	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(47)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ARACELY ALFONSO LÓPEZ
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	LEIDY ASTRID ANGARITA
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA OFICINA DESARROLLO COMUNITARIO DE LA ALCALDIA DE OCAÑA

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

El presente es el trabajo de grado elaborado bajo la modalidad de pasantías, fue realizado teniendo en cuenta la necesidad existente en la oficina Desarrollo Comunitario de la Alcaldía de Ocaña, en cuanto que se debe mejorar la comunicación interna y externa constituyéndose en herramientas estratégicas para dar respuesta a las necesidades y fortalecer los procesos de comunicación en esa dependencia.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 47	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 10	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
 Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL
EN LA OFICINA DESARROLLO COMUNITARIO DE LA ALCALDIA DE
OCAÑA**

ARACELY ALFONSO LÓPEZ

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL
EN LA OFICINA DESARROLLO COMUNITARIO DE LA ALCALDIA DE
OCAÑA**

ARACELY ALFONSO LÓPEZ

**Informe final de pasantías presentado como requisito para obtener
el título de Comunicador Social**

**Directora
LEIDY ASTRID ANGARITA CALDERÓN
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA OFICINA DESARROLLO COMUNITARIO DE LA ALCALDÍA DE OCAÑA	14
1.1 ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA	14
1.1.1 Misión	14
1.1.2 Visión.	14
1.1.3 Objetivos de la empresa	14
1.1.4 Estructura organizacional	15
1.1.5 Dependencia. Oficina desarrollo comunitario	15
1.1.6 Objetivos	15
1.1.6.1 Objetivo general	15
1.1.6.2 Objetivos específicos	16
1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL	16
1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA	17
1.3.1 Objetivo General.	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR	18
2. ENFOQUE REFERENCIAL	19
2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL	19
2.1.1 Planeación Estratégica	19
2.1.1.1 Etapas de la Planeación estratégica	20
2.1.1.2 Evaluación de Estrategias	20
2.1.1.3 Beneficios de la Planeación Estratégica	20
2.1.1.4 Misión.	21
2.1.1.5 Visión	21
2.1.2 Comunicación.	21
2.1.3 Estrategia organizacional	21
2.1.4 Logotipo	22
2.1.5 Slogan	22
2.1.5.1 El doble eslogan	22
2.1.6 Alcaldía municipal.	23
2.1.7 Oficina de Desarrollo Comunitario	23
2.2 ENFOQUE LEGAL	24
2.2.1 Ley 1551 de 2012	24
3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO	27
3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	27

3.1.1 Recolección de información mediante el instrumento de la encuesta aplicando un cuestionario a las personas que hacen parte de la oficina. Luego se analizarán para dar un diagnóstico del proceso de comunicación de la oficina.	27
3.1.1.1 Diagnóstico del proceso de comunicación de la Oficina.	30
3.1.2 Creación del horizonte institucional de la oficina Desarrollo Comunitario restableciendo la Misión, Visión, Logo, Slogan	30
3.1.3 Diseño del carné de presidentes de las juntas de acción comunal.	32
3.1.4 Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento	32
3.1.5 Elaboración del HouseOrgan.	33
3.1.6 Organización de Charlas en diferentes barrios del municipio sobre participación y cultura ciudadana	33
3.1.7 Creación del blog institucional actualizado	34
3.1.8 Implementar el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los usuarios	34
3.1.9 Diseño de publicidad para eventos y actividades	35
3.1.10 Difusión de información en redes sociales	35
4. DIAGNÓSTICO FINAL	36
5. CONCLUSIONES	37
6. RECOMENDACIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	39
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	40
ANEXOS	41

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Medios de comunicación útiles para entablar relación oficina Desarrollo Comunitario – Líderes comunales.	27
Tabla 2. Medio por el que prefiere ser informado.	28
Tabla 3. Opinión de la oficina de Desarrollo Comunitario, referente a la comunicación.	28
Tabla 4. Es oportuna la información que recibe.	29

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Misión	30
Figura 2. Visión	31
Figura 3. Valores.	31
Figura 4. Logo	32

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Diseño de carné	32
Imagen 2. Botones	33
Imagen 3. Mugs	33
Imagen 4. HouseOrgan.	33
Imagen 5. Tablón de anuncios.	34
Imagen 6. Difusión de información en Facebook.	35

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	42
Anexo B. Evidencias de charlas realizadas en los distintos barrios del municipio de Ocaña	44
Anexo C. Imágenes del blog institucional	46
Anexo D. Diseño de publicidad	47

RESUMEN

El informe de pasantías que a continuación se desarrolla, el cual fue realizado en la Oficina de Desarrollo Comunitario de la Alcaldía Municipal de Ocaña, contó con unos objetivos que fueron planteados y aprobados de la siguiente manera: Realizar un análisis de los procesos de comunicación que se manejan al interior de la oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña; realizar un plan estratégico que fortalezca los procesos que se realizan en la oficina de Desarrollo Comunitario; y finalmente, determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo con la comunidad. Cada uno de ellos desarrollados en diferentes actividades.

Para la ejecución del informe, se realizó con una metodología bajo la modalidad de pasantías, sugerida por la Universidad para la obtención del título de Comunicadora Social.

Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, desde el punto que no se encontraron limitaciones en el desarrollo de las actividades, logrando desarrollar una a una las mismas, dejando herramientas de comunicación, algunas diseñadas, otras implementadas.

INTRODUCCIÓN

Diseño e implementación de una estrategia comunicacional en la oficina Desarrollo Comunitario de la Alcaldía de Ocaña, es el título dado al informe final de las pasantías ejecutadas en la misma.

La Oficina de Desarrollo Comunitario se encarga de trabajar directamente con las Juntas de Acción Comunal y así ser el puente entre la administración municipal y la comunidad en general. Es de gran importancia mejorar la comunicación interna y externa constituyéndose en herramientas estratégicas para dar respuesta a las necesidades y fortalecer los procesos de comunicación en esa dependencia. La falta de ejecución no permite el normal desarrollo de los procesos donde los líderes comunales no puedan hacer plena su labor, impidiendo el trabajo realizado en cada barrio o comuna del municipio de Ocaña. Es por ello que con el presente trabajo se realizan actividades hacia el mejoramiento de la imagen institucional para mejorar el prestigio y lograr el reconocimiento en la comunidad ocañera. Para ello, se contó con el desarrollo de los objetivos propuestos, como fueron: Realizar un análisis de los procesos de comunicación que se manejan al interior de la oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña; realizar un plan estratégico que fortalezca los procesos que se realizan en la oficina de Desarrollo Comunitario; y finalmente, determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo con la comunidad. Cada uno de ellos desarrollados en diferentes actividades.

La ejecución de estas actividades, son de gran aporte a la carrera, dado que se obtiene aún más conocimiento en el campo, a donde se han llevado los adquiridos en el transcurso del estudio y los cuales se intercambian para alcanzar resultados satisfactorios, tanto para la empresa como para la Universidad.

1. DISEÑO E IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN LA OFICINA DESARROLLO COMUNITARIO DE LA ALCALDIA DE OCAÑA

1.1 ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA

La Alcaldía Municipal de Ocaña es una Entidad Territorial encargada de administrar recursos públicos de todos los ciudadanos, para destinarlos al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.

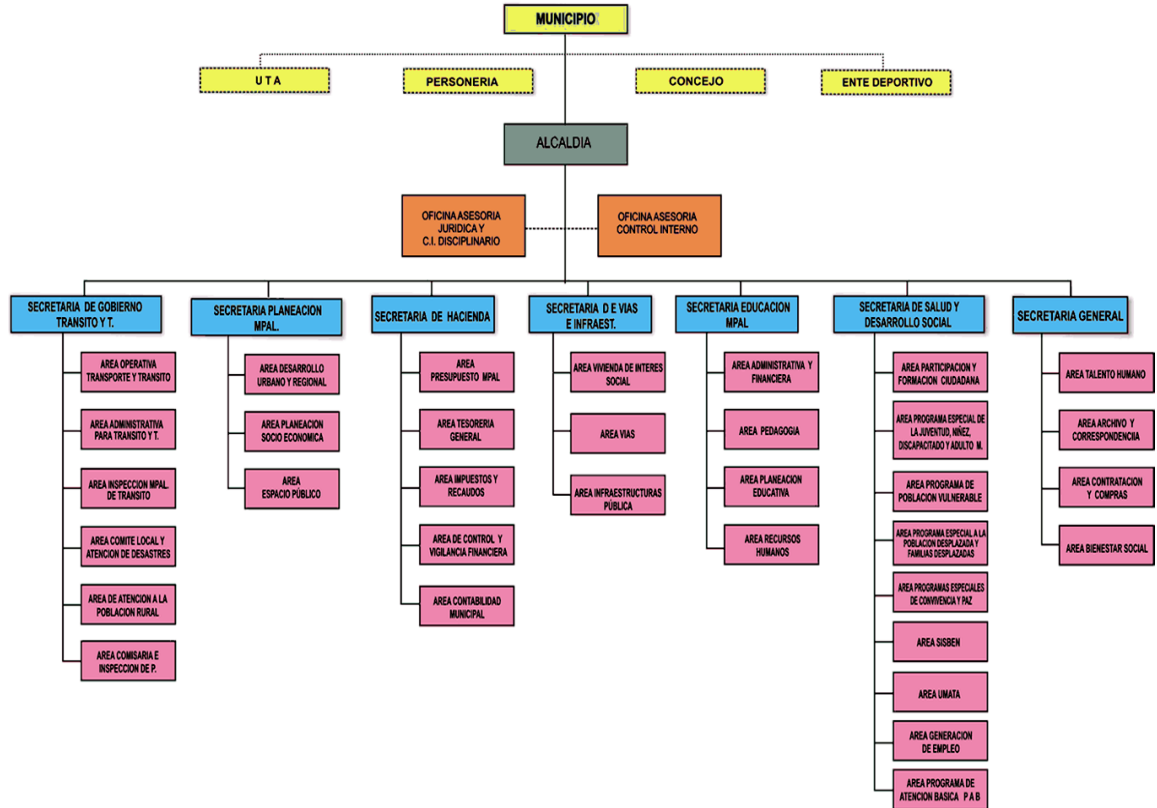
1.1.1 Misión. Ocaña se perfila como un municipio confiable y participativo, por ser entidad político-administrativa del Estado Colombiano le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.

1.1.2 Visión. En el año 2020, Ocaña será un MUNICIPIO CONFIABLE, generador del progreso y desarrollo integral, en el que la participación constituya el eje fundamental para la creación y fortalecimiento de espacios sociales, económicos, culturales, ambientales y políticos, basados en los valores y en los principios de respeto y equidad.

1.1.3 Objetivos de la empresa. Propender por el desarrollo económico y social del Municipio, para lograr el bienestar de la comunidad, principalmente la población vulnerable, la niñez, el adulto mayor y las madres cabeza de familia.

1.1.4 Estructura organizacional

ESTRUCTURA ORGÁNICA ALCALDÍA DE OCAÑA SEGÚN EL DECRETO 077 DEL 16 DE JUNIO DE 2004



1.1.5 Dependencia. Oficina desarrollo comunitario

MISIÓN

Es misión de la oficina Desarrollo Comunitario la integración y formación de las juntas de acción comunal generando espacios de participación comunitaria y ayuden a la construcción de tejido social a través de la promoción y la democracia participativa.

VISIÓN

Para el 2015 la oficina Desarrollo Comunitario será pionera en procesos comunitarios fortalecidos que promuevan la identidad, la autonomía, la autogestión y el desarrollo social.

1.1.6 Objetivos

1.1.6.1 Objetivo general. Otorgar a las comunidades y grupos organizados las herramientas necesarias para el desarrollo social dando participación a todos los líderes comunales y motivar el trabajo comunitario.

1.1.6.2 Objetivos específicos. Integrar a toda la comunidad en cada proceso a desarrollar.

Dar a conocer la importancia de la planeación participativa como opción y escenario para los comunales proyectarse a futuro.

Analizar las relaciones actuales y las deseables a futuro de las juntas de acción comunal.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL

La Oficina de Desarrollo Comunitario se encarga de trabajar directamente con las Juntas de Acción Comunal y así ser el puente entre la administración municipal y la comunidad en general. Es de gran importancia mejorar la comunicación interna y externa constituyéndose en herramientas estratégicas para dar respuesta a las necesidades y fortalecer los procesos de comunicación en esa dependencia. La falta de ejecución no permite el normal desarrollo de los procesos donde los líderes comunales no puedan hacer plena su labor, impidiendo el trabajo realizado en cada barrio o comuna del municipio de Ocaña.

El plan de trabajo en aras de fortalecer los procesos de comunicación focaliza las actividades hacia el mejoramiento de la imagen institucional para mejorar el prestigio y lograr el reconocimiento en la comunidad ocañera. Así mismo mantener informado a cada líder sobre todo lo que se realiza en la oficina y de esta forma motivar a la participación, establecer una línea de comunicación eficaz entre la comunidad y las personas encargadas de la oficina, aclarando que si no se cuenta con estrategias claras de comunicación no hay total alcance de los objetivos planteados y se genera inconformidad en la comunidad.

Cuadro 1. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ DOFA	<ul style="list-style-type: none">- Talento humano calificado- Sentido de pertenencia por los que hacen parte de la oficina.	<ul style="list-style-type: none">-No se cuenta con herramientas que faciliten el trabajo del pasante.- Falta de identidad y posicionamiento ante la comunidad.

Cuadro 1 (continuación)

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>Ser identificados como un puente de comunicación por las demás oficinas.</p> <p>Difusión de la información a todos los líderes comunales y público en general.</p>	<p>Aprovechar las herramientas y el talento humano de la oficina Desarrollo Comunitario para hacer un buen uso de las comunicaciones internas y externas logrando una retroalimentación.</p> <p>Seguir implementado herramientas de comunicación.</p>	<p>Diseño de un medio de comunicación virtual para brindar mayor acceso a las personas.</p> <p>Creación del horizonte institucional.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p>Falta de una oficina amplia puede generar problemas a futuro.</p> <p>No se cuenta con un horizonte institucional y así no habrá sentido de pertenencia y poco reconocimiento por la comunidad Ocañera.</p>	<p>Mantener el trabajo en equipo sin importar el lugar de trabajo en donde se encuentre.</p> <p>Aprovechar las herramientas de comunicación con las que la oficina cuenta para visualizar la labor de los líderes.</p>	<p>Trabajar en sinergia con las demás oficinas que nos puedan brindar ayuda.</p> <p>Posicionamiento del horizonte institucional.</p>

Fuente: Autora del proyecto.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.3.1 Objetivo General. Diseñar e implementar una estrategia comunicacional para la Oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña.

1.3.2 Objetivos Específicos. Realizar un análisis de los procesos de comunicación que se manejan al interior de la oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña.

Realizar un plan estratégico que fortalezca los procesos que se realizan en la oficina de Desarrollo Comunitario.

Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo con la comunidad.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar
Diseñar e implementar una estrategia comunicacional interna y externa para la Oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña.	Realizar un análisis de los procesos de comunicación que se manejan al interior de la oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña.	Recolección de información mediante el instrumento de la encuesta aplicando un cuestionario a las personas que hacen parte de la oficina. Luego se analizarán para dar un diagnóstico del proceso de comunicación de la oficina.
	Realizar un plan estratégico que fortalezca los procesos que se realizan en la oficina de Desarrollo Comunitario.	Creación del horizonte institucional de la oficina Desarrollo Comunitario restableciendo la Misión, Visión, Logo, Slogan.
		Realizar el diseño del carnet de presidentes de las JAC (juntas de acción comunal).
		Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento (pendón, mugs, botones, lapiceros) con el logo de la oficina.
		Elaboración de un órgano de difusión.
	Organización de Charlas en diferentes barrios del municipio sobre participación y cultura ciudadana.	
	Determinar una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo con la comunidad.	Creación del blog institucional actualizado con información de todas las actividades (Quiénes somos, notas de prensa, galería, videos, notas de interés)
Implementar el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los usuarios.		
Diseño de publicidad para eventos y actividades		
Difusión de información en redes sociales.		

Fuente: Autora del proyecto.

2. ENFOQUE REFERENCIAL

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

2.1.1 Planeación Estratégica¹. La planeación estratégica es un esfuerzo sistemático formal de la empresa para establecer sus propósitos básicos que a través de planes detallados permiten la implantación de objetivos y estrategias que logren el cumplimiento de dichos propósitos básicos.

Para iniciar un proceso de planeación estratégica se debe tener bien claro qué es y en qué consiste. La planeación estratégica es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde van. Es decir haber definido su direccionamiento Estratégico para lo cual se hacen necesarios los principios corporativos que son el conjunto de valores, creencias, normas que regulan la vida de una organización. Ellos definen aspectos que son importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos, por tanto constituyen la norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional. Los valores y las creencias tienen que ser parte integral de la cultura de la organización mediante el liderazgo efectivo, los valores se vuelven contagiosos, afectan los hábitos de pensamiento de la gente, su forma de relacionarse unos con otros, la tecnología que emplean y las políticas, las reglas, los procedimientos y las descripciones de los trabajos a que se dedican. Así pues la cultura de una organización es mucho más que solo medios tangibles y las reglas de operación; incluye las normas y las reglas de juego que operan efectivamente en la empresa ya que en oportunidades no están escritas, ni se expresan verbalmente.

La misión debe ser claramente formulada, difundida y conocida por todos los colaboradores. Los comportamientos de la organización deben ser consecuentes con esta misión así como la conducta de todos los miembros de la organización estos son los parámetros a tener en cuenta para diseñarla y encausar la empresa hacia una productividad general. La misión de una empresa debe inducir comportamiento y crear compromisos.

La Visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la compañía, debe ser amplia e inspiradora, conocida por todos e integrar el equipo gerencial a su alrededor. Requiere líderes para su definición y su cabal realización. La visión señala rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une en las empresas el presente con el futuro, sirve de guía en la formulación de estrategias, a la vez que le proporcionan un propósito a la organización.

El diagnóstico estratégico es el análisis de las fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la institución: Fortalezas.

¹ SANTANA ROBLES, Ignacio. Gerencia Estratégica. Méjico: Trillas S.A., 2002 Colombia. p. 245.

Son las actividades y atributos internos de una organización que contribuyen y apoyan el logro de los objetivos de una institución; debilidades. Son las actividades y atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa. Las Oportunidades. Son los eventos hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de ésta si se aprovechan en forma oportuna y adecuada; y las amenazas. Son los eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo⁸. Falta el pie de página.

2.1.1.1 Etapas de la Planeación estratégica². Formulación de las Estrategias: incluye el desarrollo de la misión del negocio, la identificación de las oportunidades y amenazas externas a la organización, la determinación de las fuerzas y debilidades internas, el establecimiento de objetivos a largo plazo, la generación de estrategias alternativas, y la selección de estrategias específicas a llevarse a cabo.

Implantación de Estrategias: requiere que la empresa establezca objetivos anuales, proyecte políticas, motive empleados, y asigne recursos de manera que las estrategias formuladas se puedan llevar a cabo; incluye el desarrollo de una cultura que soporte las estrategias, la creación de una estructura organizacional efectiva, mercadotecnia, presupuestos, sistemas de información y motivación a la acción.

2.1.1.2 Evaluación de Estrategias: Revisar los factores internos y externos que fundamentan las estrategias actuales; (b) medir el desempeño, y (c) tomar acciones correctivas. Todas las estrategias están sujetas a cambio.

2.1.1.3 Beneficios de la Planeación Estratégica. Beneficios Financieros. Investigaciones indican que organizaciones que utilizan conceptos de planeación estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no los usan. Generalmente las empresas que tienen altos rendimientos reflejan una orientación más estratégica y enfoque a largo plazo.

Beneficios no Financieros. Mayor entendimiento de las amenazas externas, un mejor entendimiento de las estrategias de los competidores, incremento en la productividad de los empleados, menor resistencia al cambio, y un entendimiento más claro de la relación existente entre el desempeño y los resultados.

Aumenta la capacidad de prevención de problemas.

Permite la identificación, jerarquización, y aprovechamiento de oportunidades.

Provee una visión objetiva de los problemas gerenciales.

Permite asignar más efectivamente los recursos a las oportunidades identificadas.

² CARRETO, Julio. Planeación estratégica (online). 1 ed. [s.n.]: MBA, 2008 [citado 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/>

Ayuda a integrar el comportamiento de individuos en un esfuerzo común. Provee las bases para clarificar las responsabilidades individuales.

Disciplina y formaliza la administración.

2.1.1.4 Misión. Es concebida como una oportunidad para hacer negocios que una compañía identifica dentro de un contexto de necesidades, ¿Cómo estamos? y ¿Cuál es la razón de ser de nuestra empresa? ¿Para qué hemos creado a la empresa? Responde a la pregunta: ¿Cuál es la razón de ser de la empresa?

2.1.1.5 Visión. Futuro relativamente remoto donde la empresa se desarrolla en las mejores condiciones posibles de acuerdo a los sueños y esperanzas del propietario o director ejecutivo. ¿Dónde se quiere llegar? Responde a la pregunta: ¿A dónde queremos llegar, en dónde nos vemos en el futuro?

Nos da la amplitud del marco de referencia empresarial en el cual nos vamos a desarrollar y se puede enfocar desde dos sentidos

2.1.2 Comunicación. Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

2.1.3 Estrategia organizacional. Este principio es utilizado en las empresas para tener una ventaja entre sus competidores, ya que las empresas elaboran un plan estratégico como: valores, visión, objetivos y metas, para aplicarlos en las actividades a la que se dirige su empresa, de esta manera disminuyen costos, aumentan productividad, se aumenta la participación de los empleados, y se tiene un liderazgo en la empresa.

Este enfoque es aplicado por cada empresa de manera diferente ya que cada empresa es la encargada de seleccionar el tipo de competencia que se crea conveniente para alcanzar sus objetivos, por lo cual ninguna empresa tiene el mismo tipo de competencia en un mercado. La empresa antes de seleccionar el tipo de competencia debe tener en cuenta, recursos, y capacidades la empresa, para que no haya problemas, se cumplan las metas, y se logren los objetivos trazados.

2.1.4 Logotipo.³ El logotipo surge de la necesidad de respaldar a los productos realizados en serie. Este es un mensaje abreviado de todos los valores de una marca y el cual está compuesto de un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc.; para facilitar una composición tipográfica que las personas identifiquen y asocien rápidamente con la empresa a la que le pertenece.

El logotipo es la firma de su compañía.

Un logotipo sirve para dar a conocer e identificar a la empresa o institución que representa por largo tiempo, de tal modo que los receptores asocien el o los productos o servicios ofrecidos fácilmente a ella.

Este deberá estar presente en toda la papelería comercial, ya sea en cartas, membretes, sobres, facturas, tarjetas personales, publicidades, etc. Su empleo se puede extender a uniformes, embalajes, etiquetado de productos y anuncios de prensa.

Es a través de las marcas y los logotipos, por medio de los cuales las organizaciones comunican y distinguen sus productos o servicios; otorgándole beneficios tanto a los propietarios como a los consumidores; al primero le está dando un valor agregado a sus productos y servicios, mientras que a los segundos les indica calidad o valor.

2.1.5 Slogan. El o lema publicitario se entiende como frase identificativa en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda), y como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. También se puede decir que es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras para formar confianza.

El buen eslogan debe ser corto, original e impactante. Para conseguirlo, se utilizan todos los recursos estilísticos al alcance del redactor: onomatopeya, aliteración, contraste, rima, etc. También son muy utilizados los juegos de palabras puesto que obligan a hacer un esfuerzo adicional al oyente que permite fijarlo mejor en su memoria. El espectador, además, los considera ingeniosos por lo que no los rechaza de inmediato. El mayor éxito de un eslogan es que los consumidores lo repitan.

2.1.5.1 El doble eslogan. Hay anuncios en los que aparece un doble eslogan, que se dan en los medios audiovisuales. Una parte es un texto y otra es la imagen. Hay anuncios que tienen un doble eslogan con doble texto. Hay eslóganes que manifiestan un patrocinio. Hay eslogan sobre eslogan para potenciar la marca. Estos se usan mucho en las entidades de empresas.

En tiempos contentos existe el término «antislogan», empleado para calificar aquellos eslóganes que no cumplen con el proceso de estrategia AIDA. Estos o son muy largos, o

³ CLUB PLANETA. Logotipo (online). 1 ed. [Medellín]: Club Planeta, 2010 [citado el 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://www.trabajo.com.mx/quesunlogoyparaquesirve.htm>

incoherentes, o poseen una terminología muy técnica que convierte al futuro cliente en incapaz de descifrar el mensaje que está recibiendo. Antislogan se puede tildar de irónico, surge en el comienzo de la década del 1990 con los primeros pasos en el rubro de márketing y publicidad de los llamados países del campo socialista ante las campañas un tanto disparatadas, que en estos se desarrollaban.

2.1.6 Alcaldía municipal. Es un ente gubernamental que rige el poder público municipal. Actualmente se encuentra en cabeza del Abogado Jesús Antonio Sánchez Clavijo y su gabinete. Tiene como función:

Cumplir y hacer cumplir la Constitución, la ley, los derechos del Gobierno, las ordenanzas, y los acuerdos de Concejo.

Conservar el orden público en el municipio, de conformidad con la ley y las instrucciones y órdenes que reciba el Presidente de la República y del respectivo Gobernador.

Dirigir la acción administrativa del municipio; asegurar el cumplimiento de las funciones y la prestación de los servicios a su cargo; Presentarlo judicial y extrajudicialmente y nombrar y remover a los funcionarios bajo su dependencia.

Suprimir o fusionar entidades y dependencias municipales, de conformidad con los acuerdos respectivos.

Presentar oportunamente al consejo los proyectos de acuerdo sobre planes y programas de desarrollo económico y social, obras públicas, presupuesto anual de renta y gastos y los demás que estime convenientes para la buena marcha del municipio.

Sancionar y promulgar los acuerdos que hubiera aprobado el Concejo y objetar los que considere inconvenientes o contrarios al ordenamiento jurídico.

Crear, suprimir o fusionar los empleos de sus dependencias.

Colaborar con el concejo para un buen desempeño de sus funciones, presentarle, informes sobre su administración y convocarlo a sesiones extraordinarios.

Ordenar los gastos municipales de acuerdo con el plan de inversión y el presupuesto.

Las demás que la Constitución y la ley señalen.

2.1.7 Oficina de Desarrollo Comunitario. La Oficina de Desarrollo Comunitario se encarga de trabajar directamente con las Junta de Acción Comunal y así ser el puente entre la administración municipal y la comunidad en general.

2.2 ENFOQUE LEGAL

2.2.1 Ley 1551 de 2012.⁴ Por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.

Artículo 3°. Funciones de los Municipios. Corresponde al municipio:

1. Administrar los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determine la ley.
2. Elaborar los planes de desarrollo municipal, en concordancia con el plan de desarrollo departamental, los planes de vida de los territorios y resguardos indígenas, incorporando las visiones de las minorías étnicas, de las organizaciones comunales y de los grupos de población vulnerables presentes en su territorio, teniendo en cuenta los criterios e instrumentos definidos por la Unidad de Planificación de Tierras Rurales y Usos Agropecuarios - UPRA -, para el ordenamiento y el uso eficiente del suelo rural, los programas de desarrollo rural con enfoque territorial, y en armonía con el Plan Nacional de Desarrollo, según la ley orgánica de la materia. Los planes de desarrollo municipal deberán incluir estrategias y políticas dirigidas al respeto y garantía de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario;
3. Promover el desarrollo de su territorio y construir las obras que demande el progreso municipal. Para lo anterior deben tenerse en cuenta, entre otros: los planes de vida de los pueblos y comunidades indígenas y los planes de desarrollo comunal que tengan los respectivos organismos de acción comunal.
4. Elaborar e implementar los planes integrales de seguridad ciudadana, en coordinación con las autoridades locales de policía y promover la convivencia entre sus habitantes.
5. Promover la participación comunitaria, la cultura de Derechos Humanos y el mejoramiento social y cultural de sus habitantes. El fomento de la cultura será prioridad de los Municipios y los recursos públicos invertidos en actividades culturales tendrán, para todos los efectos legales, el carácter de gasto público social de conformidad con el artículo 1°, numeral 8 de la Ley 397 de 1997.
6. Promover alianzas y sinergias público-privadas que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental del municipio y de la región, mediante el empleo de los mecanismos de integración dispuestos en la ley.
7. Procurar la solución de las necesidades básicas insatisfechas de los habitantes del municipio, en lo que sea de su competencia, con especial énfasis en los niños, las niñas, los adolescentes, las mujeres cabeza de familia, las personas de la tercera edad, las personas en condición de discapacidad y los demás sujetos de especial protección constitucional.

⁴ CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1551 (jul. 6, 2012). Por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.

8. En asocio con los Departamentos y la Nación, contribuir al goce efectivo de los derechos de la población víctima del desplazamiento forzado, teniendo en cuenta los principios de coordinación, concurrencia, complementariedad, subsidiariedad y las normas jurídicas vigentes.

9. Formular y adoptar los planes de ordenamiento territorial, reglamentando de manera específica los usos del suelo en las áreas urbanas, de expansión y rurales, de acuerdo con las leyes y teniendo en cuenta los instrumentos definidos por la UPRA para el ordenamiento y el uso eficiente del suelo rural. Optimizar los usos de las tierras disponibles y coordinar los planes sectoriales en armonía con las políticas nacionales y los planes departamentales y metropolitanos. Los Planes de Ordenamiento Territorial serán presentados para revisión ante el Concejo Municipal o Distrital cada 12 años.

10. Velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y del ambiente, de conformidad con la Constitución y la ley.

11. Promover el mejoramiento económico y social de los habitantes del respectivo municipio, fomentando la industria nacional, el comercio y el consumo interno en sus territorios de conformidad con la legislación vigente para estas materias.

12. Fomentar y promover el turismo, en coordinación con la Política Nacional.

13. Los municipios fronterizos podrán celebrar Convenios con entidades territoriales limítrofes del mismo nivel y de países vecinos para el fomento de la convivencia y seguridad ciudadana, el desarrollo económico y comunitario, la prestación de servicios públicos y la preservación del ambiente.

14. Autorizar y aprobar, de acuerdo con la disponibilidad de servicios públicos, programas de desarrollo de Vivienda ejerciendo las funciones de vigilancia necesarias.

15. Incorporar el uso de nuevas tecnologías, energías renovables, reciclaje y producción limpia en los planes municipales de desarrollo.

16. En concordancia con lo establecido en el artículo 355 de la Constitución Política, los municipios y distritos podrán celebrar convenios solidarios con: los cabildos, las autoridades y organizaciones indígenas, los organismos de acción comunal y demás organizaciones civiles y asociaciones residentes en el territorio, para el desarrollo conjunto de programas y actividades establecidas por la Ley a los municipios y distritos, acorde con sus planes de desarrollo.

17. Elaborar los planes y programas anuales de fortalecimiento, con la correspondiente afectación presupuestal de los cabildos, autoridades y organizaciones indígenas, organismos de acción comunal, organizaciones civiles y asociaciones residentes en el territorio. Lo anterior deberá construirse de manera concertada con esas organizaciones y

teniendo en cuenta sus necesidades y los lineamientos de los respectivos planes de desarrollo.

18. Celebrar convenios de uso de bienes públicos y/o de usufructo comunitario con los cabildos, autoridades y organizaciones indígenas y con los organismos de acción comunal y otros organismos comunitarios.

19. Garantizar la prestación del servicio de agua potable y saneamiento básico a los habitantes de la jurisdicción de acuerdo con la normatividad vigente en materia de servicios públicos domiciliarios.

20. Ejecutar el Programas de Alimentación Escolar con sus propios recursos y los provenientes del Departamento y la Nación, quienes podrán realizar el acompañamiento técnico, acorde con sus competencias.

21. Publicar los informes de rendición de cuentas en la respectiva página web del municipio.

22. Las demás que señalen la Constitución y la ley.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

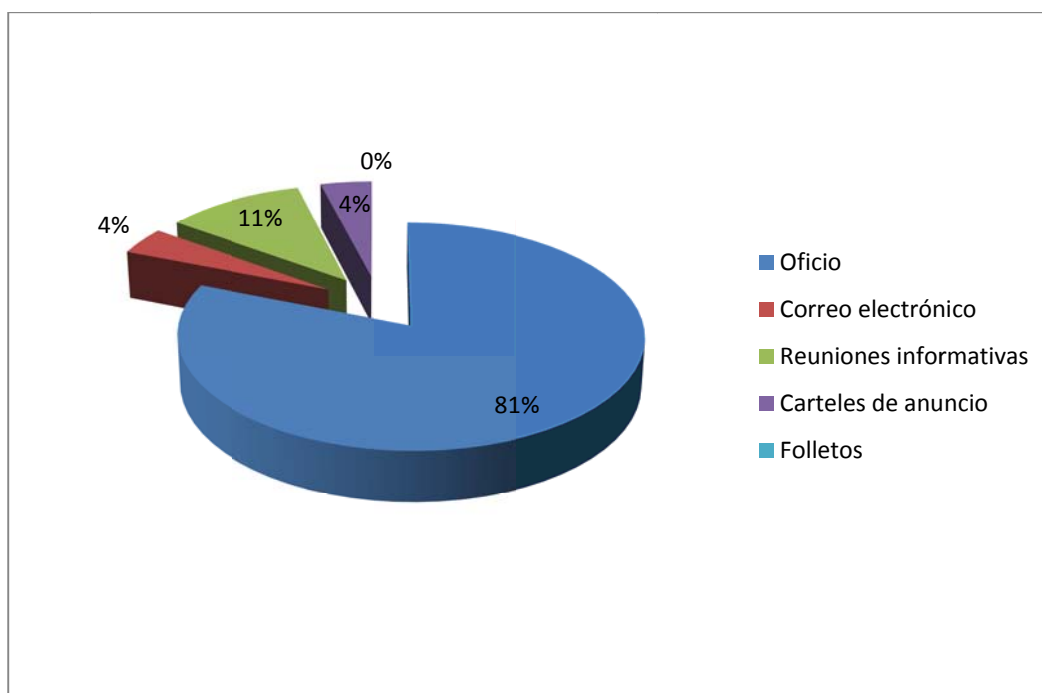
3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1.1 Recolección de información mediante el instrumento de la encuesta aplicando un cuestionario a las personas que hacen parte de la oficina. Luego se analizarán para dar un diagnóstico del proceso de comunicación de la oficina.

Tabla 1. Medios de comunicación útiles para entablar relación oficina Desarrollo Comunitario – Líderes comunales.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Oficio	21	81%
Correo electrónico	1	4%
Reuniones informativas	3	11%
Carteles de anuncio	1	4%
Folletos	0	0%
Total	26	100%

Fuente: Autora del proyecto.

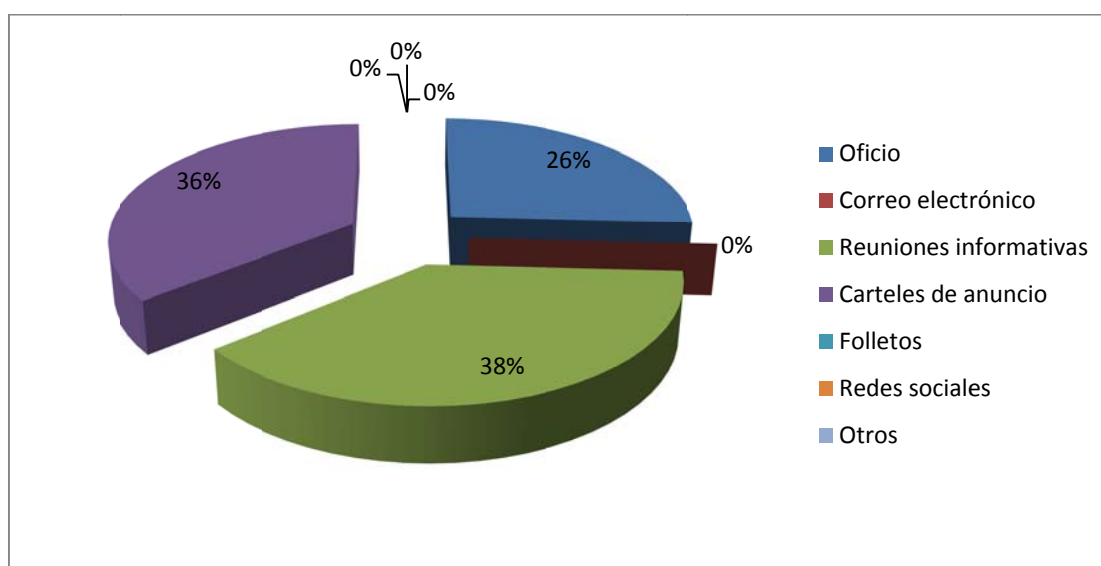


Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 2. Medio por el que prefiere ser informado.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Oficio	8	31%
Correo electrónico	0	0%
Reuniones informativas	12	46%
Carteles de anuncio	6	43%
Folletos	0	0%
Redes sociales	0	0%
Otros	0	0%
Total	26	100%

Fuente: Autora del proyecto.

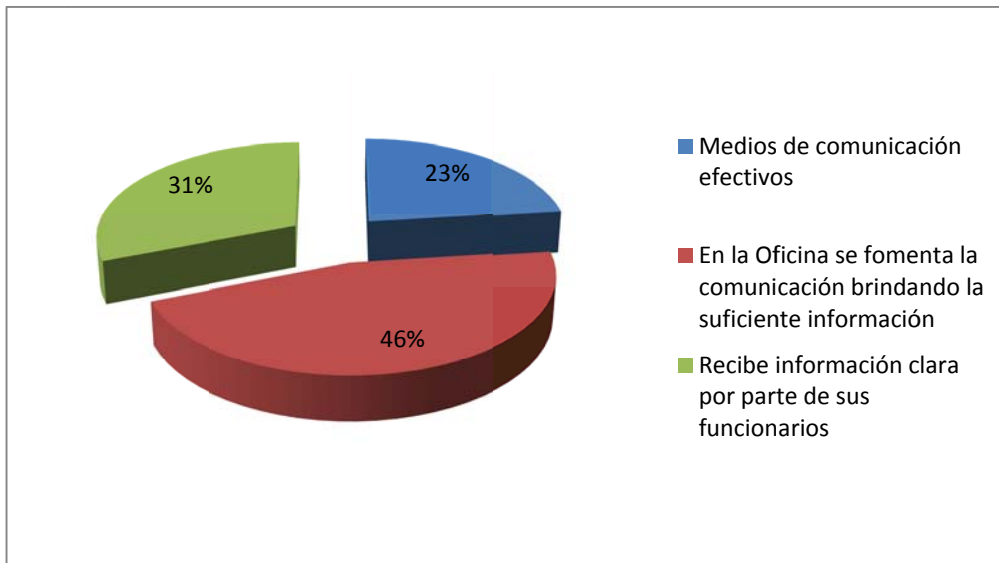


Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 3. Opinión de la oficina de Desarrollo Comunitario, referente a la comunicación.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Medios de comunicación efectivos	6	23%
En la Oficina se fomenta la comunicación brindando la suficiente información	12	46%
Recibe información clara por parte de sus funcionarios	8	31%
Total	26	100%

Fuente: Autora del proyecto.

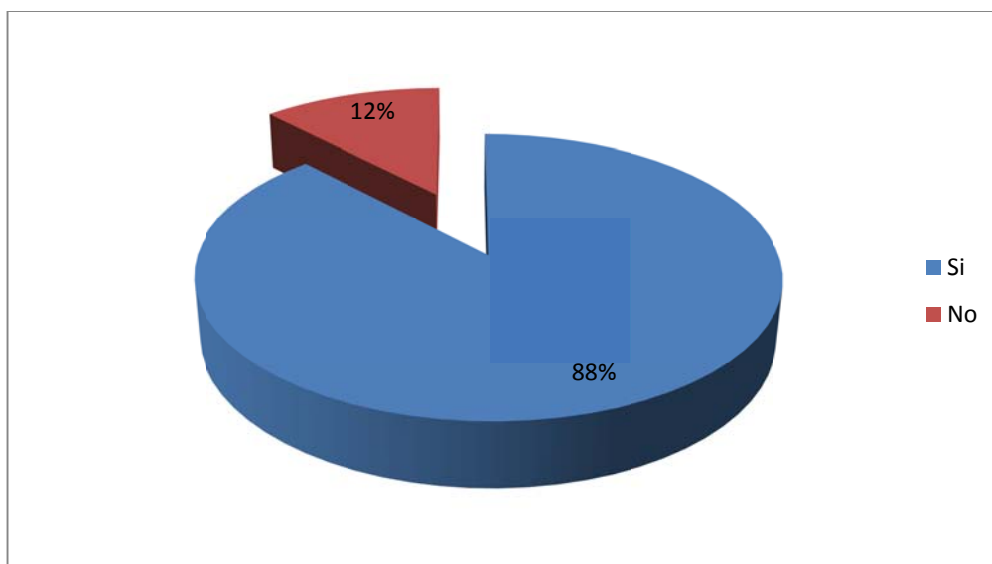


Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 4. Es oportuna la información que recibe.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Sí	23	88%
No	3	12%
Total	26	100%

Fuente: Autora del proyecto.



Fuente: Autora del proyecto.

3.1.1.1 Diagnóstico del proceso de comunicación de la Oficina. Luego de aplicado el instrumento de recolección de información, se tiene que el proceso de comunicación de la oficina de Desarrollo Comunitario es satisfactorio, pues tan solo tres personas de las encuestadas dicen no ser oportuna la información que reciben en la misma, no conociendo el porqué de ello, se aduce que puede ser por la falta de comunicación de éstas hacia los funcionarios. A la vez, los líderes encuestados dicen que la oficina fomenta suficiente información mediante sus medios de comunicación, por lo que reciben una información clara por parte de sus funcionarios.

En cuanto a los medios de comunicación más útiles para entablar relaciones entre la oficina y los líderes se encuentra el oficio, siendo éste el más utilizado por los funcionarios por ser el más asequible y entendible por los líderes. Además, las reuniones informativas, en menor porcentaje, es otro de los medios utilizados por la oficina. Para ello, se les interroga a los líderes por cuál de estos medios preferirían ser informados, con el fin de brindarles un mejor servicio de atención y comunicación, a lo que ellos contestan que las reuniones informativas son de su elección, ya que con éstas pueden también comentar sus inquietudes. Otros opinan que el oficio y los carteles de anuncio, serían otros medios también preferidos para ser comunicados.

3.1.2 Creación del horizonte institucional de la oficina Desarrollo Comunitario restableciendo la Misión, Visión, Logo, Slogan. Para la creación del horizonte institucional, se tuvo en cuenta la función que cumple la oficina con el fin de restablecer la misión, la cual busca integrar y formar las juntas de acción comunal, generando espacios de participación comunitaria.

Figura 1. Misión



Fuente: Pasante

Para el restablecimiento de la visión, se quiso enfocar la oficina a un futuro no remoto, queriendo mostrar lo que en un tiempo será la misma.

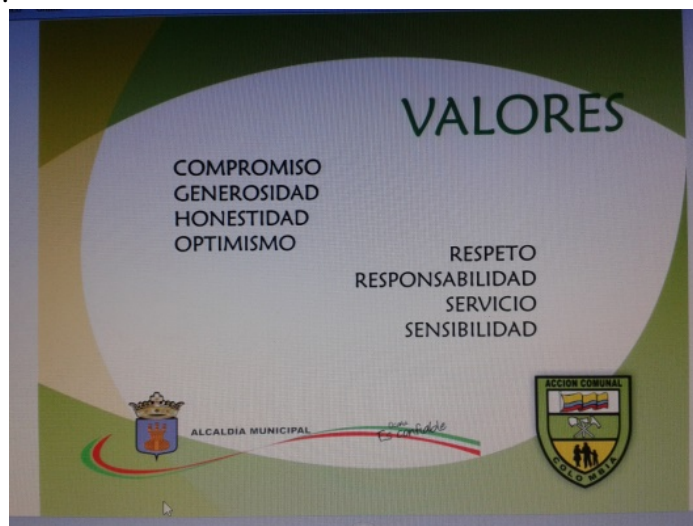
Figura 2. Visión



Fuente: Autora del proyecto.

En cuanto a los valores, se tuvo en cuenta éstos de acuerdo a la empresa. Toda empresa deberá manejar una serie de valores para ser aplicados con sus usuarios o clientes, en pro de una mejor atención, eficiencia y eficacia.

Figura 3. Valores.



Fuente: Autora del proyecto.

Para la creación del logo, se tuvieron en cuenta los colores verde y amarillo, los cuales identifican la oficina.

Figura 4. Logo



Fuente: Autora del proyecto.

Finalmente, para la creación del slogan, se realizó teniendo en cuenta el que actualmente identifica la alcaldía.

Slogan : *“COMUNALES CONFIABLES Y PARTICIPATIVOS”*.

3.1.3 Diseño del carné de presidentes de las juntas de acción comunal. El diseño del carné para los presidentes de las distintas juntas de acción comunal del municipio de Ocaña, fue propuesto e implementado por la oficina a estas personas, con el fin que posean un carné que los identifique como integrantes de las juntas y, por ende, de la oficina de Desarrollo Comunitario.

Imagen 1. Diseño de carné



Fuente: Autora del proyecto.

3.1.4 Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento. Con el fin de dar reconocimiento a las personas que integran la oficina o son usuarios de la misma, se

diseñaron piezas gráficas como fueron botones y mugs, los cuales llevan el logo característico de la oficina.

Imagen 2. Botones



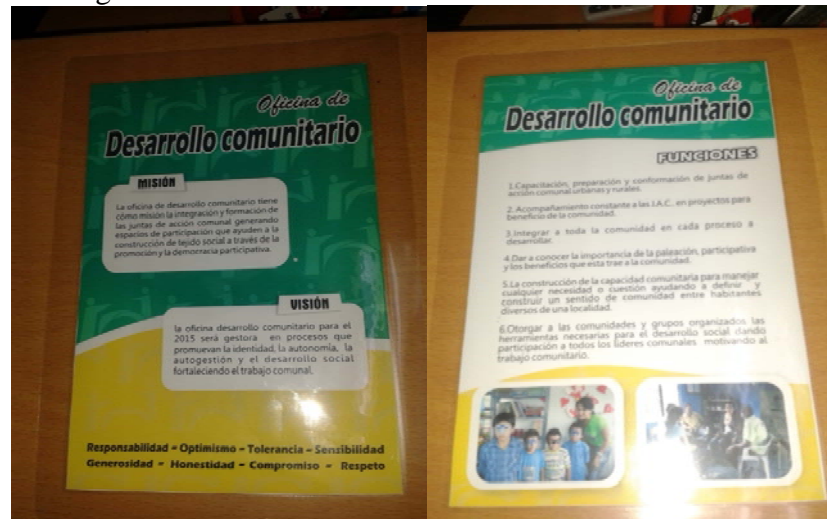
Fuente: Pasante.

Imagen 3. Mugs



3.1.5 Elaboración del HouseOrgan. En este sentido, se tuvo en cuenta que un órgano de difusión es bastante interesante, ya que ello llega a las personas de manera creativa, enfocado a lo que significa y ofrece la oficina de Desarrollo Comunitario.

Imagen 4. HouseOrgan.



Fuente: Pasante.

3.1.6 Organización de Charlas en diferentes barrios del municipio sobre participación y cultura ciudadana. Para el desarrollo de las charlas, primero se acudió a los presidentes de las juntas de acción comunal, con el fin de que éstos informaran sobre las reuniones y así

tener una buena asistencia. Entre los barrios visitados, se tuvo una excelente asistencia en el barrio Villa Carolina y Brisas del Polaco, los cuales estuvieron muy atentos a la charla, participando en la misma de manera creativa y alegre. (ver anexo B)

3.1.7 Creación del blog institucional actualizado. Para la creación del blog institucional, se desarrolló con información de todas las actividades que allí se ejecutan, teniendo en cuenta: Quiénes somos, notas de prensa, galería, videos, notas de interés, entre otras.

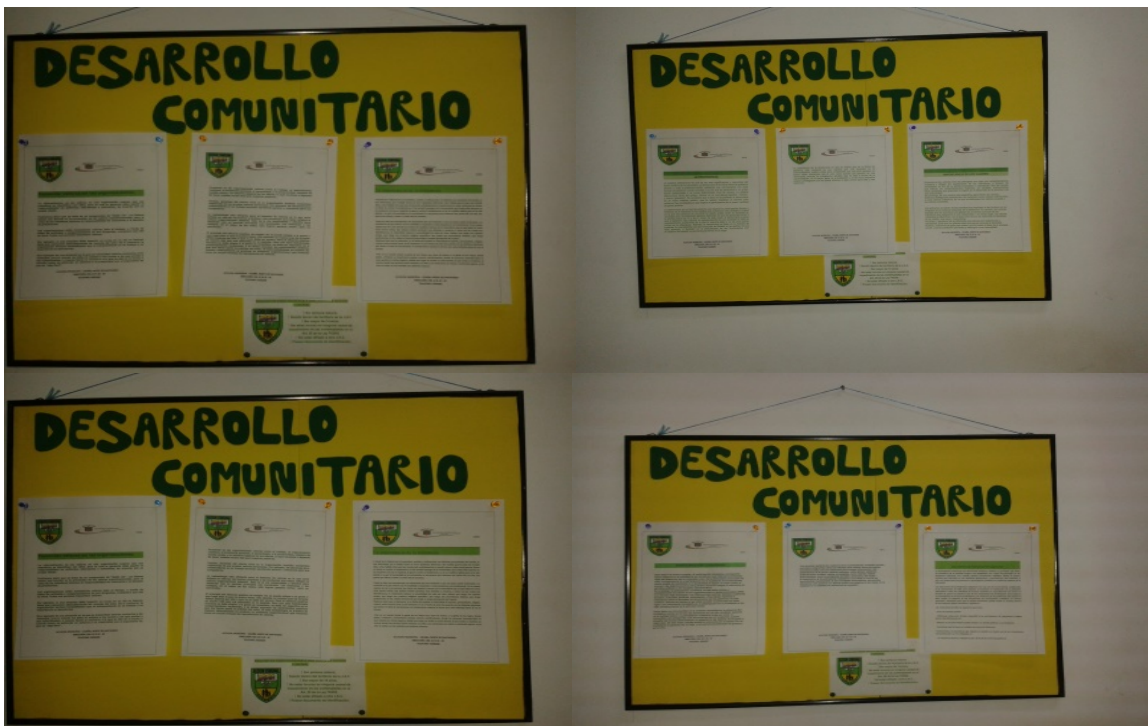
A continuación se tiene el enlace que se creó para el blog:

<https://desarrollocomunitarioocana.wordpress.com/>

Al darle clic, automáticamente se irá a la página creada para dicho blog, encontrándose con la información recogida y relacionada para el mismo. (ver anexo C)

3.1.8 Implementar el tablón de anuncios actualizado con datos relevantes y buzón de sugerencias con el objetivo de conocer inquietudes y opiniones de los usuarios. A continuación se tienen algunos fotos del tablón, en donde unas de ellas son notas de prensa, pero sobre todo se tuvo un enfoque en las notas sobre el trabajo comunitario y temas de interés general para los líderes comunales.

Imagen 5. Tablón de anuncios.

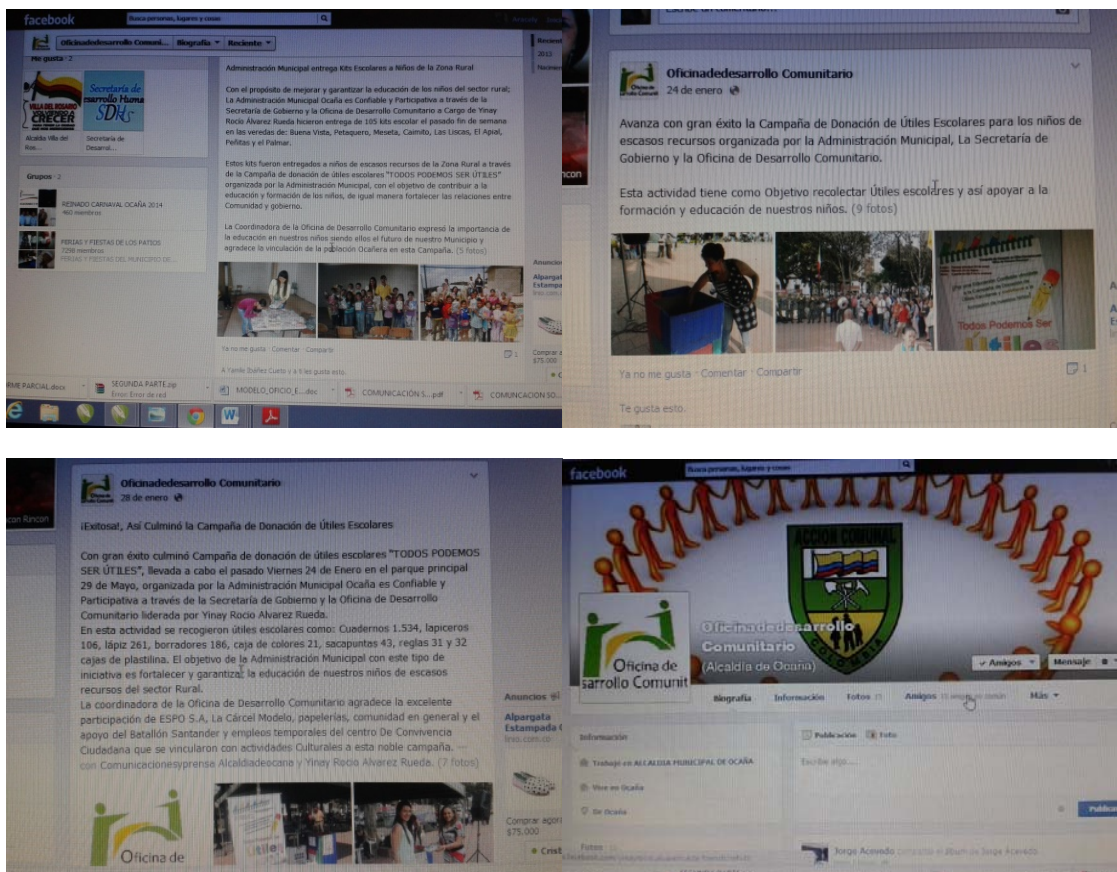


Fuente: Autora del proyecto.

3.1.9 Diseño de publicidad para eventos y actividades. Fue excelente la acogida en cuanto a la publicidad diseñada para eventos y actividades, ya que en ésta se tuvo en cuenta la época en la que se estaba, como fue la navideña, escolar; y de esta manera se crearon afiches y publicidad llamativas, con el fin de atraer a la ciudadanía a la colaboración y participación en las actividades que allí se anunciaban y promocionaban. (ver anexo D)

3.1.10 Difusión de información en redes sociales. Para la difusión de información en redes sociales, se tuvo en cuenta el Facebook, por ser la más visitada y conocida en la región.

Imagen 6. Difusión de información en Facebook.



Fuente: Autora del proyecto.

4. DIAGNÓSTICO FINAL

El aporte dejado a la empresa, se realizó de manera gratificante, dado que se hizo entrega del horizonte institucional de la oficina Desarrollo Comunitario restableciendo la Misión, Visión, Logo, Slogan; se diseñó el carné de presidentes de las juntas de acción comunal, para su correspondiente identificación; se realizó el diseño e implementación de piezas gráficas, como fueron mugs y botones, con el fin de dar reconocimiento a los distintos participantes de charlas. El blog institucional, un tablón de anuncios, diseño de publicidad y difusión en las redes sociales, fueron las actividades que se realizaron y que como aporte se dejan en la oficina de Desarrollo Comunitario de la Alcaldía Municipal de Ocaña, dándola a conocer desde sus distintos puntos, logrando de esta manera darle una cara alegre y creativa a la oficina.

5. CONCLUSIONES

Al término de las actividades ejecutadas en la Oficina de Desarrollo Comunitario de la Alcaldía de Ocaña, se concluye de manera satisfactoria, ya que se logró el desarrollo de las mismas, comenzando con un análisis de los procesos de comunicación que se manejan al interior de la oficina de Desarrollo Comunitario en la Alcaldía de Ocaña, el cual se hizo mediante la recolección de información aplicando una encuesta a las personas que hacen parte de la oficina. En ella se dio a conocer los distintos puntos de vista de los encuestados en lo que tiene que ver con la atención recibida, el medio por el cual recibe información y la satisfacción que tiene por la misma; obteniendo respuestas favorables para la oficina.

Se realizó un plan estratégico con el fin de fortalecer los procesos que se realizan en la oficina de Desarrollo Comunitario, para lo cual se crearon herramientas de ayuda a la comunicación como fueron el horizonte institucional de la oficina Desarrollo Comunitario restableciendo la Misión, Visión, Logo, Slogan; a la vez se diseñó el carné de presidentes de las juntas de acción comunal, también se diseñaron e implementaron piezas gráficas, como fueron los mugs y botones; se elaboró un órgano de difusión y se organizaron charlas con habitantes de los distintos barrios del municipio, obteniendo excelente apoyo por parte de barrios como Villa Carolina y Brisas del Polaco.

Finalmente, se determinó una estrategia comunicacional que mejore los canales y flujo de información creando vínculo con la comunidad. Aquí se tuvo en cuenta la creación del blog institucional actualizado con información de todas las actividades; se implementó el tablón de anuncios actualizado; se realizó el diseño de publicidad para eventos y actividades, teniendo en cuenta las distintas épocas del año; a la vez, se quiso difundir la información más relevante de la oficina en las redes sociales, realizándolo en la página social Facebook, por ser la que más visitantes tiene en la actualidad.

6. RECOMENDACIONES

Con el fin de obtener un mejor resultado en el aporte dejado por parte del pasante, se recomienda:

Mantener las herramientas diseñadas, por ser estrategias comunicacionales que benefician a la oficina en la manera en cómo puede llegar a los usuarios de una manera creativa. Además, realizar charlas a los integrantes de las juntas de acción comunal, dado a que ellos lo solicitan y desconocen de muchos beneficios que se tienen.

Afianzar la comunicación entre las personas de la oficina y usuarios.

BIBLIOGRAFÍA

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1551 (jul. 6, 2012). Por la cual se dictan normas para modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios.

SANTANA ROBLES, Ignacio. Gerencia Estratégica. Méjico: Trillas S.A., 2002 Colombia. p. 245.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

CARRETO, Julio. Planeación estratégica (online). 1 ed. [s.n.]: MBA, 2008 [citado 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/>

CLUB PLANETA. Logotipo (online). 1 ed. [Medellín]: Club Planeta, 2010 [citado el 23 nov., 2013]. Disponible en: <http://www.trabajo.com.mx/queesunlogoyparaquesirve.htm>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta



NOMBRE:

BARRIO:

COMUNA:

Objetivo: Calificar el nivel de servicio de información que reciben líderes comunales por parte de la oficina de Desarrollo comunitario.

Marque con una X su respuesta.

1. Cuál de los siguientes medios de comunicación, han sido útiles para entablar relación entre la oficina Desarrollo comunitario y líderes comunales.
 - a. Oficio
 - b. Correo electrónico
 - c. Reuniones informativas
 - d. Carteles de anuncio
 - e. Folletos

2. Por cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere ser informado
 - a. Oficio
 - b. Correo electrónico
 - c. Reuniones informativas
 - d. Carteles de anuncio
 - e. Folletos
 - f. Redes sociales
 - g. Otros

3. En cuanto a la comunicación en general, en la oficina de desarrollo comunitario.
 - a. Considero que los medios de comunicación son efectivos.
 - b. En la oficina Desarrollo Comunitario se fomenta la comunicación brindando la suficiente información.
 - c. Recibo información clara por parte de los funcionarios de la oficina.

4. Es oportuna la información que recibe.

- a. SI
- b. NO

PORQUE:

Si desea agregar algún comentario u opinión, el siguiente espacio le servirá para tal propósito:

Anexo B. Evidencias de charlas realizadas en los distintos barrios del municipio de Ocaña

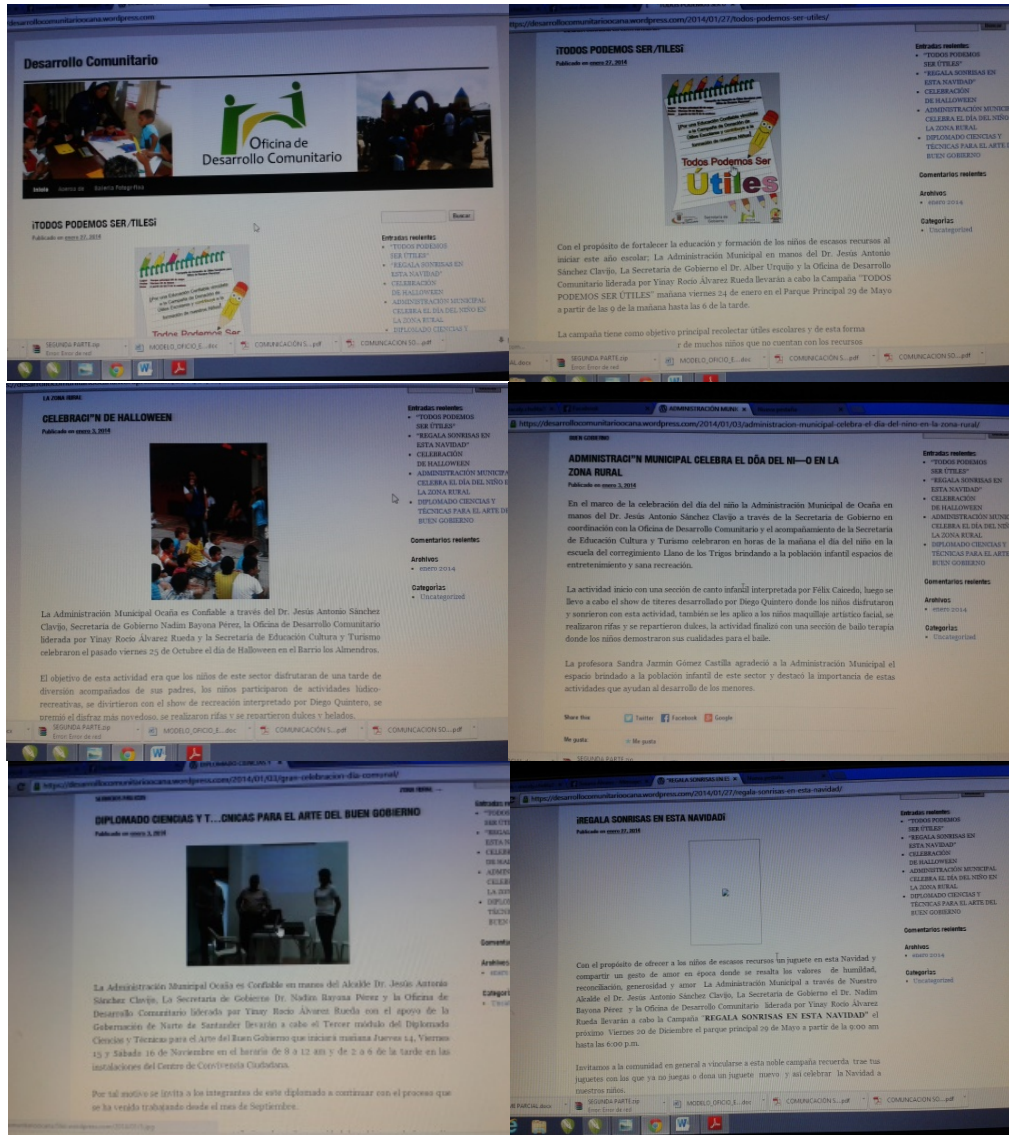


Fuente: Autora del proyecto.



Fuente: Autora del proyecto.

Anexo C. Imágenes del blog institucional



Fuente: Autora del proyecto.

Anexo D. Diseño de publicidad



Fuente: Autora del proyecto.