y someterlo a aprobación por parte del Alcalde.

5. Coordinar, evaluar y controlar el proceso de intermediación ante los medios masivos y alternativos de comunicaciones.

6. Velar por el adecuado manejo de la imagen corporativa en la realización de los eventos especiales y actos sociales.

7. Asesorar el manejo del protocolo y relaciones públicas dentro de la Administración Municipal.

8. Apoyar a la Secretaría General en las acciones de información y comunicación con la línea de quejas y reclamos para verificar el adecuado direccionamiento de los usuarios.

9. Elaborar los comunicados de prensa a los medios de comunicación masivos y alternativos y, coordinar las actividades tendientes a contratar la elaboración de medios impresos, de video y sonoros.

10. Coordinar la elaboración del archivo de prensa dentro de la Administración Municipal.

11. Proponer estrategias de comunicación para informar, convocar y orientar a los diferentes públicos que se relacionan con la Administración.

12. Organizar, coordinar y ejecutar las actividades tendientes a la realización de la fiesta popular de aniversario del Municipio y las demás que estén estipuladas dentro del Plan de Desarrollo Municipal.

13. Gestionar recursos y optimizar los existentes para el manejo de la comunicación informativa.

14. Coordinar el manejo de la información para la construcción de los informes de gestión de cada vigencia.

15. Administrar los riesgos asociados a la operación de sus procesos definiendo acciones para su manejo y control.

16. Estructurar el proceso de rendición de cuentas a la comunidad y asesorar en el diseño gráfico de los informes escritos.

### **Funciones generales**

1. La comunicación organizacional, comunicación informativa y los medios de comunicación con que cuenta la entidad son optimizados de forma que la información cuenta con las características de adecuabilidad y oportunidad para la comunidad.

2. Los sistemas de información de la entidad se administran de tal manera que se incentiva la transparencia en la gestión.

3. La entidad cuenta con imagen propia que garantiza la aplicación de los principios rectores de la administración pública y garantiza la representación gráfica de la cultura organizacional propia.

4. Los procesos de interacción con la comunidad garantizan retroalimentación en la gestión al tiempo que proporciona elementos para el debido control social.

## **Resultados del análisis**

Los periodos gubernamentales de las alcaldías se desarrollan por cuatrienio, la Administración actual inicio su periodo de gobierno en el En el 2016 lo cual quiere decir que este primer año de mandato sirvió como referente para la recolección de información e identificación de fortalezas comunicacionales, por ejemplo gestión estratégica de la información proyectando la imagen institucional; manejo, dirección y organización de las actividades y eventos institucionales; seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre temas del municipio, entre otras.

En cuanto a comunicación en el 2016 se presentaron algunas debilidades con respecto a la planificación e implementación de un proyecto que fomentara la cultura participativa, el buen desempeño laboral y un óptimo clima organizacional.

Durante el proceso de inmersión en la recolección de información se pudieron determinar los siguientes aspectos:

La Alcaldía de La Estrella debido a que se encuentra en un proceso de modernización y transformación no cuenta con un Plan Estratégico de Comunicaciones actualizado, el cual le permita mediante estrategias y acciones comunicacionales crear una retroalimentación de sus procesos, plantear metas claras, atraer más ciudadanos y generar recordación de su mensaje clave corporativo sobre servicios, trámites y canales de interacción.

La Oficina de Comunicación cuenta y puede hacer uso de los siguientes recursos humanos y logísticos:

**Recursos humanos:** director de comunicaciones (Dircom), diseñador gráfico, community manager, comunicadores periodistas, comunicador audiovisual, practicante en comunicaciones.

Tabla 2: Distribución de la Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella

Distribución de la Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella	
<b>Dircom</b>	1
<b>Diseñador gráfico</b>	1
<b>Community manager</b>	1
<b>Comunicadores periodistas</b>	4
<b>Comunicador audiovisual</b>	1
<b>Practicante en comunicaciones</b>	1
<b>Total :</b>	<b>9</b>

Fuente: Elaboración propia

**Espacios para el desarrollo de las actividades a realizar:** Planta física de la Alcaldía, salones comunales, bibliotecas públicas, instituciones educativas y culturales, recinto del Concejo Municipal, entre otros.

**Recursos para logística de las actividades a realizar:** carpas, sonido, micrófonos, tarima, cámaras fotográficas, video beam, fotocopiadora, computadores, portátiles, escáner, papelería, carteleras.

- Los públicos están divididos en interno y externo los cuales se clasifican así:

**Público interno:** periodo fijo, empleados de libre nombramiento y remoción, empleados de carrera administrativa, trabajadores oficiales, empleados en provisionalidad, contratistas y proveedores directos.

Tabla 3: Distribución del público interno de la Alcaldía de La Estrella

Distribución del público interno de la Alcaldía de La Estrella	
<b>Empleados de libre nombramiento y remoción</b>	16
<b>Periodo fijo</b>	2
<b>Empleados de carrera administrativa</b>	45
<b>Empleados en provisionalidad</b>	57
<b>Trabajadores oficiales</b>	39
<b>Contratistas y proveedores directos</b>	266
<b>Total :</b>	<b>425</b>

Fuente: Elaboración propia

**Público externo:** grupos sociales organizados, juntas de acción comunal, comunidad en general, diferentes medios de comunicaciones, entes gubernamentales, entre otros.

Se estiman que el municipio de La Estrella cuenta con 63.335 **habitantes** según datos estadísticos del DANE 2016.

### Comunicación interna

La oficina de comunicaciones no cuenta con un presupuesto propio para el desarrollo de actividades en innovación, tecnología y social, todo lo anterior se debe realizar a través de la Secretaría General y esta a su vez lo gestiona con el alcalde.

El correo institucional es un instrumento poco funcional ya que la mayoría de los funcionarios no utilizan dicha herramienta ni existen parámetros para que su uso sea de carácter obligatorio.

Los canales de comunicación interna se centran en un correo institucional, grupos primarios, capacitaciones, medios escritos como circulares, carteleras, memorandos, entre otros. Carecen de medios innovadores y uso de las tecnologías, por ello es importante implementar una intranet que supla dicha necesidad.

Las carteleras son un medio comunicacional que requiere constante actualización y de estrategias más innovadoras para captar la atención del público interno y externo.

El Plan Estratégico de Comunicaciones “La Estrella Una Ciudad que Avanza de Verdad 2012 – 2015” contiene bases claras de cómo operar estrategias comunicacionales a nivel interno y externo, sin embargo las mismas carecen de una actualización en estrategias que incluyan el mundo de las nuevas tecnologías (TIC).

Antes las diferentes secretarías operaban en diferentes espacios distribuidos en la cabecera municipal y actualmente se encuentran centralizados en una edificación nueva de 9 pisos, esto a nivel interno requiere de un cambio significativo en el modo de desarrollar las estrategias comunicacionales.

Sin embargo es importante resaltar que los entes descentralizados como el Instituto de Deportes y Recreación INDERE, E.S.E Hospital La Estrella y Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios de La Estrella S.A E.S.E, Secretaría de la Mujer, la Subsecretaría de Cultura, operan por fuera de la Administración, lo cual indica que se deben llevar estrategias que fomenten la inclusión y sentido de pertenencia, en las diferentes actividades desarrolladas por la Alcaldía.

## **Comunicación externa**

Debido a que el diseño de las piezas gráficas se contrata con un externo, el principio de inmediatez en muchas ocasiones no se cumple, lo cual dificulta los procesos de promoción y difusión de la información.

La Oficina de Comunicaciones cuenta con equipos de logística para el desarrollo de eventos, dichos elementos se encuentran en mal estado, además hace falta incluir enseres básicos como silletería y mesas.

Existen sectores alejados, los cuales no tienen facilidad de acceso a la información que en su mayoría se publica a través de redes sociales, por ello es importante implementar el uso de medios tradicionales efectivos como una gaceta para los lugares con estas características.

La mayoría de municipios cuenta con un presupuesto para pautar en medios de comunicación ya sea televisión, radio o periódicos, la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de La Estrella no puede disponer de dicha libertad, lo cual la pone en desventaja con otros municipios aledaños.

La página web del municipio se encuentra desactualizada, la información que en ocasiones maneja es imprecisa y gráficamente se hace importante contar con una mejor diagramación y estrategias visuales, como el manejo de colores, tipografía, entre otras.

Las redes sociales que se manejan en la Alcaldía de La Estrella son, Twiter, Instagram y Facebook, éstas tienen un bajo pero constante crecimiento de seguidores, sin embargo sus contenidos carecen de datos claros y puntuales, manejan textos largos, imágenes de baja calidad e incluso fuera del contexto.

Las publicaciones en redes sociales no se hacen en caliente, se realizan una serie de filtros que retrasan la publicación e inmediatez de la información.

En el caso de contenidos con extensa información, es importante contar con una sala de prensa que facilite la ampliación de la información, dicho proceso se puede desarrollar a través de la página web, pero este no se realiza debido a la desactualización de la misma.

La falta de un manual de imagen se evidencia en la desarticulación y falta de hilo conductor en las piezas gráficas, esto debilita el discurso y la centralidad del mensaje.

Las bases de datos que maneja la Administración Municipal se centra en cada secretaría según la población objeto que esta maneje, es importante cruzar dicha base de datos para obtener una más completa y funcional, también es necesario actualizarla y complementarla según las necesidades actuales.

Dentro del programa “**Alcaldía en mi barrio**” realizado por la Administración Municipal se efectúa una evaluación que contiene ítems importantes para la identificación de necesidades de la entidad.

## Conclusiones

Durante la realización de este plan estratégico de comunicaciones se evidenció, que la oficina de comunicaciones de la Alcaldía de La Estrella no obedece a una estructura actualizada y adaptada al plan de Desarrollo en vigencia; funciona más como una comunicación reactiva que se fue implementando según las necesidades coyunturales, por ello este trabajo busco proponer nuevas estrategias y a su vez reunir las actividades ya efectuadas brindando una perspectiva de largo plazo, de integración y coordinación con todas las áreas de la organización.

No todo el personal de la Administración Municipal de La Estrella tiene claro cuál es la misión, visión, valores y objetivos del actual Plan de Desarrollo Municipal, lo cual es de suma importancia ya que ello fundamenta e incentiva el sentido de pertenencia, haciendo sentir a los empleados orgullosos de hacer parte de la entidad, participando de manera activa en el cumplimiento del mismo, proyectando una imagen positiva a sus públicos externos y ganando posicionamiento en la comunidad.

La implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones “Seguimos avanzando en comunicación” se convierte en una oportunidad para fortalecer los aspectos identificados como debilidades, logrando así elevar los niveles de satisfacción de la comunidad y la consolidación de una cultura organizacional, basada en principios y valores corporativos.

Las experiencias recogidas en el año 2016 con base a las actividades que realizó la oficina de comunicaciones, permiten establecer que la marca debe estar presente en

todo ya que de ello depende el éxito de los productos, y la consecución de la fidelización y reconocimiento deseados.

## Recomendaciones

Implementar el plan de comunicaciones como un instrumento de primer orden que servirá para indicar las estrategias comunicacionales de la organización.

Poner en funcionamiento una red informática interna (intranet), para garantizar mejor fluidez de la comunicación ya que esta promueve nuevas formas de colaboración y acceso a los diferentes sistemas de información de carácter inmediato, efectivo y organizado.

Desarrollar y efectuar un manual de imagen que proporcione un hilo conductor del manejo adecuado de la misma, para así lograr posicionar la marca e innovar para estar a la altura competitiva de otras instituciones

Innovar en la formulación e implementación del manual de inducción para que en él se incluyan estrategias dinámicas que orienten de forma adecuada a los empleados y a su vez sirva para fomentar el sentido de pertenencia por la Entidad.

Impulsar campañas internas por lo menos una vez al mes, en las cuales se incluya a los entes descentralizados. Es importante que se trabaje con los medios tradicionales y que se implemente estrategias ATL y BTL (Above the Line y Below the line, por sus siglas en inglés que identifican la comunicación en medios masivos y aquella no convencional que por lo general recibe feedback inmediato)

Actualizar la página web con elementos funcionales y basados en los estándares del manual de imagen para mejorar la imagen institucional,

Crear un hilo conductor y un mensaje de recordación en todas las campañas, piezas gráficas, audiovisuales, entre otras, tanto de carácter interno como externo, con

un contenido humano que logre proyectar una imagen más compacta y cercana a la comunidad.

Gestionar recursos para garantizar que la información llegue a sectores alejados, ello requiere de un rubro que permita entregar de forma física una gaceta o realizar campañas externas en pro de que más siderenses conozcan los programas y servicios de la Administración Municipal de La Estrella.

Realizar estudios permanentes sobre el comportamiento del mercado, en torno y competencia lo cual permitirá la actualización constante de conocimientos y el cumplimiento de los objetivos trazados por la Oficina de Comunicaciones para el posicionamiento de imagen de la entidad.

La producción de piezas audiovisuales y gráficas debe asumirse junto con los otros compromisos del proceso de comunicaciones y mercadeo, por ello se sugiere que el sistema con el cual se opera sea modificado, ya que éste no permite cumplir con los tiempos de respuesta y las actividades programadas por las diferentes secretarías de tal forma que genera retrocesos, programaciones sobreestimadas e incumplimiento con las metas propias.

## Referencias

Andréu Jaime, Las técnicas de Análisis de Contenido. Una revisión actualizada.

Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Edward Freeman, (s.f.) La gestión empresarial basada en los stakeholders y la

reputación. Recuperado de: <http://xurl.es/https%3A%2F%2Fwww.bbvaopen>

Escobar Jazmine, Bonilla Franc. Grupos focales: una guía conceptual y metodológica.

Recuperado de: <http://files.palенque-de-egoya.webnode.es/200000286-47b1249946/Grupo%20focal.pdf>

Fernández (2013). *Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no*

*lucrativas*. Madrid: Imprimer Lavel. Recuperado de

[https://books.google.com.co/books?id=NHxrQbpfHpQC&pg=PA28&lpg=PA28&dq=Una+organizaci%C3%B3n+que+informa+y+comunica+sobre+su+identidad+y+actividades+al+resto+de+la+sociedad+disfrutar%C3%A1+de+importantes+beneficios%E2%80%9D&source=bl&ots=Q\\_RI\\_ZSji-&sig=n3r](https://books.google.com.co/books?id=NHxrQbpfHpQC&pg=PA28&lpg=PA28&dq=Una+organizaci%C3%B3n+que+informa+y+comunica+sobre+su+identidad+y+actividades+al+resto+de+la+sociedad+disfrutar%C3%A1+de+importantes+beneficios%E2%80%9D&source=bl&ots=Q_RI_ZSji-&sig=n3r)

Freeman, E. (s.a.). *La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación*.

Obtenido de <http://xurl.es/https%3A%2F%2Fwww.bbvaopen>

Gaitán (1988). "Primera elección popular de alcaldes: expectativas y frustraciones".

Análisis Político. N° 4, mayo-agosto, Bogotá, Colombia.

Giovanni De Simone, Maimone. (2011) Metodología de la investigación: Capítulo 5.

Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. Recuperado de:

<https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>

Hernández (2013). *Metodología de la investigación 5ta edición*. Obtenido de [http://es.slideshare.net/patiih1/metodologia-de-la-investigacion-5ta-edicion-](http://es.slideshare.net/patiih1/metodologia-de-la-investigacion-5ta-edicion-28010403)

28010403

Hernández, M. (2009). *Comunicación corporativa: las relaciones con los medios de comunicación*. Publicaciones universidad pontificia de Salamanca.

Hincapié (2014). *Métodos, tipos y enfoques de investigación*. Obtenido de <http://sanjahingu.blogspot.com.co/2014/01/metodos-tipos-y-enfoques-de.html>

Lara M, E. M. (2011). *Fundamentos de investigación*. México: Grupo Editor Alfaomega.

Lerma (2016) *Metodología de La Investigación, Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Quinta edición, Bogotá, Colombia.

Manual comunicación interna y externa: Presidencia de la República. Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/dapre/DocumentosSIGEPRE/M-SA-01%20Manual-comunicacion-interna-externa.pdf>

Marquina (2013). *Plan social media y community manager*. Barcelona: Editorial el cuervo. Obtenido de <http://xurl.es/a12xw>

Mejía (2013). *La guía del Community Manager. Estrategia, tática y herramientas*. Madrid España: Anaya Multimedia.

Moncada, Dayana. (2008) *Propuesta del Plan de comunicación interna para Parmalat LTDA*. Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora Social Énfasis Organizacional, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Bogotá, Colombia.

Muñiz, (s.f.). *Estudio de caso en la investigación cualitativa*. Obtenido de [www.psico.edu](http://www.psico.edu):

[http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1\\_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf](http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/cursos/1_estudios-de-caso-en-la-investigacion-cualitativa.pdf)

Municipio de la Estrella (2017): Misión. Visión, objetivos institucionales. Recuperado de:

<http://www.laestrella.gov.co/institucional/Paginas/misionyvision.aspx>

Municipio de la Estrella (2017): Presentación del municipio Recuperado de

<http://www.laestrella.gov.co/institucional/Paginas/presentacion.aspx>

Municipio de la Estrella (2017): Información del municipio Recuperado de

<http://www.laestrella.gov.co/institucional/Paginas/informaciondelmunicipio.aspx>

Nicolini, C., & Parodi, J. (s.f.). *xurl.es*. Recuperado de Comunicación interna en la

Administración Pública Española. claves para innovar: <http://xurl.es/2qh50>

Palencia Manuel, (2008).90 Técnicas de Relaciones Publicas. Bresca Editorial.

Barcelona, España.

Plan de Desarrollo 2016-2019: La Estrella, seguimos avanzando. Dimensión Institucional

Recuperado de

<http://www.laestrella.gov.co/institucional/Paginas/PoliticasyPlanes.aspx>

Véli (2011) *Comunicar, construyendo diálogos estratégicos en 360° para organizaciones*

del nuevo siglo, Barcelona, España.

## Apéndices

### Apéndice A: Plan de comunicaciones



### Seguimos Avanzando en Comunicación

Plan Estratégico de Comunicaciones

**Secretaría General**

**Oficina de Comunicaciones**

**Alcaldía de La Estrella**

**2017-2019**

### **Plan Estratégico de Comunicaciones**

El Plan Estratégico de comunicaciones de la Alcaldía de La Estrella, está encaminado al alcance de metas para el cuatrienio 2016 -2019, establecidas en el Plan de Desarrollo “La Estrella -Seguimos avanzando” Este tiene como estrategias de desarrollo cuatro dimensiones: social, económica, ambiental e institucional, siendo esta última el eje transversal que se encarga de fortalecer un conjunto de políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional para la gestión y manejo de los recursos humanos, técnicos, físicos, y financieros, orientados al fortalecimiento administrativo y desempeño institucional.

La formulación del Plan de Desarrollo es una apuesta al desarrollo social con enfoque territorial, el cual es el resultado de la construcción colectiva para dar cumplimiento al programa de gobierno, bajo una perspectiva de desarrollo metropolitano; por ello, para alcanzar el propósito planteado en la visión y misión se requiere de la participación activa de la comunidad como de los demás actores sociales y económicos del municipio; así como la articulación de los programas de las diferentes agencias públicas y privadas que operan en el territorio municipal.

El Plan de Comunicaciones se enmarca en el cumplimiento de la ley de 1712 del 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones".

En el Manual para la Implementación de Gobierno en Línea, los cuales indican a las entidades contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas mediante el aprovechamiento de las TIC. Adicionalmente, la información del Estado debe ser entendida como un bien público y un derecho de los ciudadanos.

Es un deber que orienta las acciones del Estado a suplir las necesidades informacionales de cada colombiano en cuanto a las actividades, trámites y servicios que ejecuten las entidades. A través de los Planes de Comunicación se determinará la estrategia y sus respectivas acciones que se implementarán en temas concernientes con la comunicación, divulgación y uso de la estrategia de Gobierno en Línea, tanto en la esfera interna y externa del municipio.

Este contempla el desarrollo de varias acciones relativas a la comunicación organizacional, pues en el aspecto humano de los funcionarios y sus relaciones interpersonales, existe un vacío que puede incidir negativamente en el ambiente laboral y obstaculizar el cumplimiento de la misión.

Por eso se requiere que todos los empleados tomen conciencia de su responsabilidad como miembros de un ente público, y comprendan que trabajan para y por la ciudadanía; dando ejemplo de la calidad de su trabajo y una adecuada atención a los usuarios; esa es la manera de fortalecer la entidad.

Así mismo, resalta la importancia que merece el manejo y la transmisión de información entre empleados, dependencias y ciudadanía en general; a través del fortalecimiento de la rendición de cuentas a la sociedad, se proponen, entonces, varias acciones para que se considere la información un activo de alto valor para contribuir al mejoramiento del clima organizacional y la gestión institucional. Lograr este propósito exige minimizar costos y utilizar prioritariamente los medios de comunicación interna de la Alcaldía (carteleros, boletines, redes sociales, correo institucional y plataforma de correos masivos).

## Objetivos

### Objetivo General:

Diseñar un Plan Estratégico de Comunicaciones que facilite la difusión y el acceso a la información para los diferentes públicos de la Alcaldía de La Estrella periodo 2017-2019.

### Objetivos Específicos

- Fundamentar las funciones del equipo de trabajo de la Oficina de comunicaciones.
- Promover campañas de sensibilización, promoción y difusión que fomenten el cumplimiento de la estrategia Gobierno en Línea, transparencia y acceso a la información.
- Plantear estrategias para incrementar el acceso a la información que produce la entidad en los sectores rurales.
- Crear piezas gráficas y audiovisuales que mejoren la apertura y visibilidad de los canales de comunicación con la ciudadanía.
- Impulsar acciones dentro de la organización (plan de capacitación, manual de identidad institucional, entre otros.) que incentiven la productividad, el trabajo en equipo y un buen clima organizacional.
- Fomentar el uso de canales de comunicación interno formales, que faciliten el desarrollo y cumplimiento de las actividades que beneficien la organización y que a su

vez sirvan para disminuir elementos perjudiciales como el ruido, el rumor y el mal clima organizacional.

- proyectar estrategias para el manejo adecuado de las redes sociales y mejoramiento en su contenido.
- Propiciar un contacto adecuado con los medios de comunicación procurando una mayor cobertura y reconocimiento de la entidad por parte de la comunidad.

### **Estructura del plan integral de comunicación**

La Administración Municipal de La Estrella adoptará el plan integral de comunicaciones, como un instrumento de primer orden que servirá para indicar las estrategias comunicacionales, las cuales están direccionadas en comunicación interna y externa, llevando a cabo 7 políticas ( formación y conocimiento, identidad y personalidad corporativa, apertura y visibilidad en la comunicación con la ciudadanía , redes sociales-marketing digital, relaciones públicas, transparencia y acceso a la información, calidad ) con sus respectivas estrategias y orientaciones operativas.

### **“Endomarketing”**

La Alcaldía de La Estrella realiza el proceso de comunicación interna con los funcionarios responsables de procesos a través de los medios existentes en la entidad como son: expresión verbal, contacto personal y telefónico, circulares, memorandos, carteleras, correo electrónico y la página web del municipio [www.laestrella.gov.co](http://www.laestrella.gov.co).

El plan de comunicaciones dará los lineamientos para realizar la divulgación de la información a todos los niveles de la Entidad a través de los medios y canales internos oficiales, teniendo en cuenta su relevancia e incidencia en los procesos administrativos. De esta manera, el plan de comunicaciones también contendrá estrategias para atacar temas críticos y así dar paso a la socialización de la información cuando ésta se convierta

en noticia, es decir, cuando ésta influya en la imagen y funcionamiento de la Alcaldía, y exija una toma de decisiones oportuna.

**Estrategia 1:** La comunicación en la Alcaldía deberá garantizar el flujo ascendente, descendente, cruzado y horizontal de la información, para propiciar la toma acertada de decisiones, mediante canales de comunicación permanentes y sistematizados que transmitan la información necesaria.

**Orientaciones operativas:**

El sistema de carteleras internas ubicadas en sitios estratégicos de la planta física con gran afluencia de público, se utilizará para socializar los informes, eventos y noticias generadas por la prensa regional y nacional, asimismo como información de interés general para los funcionarios de la Entidad.

Recepción de documentos es un mecanismo que se ha fortalecido en la Alcaldía permitiendo un registro sistemático de los oficios que se envían entre los diferentes despachos - cada dependencia archiva una copia - la entrega de dicha documentación es eficaz para que los funcionarios reciban la información y actúen oportunamente.

El correo institucional sirve como herramienta que propicia la fluidez de la información interna entre los empleados que cuentan con un usuario.

Implementación de la intranet, como un soporte en la comunicación interna que facilitará la comunicación de todos los funcionarios.

**Política de formación y conocimiento**

**Estrategia 2:** Los líderes de las dependencias promoverán la divulgación y conocimiento de los planes, programas, proyectos y códigos de la Alcaldía, al igual los

empleados deberán actuar con integridad en el cumplimiento de sus funciones y estar abiertos a transmitir o solicitar oportunamente la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o de las demás áreas de la institución.

**Orientaciones operativas:**

Es responsabilidad de todos los empleados con personal a cargo, verificar que los integrantes de su equipo de trabajo reciban y comprendan la información que la Alcaldía genera y suministra para el desempeño eficiente de sus funciones y el logro de los objetivos institucionales.

Los líderes deberán transmitir por medio de los conductos regulares las consultas, opiniones, sugerencias y propuestas de su equipo de trabajo, respecto a la información ofrecida, y hacer seguimiento para garantizar que la dependencia competente asuma la responsabilidad en forma oportuna y su pronunciamiento llegue a los colaboradores que originan el proceso comunicativo.

Sondear el conocimiento que los empleados tienen respecto a los planes, portafolio y códigos institucionales, mediante la evaluación de compromisos adquiridos y delegados en las reuniones y comités de trabajo.

Fomentar el diálogo, la colaboración y las relaciones socio-laborales, promoviendo así el trabajo en equipo y la cooperación entre las dependencias.

Actualizar el formato de la evaluación e interpretación de la información recopilada durante la realización de los eventos institucionales, culturales, recreativos, académicos, comunitarios y/o sociales promovidos por la Administración Municipal.

**Estrategia 3:** Generar espacios, campañas y programas de motivación al trabajo colectivo e interdisciplinario que reúne diferentes saberes y aptitudes entre sus integrantes y que beneficia a cada uno de los miembros y al grupo en general dentro de la búsqueda de un propósito en común, además el diálogo entre los empleados para que de las diferentes opiniones contribuyan a un propósito en común.

#### **Orientaciones operativas**

Crear campañas que ayuden a la promoción del trabajo en equipo y la cooperación entre las dependencias.

Generar encuentros y conferencias de motivación laboral y riesgos públicos programados por el área de Talento Humano, para las diferentes dependencias, en los que se traten temas de interés y utilidad común como: las ventajas del trabajo en equipo, resolución de conflictos, respuesta en caso de un accidente o emergencia, entre otros. Estos espacios tienen por objetivo propiciar la integración entre los empleados y delegar responsabilidades.

Realizar conversatorios sobre participación ciudadana y pedagogía social, atención al usuario y manejo de actitud.

**Estrategia 4:** Para generar sentido de pertenencia con los funcionarios a su cargo, los directivos desarrollarán un estilo de comunicación tendiente a fortalecer la identidad institucional y la visión compartida.

**Orientaciones operativas:**

Actualizar el manual de identidad institucional de la Administración Municipal, incluyendo las plantillas, formatos y demás piezas estandarizadas para la preservación de la imagen.

Los líderes de procesos se reunirán cada mes con los funcionarios de su dependencia, con el propósito de conversar sobre aspectos específicos de sus actividades.

Con el objetivo de mejorar el ambiente laboral y fortalecer el clima organizacional, la alta dirección programará talleres dinámicos que socialicen temas como: códigos de ética, Plan de Desarrollo, Plan de Ordenamiento Territorial, Buen Gobierno, entre otros.

Diseñar los fondos de pantalla institucionales y el boletín 'Línea Naranja' para el desarrollo de campañas de comunicación interna.

**Estrategia 5:** Para mejorar las interacciones comunicativas de los funcionarios y con los diferentes públicos de la Alcaldía, el grupo de comunicaciones acompañará el proceso comunicacional de cada secretaría o entes descentralizados de la Administración.

**Orientaciones operativas:**

Recolectar información de las dependencias de la Administración Municipal y de los eventos externos para la elaboración de boletines y comunicados que se emitirán a los diferentes públicos tanto internos como externos.

Realizar el registro fotográfico de las actividades y eventos institucionales internos que se lleven a cabo, según la secretaría y ente descentralizado.

Difusión de información a nivel interno (correo institucional, carteleras, cartas de oficio, circulares y medios internos que se implementen).

Asesorar a las secretarías en el diseño y la difusión de la imagen corporativa, boletines internos de acuerdo al Plan de Desarrollo, así como en las actividades de divulgación.

Diseñar las campañas institucionales internas que generen bienestar laboral.

Mantener actualizadas las carteleras institucionales de la planta física y las dependencias descentralizadas. Se debe definir el tema y las secciones informativas, debe incluir el diseño del cabezote, los rótulos de sección, el banner con los datos de contacto y redes sociales de la Administración Municipal.

Con base en los recursos disponibles y el apoyo de la Oficina de Comunicaciones y del área de Talento Humano, se realizarán talleres sobre el desarrollo de competencias comunicativas estratégicas, buscando mejorar la capacidad de escucha, argumentación y deliberación de los funcionarios.

La Alcaldía actualizará de forma anual a los funcionarios en el uso y manejo de herramientas de información, enmarcado en la Estrategia de Gobierno en Línea, con el fin de familiarizarlos con sus ventajas y el aporte que hacen al desarrollo de la gestión institucional.

**Estrategia 6:** La comunicación interna de carácter organizacional debe proponerse mecanismos y procedimientos que garanticen un adecuado lineamiento de los empleados con respecto al Plan de Desarrollo Institucional. Para ello se realizarán procesos de inducción y reinducción a todos los empleados y contratistas de la Alcaldía

con el fin de darles a conocer el Plan de Desarrollo, resultados, avances y desarrollo de la gestión.

Todo funcionario que se vincule a la Alcaldía recibirá una inducción, que incluirá los temas de carácter laboral, disciplinario y legal, abordará el estudio del Plan de Desarrollo, misión, visión y valores adoptados por la entidad.

### **Orientaciones operativas**

Actualizar y mejorar el manual de inducción de La Alcaldía de La Estrella, el cual incluya estrategias dinámicas que se apoyen en el uso de las nuevas tecnologías.

Crear un video institucional que apoye el proceso de comunicación interna y a la vez facilite la presentación de la organización.

Será responsabilidad del área de Talento Humano liderar el proceso de inducción, diseñar e implementar los contenidos relativos a la información de carácter laboral y disciplinario que se le indique al empleado, así como los contenidos del manual de funciones y/o actividades de su propio cargo.

En todo proceso de inducción se programará la participación de uno o varios directivos de diferentes áreas para ser los encargados de socializar las políticas de la entidad, sensibilizar y motivar a los servidores públicos.

**Estrategia 7:** Los empleados vinculados a la Alcaldía recibirán anualmente un proceso de reinducción estratégica, con el propósito de lograr su adecuada alineación con los resultados, avances, reenfoques y desarrollo de la gestión.

### **Orientaciones operativas**

Las sesiones del proceso de reinducción serán conducidas siempre por un directivo que tenga bajo su responsabilidad el tema del área de Talento Humano, para incentivar la promoción de la libre discusión y el análisis de los empleados acerca de los resultados de la gestión.

### **Comunicación externa**

La perspectiva de la administración pública como un servicio se hace visible a través de la ejecución de los procesos comunicacionales que permite prestar una atención integral, respetuosa y equitativa al ciudadano, la cual garantiza que la comunicación externa y la rendición de cuentas sean los ejes fundamentales sobre los cuales se dé cumplimiento a los principios de integridad y transparencia administrativa.

La comunicación con los demás entes de orden local, regional y nacional será oportuna, pertinente y en beneficio de los intereses municipales, para lo cual se establecerán canales y procedimientos que garanticen fluidez y claridad en las relaciones comunicativas. Por ello se crearán interacciones con los entes del entorno local, regional y nacional hacia la construcción de un trabajo concertado y colaborativo.

### **Política de identidad y personalidad corporativa**

**Estrategia 1:** Con el propósito de construir la identidad corporativa, todas las publicaciones, informes y presentaciones de la Alcaldía contendrán la imagen y el slogan de la Entidad.

**Orientaciones operativas:**

Elaborar un manual de imagen que lleve los lineamientos del manejo adecuado de la imagen.

La información oficial y los documentos públicos generados en la Alcaldía deberán seguir las pautas de presentación e identificación establecidas en las directrices sobre imagen corporativa.

Producir y socializar las plantillas para presentaciones, diseños gráficos, audiovisuales, slogan y materiales de apoyo.

**Política de apertura y visibilidad en la comunicación con la ciudadanía**

**Estrategia 2:** La Alcaldía dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la entidad.

**Orientaciones operativas:**

Dar respuesta a las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y felicitaciones (PQRDF) de los ciudadanos, de manera oportuna y clara.

La Secretaría General informará sobre las insatisfacciones de los usuarios con respecto al servicio prestado.

La alta dirección valorará los casos, los pondrá a consideración en la solución de los inconvenientes presentados por la insatisfacción de los usuarios con respecto al servicio prestado.

**Estrategia 3:** elaborar estrategias que contribuyen al eficaz desarrollo de los eventos institucionales, culturales, recreativos, académicos, comunitarios y/o sociales promovidos por la Administración Municipal.

**Orientaciones operativas:**

Ejercer labores de corresponsalía y reportería en los eventos y actividades de la Administración Municipal.

Designar un comunicador que acompañe cada evento según la temática y Secretaría encargada.

Recolectar información de las dependencias de la Administración Municipal y de los eventos externos que realiza, para la elaboración de boletines y comunicados que se emitirán a los diferentes públicos, tanto internos como externos

Crear una carpeta con los boletines y la reportaría gráfica realizada, la cual debe tener una previa edición según los lineamientos del manual de imagen.

Continúa actualización de la agenda de eventos institucionales, culturales, comunitarios, recreativos y de carácter social que se generan o son promovidos por la entidad en todo el territorio.

Formular estrategias para la recolección de bases de datos internas y externa.

Manejo e implementación de tácticas para el envío de información actualizada y pertinente, para lo que se hace necesario contar con una plataforma de correos masivos.

Realizar convocatorias a través de llamadas telefónicas a grupos comunitarios y comunales, sectores alejados del casco urbano y grupos sociales para que participen en actividades y eventos realizados por la Entidad.

Realizar un resumen de notas importantes, cuñas y programación relevante con el fin de hacer llamadas telefónicas mensuales a los habitantes del municipio que residen en sectores alejados y que no tienen fácil acceso a las redes sociales.

Realizar el registro fotográfico de las actividades y eventos institucionales que se lleven a cabo en los diferentes sectores del municipio.

Revisar el contenido y estilo protocolario para los eventos de rendición de cuentas de la administración municipal.

Revisar constantemente los quince (15) buzones de sugerencias ubicados en las diferentes Secretarías y entes descentralizados de la Administración Municipal, ya que estos suministran información relevante sobre cuál es la opinión de los empleados, usuarios y visitantes.

Desarrollo y activación de campañas institucionales de carácter externo que sirvan para promover y convocar en sectores alejados, los cuales no tienen acceso a la tecnología.

Crear un archivo físico y digital de las actividades desarrolladas en el área de comunicaciones.

**Estrategia 4:** realizar consejos de redacción con el objetivo de evaluar los procesos globales de la organización, eventos y actividades comunicacionales.

**Orientaciones operativas:**

Aplicar en el consejo de redacción realizado por el área de Comunicaciones, la socialización temas técnicos, logísticos y operativos de las diferentes actividades que se desarrollan en la Administración.

Fomentar la crítica, la argumentación y el debate entre los comunicadores, con el fin de lograr un ambiente más sano, en el que la participación y el mejoramiento continuo sean una constante.

Establecer una línea de acción, que puntualice lo que se pretende llevar a cabo y plantear tácticas relevantes de la comunicación estratégica que se está implementando actualmente.

Incentivar el ejercicio del periodismo, para lo cual es necesario investigar a profundidad, con el fin de brindar información permanente y actualizada.

### **Política de redes sociales y marketing digital**

**Estrategia 5:** manejo y administración de plataformas de redes sociales y sitios web de la Administración Municipal, y con ello la producción y publicación de piezas gráficas y audiovisuales.

#### **Orientaciones operativas:**

Manejo y administración de las plataformas de redes sociales y sitios web de la Administración Municipal, a través de un 'Community Manager'.

Creación de contenidos para redes sociales y sitios web.

Desarrollo de informes cualitativos y cuantitativos acerca del monitoreo de las plataformas de redes sociales y sitios web de la Administración Municipal.

Realizar estudios estratégicos que permitan la actualización e implementación constante de las actividades, publicaciones en redes.

Producción de piezas interactivas, sonoras y audiovisuales, que sirvan para la promoción y difusión de programas, eventos y actividades de la Administración Municipal al igual que la promoción y posicionamiento de la marca institucional.

Producción y realización de piezas audiovisuales de promoción institucional o para estrategias comunicacionales.

Realización y producción de microprogramas, promos, spots y filminutos.

Producción, y realización de fotografías para diferentes campañas, piezas gráficas y digitales.

Diseñar piezas gráficas, virtuales y de audio que requiera la Administración Municipal para la divulgación y promoción de sus planes, programas y proyectos a la comunidad, como: papelería membrete, talonarios, logos, símbolos, afiches, vallas, volantes, pasacalles, boletines virtuales e impresos, banners, cartillas, plegables, tarjetas, periódicos, separatas, avisos, señalizaciones, perifoneo y cuñas, cumpliendo con los lineamientos para la preservación de la imagen institucional.

Conceptualización y desarrollo de estrategias y campañas Above The Line (ATL), Below The Line (BTL).

Implementar estrategias Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), con el propósito de mejorar el posicionamiento del sitio web y aumentar el número de seguidores en las redes sociales.

### **Política de Relaciones Públicas**

**Estrategia 6:** conservar un lugar en la agenda de los medios de comunicación, tanto a nivel local, regional y nacional.

**Orientaciones operativas:**

Actualizar y alimentar constantemente la base de datos de los diferentes medios de comunicación para la gestión de free press, con el fin de enviar información a contactos vigentes y pertinentes según el tema que se maneje.

Realizar comunicados de prensa e implementar la clasificación del comunicado que se realiza y se envía a los medios de comunicación de la siguiente manera:

- Informativo - Enunciativo (en situación de normalidad y proyección de futuro)
- Nota aclaratoria (en situación de desinformación)
- Declaración personal e institucional (en situaciones de desinformación).
- Carta abierta (en situaciones de riesgo promoción de ideas y valores).
- Manifiesto (en situaciones de crisis).

Redactar el boletín de prensa basados en los principios básicos de redacción (titulares, entradilla, texto) manejando siempre el interés del público, sin excesivos rodeos y primando el principio de la veracidad en la información.

Realizar comunicados de prensa audiovisual: comunicados de prensa de audio (audio News Release - ANR), comunicados de prensa en formato video (Video News Release- VNR) con el fin de abarcar las plataformas de medios como radio, televisión e internet.

Crear un Dossier de Prensa que sirva como presentación del Municipio en los grandes eventos realizados por la Administración Municipal, tales como: Mes del Adulto Mayor, Desfile de Mitos y Leyendas, Fiestas de la Virgen, Festival de Teatro, Fiestas de El Romeral, entre otros, así como en las ferias y eventos a los que sea invitado.

Implementar conferencias de prensa en casos de promoción y difusión de los grandes eventos y entrega de obras y cumplimiento de los índices y propuestas del Plan de Desarrollo “La Estrella Seguimos Avanzando 2016-2019” y/ o para la gestión de crisis de imagen, ya que esta servirá como instrumento “ofensivo” o “defensivo” según la situación.

Crear una Sala de Prensa online, la cual facilite la ampliación de los boletines de prensa publicados en redes sociales y enviados a través de correos electrónicos, además de una galería fotográfica y audiovisual, que permita a los periodistas y medios de comunicación tener una fuente de información más amplia con respecto a la organización.

Compra de pauta en medios locales, regionales y nacionales (radio, televisión, prensa, internet y medios alternativos).

Gestión para la realización de cuñas radiales, menciones y jingles.

**Estrategia 7:** la comunicación con la ciudadanía se hará bajo los principios de respeto, integridad y equidad, garantizando la prestación de un servicio de excelente calidad a los siderenses.

### **Orientaciones operativas**

Los medios escritos, carteleras, boletines, página web, redes sociales, entre otros, permiten a los ciudadanos acceder al conocimiento del portafolio de servicios, Plan de Desarrollo, campañas de salud, entre otros, para que así puedan informarse permanentemente y accedan con facilidad a los servicios ofrecidos.

El buzón de sugerencias será utilizado por parte de la comunidad para brindar información acerca del adecuado e inadecuado servicio ofrecido en la Alcaldía.

Las carteleras serán ubicadas en lugares estratégicos de la entidad, en ella se encontrarán comentarios de los usuarios y funcionarios sobre la prestación del servicio y atención con calidad y humanismo.

Generar comunicación oportuna, pertinente y eficiente en beneficio de los intereses de la Entidad y la comunidad, posicionándose como una organización gubernamental que construye y defiende lo público a través de su orientación hacia el desarrollo y el bien común.

Permitir la visibilidad del ejercicio de la función pública en el ámbito interno y externo, específicamente con otras entidades del orden público y privado, con el propósito de formar alianzas, convenios y acuerdos que beneficien a la comunidad y a nuestros grupos de interés.

### **Política de transparencia y acceso a la información**

**Estrategia 8:** charlas a usuarios y pedagogía en participación ciudadana, son los espacios para plasmar las necesidades que en materia de conocimiento y aplicación de los deberes, derechos y normas que se refieren a la prestación de servicios.

#### **Orientaciones operativas:**

Integrar acciones de contacto con el usuario que generen mayor satisfacción en la demanda de los servicios.

Promover la pedagogía al usuario por medio de mecanismos de difusión, comprensión y sensibilización de deberes y derechos de los ciudadanos, prestando así un servicio con calidad, humanismo y respeto.

De acuerdo con las directrices del Alcalde y sus secretarios de despacho programar la realización de charlas pedagógicas que contribuyan al conocimiento de los programas que ofrece la Administración Municipal.

Promover y divulgar los diferentes tramites que tiene estipulados la Entidad de cara al ciudadano.

**Estrategia 9:** Se informará a todos los oferentes, de manera amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que conduzcan a la toma de decisiones en los procesos de contratación.

**Orientaciones operativas:**

Publicar las convocatorias contractuales en el sistema electrónico de contratación pública SECOP o Colombia compra eficiente.

Publicar en las carteleras informativas información sobre apertura y la consecución de contratos bajo cualquier modalidad.

En cumplimiento de la normatividad vigente, la celebración, ejecución y liquidación de contratos será responsabilidad del Alcalde o de quien él delegue, y estarán a la vista de las veedurías y la ciudadanía.

Promover la consulta ciudadana sobre los procesos contractuales, expuestos en diferentes medios electrónicos y físicos.

**Estrategia 10:** Promocionar e implementar mecanismos que fomenten la cultura del cumplimiento de la estrategia Gobierno en Línea y transparencia y acceso a la información.

**Orientaciones operativas:**

Difundir los resultados de la gestión y la utilidad de los sistemas de información como un medio eficaz para fortalecer los conceptos de control social y gestión administrativa y darlos a conocer a los diferentes públicos.

Divulgación y promoción de la apertura de datos y uso en el desarrollo de los servicios y trámites implementados, para la realización de ejercicios de participación ciudadana, políticas y normas de seguridad.

Realizar un plegable con el portafolio de servicios, horario y requisitos de atención.

Enviar circulares informativas sobre procesos y principales proyectos institucionales que están en ejecución, próximas actividades a realizarse, cumplimiento de las metas.

Recopilar la información requerida en la Ley 1712 de 2014, en las diferentes dependencias de la entidad, para ser cargadas en el sitio web institucional.

Verificar y actualizar la información que se encuentra publicada en portal institucional, con las diferentes dependencias responsables de la información.

Verificar y levantar en un formato cuáles son las solicitudes de información más recurrentes de cada una de las dependencias de la entidad y convertirlas en dato abierto, para que sean registrados en el portal de datos abiertos.

Mantener actualizada la información de los datos abiertos registrados por la entidad.

Diseñar y estandarizar todo el material comunicacional requerido para los ejercicios de rendición de cuentas durante la vigencia de 2016-2019 como: el aviso de convocatoria pública de la rendición de cuentas, el comunicado para sensibilizar a los

servidores públicos sobre la rendición de cuentas, la tarjeta de invitación al evento de rendición de cuentas, el formato para la formulación de preguntas y propuestas durante el desarrollo del evento de rendición de cuentas, la encuesta de convocatoria requerida en el sitio web y la encuesta para la evaluación del evento público de rendición de cuentas.

Actualizar de manera permanente las noticias que se publican en el 'home' de la página web institucional [www.laestrella.gov.co](http://www.laestrella.gov.co) como: noticias, boletines, banners, volantes y videos, todo esto bajo el marco legal de la Estrategia de Gobierno en Línea.

Elaborar actividades para la socialización de la estrategia de Gobierno en Línea de la Administración Municipal.

Apoyar la implementación de los cuatro ejes de la estrategia de Gobierno en Línea, TIC para el Gobierno Abierto, TIC para servicios, TIC para la gestión, Seguridad y privacidad de la información.

**Estrategia 11:** La Alcaldía implementará a través del programa "Alcaldía en Mi Barrio" un consejo comunitario y otros espacios que servirán como rendición de cuentas a la sociedad, la cual posibilitará la información oportuna de los resultados más importantes de la gestión administrativa de la Entidad.

**Orientaciones operativas:**

Convocar a las comunidades barriales mediante medios publicitarios como cuñas, volantes, pasacalles, afiches, etc.

Realizar eventos barriales en los cuales se congregate el mayor número de siderenses para prestarles algunos de los servicios ofrecidos en la Administración Municipal en cada uno de los barrios.

Disponer de la organización logística para la correcta disposición e instalación de los equipos y enseres necesarios para que el Alcalde, los Secretarios de Despacho, contratistas y entes descentralizados de la Administración Municipal puedan llevar a cabo la atención oportuna a la comunidad.

Realización de una jornada cultural y artística en cada barrio y/o vereda con la presentación de grupos artísticos, puestas en escena, periódicos murales, talleres artísticos, entre otros, para lo cual se deberá disponer de un presentador para cada evento en los barrios y/o veredas.

Disposición de puestos de información para todas las Secretarías de Despacho de la Alcaldía y Entes Descentralizados en cada barrio y/o vereda en la que se lleve a cabo un evento.

Realizar una avanzada en el sector dónde se desarrollará el programa, con el fin de recolectar información acerca de las necesidades diligenciando un formato.

Actualizar y entregar al Sistema de Control de asistencia en el formato

De Calidad o de avanzada para la Rendición de Cuentas, con el fin de que sea aprobado e implementado.

Realizar encuestas de impacto a la comunidad (Alcaldías en mi Barrio), dónde se recolecta información sobre las necesidades y programas específicos de la ciudadanía.

La Secretaría General asesorará al Alcalde sobre la oportunidad y pertinencia de hacer una rendición de cuentas que debe efectuarse.

## **Política de calidad**

**Estrategia 12:** Cumplir con los procedimientos y políticas establecidas en el Sistema de Gestión de la Calidad (proceso comunicaciones. Procedimientos: Para la elaboración de piezas gráficas, para las comunicaciones internas, para las comunicaciones externas).

### **Orientaciones operativas:**

Realizar las acciones pertinentes para cumplir con los indicadores requeridos por el Sistema de Gestión de la Calidad.

**Estrategia 13:** Elaborar y socializar las estrategias comunicacionales para el cumplimiento de Modelo Estándar de Control Interno (MECI).

### **Orientaciones operativas:**

Acompañar los procedimientos de atención al ciudadano, contribuyendo en la resolución de los diferentes requerimientos, inquietudes, quejas y reclamos que estos efectúen, durante la realización de los diferentes eventos que se promuevan por la entidad en los diferentes sectores del territorio siderenses (a través de encuestas dónde se evalúan el impacto a la comunidad).

Contribuir en la resolución y registro de los diferentes requerimientos, inquietudes, quejas y reclamos que estos efectúen, bien sea personalmente, por vía telefónica o electrónica.

Realizar todas las encuestas telefónicas de satisfacción del servicio al ciudadano.

Realizar informes de Gestión de Austeridad y Seguimiento a los Indicadores, con el fin de presentar datos específicos de los índices de cumplimiento de la oficina de comunicaciones.

Apéndice B: Piezas gráficas



Invitación Día de la Secretaría 2017  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Recordatorio Día del Bibliotecólogo 2017  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



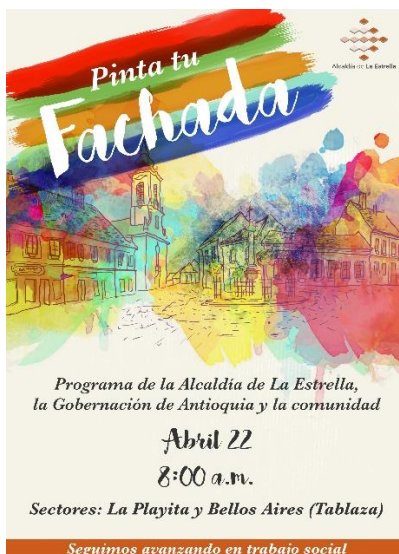
Invitación nocturno poético 2017

Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Invitación afiliación al Régimen contributivo 2017

Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Invitación programa pinta tu fachada 2017  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Invitación al Festival Comunitario 2017  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella

## Apéndice C: Página web:



Inicio página web del municipio 2017  
Fuente: <http://www.laestrella.gov.co>



Piezas gráficas subidas a la página web del municipio 2017 página web del municipio 2017

Fuente: <http://www.laestrella.gov.co>



Sección de boletines y Publicaciones Desactualizados página web del municipio 2017

Fuente: <http://www.laestrella.gov.co>

Municipio de La Estrella - Institucional - Ciudadanos - Política de Calidad

**Política de calidad**

Para trascender a UNA CIUDAD QUE AVANZA DE VERDAD, contribuyendo al mejoramiento de calidad de vida de los habitantes y aumentar el nivel de satisfacción con nuestra Entidad, nos comprometimos a atender nuestros intereses para lograr:

- El desarrollo Social Inclusivo y Participativo
- Una infraestructura para el Desarrollo Económico
- Un desarrollo Económico para todos
- Un estado Ambiente Sano y Protegido
- Un Buen Gobierno como apuesta por la transparencia.

Contando para ello con un Sistema Integrado de Gestión orientado al logro de los objetivos y al mejoramiento continuo del Municipio.

**Misión Municipio de La Estrella**

La Administración Municipal de La Estrella orientará su gestión hacia el logro del desarrollo económico y social de los habitantes y ciudadanos, a través de la oferta de bienes y servicios que respondan favorablemente en la distribución de la pobreza, las desigualdades sociales y la exclusión. Este logro será posible gracias a la aplicación de una política de buen gobierno y de participación efectiva de los ciudadanos.

**Visión Municipio de La Estrella**

La Estrella será una ciudad líder en la región metropolitana, reconocida nacional e internacionalmente en procesos de innovación productiva, orientados a la construcción de la calidad de vida de la comunidad Tolimense. Incluyente, equitativa y sostenible, con alta logros en cohesión y calidad en la prestación de servicios esenciales y estratégicos, cimentada en un modelo de gobierno en valores, principios y ética pública para proyectar un Municipio digno para todos.

Descripción	Link/ Acceso
Manual de Calidad	<a href="#">Manual de calidad La Estrella 17 2017</a>
Mapa de procesos	<a href="#">Mapa de procesos</a>
Caracterizaciones procesos	<a href="#">Caracterización</a>
Buenos gobernanza	<a href="#">Buen gobernanza</a>
Manuales	<a href="#">Manual de Controlación</a> <a href="#">Manual de información</a>

Misión y visión Alcaldía de La Estrella página web del municipio 2017  
Fuente: <http://www.laestrella.gov.co>

## Apéndice D: Redes sociales



Publicación del Programa de la Unidad de Atención Integral 2017  
Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>



Publicación del Programa de Alimentación Escolar 2017  
Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>



Publicación Sobre Seguridad Secretaría de Gobierno y Tránsito 2017  
 Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>



Publicación de la nueva construcción de la cancha sintética en La Tablaza 2017  
 Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>

**Alcaldía de La Estrella** agregó 8 fotos nuevas.  
Publicado por Alcaldía de La Estrella (7) · 18 de mayo

En compañía de la Primera Dama y el Secretario de Educación Deimer Fílores, el rector de la Institución Educativa José Antonio Galán hizo la entrega oficial del taller de ebanistería a los jóvenes pertenecientes al grupo de habilidades sociales y productivas (Emprendimiento UAI), donde el objetivo de este proyecto es propiciar espacios para desarrollar el trabajo en equipo, darles una orientación ocupacional e iniciarlos en un sistema productivo.

Este grupo de emprendimiento desarrollará juegos didácticos en madera y con la ayuda del colegio Rudolf Steiner se comercializarán los productos con el fin de brindar bienestar a las familias e incentivar el talento de los jóvenes. #SeguimosAvanzando en Desarrollo Social

Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por \$3 para llegar a 1.700 personas

6.814 personas alcanzadas

166 Me gusta, 12 Me encanta, 1 Me divierte, 13 Comentarios, 14 Vezes que se compartió, 1.431 Clics en publicaciones, 947 Visualizaciones de fotos, 0 Clics en el enlace, 484 Otros clics

Publicación programa de emprendimiento en la I.E Públicas 2017  
Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>

**Alcaldía de La Estrella** agregó 8 fotos nuevas.  
Publicado por Alcaldía de La Estrella (7) · 19 de mayo

En el marco de la semana cultural de la Institución Educativa Bernardo Arango Macías, estudiantes de todos los grados realizan coreografías y bailes en torno a la celebración del Día del Idioma, en esta ocasión lo temático para los vestuarios y la decoración fueron las culturas de los diferentes continentes.

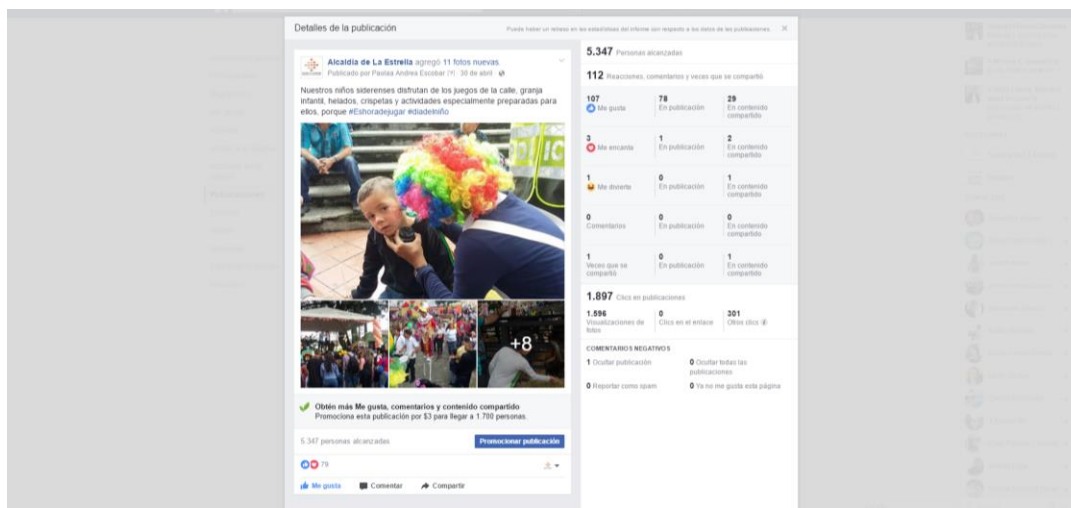
Durante esta jornada lúdico recreativa los niños y jóvenes desarrollan sus capacidades y talentos, conservando espacios de sano esparcimiento, además estas actividades les permiten desarrollar su creatividad y trabajo en equipo, también estimula la práctica del deporte y la actividad física. La Alcaldía Municipal apoya estas actividades enmarcadas a la proyección social y el proceso de formación de los estudiantes sibterrenos.

Obtén más Me gusta, comentarios y contenido compartido  
Promociona esta publicación por \$3 para llegar a 1.700 personas

5.352 personas alcanzadas

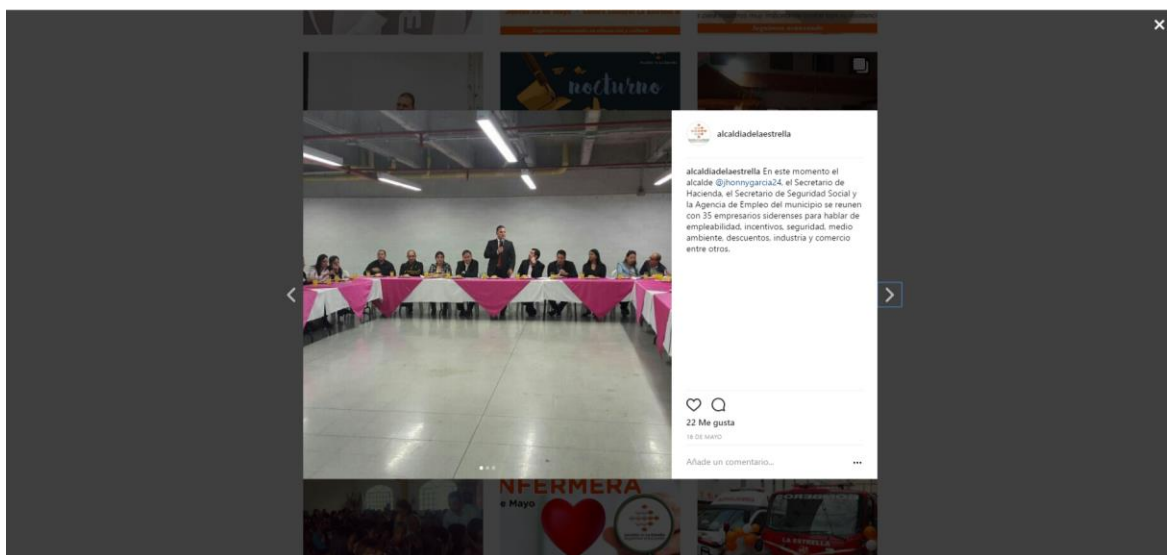
72 Me gusta, 2 Me encanta, 0 Me divierte, 0 Comentarios, 3 Vezes que se compartió, 2.084 Clics en publicaciones, 1.805 Visualizaciones de fotos, 0 Clics en el enlace, 879 Otros clics

Publicación celebración día del Idioma 2017  
Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>



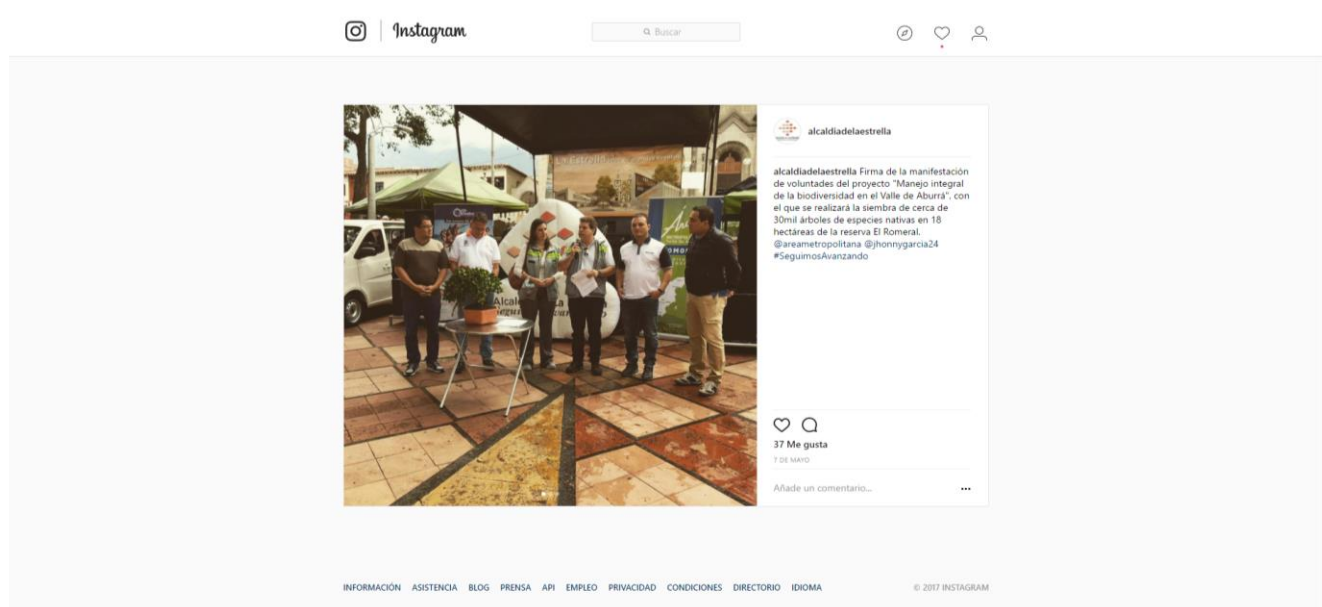
### Publicación Día de los Derechos del Niño 2017

Fuente: Facebook: @alcaldiaestrella <https://www.facebook.com/alcaldiaestrella/>  
Instagram



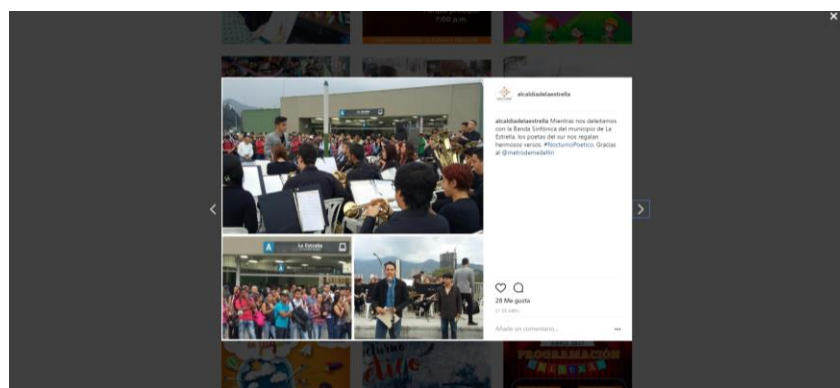
### Reunión con empresarios del municipio de La Estrella en Comfama

Fuente Instagram: alcaldiaestrella <https://www.instagram.com/alcaldiaestrella/>



### Acto protocolario con el Área Metropolitana

Fuente Instagram: alcaldiaestrella <https://www.instagram.com/alcaldiaestrella/>



### Nocturno poético Alcaldía de La Estrella

Fuente Instagram: alcaldiaestrella <https://www.instagram.com/alcaldiaestrella/>

## Twitter



## Campaña residuos orgánicos

-Fuente Twitter: @MLaEstrella <https://twitter.com/mlaestrella?lang=es>



## Feria de empleo 2017

-Fuente Twitter: @MLaEstrella <https://twitter.com/mlaestrella?lang=es>



Tbt sector La Tablaza  
-Fuente Twitter: @MLaEstrella <https://twitter.com/m्लाestrella?lang=es>



Encuentro Intergeneracional I.E Ana Eva Escobar  
-Fuente Twitter: @MLaEstrella <https://twitter.com/m्लाestrella?lang=es>

Apéndice B: Evidencias fotográficas de la investigación



Fotografía de Nelson Mario Murillo La Estrella-2017  
Alcalde Johnny García e infante en el Programa Alcaldía en Mi Barrio– Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Nelson Mario Murillo La Estrella-2017  
Alcalde Johnny García e infante participante de la celebración de Halloween Fuente:  
Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Nelson Mario Murillo Medellín 2017  
Alcalde Johnny García y alcaldes del Área Metropolitana grabación programa Diálogos Metropolitanos Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



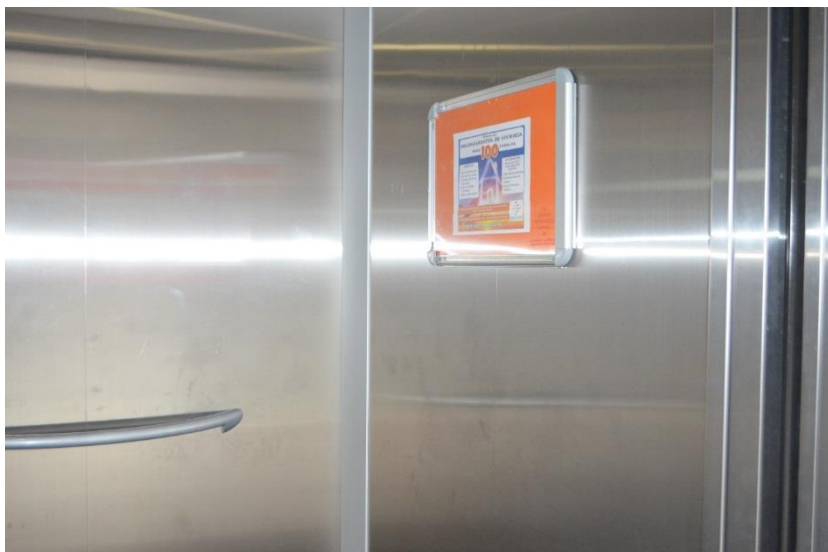
Fotografía de Nelson Mario Murillo La Estrella-2017  
Funcionarios de la Alcaldía de La Estrella Celebración día de la madre del Niño –  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella.



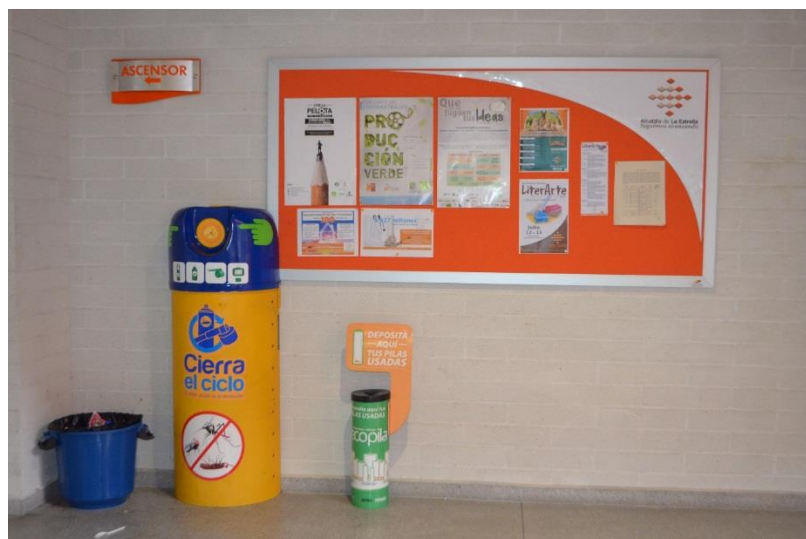
Fotografía de Nelson Mario Murillo La Estrella-2017  
Alcalde Johnny García y trabajadores oficiales construcción vía La Cuchilla – Fuente:  
Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Nelson Mario Murillo La Estrella-2017  
Alcalde Johnny García y el secretario de Educación y Cultura Deimer Flórez –  
Fuente: Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
 Cartelera de los ascensores del Centro Administrativo Municipal La Estrella – Fuente:  
 Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
 Cartelera convencional del Centro Administrativo Municipal La Estrella – Fuente:  
 Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella.



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
 Cartelera de los ascensores del Centro Administrativo Municipal La Estrella – Fuente:  
 Oficina de Comunicaciones Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
 Cartelera convencional del Centro Administrativo Municipal La Estrella – Fuente:  
 Oficina de Comunicaciones  
 Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
Oficina del Dircom Alcaldía de La Estrella – Fuente: Oficina de Comunicaciones  
Alcaldía de La Estrella.



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
Oficina de Comunicaciones – Fuente: Oficina de Comunicaciones  
Alcaldía de La Estrella



Fotografía de Erika Arroyave La Estrella-2017  
Personal de la Oficina de Comunicaciones – Fuente: Oficina de Comunicaciones  
Alcaldía de La Estrella