 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigencia MinEducación	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(68)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Isabel Camila Núñez Bayona		
FACULTAD	Artes y humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Marcela Quintero Jiménez		
TÍTULO DE LA TESIS	Actividades realizadas dentro de la Administración Municipal de Ábrego, Norte de Santander, logrando el fortalecimiento de la comunicación pública.		
TITULO EN INGLES	Activities carried out within the Municipal Administration of Ábrego, Norte de Santander, achieving the strengthening of public communication.		
RESUMEN			
(70 palabras)			
El presente trabajó abordó los procesos de comunicación pública llevados a cabo por la Alcaldía Municipal de Ábrego, dónde a través de un análisis de contexto se evidenciaron falencias y se establecieron unos manuales de responsabilidad apostándole a la buena relación y el buen manejo de la información transmitida desde cada dependencia de la Administración Municipal y en especial de la Oficina de Prensa y Comunicaciones.			
RESUMEN EN INGLES			
This work addressed the public communication processes carried out by the Ábrego Municipal Mayor's Office, where, through a context analysis, shortcomings were evidenced and responsibility manuals were established, betting on a good relationship and good management of the information transmitted from each dependency of the Municipal Administration and especially from the Press and Communications Office.			
PALABRAS CLAVES	Comunicación interna, Comunicación pública, Divulgación de la información, Plan de acción		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Internal communication, Public communication, Disclosure of information, Action plan		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 65	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 29	CD-ROM:



Actividades realizadas dentro de la administración municipal de Ábrego, Norte de Santander,
logrando el fortalecimiento de la comunicación pública

Isabel Camila Núñez Bayona

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Comunicación Social

Mag. Marcela Quintero Jiménez

29 octubre de 2021

Índice

Capítulo 1. Establecer las estrategias comunicacionales que permitan visibilizar el accionar administrativo y comunitario del municipio de Ábrego, Norte de Santander	9
1.1. Descripción breve de la empresa	9
1.1.1. Misión	10
1.1.2. Visión	10
1.1.3. Objetivos de la empresa	10
1.1.4. Descripción de la estructura organizacional	11
1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.....	12
1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	13
1.2.1. Planteamiento del problema.....	20
1.3. Objetivos de la pasantía	21
1.3.1. General	21
1.3.2. Específicos	21
1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	22
1.5. Cronograma de actividades.....	23
Capítulo 2. Enfoques referenciales.....	25
2.1. Enfoque conceptual.....	25
2.2. Enfoque legal	30

3. Informe de cumplimiento de trabajo	31
3.1 Presentación de resultados	31
4. Diagnóstico final.....	60
5. Conclusiones	61
6. Recomendaciones	62
7. Referencias.....	63
8. Apéndices	65
Apéndice A. Encuesta.....	65
Apéndice B. Acta de sustentación	45
Apéndice C. Dedicatoria	46

Lista de tablas

Tabla 1 Diario de observaciones.....	13
Tabla 2 Matriz DOFA	17
Tabla 3 Actividades a desarrollar en la pasantía.....	22
Tabla 4 Cronograma de actividades del proyecto de investigación.....	23
Tabla 5 Marco legal aplicable	30
Tabla 6 Personal encuestado	33
Tabla 7 Aspectos a tener en cuenta.....	35
Tabla 8 Recomendaciones	43

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la Alcaldía Municipal de Ábrego Norte de Santander.....	11
Figura 2. Encuesta de satisfacción	31
Figura 3. Presentación de la estrategia a cada dependencia.....	32
Figura 4. Pregunta N°1	34
Figura 5. Pregunta N°3	36
Figura 6. Pregunta N°4	37
Figura 7. Pregunta N°5	38
Figura 8. Pregunta N°6	39
Figura 9. Pregunta N°7	40
Figura 10. Pregunta N°8	41
Figura 11. Pregunta N°9	42
Figura 12. Diseño en físico del manual de recomendaciones.....	55
Figura 13. Reunión con el secretario de gobierno	56
Figura 14. Reunión de socialización con la oficina de prensa.....	56
Figura 15. Jefes de despacho, Centro de Convivencia.....	57
Figura 16. Jefes de despacho de Oficina de Discapacidad, Atención al Ciudadano	57
Figura 17. Jefe de despacho de la oficina de ventanilla única	58

Resumen

El presente trabajo abordó en términos generales los procesos de comunicación pública llevados a cabo por la Alcaldía Municipal de Ábrego, dónde a través de un análisis de contexto se evidenció la falta de interés y compromiso por apostar hacia la búsqueda de falencias en los procesos de comunicación, por lo que a través del dialogo y la construcción de escenarios se logró formular y aprobar un manual de responsabilidades para la regularización de la actuación de la oficina de prensa, además de un manual de recomendaciones encaminado a abordar la relación prensa-dependencias. En dicho trabajo se aplicó la metodología mixta, integrando una encuesta con una serie de preguntas tipo abiertas y cerradas, además de eso, un diario de observaciones y la respectiva tabulación de la encuesta. A partir de este trabajo y las estrategias generadas se notó un cambio de actitud e interés por parte de las dependencias, evidenciando su voluntad de participación en la retroalimentación y mejora continua de los procesos relacionados con el manejo de la información y en general con la comunicación pública. Teniendo como único propósito la buena relación y el buen manejo de la información transmitida a la comunidad abreguense, desde cada dependencia de la administración municipal y en especial de la oficina de prensa y comunicaciones.

Introducción

La comunicación es un medio de relación efectivo entre las partes de una sociedad, sólo a través de esta es posible la creación de conexiones y vínculos que permitan el desarrollo de las comunidades. Para el caso de las instituciones del Estado, la comunicación tanto interna como externa debe ser un pilar fundamental en sus procesos misionales, ya que, el éxito de transmisión de órdenes, recomendaciones y avisos en general depende del manejo que se le dé a la información y su asertiva difusión, comprendiendo la claridad, calidad y efectividad de canales de comunicación.

Así pues, dentro de la administración pública es vital la comunicación Estado-sociedad, por lo que la comunicación pública se constituye en elemento importante del ejercicio público. Por ende, a través del presente trabajo se busca identificar aquellas falencias y aspectos por mejorar en la comunicación al interior de la administración municipal de Ábrego y de la forma como se llevan a cabo los procesos en la oficina de prensa, de manera que a través de una retroalimentación se generen estrategias que fortalezcan los procesos de comunicación pública en forma efectiva, viable y positivamente; con lineamientos que encaminen al acercamiento de las 23 dependencias de la Administración Municipal con la Oficina de prensa y comunicaciones, solventando esas diferencias y la desorganización al interior de cada una.

Capítulo 1. Establecer las estrategias comunicacionales que permitan visibilizar el accionar administrativo y comunitario del municipio de Ábrego, Norte de Santander.

1.1. Descripción breve de la empresa

La Alcaldía Municipal de Ábrego Norte de Santander, está ubicada en la calle 14 con carrera 5ª – Esquina Parque Principal. Es una entidad que trabaja dentro del marco legal y de manera transparente, en la gestión de proyectos relacionados con la convivencia, seguridad ciudadana y cultura de paz, la salud, la educación, las obras públicas, el deporte, la cultura, la recreación, el medio ambiente, el sector agropecuario y turístico; el desarrollo de actividades de inspección de policía, inspección de tránsito y comisaría de familia; la prestación de servicios públicos de agua potable, alcantarillado y aseo.

Cuenta con un equipo humano competente y comprometido con el mejoramiento continuo de la eficiencia, eficacia y efectividad del Sistema Integrado de Gestión y Control, en búsqueda de satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad Abreguense y así contribuir con los fines esenciales del Estado. (Alcaldía Municipal de Abrego, 2021)

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Alcaldía Municipal tiene como propósito posicionar ante la opinión pública el eslogan **`Experiencia, Equidad y Oportunidades para todos`**, que define los pilares de la administración; además de mostrar que es una entidad comprometida con el bienestar y el desarrollo del municipio, buscando siempre el bienestar ciudadano.

1.1.1. Misión. Ábrego es un ente territorial con autonomía administrativa y presupuestal, que busca articular acciones para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, conforme a los principios de transparencia, eficacia y participación ciudadana; estableciendo políticas públicas con responsabilidad social, que garanticen el desarrollo competitivo con sostenibilidad económica, ambiental, productiva, social y turística, fomentando la construcción de la paz. (Alcaldía Municipal de Abrego, 2021)

1.1.2. Visión. Para el año 2023 el Municipio de Ábrego se consolidará como un territorio competitivo, productivo y turístico de la región, que garantiza su desarrollo sostenible, con calidad de vida para sus habitantes, y una disminución significativa de brechas; con accesibilidad, oportunidad y calidad en la prestación de los servicios sociales, dirigido por una administración transparente, incluyente y participativa, que fomenta y contribuye a los caminos de paz. (Alcaldía Municipal de Abrego, 2021)

1.1.3. Objetivos de la empresa. Son los siguientes:

Diseñar estrategia comunicacional para el posicionamiento de los contenidos.

Establecer los medios, canales y formatos apropiados para el uso y distribución de la información de la Alcaldía de Ábrego.

Evaluar procesos establecidos (Plan de medios del equipo de prensa y comunicaciones, 2021).

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional. El Palacio Municipal de Ábrego Norte de Santander cuenta con un organigrama micro administrativo según su naturaleza ya que muestra algunas de las áreas que conforman esta institución; según el ámbito es general, ya que representa de cierto modo a la organización en su totalidad y las relaciones que existen entre las dependencias; y según la presentación es de forma vertical pues las unidades se despliegan de arriba hacia abajo y el titular se ubica en el extremo superior y las jerarquías se despliegan de manera escalonada.

El tramo de control para esta representación gráfica es amplio, entendiendo esto se puede decir que algunas ventajas de este tipo de tramo son: los supervisores se ven obligados a delegar funciones, se deben establecer políticas claras para que el manejo administrativo sea eficaz y los colaboradores se deben seleccionar cuidadosamente para que puedan cumplir las actividades que se les encarguen (Área administrativa de la Alcaldía Municipal, 2021)

Figura 1

Organigrama de la Alcaldía Municipal de Ábrego Norte de Santander



1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. La dependencia de prensa y comunicaciones de la Alcaldía Municipal cuenta con un espacio físico compartido con el contador público de la Alcaldía, ubicado en el segundo piso de las instalaciones del Palacio Municipal. La oficina cuenta con las siguientes herramientas: un computador de mesa, un computador portátil, un drone; conexión a internet; escritorios, una mesa plástica, sillas para el personal que labora dentro de esta; además es importante mencionar que otros de los elementos y herramientas son de propiedad del personal, por ejemplo, computador, cámaras, trípodes, grabadoras, entre otros. El personal a disposición de la oficina de prensa y comunicaciones está conformado por: un jefe de prensa que es un comunicador social titulado, un publicista, que es un diseñador gráfico y un profesional de apoyo, que es un estudiante de comunicación social y dos pasantes de comunicación social, quienes brindan sus conocimientos para dar cumplimiento al Plan de Acción y Plan de Desarrollo Municipal Ábrego “Experiencia, Equidad y Oportunidades Para Todos” propuesto por el Alcalde para el periodo 2020-2023.

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

El diario de observación es una técnica e instrumento de recolección de información, que nos permite conocer a fondo la problemática interna y externa que se presenta dentro de la Alcaldía Municipal, ya que sirve como medio evaluativo y facilita la toma de decisiones.

Tabla 1

Diario de observaciones

Oficina de prensa y comunicaciones de la Alcaldía de Ábrego			
Característica	Sí	No	Observación
¿La página web de la Alcaldía posee una estructura definida y de fácil acceso?	X		La estructura que maneja es estándar, pues cuenta con las características propias de los sitios web institucionales del estado, en donde la población puede encontrar fácilmente la información, acceder a ella y participar.
¿El nombre de dominio es corto y fácil de recordar?	X		No tiene palabras complejas ni difíciles de pronunciar, por ende, su recordación es sencilla.
¿Tiene definido un público objetivo?	X		Sí hay un público objetivo definido que se caracteriza por ser Abreguenses mayores de 18 años y responsables de menores de edad con acceso a internet y plataformas digitales.

Fuente: Autora (2021)

“Tabla 1” “Continuación”

¿El portal cuenta con instrucciones claras que permitan la fácil orientación de los visitantes?	X	La estructura está definida por secciones y eso es bueno, pero no hay material audiovisual que permita que la persona encuentre lo que busca de manera fácil.
¿La página de inicio tiene una presentación agradable?	X	Al llegar al sitio web, se muestra una serie de secciones que te permitirán encontrar lo que se busca; no obstante, la primera impresión se ciñe a un lugar poco dinámico y atractivo visualmente.
¿La paleta de colores va acorde a los elegidos en el manual de identidad corporativa?	X	Los colores corporativos de esta administración sí se han implementado desde la creación del manual de imagen corporativa.
¿Tiene un objetivo definido?	X	Tienen una misión y una visión definida y trabajan constantemente por reflejar eso en las publicaciones que se hacen.
¿El contenido es adecuado a su objetivo?	X	Como entidad gubernamental sus publicaciones siempre van a estar encaminadas en mostrar lo que desde las instalaciones del Palacio Municipal se hace en pro del desarrollo y crecimiento del municipio.
¿Permite encontrar la información de manera sencilla?	X	Como lo dije en uno de los puntos anteriores, tiene muchas secciones y no hay publicaciones o videos que estén destinados a explicar a las personas el cómo solicitar cualquier información, esto hace que el proceso no sea sencillo para la persona que entre y visite el sitio web.
¿Son adecuados los indicadores de navegación?	X	Tratándose de un sitio web de una alcaldía, siento que las secciones a pesar de ser muchas todas son necesarias, pues esta organización ofrece bastante variedad en cuanto a servicios.
¿Cuenta con los botones de interacción de las redes sociales?	X	La única red social que no aparece en el sitio web es Instagram, de resto, tiene en la parte inferior del sitio web la interacción con las demás redes.
¿La tipografía es legible?	X	Usa letra clara y legible y los títulos y el texto llevan el color que más predomina de los que hacen parte del manual de identidad corporativa (azul).

“Tabla 1” “Continuación”

¿La información es presentada de manera directa y concisa?	X	Este fue uno de los problemas que se observó desde un inicio, pues la información que se publicaba no era clara y no llegaba a las personas con la intensidad y precisión que debería, muchas veces no sintetizaban y el contenido era extenso, lo que hace que el público le dé pereza seguir leyendo la información completa.
¿Existe un horario definido para la publicación de los contenidos?	X	Efectivamente nunca ha existido un horario definido para la publicación de los contenidos, esto hace que se desconozcan muchos aspectos importantes para generar el flujo en esta plataforma.
¿Mantiene actualizada la información que debe irse modificando?	X	Este ítem hace referencia específicamente a la misión y visión de la empresa, al inspeccionar el sitio web se observó que estos aspectos tan importantes no se han actualizado, es decir, a la fecha esa misión y visión ya se tuvieron que haber cumplido según la fecha que tiene.
¿Está posicionado?	X	Este es uno de los puntos más débiles que tienen, se evidenció que incluso el personal interno de la Alcaldía no lo visitaba porque no sabía cómo llegar e interactuar con esta herramienta.
¿Se adapta a cualquier dispositivo?	X	Efectivamente es adaptable a cualquier aparato tecnológico y no pierde su forma en ninguno de ellos.
¿El sitio web se ve de manera cargada?	X	El sitio web se ve completo, colorido, informativo, pero no cargado.
¿Posee un diseño adecuado y unas secciones definidas?	X	Tanto el diseño como las secciones son más que adecuadas, necesarias.
¿Utiliza elementos audiovisuales?	X	Solo se suben notas (texto e imagen) pero no videos porque ellos tienen un espacio en la nube que se les otorga y no pueden usarlo por usarlo. Por eso, para este tipo de contenido se tienen las redes sociales donde aparecen constantemente publicaciones audiovisuales.
¿Utiliza herramientas de medición?	X	La analítica web es fundamental para medir el avance que tiene cualquier plataforma, en este caso, se hace de manera mensual.

“Tabla 1” “Continuación”

¿Incluye llamados a la acción?	X	Hay botones que permiten que se hagan estas acciones.
¿Espera resultados a corto plazo?	X	Como lo dije anteriormente, se hace análisis de avances o retrocesos de manera quincenal, por ende, se esperan siempre resultados a corto plazo.
¿Presta atención a los resultados que se van obteniendo?	X	Gracias a esos resultados, se buscan estrategias pertinentes que ayuden a minimizar el problema.
¿Tiene videos tutoriales para los visitantes novatos?	X	No, en el sitio web no existen estos videos, pero sí están en las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter.
¿Permite la usabilidad?	X	Sí, pues la usabilidad favorece que un sitio web se pueda ver de forma fácil e intuitiva.
¿Posee un host?	X	El sitio web no tiene un servidor que programe los contenidos que se pretenden publicar, pero sí posee un servidor seguro.
¿Los buscadores tardan en encontrar el sitio web?	X	El nombre de dominio es sencillo y no es complicado encontrar esta organización en el mundo en línea.
¿Emplea la analítica web?	X	Sí, es la forma constante en la que revisan qué tan bien o qué tan mal están orientadas las publicaciones.
¿Los íconos son fáciles de reconocer?	X	Efectivamente los íconos son sencillos de encontrar y reconocer.
¿La información que se genera desde la administración es captada o percibida por toda la población?	X	Hay barrios que son estratos bajos y no tienen la accesibilidad a una red wifi o a algún aparato electrónico por donde se puede captar dicha información.
¿La zona rural del municipio participa activamente con las plataformas que maneja la Alcaldía?	X	Es estas zonas es muy difícil contar con acceso a internet primero, por la señal y segundo, los campesinos son más apáticos a estas nuevas formas de interacción, la mayoría usa teléfonos no modernos.
¿Hay vinculación con medios de otras regiones?	X	Se cuenta con el apoyo de tv norte, provincia tv y en algunos casos de carácter importante con canal tro.
¿Existen mesas de trabajo o participación con periodistas del municipio y sus alrededores?	X	No hay relación con otros periodistas.

La matriz DOFA nos permite realizar un diagnóstico efectivo de cómo se encuentra la oficina de Prensa y Comunicaciones de la Administración Municipal de Ábrego, respecto a el manejo que se da desde la oficina en mención con el resto de dependencias, en cuanto a la información emitida diariamente, para diseñar los objetivos, acciones, estrategias y actividades que se quieren realizar, teniendo como fin un proceso de comunicaciones que solvete las necesidades de la comunidad Abreguense en el proceso de la comunicación pública.

Por medio de esta matriz podemos identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se dan en la dependencia de Prensa y Comunicaciones. A continuación, presentamos las que se logran evidenciar.

Tabla 2

Matriz DOFA

	Oportunidades	Amenazas
Matriz DOFA cruzada	1. Buenas relaciones entre los jefes de despacho y el personal encargado de la oficina de prensa y comunicaciones.	Falta de interés de diferentes secretarías o dependencias para enviar información al área de prensa y comunicaciones.
	2. Se cuenta con los equipos necesarios para hacer el cubrimiento de actividades solicitadas desde las dependencias de la Administración Municipal.	Poca coordinación en la delegación de actividades al interior de la oficina de prensa y comunicaciones.
	3. Confianza de la comunidad en la Administración Municipal	

Fuente: Autora (2021)

“Continuación” “tabla 2”

Fortalezas	Estrategias FO	Estrategias FA
1. Equipo de prensa conformado (recurso humano)	1. Aprovechar las buenas relaciones que se tienen con los jefes de despacho para mejorar las comunicaciones emitidas desde el área de prensa de la Administración Municipal.	1. Usar la experiencia que tienen las personas que laboran en la oficina de prensa y comunicaciones para hacer los procesos de la mejor manera y así evitar inconvenientes.
2. Apoyo por parte del alcalde a los procesos de comunicaciones.		
3. Medios propios de divulgación (página web, blog, redes sociales)	2. Analizar los contenidos de las redes sociales para generar nuevas estrategias y así atraer seguidores.	2. Aprovechar los canales de comunicación propios para permitir mantener informado al personal en general de la Administración Municipal.
5. Credibilidad	3. Fortalecer los contenidos que se crean para redes sociales y el sitio web, aprovechando las alianzas con las que se cuenta y los nuevos espacios que se han venido implementando para crecer y facilitar el flujo de las personas en el marketing online. 4. Reflejar por medio de las publicaciones el compromiso que la administración actual tiene con la comunidad.	
Debilidades	Estrategias DO	Estrategias DA
1. Falta de infraestructura, para la adecuación de la oficina de prensa y comunicaciones de la Alcaldía Municipal.	1. Aprovechar el sitio web con el que se cuenta, para implementar estrategias que permita crear espacios de visibilización de las actividades realizadas por las diferentes dependencias de la Administración Municipal.	1. Implementar estrategias para el buen manejo de la información al interior de las dependencias y la oficina de prensa y comunicaciones.

“Tabla 2” “Continuación”

2. Falta de muebles y enceres para dotar la oficina de prensa y comunicaciones de la Alcaldía Municipal.

3. Poca visibilidad de las actividades realizadas al interior de algunas dependencias de la Administración Municipal.

4. Poco contenido e información en los medios propio de divulgación de la Administración Municipal.

Retrasos en la producción de contenidos publicitarios de actividades y campañas.

2. Establecer un horario que permita entregar información sobre las actividades realizadas por las diferentes dependencias de la Administración Municipal.

2. Promocionar en el sitio web los contenidos creados por el equipo de comunicaciones para informar sobre lo que se hace por parte de la Administración Municipal.

1.2.1. Planteamiento del problema. Para Gladys Cameron Pimiento, secretaria de Planeación y obras públicas de la Alcaldía Municipal de Ábrego “Obtener un reconocimiento a nivel local, regional y departamental es uno de los principales retos que tienen las instituciones públicas; en este sentido se hace necesario contar con estrategias que permitan la visibilidad de la información que se da al interior de las secretarías que conforman la Administración Municipal de Ábrego. La comunicación ha sido una actividad vital dentro del ser humano”, la funcionaria expresa, además que “este reconocimiento permite que la Administración Municipal sea visibilizada por otras, además de subir los estándares de evaluación enmarcados en la función pública”.

La comunicación pública tiene como tarea principal que exista un fortalecimiento de la cultura organizacional y que se cumplan los objetivos misionales, esto como primera medida refiriéndonos al público interno del Municipio, conformado por cada uno de los integrantes del equipo de trabajo que tienen la labor de velar diariamente por el excelente funcionamiento del plan de gobierno de la Administración municipal. (Alcaldía Municipal de Ábrego)

La falta de comunicación entre los jefes de despacho y el personal de la oficina de prensa y comunicaciones, ha generado demoras en la entrega de información; situación que retrasa la publicación de contenidos en los medios propios y medios externos. A pesar de contar con buenas relaciones entre los funcionarios, no existe una buena organización en la entrega de material y publicación de dichos contenidos, generando retrasos al momento de mantener informada a la comunidad. De otra parte, se evidencia la poca delegación de tareas al interior de la oficina de prensa, donde no existe una buena coordinación al momento de delegar funciones y se pierde el potencial del recurso humano.

Es una realidad que la pandemia ocasionada por el virus del Covid-19, cambió la manera de vivir y de ver el mundo desde otra perspectiva. El aislamiento fue una de las causas para que la relación entre los jefes de despacho y la oficina de prensa y comunicaciones se distanciara; las actividades programadas en su mayoría debieron replantearse para evitar los contagios y cumplir con los protocolos de bioseguridad requeridos por el gobierno nacional. La divulgación de las actividades desde el área de prensa bajo notoriamente puesto que se estaba trabajando desde casa y las actividades con la comunidad eran pocas.

1.3. Objetivos de la pasantía

1.3.1. General. Fortalecer las acciones comunicacionales de la Alcaldía Municipal de Ábrego, Norte de Santander, para la divulgación efectiva de la ejecución de actividades del plan de desarrollo 2020-2023 'Experiencia, Equidad y Oportunidades para todos'.

1.3.2. Específicos. Se formularon los siguientes:

1. Realizar un diagnóstico de las herramientas de comunicación que se utilizan al interior de la oficina de prensa de la Administración Municipal, para dar a conocer información interna y externa.
2. Diseñar acciones que fortalezcan las comunicaciones internas y externas emitidas desde el área de prensa de la Administración Municipal.
3. Ejecutar un plan de comunicaciones a través de canales de información, que ayude a fortalecer el ejercicio realizado desde la oficina de prensa de la Administración Municipal.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 3

Actividades a desarrollar en la pasantía

Objetivo General	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar en la empresa
<p>1. Fortalecer las acciones comunicacionales de la Alcaldía Municipal de Ábrego, Norte de Santander, para la divulgación efectiva de la ejecución de actividades del plan de desarrollo 2020-2023 `Experiencia, Equidad y Oportunidades para todos`.</p>	<p>1. Realizar un diagnóstico de las herramientas de comunicación que se utilizan al interior de la oficina de prensa de la Administración Municipal.</p> <p>2. Diseñar acciones que fortalezcan las comunicaciones internas y externas emitidas desde el área de prensa de la Administración Municipal.</p> <p>3. Ejecutar un plan de comunicaciones a través de canales de información, que ayude a fortalecer el ejercicio realizado desde la oficina de prensa de la Administración Municipal.</p>	<p>- Diseñar un instrumento de recolección de información que permita identificar el grado de satisfacción con el manejo que se le da a la información emitida por los jefes de despacho de la Administración Municipal de Ábrego.</p> <p>-Aplicar el instrumento de evaluación diseñado, a los actores internos implicados.</p> <p>-Establecer los problemas del área de comunicación, en cuanto al manejo de la información que se emite tras la realización de actividades y eventos dentro de cada dependencia de la Alcaldía Municipal de Ábrego.</p> <p>- Realizar un manual de recomendaciones donde se estipulen los lineamientos para dar a conocer las noticias que se dan dentro de la oficina de prensa.</p> <p>- Elaborar un manual de recomendaciones a cada jefe de despacho para que tengan en cuenta a la hora de presentar información a la oficina de prensa y comunicaciones</p> <p>-Reunión general de socialización del manual de comunicaciones con la oficina de prensa y el jefe inmediato (secretaría de gobierno municipal)</p> <p>-Reunión individual por oficina con cada jefe de despacho, para despejar dudas sobre el manual de recomendaciones y entrega del mismo por medio magnético e impreso.</p> <p>Entrega e instalación del manual de comunicaciones dentro de la oficina de Prensa y Comunicaciones.</p>

Fuente: Autora (2021)

1.5. Cronograma de actividades

Tabla 4

Cronograma de actividades del proyecto de investigación

Objetivos específicos	Actividades	Mes 1		Mes 2				Mes 3				Mes 4						
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
1. Realizar un diagnóstico de las herramientas de comunicación que se utilizan al interior de la oficina de prensa de la Administración Municipal.	Diseñar un instrumento de recolección de información que permita identificar el grado de satisfacción con el manejo que se le da a la información emitida por los jefes de despacho de la Administración Municipal de Ábrego. Aplicar el instrumento de evaluación diseñado, a los actores internos implicados. Establecer los problemas del área de comunicación, en cuanto al manejo de la información que se emite tras la realización de actividades y eventos dentro de cada dependencia de la Alcaldía Municipal de Ábrego.	x	x															

Nota. La cantidad de actividades distribuidas en las semanas establecidas (16 semanas), son establecidas por el pasante.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1. Enfoque conceptual

A continuación, se hace claridad de nueve conceptos claves y relevantes para el buen desarrollo de este trabajo, conceptos contextualizadores y aclaradores de aspectos estratégicos del documento.

2.1.1. Plan de acción. En los procesos de planificación el plan de acción es un instrumento vital, ya que permite establecer la ruta que se debe seguir dentro del espacio a abordar, determinando que actividades deben realizarse, como llevarlas a cabo, en qué periodo de tiempo, responsables de ejecución y la forma de evaluar los resultados del proceso; es decir, un instrumento que permite una adecuada coordinación y distribución de recursos (Ministerio de Cultura, 2010). Por otra parte, la Contraloría de Bogotá D.C. (2018) añade la trascendencia de esta herramienta dentro de la función pública, ya que permite proyectar los resultados a través de metas e indicadores de gestión permitiendo establecer rangos de calificación del desempeño de la organización.

2.1.2. Contenido en redes sociales. Al hablar de las redes sociales, se aborda un contexto virtual donde personas publican y comparten diversidad de información personal y/o profesional, llegando a amigos, conocidos y evidentemente a desconocidos del emisor principal. En este sentido, las redes sociales pueden ser profesionales (LinkedIn), generalistas (Facebook) y especializadas (CinemaVIP) (Celaya, 2008). Por su parte, la dinámica y amplia aceptación de las redes sociales dentro de las comunidades ha llevado a las organizaciones a crear sus propios perfiles para tener mayor visibilidad a este amplio público, permitiendo entre otras cosas obtener información y retroalimentación provenientes de las interacciones con las personas a través de estos medios virtuales, por ende, estos perfiles constituyen la cara virtual de la organización,

razón por la cual debe existir una estrategia en la forma como se publica y maneja la información y la dinámica del perfil en general (Hütt, 2012).

2.1.3. Retroalimentación. Los procesos de retroalimentación se basan en la comunicación entre las partes de una organización que permiten diagnosticar el bien o mal obrar en los procesos, haciendo hincapié en la mejor continua. En este sentido, la retroalimentación le indica al empleado de una organización o a cualquier persona responsable de algún proceso si se está desempeñando correctamente y lo que puede hacer para mejorar su rendimiento. Así las cosas, existen algunos beneficios aportados por estos espacios de acuerdo con Casares (2007):

- 1) La comunicación se puede basar en datos ya existentes lo que supone pocas variaciones en los procedimientos ya empleados, 2) es un proceso sencillo que requiere poca inversión de dinero o de tiempo, 3) tiene validez ya que es un medio natural de control, 4) los resultados se obtienen con rapidez en comparación a otros programas. 5) refuerza otros procesos de la gestión de personal como es la capacitación y desarrollo (p. 7).

En este sentido, a nivel interno de las organizaciones, a través de auditorías y demás herramientas de control es posible generar acciones correctivas, mejorar procesos y fomentar mejores relaciones entre los colaboradores de la entidad. A nivel individual, la retroalimentación le ofrece a la persona una visión más clara sobre sus fortalezas y debilidades, permitiéndole mejorar su desempeño laboral, personal y social; contribuyendo en últimas al bienestar de la organización (Olvera-Espinosa, Pedroni-Lara y Pérez-Madrid, 2017).

Bajo este contexto, dentro de la función pública la conexión entre el Estado y la ciudadanía para un proceso efectivo de retroalimentación, se establece mediante la rendición de cuentas,

momento de dialogo entre las partes, dónde, el ente de gobierno prepara con anticipación un documento con los avances en su gestión, los cuales son expuestos a las comunidades a través de medios idóneos para ello, fomentando así el dialogo, participación y debate entre las partes a fin de establecer el cumplimiento o no de su plan de gobierno y, de ahí se generan apreciaciones desde el contexto de las comunidades que son en últimas la retroalimentación que recibe el gobierno para re direccionar sus acciones en caso de así requerirlo (Función pública, 2018).

2.1.4. Comunicación pública. Este tipo de comunicación está enfocada en la difusión de información y mensajes dirigida a una audiencia masiva, dentro de un marco de actuación pública, dónde, su intervención social se basa en el ejercicio de la libertad de expresión en temas de interés general, fomentando la participación activa de las comunidades en situaciones que le pueden afectar y/o beneficiar. Para estos propósitos se utilizan los medios masivos como la Televisión, radio, prensa y sin duda el uso de internet (Rodríguez, 2014). En el contexto colombiano, la comunicación pública es vista como un mecanismo con que cuenta el ciudadano para acceder a información relevante ofrecida por los distintos medios del Estado, sin importar su capacidad adquisitiva. Así mismo, estos medios públicos no persiguen intereses comerciales, enfocándose en brindar información educativa, cultural y de entretenimiento a las comunidades que componen la Nación (RTVC Sistema de Medios Públicos, 2020).

2.1.5. Acceso a la información. En Colombia, el acceso a la información está respaldada por la ley, de hecho, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC, s.f.) establece que toda información generada por instituciones del Estado no podrá ser limitada o reservada, pues al ser de carácter público debe estar a disposición de la mirada libre de la sociedad colombiana. En este sentido la Procuraduría General de la Nación (PGN, 2015) recalca el acceso a la información como un derecho fundamental que le permite al ciudadano el

pleno ejercicio de sus derechos y la vigilancia de la gestión pública, propiciando la participación ciudadana en decisiones de interés general.

2.1.6. Divulgación de la información. Este componente fundamental de la socialización, permite garantizar que los distintos actores y sectores sociales de un país tengan acceso oportuno a información necesaria y relevante que posibilite participar en forma acertada en decisiones y/o situaciones que así lo ameriten, por ejemplo, en la gestión del riesgo, permite actuar con las actividades correctas para afrontar la prevención, mitigación y respuesta ante un suceso (Cardona, 2001).

2.1.7. Herramientas de comunicación. Las herramientas para la comunicación permiten la transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor, no obstante, existe una diferencia en la temporalidad del evento que genera consecuentemente dos grandes grupos, las herramientas sincrónicas y asincrónicas. El primer grupo está constituido por aquellas en las cuales el emisor y el receptor mantienen una comunicación en directo, en tiempo real, siendo algunos ejemplos las videoconferencias, llamadas, chats y relacionadas, por su parte, el segundo grupo lo constituyen aquellas en las cuales el emisor y receptor no están en una conversación en tiempo real y/o no hay una intervención directa de ambas partes, siendo el correo electrónico, la televisión y la radio ejemplos de este grupo (Cooperberg, 2002).

2.1.8. Oficina de prensa. Dentro de las organizaciones y/o entidades públicas suele existir una dependencia encargada de administrar todas las actividades referentes a prensa, comunicación, imagen de la entidad y todo lo relacionado con eventos y actividades que desde la organización se fomente; estas son pues, las oficinas de prensa (Fondo MIVIVIENDA, 2016).

2.1.9. Comunicación interna. La comunicación interna dentro de una organización permite el dialogo entre los actores involucrados en los procesos, ya sea desde los empleados hasta la dirección o viceversa, existiendo así dos tipos de comunicación interna, la ascendente basada en una comunicación de abajo hacia arriba dentro de la jerarquía organizacional y la descendente realizada de arriba hacia abajo. Para estos procesos, se utilizan herramientas como el manual del empleado, comunicación asertiva, boletines informativos, correos electrónicos, reuniones personales, entre otros. (Ponce, 2014).

2.2. Enfoque legal

Dentro del ámbito legal, es fundamental la importancia del actuar dentro del marco jurídico que en Colombia aplica para la obtención, manejo y comunicación de la información. Por ello, a continuación, se exponen las principales leyes, decretos y resoluciones que existen para todo lo relacionado con prensa.

Tabla 5

Marco legal aplicable

Norma	Descripción
Art. 20 constitución Política de Colombia	Garantiza el derecho a la libre expresión
Art. 270 Constitución Política de Colombia	Participación ciudadana en la vigilancia de la gestión pública
Resolución 3066 de 2011	En este se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones
Ley 1273 de 2009	Se modificó el Código Penal, se creó un nuevo tipo de activo jurídico protegido, denominado "protección de la información y los datos", y se mantuvo en su totalidad el sistema que utiliza tecnología de la información y las comunicaciones y otras normas
ley 1712 de 2014	Transparencia y acceso a la información pública Nacional
Ley 1835 de 2017	Por la cual se modifica el artículo 98 de la Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor", se establece una remuneración por comunicación pública a los autores de obras cinematográficas o "Ley Pepe Sánchez"
Ley 1757 de 2015	Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática

Fuente: Elaboración propia con base al marco jurídico de RTVC Sistema de Medios Públicos

3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

A continuación, se mostrarán los resultados obtenidos durante el desarrollo de actividades en el proceso de investigación.

Actividades

1. Diseñar un instrumento de recolección de información que permita identificar el grado de satisfacción con el manejo que se le da a la información emitida por los jefes de despacho de la Administración Municipal de Ábrego.

Enlace de la encuesta: <https://docs.google.com/forms/d/1Ns9qGa07-UcIGDCH3Td711vK11MeXLgKHGpZ0qeng0U/edit?usp=sharing>

Figura 2

Encuesta de satisfacción.

The image shows a Google Forms interface for a survey. At the top, it says 'Formulario sin título' and 'Preguntas: Respuestas 22'. The survey title is 'ENCUESTA DE SATISFACCIÓN SOBRE EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN EMITIDA POR CADA DEPENDENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL DE ÁBREGO, NORTE DE SANTANDER.' Below the title, there is a question: '1. Califique el trabajo que viene realizando el área de prensa y comunicaciones de la Administración Municipal'. The response options are radio buttons for 'Excelente' and 'Bueno'. The form is set against a light blue background.

Fuente: Autora (2021)

Tal y como se muestra en la figura anterior, para la recolección de información se formuló una encuesta en Google drive, de manera que sea de fácil manejo para los participantes y para el

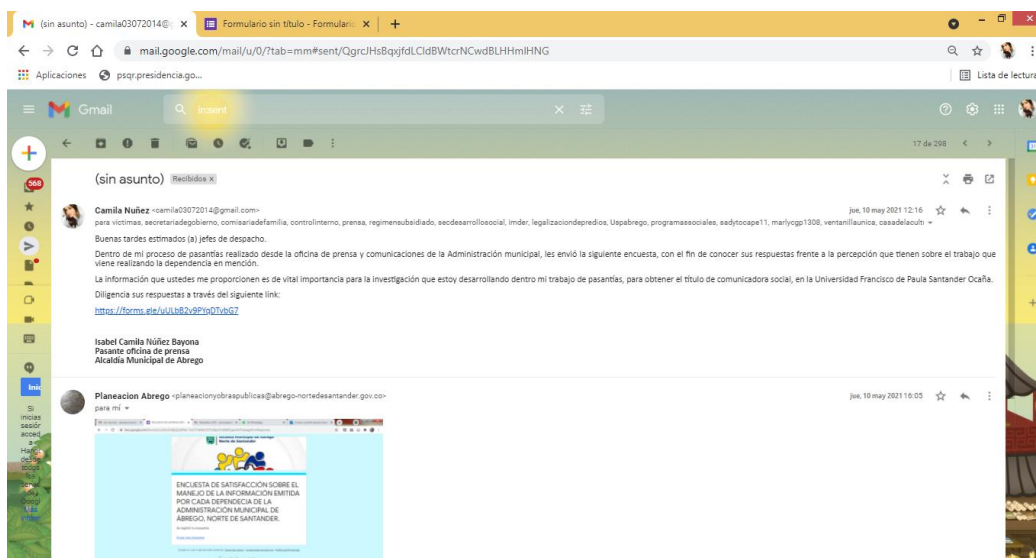
administrador de la misma a la hora de sacar las estadísticas; además, las encuestas por medios virtuales contribuyen al ahorro de papel y por ende no genera impactos negativos en el medio ambiente.

2. Aplicar el instrumento de evaluación diseñado, a los actores internos implicados

El instrumento de recolección de información fue enviado vía correo electrónico a los 23 jefes de despacho de la Administración Municipal; se reforzó con una visita a cada uno de ellos, recordándoles la importancia del debido diligenciamiento de la encuesta y la oportuna entrega.

Figura 3

Presentación de la estrategia a cada dependencia



Fuente: Autora (2021)

3. Establecer los problemas del área de comunicaciones, en cuanto al manejo de la información que se emite tras la realización de actividades y eventos dentro de cada dependencia de la Alcaldía Municipal de Ábrego.

**Encuesta de satisfacción sobre el manejo de la información emitida por cada
dependencia de la administración municipal de Ábrego, norte de Santander**

Tabla 6

Personal encuestado

Personal	Dependencia/Cargo
Julián Andrés Páez Avendaño	Jefe de USPA
Luz Dary Quintero Rodríguez	Profesional saneamiento – Titulación y legalización de predios
Carlos Adolfo Navarro Ortiz	Jefe programas Sociales
Sady Cárdenas	Oficina de discapacidad
Marly García Pabón	Oficina de riesgos
Yesid Antonio Álvarez	Ventanilla Única
Luis Eider Torrado	Coordinador cultura y educación (Casa de la cultura)
Marcia Fernanda Torrado	Coordinador de salud pública
Eduin Torrado	Secretario de Gobierno
Aura Lucia Casadiegos	Jefe de control interno
Maria Isabel Sánchez	Biblioteca Municipal
Leidy Paola Ascanio	Jefe de prensa y comunicaciones
Magda Ruth Álvarez Ordoñez	Régimen Subsidiado
Gladys Camero Pimiento	Secretaria de planeación
German Alonso Pérez Álvarez	Secretario de hacienda y del tesoro
Deivis Johan Arévalo	Inspector de Policía
Jersson Torrado	Imder
Jonathan Vergel Peñaranda	Desarrollo social y comunitario
Claudia Coronel	Enlace de victimas
Cinthya Peñaranda	Comisaria de familia
Yadira Barrientos	Coordinación Centro de convivencia
Dayana Verjel	Atención al ciudadano
Víctor Cañizares	Sisbén

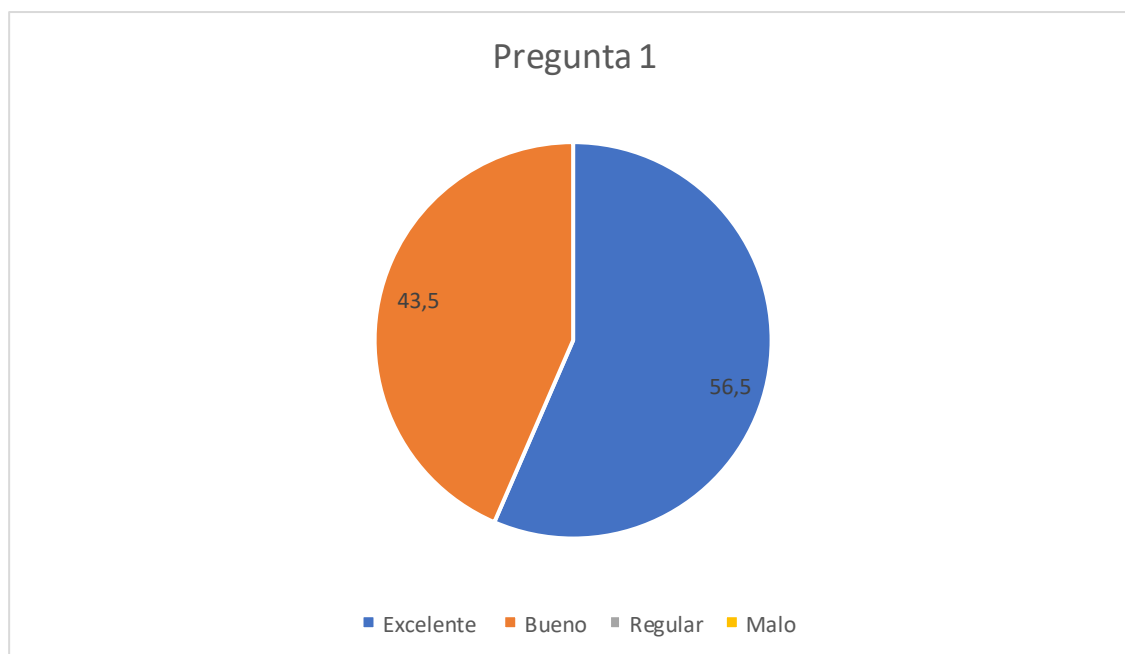
Fuente: Autora (2021)

Preguntas resueltas

P.1. Califique el trabajo que viene realizando el área de prensa y comunicaciones de la Administración Municipal (23 respuestas)

Figura 4

Pregunta N°1.



Fuente: Autora (2021)

De acuerdo a la figura 4, la totalidad de encuestados califican positivamente el trabajo realizado por la oficina de prensa, donde un 56,5% calificó como excelente el trabajo que viene realizando el área de prensa y comunicaciones de la Administración Municipal y el 43,5% restante consideró que el trabajo que viene realizando el área de prensa y comunicaciones de la Administración Municipal es bueno. Por su parte, la calificación regular y malo obtuvo el 0%, lo

que quiere decir que el trabajo que viene haciendo la oficina de Prensa y comunicaciones tiene buena percepción y están haciendo su trabajo correspondiente

P.2. ¿Qué aspectos cree usted que se deberían tener en cuenta al momento de publicar una noticia? (23 respuestas)

Tabla 7

Aspectos a tener en cuenta

Nº	Aspectos a tener en cuenta
1	La noticia debe estar escrita por párrafos cortos, completa y contextualizada
2	La no demora de las publicaciones de los eventos.
3	La veracidad
4	Lo más relevante
5	Que la información se clara concisa a la hora de montar una publicidad.
6	Ninguna
7	Debe transmitir hechos comprobables y debe ser completa y contextualizada
8	La veracidad y la seriedad en el momento de editarla.
9	Ninguna, tienen buen aspecto al momento de realizar una publicación de una noticia
10	Profundizar más la noticia
11	Saber llegar a todo el publico
12	Noticias positivas y de relevancia
13	La redacción, veracidad y objetividad de la información
14	Debe transmitir hechos comprobables y debe estar escrita por párrafos cortos.
15	La redacción
16	Se está realizando la información apropiada, creo que no hay ningún aspecto en especial
17	Ninguno
18	La presentación que sea llamativa y de fácil entendimiento
19	Veracidad y buenas fotos
20	Que tengan buena redacción a la hora de hacer las publicaciones
21	Una excelente redacción y un diseño muy colorido
22	Que cumpla todas las medidas de bioseguridad
23	Calidad y credibilidad

Fuente: Autora (2021)

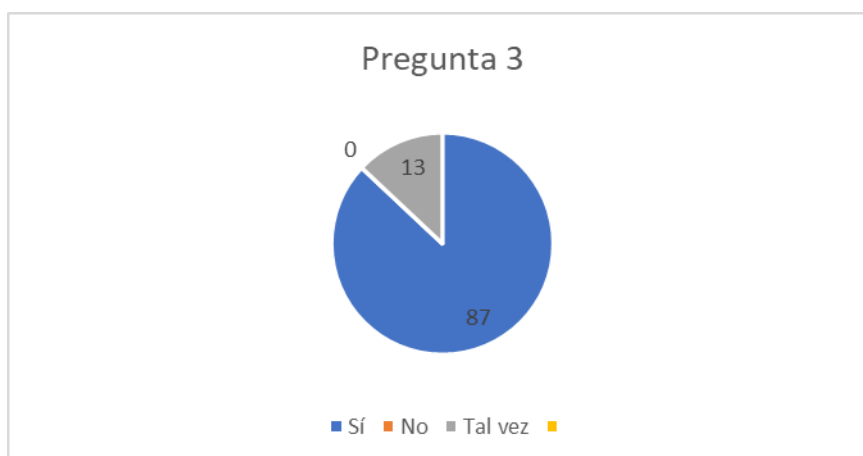
En los aspectos a tener en cuenta, se encuentra común acuerdo en la necesidad de generar noticias con mayor veracidad, claridad, cortas, contextualizadas y responsabilidad con los

tiempos de publicación. En este sentido, estas sugerencias reflejan falencias en la forma como se están generando los productos de prensa en la alcaldía municipal, por lo que se debe generar planes de mejora para cada aspecto relevante en específico.

P.3. ¿Los aspectos mencionados anteriormente cumplen con el manejo de la información que se brinda al público desde el área de Prensa? (23 respuestas)

Figura 5

Pregunta N°3



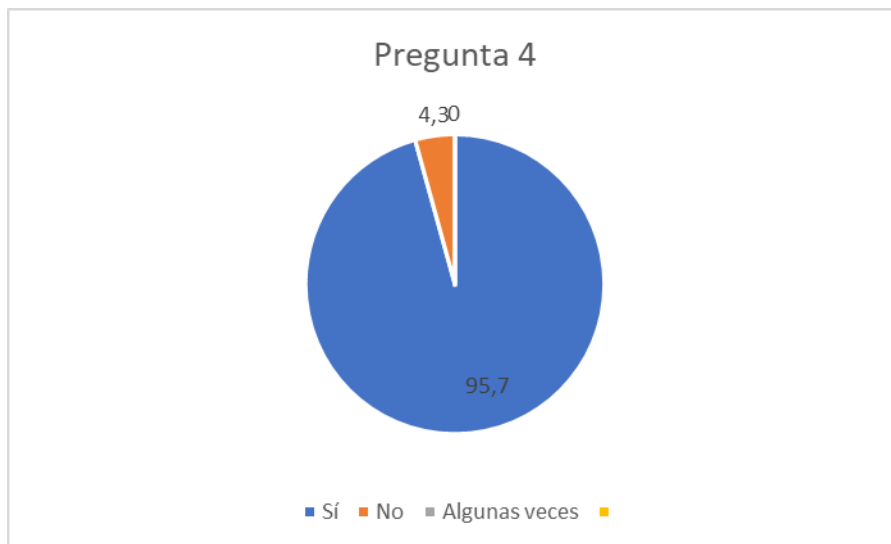
Fuente: Autora (2021)

El 87% de los encuestados consideran que la información brindada al público cumple con las características básicas, sin embargo, el 13% considerada que hay aspectos que mejorar, lo cual se ve reflejado en la pregunta N°2 la cual deja ver algunas inconsistencias que perciben los funcionarios, por lo que se debe tomar en cuenta estas consideraciones y buscar la aplicación de planes de mejora específicos para cada caso en particular.

P.4. ¿El área de prensa y comunicaciones cumple con asistir a eventos realizados dentro y fuera del Municipio? (23 respuestas)

Figura 6

Pregunta N°4



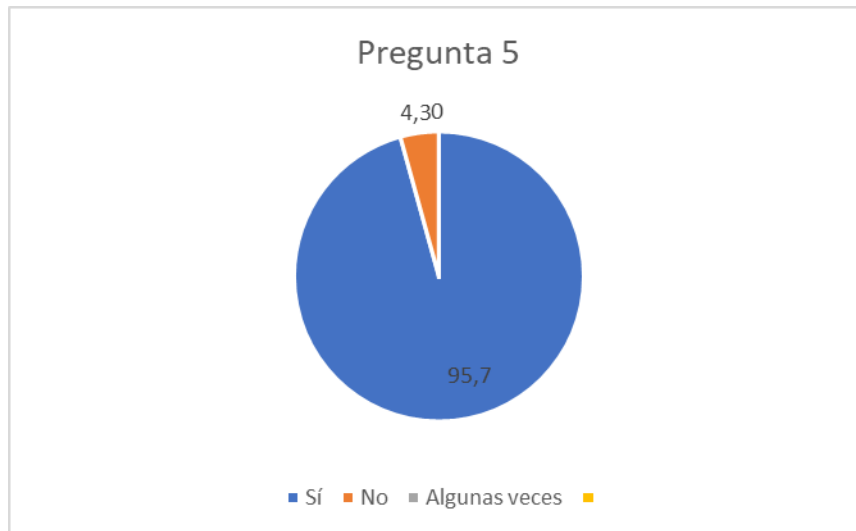
Fuente: Autora (2021)

Este resultado deja ver el testimonio que los funcionarios manifiestan frente al cumplimiento de los deberes de los empleados pertenecientes al área de prensa, posiblemente el 4,3% que considera lo contrario ha sido influido porque no han coincidido al tiempo en los mismos eventos, pero, es evidente el compromiso del área en mención.

P.5. ¿Los (a) integrantes del área de prensa asisten a los eventos programados desde las diferentes dependencias de la Administración Municipal? (23 respuestas)

Figura 7

Pregunta N°5



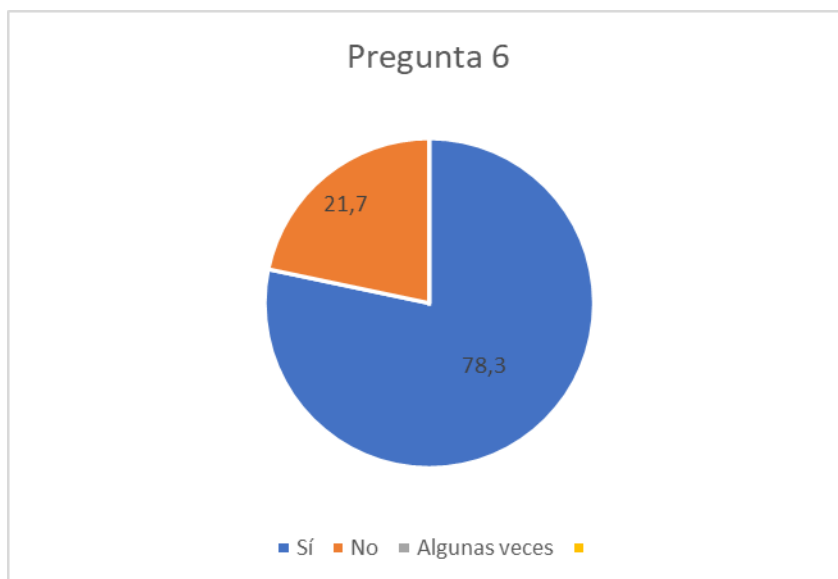
Fuente: Autora (2021)

Esta pregunta cuenta con los mismos resultados de la N°4, lo cual sólo deja ver y ratifica la información obtenida sobre el cumplimiento de funciones de los empleados del área de comunicaciones.

P.6. ¿Los eventos y actividades realizadas desde su dependencia son publicados a tiempo en los medios de comunicación propios de la Administración Municipal? (23 respuestas)

Figura 8

Pregunta N°6



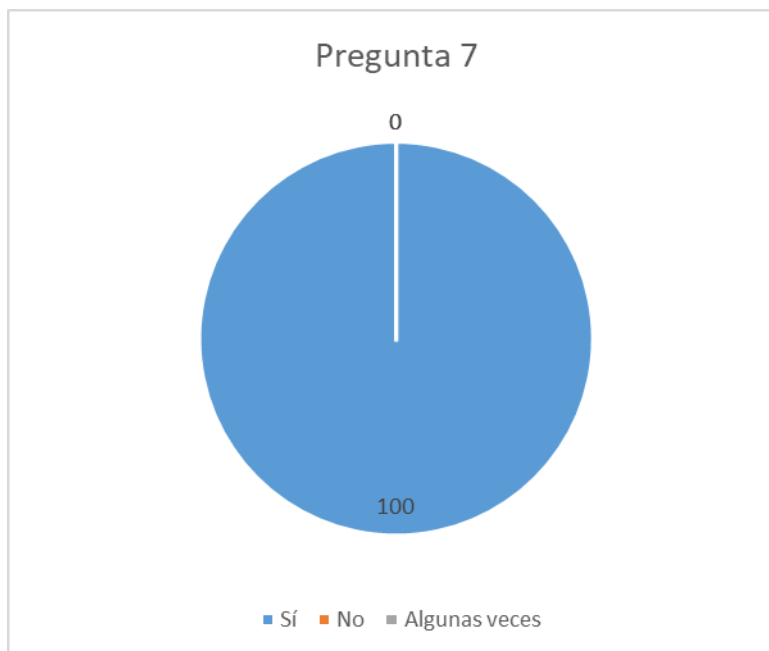
Fuente: Autora (2021)

De acuerdo a la figura 8, se puede evidenciar que el área de comunicaciones abarca un 78,3% de los compromisos a tiempo, encontrando dificultades en el 21,7% restante de compromisos con las dependencias. Sin embargo, esta situación no necesariamente debe atribuírsele a la oficina de prensa, pues en ocasiones las peticiones llegan fuera de tiempo, es decir, no llega con anticipación las solicitudes, por lo que hace difícil cumplir a cabalidad. Por ende, es indispensable establecer reglas y recomendaciones para la presentación de información.

P.7. ¿Las noticias publicadas por la oficina de prensa y comunicaciones tienen una buena estructura gramatical? (23 respuestas)

Figura 9

Pregunta N°7



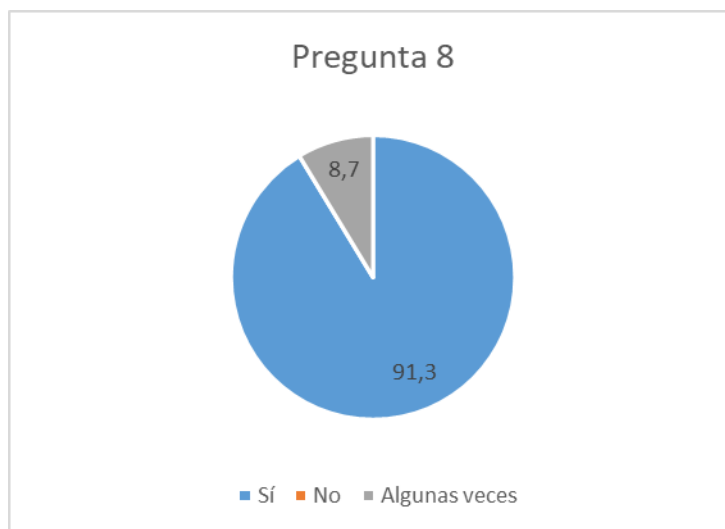
Fuente: Autora (2021)

La totalidad de encuestados considera la información con buena estructura gramatical, sin embargo, no es una opinión objetiva, sino desde la perspectiva de cada quien, de modo que la información puede contener errores en este ámbito, pero, al no contar con formación en esta temática el lector no verá los fallos; por ello se resalta la condición subjetiva de esta calificación.

P.8. ¿Al momento de publicar las noticias el equipo de prensa utiliza buen material audiovisual, como fotografías, videos, entre otros? (23 respuestas)

Figura 10

Pregunta N°8



Fuente: Autora (2021)

La apreciación positiva de la calidad audiovisual de los productos de la oficina de prensa es muy positiva, respaldado esto con un 91,3% de aprobación, dejando solo un 8,7% de desacuerdo, lo cual puede ser influenciado por algún producto que no pudo lograr consenso entre la idea del autor y la del lector.

P.9. ¿Está usted de acuerdo en la forma de recolección de la información utilizada por el área de prensa al interior de su dependencia? (23 respuestas)

Figura 11

Pregunta N°9



Fuente: Autora (2021)

Esta pregunta deja ver que la oficina de prensa es diligente con su responsabilidad, por lo que da sustento a lo hablado en la pregunta N°6, referente a las dificultades para cumplir con toda la demanda de solicitudes de las dependencias, dejando ver que son estas las que probablemente no manejan tiempos prudentes para realizar estas solicitudes

P.10. ¿Qué recomendaciones le haría al equipo de prensa y comunicaciones al momento de recolectar la información y publicarla a la comunidad Abreguense? (23 respuestas)

Tabla 8

Recomendaciones

Recomendaciones
Publicar a tiempo las noticias suministradas
No demorar la publicación
Ninguna
Ninguna
Ninguna
Ninguna
No realizar comentarios críticos del tema
Ninguna
Usar un chaleco o carnet que los identifique como prensa
Profundizar más y explicar más para qué es la información que solicitan
Ninguna, está muy bien su trabajo
Ninguna
Que sean concisos y que la información se clara a la hora de ser publicada
Ninguna
Ser más precisos en la información
Se ve reflejado un buen trabajo, creemos que es bueno el manejo de la información
Ninguna
Que sea real, eficiente y no perjudique a nadie en especial
Que se publique a tiempo
No ninguna
Ninguna
Que la información sea verdadera
Que las publiquen a tiempo

Fuente: Autora (2021)

En esta última pregunta se vuelve a resaltar la importancia de fortalecer la veracidad, claridad, contextualización y responsabilidad en los tiempos de publicación de la información generada en la oficina de prensa de la alcaldía municipal. Sin embargo, en este último apartado las recomendaciones son notoriamente bajas en comparación con la pregunta N°2.

4. Realizar un manual de responsabilidades donde se estipulen unos lineamientos para poder dar a conocer las noticias que se dan dentro de la oficina de prensa.

Figura 12

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



La Oficina de Prensa y Comunicaciones, según el manual de requisitos y funciones, tiene la autonomía para manejar, de acuerdo a las políticas de comunicaciones, toda la información que envían las dependencias, sin alterar el contexto general de la noticia y/o contenido. Decide, de acuerdo a los criterios establecidos, si la información se envía a los medios de comunicación o sólo se divulga a través de la página web y redes sociales institucionales.

Figura 13

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



ELABORACIÓN DE COMUNICADOS DE PRENSA

Los comunicados de prensa deben elaborarse de acuerdo con la plena garantía de una adecuada recopilación de la información, haciendo una difusión efectiva, eficaz y eficiente de las acciones de la Alcaldía Municipal y todas sus dependencias, a través de la Página WEB, plataformas digitales y de los medios de comunicación a nivel local y regional disponibles para hacerlo.

ELABORACIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES

Las piezas audiovisuales de la Alcaldía (videos, clips, programas de televisión o documentales), deben cumplir con un alto estándar de calidad, tanto a nivel de contenido como en el manejo de la imagen. Para ello, cualquier pieza debe estar autorizada por la Oficina de Prensa y Comunicaciones.

Figura 14

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



ELABORACIÓN DE IMPRESOS

Los impresos que utilice o publique la Alcaldía (cartillas, flyers, posters, brochures, manuales de uso externo, invitaciones, libros, revistas, boletines informativos, pendones, pasacalles, etc.) deben tener en cuenta lo siguiente:

01

Todas las piezas deben tener presencia de marca de la Alcaldía (escudo del municipio, logo y eslogan de la actual administración) según está establecido en el Manual de Imagen Corporativa.

02

La presencia de la imagen institucional o corporativa será aprobada por el profesional designado por la Oficina de Prensa y Comunicaciones.

03

Un editor o el jefe de la Oficina de Prensa y Comunicaciones deberá revisar los contenidos de las piezas de comunicación impresas antes de su publicación.

Figura 15

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



ELABORACIÓN DE CUÑAS RADIALES

La Oficina de Prensa y Comunicaciones es la responsable de elaborar todos los textos para las cuñas de radio, los cuales serán aprobados por las áreas antes de la grabación, estos textos estarán acompañados de musicalización que amenice el tiempo en que se da la información.

Estas cuñas contarán con una extensión máxima de 1 minuto, donde se brinde toda la información clara y concisa de lo que se quiere dar a conocer.

Figura 16

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



CLAVES PARA ELABORAR LAS CUÑAS RADIALES:

- **Público objetivo:** La campaña debe estar pensada para un tipo de público en concreto y con un objetivo claro.
- **Creatividad:** Las cuñas de radio requieren ser elaboradas por un guión original y sorprendente para captar la atención de los oyentes, ante la ausencia de la imagen.
- **Voz:** Una buena cuña será aquella que sea locutada por la voz adecuada en función del tipo de campaña, su seriedad o informalidad, teniendo en cuenta el público al que se dirige, se deberá escoger una voz oficial para las cuñas institucionales.
- **Música y efectos:** Es importante que la cuña no resulte aburrida para los oyentes, por lo que podremos incluir una música como colchón o algunos efectos. Se deberá escoger una cortina musical oficial para las cuñas institucionales.
- **Brevidad:** Las cuñas de radio no suelen ser muy extensas por lo que el guión se adaptará a los tiempos del locutor.
- **Repetición:** Varios estudios demuestran que la repetición durante la cuña de la palabra o palabras más importantes del mensaje se graba en la mente de los oyentes.

Figura 17

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



ELABORACIÓN DE AVISOS DE PRENSA

La Oficina de Prensa y Comunicaciones es la responsable de realizar o revisar (en caso de ser enviados por las direcciones, grupos o áreas), los textos para el aviso de prensa, los cuales serán aprobados por las áreas antes de la publicación previa solicitud de las áreas que así lo requieran.

Figura 18

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



MANEJO DE LA PÁGINA WEB

01 Contenidos Noticiosos:

Es aquella información producida por el grupo de trabajo de la Oficina de Prensa y Comunicaciones, con el apoyo de las diferentes áreas brindando la información que requiere la comunidad (comunicados de prensa, videos, audios, fotos), que se desarrolla con el propósito de transmitir la información de interés para la comunidad.

02 Uso y alcance de los contenidos:

Con el objetivo de mantener actualizada la página web de la Alcaldía de Ábrego y evitar que la información que se publique tenga algún tipo de error, ya sea en la redacción o en la información que suministre, se toman las siguientes medidas:

- Los contenidos noticiosos serán elaborados por los encargados de la oficina de prensa y comunicaciones revisados por el editor o jefe del área. Estos contenidos los podrán encontrar en el inicio de la página web categorizados por fechas, donde tendrán imagen y texto que serán informativos para las personas.

Figura 19

Manual de recomendaciones Oficina de Prensa y Comunicaciones.



MANEJO DE LA PÁGINA WEB

03 Manejo de herramientas multimedia:

Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en la página web de la Alcaldía, dependerá exclusivamente del grupo de Prensa. Cabe resaltar que ya se tiene un banner y formato de edición establecido para todos los contenidos que se vayan a publicar (Ver Manual de Imagen Corporativa).

El desarrollo de nuevas plantillas o especiales noticiosos (espacios virtuales instalados en la página web, que recogen información sobre actividades, programas o proyectos especiales de la Alcaldía) para proyectos especiales de las áreas estará a cargo de la oficina de prensa y comunicaciones.

Televisión: se realiza mediante propagandas, comerciales, spots publicitarios, notas periodísticas en programas de alta demanda, programas institucionales en canales disponibles.

Radio: Jingles y spots publicitarios, cuñas radiales, programas institucionales en las emisoras disponibles, y, perifoneo.

Impresa: Pendones, tarjetas, afiches, medios publicitarios alternativos de comunicación, cartelera pública municipal.

Online o web: Redes sociales, página web.

Enlace para el manual de responsabilidades:

https://drive.google.com/file/d/1NxeV2_iG2nHWr8K0JCOHbC4uWMKxXp7g/view

4. Elaborar un manual de recomendaciones a cada jefe de despacho para que tengan en cuenta a la hora de presentar información a la oficina de prensa y comunicaciones.

Figura 20

Manual de recomendaciones para los jefes de despacho.

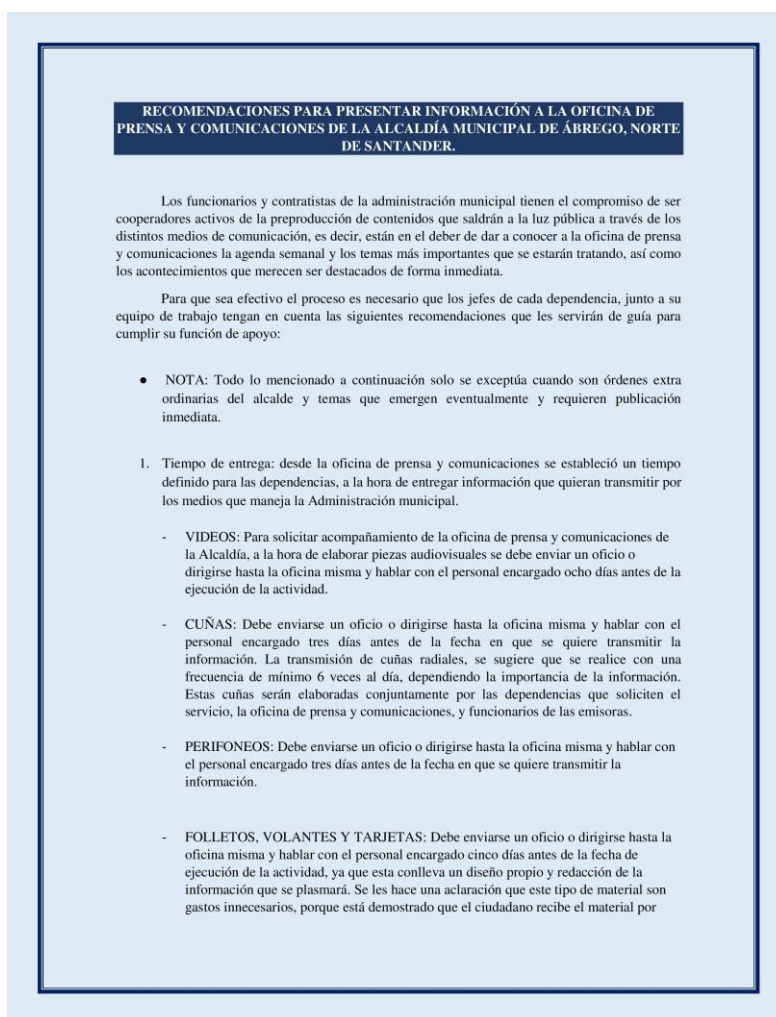


Figura 21

Manual de recomendaciones para los jefes de despacho.

cortesía y pocos minutos después lo deshecha, haciendo caso omiso al mensaje y promoviendo la contaminación.

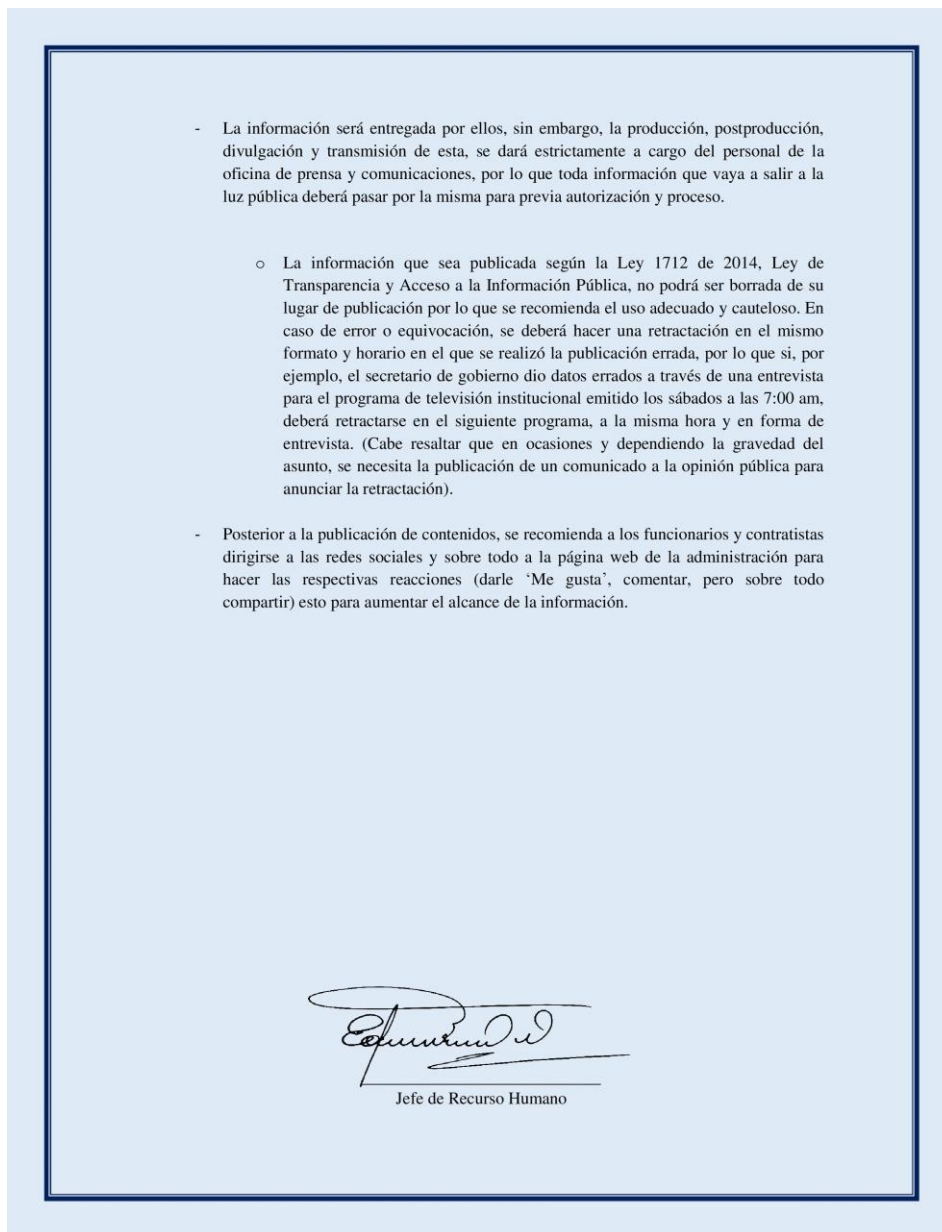
- PASACALLES, PENDONES Y AFICHES: Estos deben diligenciarse ante la oficina de prensa de 8 a 15 días antes de ejecutar la actividad, ya que solo se realizarán con publicaciones o información relevante para la comunidad en general.
- INFOGRAFIAS: Debe enviarse un oficio o dirigirse hasta la oficina misma y hablar con el personal encargado, de tres a cinco días antes de la fecha de ejecución de la actividad, ya que esta conlleva un diseño propio y redacción de la información que se plasmará.
- ACOMPAÑAMIENTOS FUERA DE LA ALCALDIA: Se debe avisar por medio de un oficio o expresar de manera presencial la solicitud con el equipo de prensa, y ellos se encargarán de asignar el personal idóneo para esa actividad. Lo recomendado para pedir el acompañamiento son ocho días antes de la ejecución de la actividad o si es el caso con más días de anterioridad.
- ACOMPAÑAMIENTOS DENTRO DE LA ALCALDIA: Se debe avisar por medio de un oficio o expresar de manera presencial la solicitud con el equipo de prensa, y ellos se encargarán de asignar el personal idóneo para esa actividad. Lo recomendado para pedir el acompañamiento son tres días antes de la ejecución de la actividad o si es el caso con más días de anterioridad.

1. JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN: después de un estudio realizado por el equipo de prensa y comunicaciones de la Alcaldía Municipal, se concluyó lo siguiente, debido al peso audiovisual que tenía las redes sociales de la alcaldía, por subir mucha información diaria, se estaba perdiendo el tinte político y el peso de las notas que si tenían que llegar a la comunidad e impactar, es por eso que se planteó lo siguiente:

- No publicar notas que no impacten o generen cambio en la comunidad (Esto se decide en conjunto con el jefe de prensa y la dependencia que transmite la información).
- Publicar notas donde la gente pueda interactuar o recibir algún beneficio de la administración municipal, por ejemplo, afiliaciones, concursos, becas, consejos, comités, entre otros, ya que esto genera más flujo y/o visitas a la página web y redes sociales.
- Teniendo en cuenta que los contratos muchas veces deben cumplir con mostrar las evidencias de las actividades que realizan desde las diferentes dependencias, se llegó al acuerdo de subir el material solo a la página web de la Alcaldía Municipal, por ende, cada funcionario deberá compartirla en sus redes sociales y así generar más flujo en esta plataforma.

Figura 22

Manual de recomendaciones para los jefes de despacho.



Enlace para el manual de recomendaciones para jefes de despacho:

<https://drive.google.com/file/d/1PpYKZ2JrBQUZtlpqCMRd3D-ILk140OFv/view>

Diseño en físico del manual de recomendaciones **Figura 123**



6. Reunión general de socialización del manual de comunicaciones con la oficina de prensa y el jefe inmediato de la empresa:

Figura 24

Reunión con el secretario de gobierno



Fuente: Autora (2021)

Figura 25

Reunión de socialización con la oficina de prensa



Fuente: Autora (2021)

7. Reunión individual por oficina con cada jefe de despacho, para despejar dudas sobre el manual de recomendaciones y entrega del mismo por medio magnético e impreso.

Figura 26

Jefes de despacho, Centro de Convivencia.



Fuente: Autora (2021)

Figura 27

Jefes de despacho de Oficina de Discapacidad, Atención al Ciudadano y Régimen Subsidiado



Fuente: Autora (2021)

Figura 28

Jefe de despacho de la oficina de ventanilla única.



Fuente: Autora (2021)

8. Entrega e instalación del manual de comunicaciones dentro de la oficina de Prensa y Comunicaciones

Figura 29

Entrega e instalación del manual de comunicaciones dentro de la oficina de Prensa y Comunicaciones.



Fuente: Autora (2021)

4. Diagnóstico final

Fruto de la realización de esta pasantía dentro de la Alcaldía Municipal de Ábrego, se logró establecer un canal de retroalimentación entre las dependencias y la oficina de prensa en lo relacionado con el manejo de información, publicaciones y similares; mediante un formato de encuesta se dio impulso a la evaluación de los procesos con el fin principal de establecer la mejora continua. Los resultados obtenidos con este instrumento de evaluación fueron socializados con las dependencias de la administración municipal, estableciendo estrategias para mejorar la misión institucional y la comunicación interna.

Por otra parte, se logró formular y socializar un manual de responsabilidades para la oficina de prensa, con este se pretende armonizar y enmarcar las actuaciones de esta dependencia, buscando así eliminar el desorden y la distorsión de la forma de presentación de la información. Con este manual se pretende que toda información emitida por la oficina sea estructurada bajo a unos lineamientos específicos, respetando reglas y especificaciones técnicas, de tal manera que el receptor de estas poblaciones perciba la calidad, claridad y utilidad de la información emitida por la alcaldía municipal. Así mismo, con este manual y sus lineamientos, permite la evaluación de los productos de la dependencia, permitiendo así establecer a futuro indicadores de gestión y desempeño.

Así mismo, se estableció un manual de recomendación para las dependencias, ya que, con el manual de responsabilidades se busca organizar la oficina de prensa, pero, con este se pretende organizar y enmarcar la forma como se realizan solicitudes desde las otras dependencias hacia la oficina de prensa. Así pues, el manual de recomendaciones establece los plazos y la forma como deben radicar solicitudes para cada tipo de producto de prensa solicitado.

5. Conclusiones

A partir del dialogo con las diferentes dependencias de la alcaldía se logró aprobar manuales para la oficina de prensa y para las demás dependencias en lo relacionado con el manejo de la información, notando un gran interés y acercamiento entre las dependencias para solventar la desinformación y la mal organización dentro de cada una de ellas, llevando a cabo bien el ejercicio con la oficina de prensa y comunicaciones; notando también buena participación y apoyo para la realización de estos marcos de actuación. En este sentido, se evidencia el compromiso de la alcaldía municipal por el mejoramiento de sus procesos, así como la férrea convicción del trabajo de calidad, siempre con la finalidad de ofrecer a la ciudadanía servicios de alta calidad, partiendo de información veraz, clara, explicativa, de alta calidad y estética.

Por su parte, se denota que dentro de los espacios de trabajo se encuentran falencias en el modo de ejecutar la misión institucional, por lo que, es sumamente importante la generación de espacios con ideas nuevas que permitan el diagnóstico, la retroalimentación, y la mejora continua; permitiendo un mejor desempeño institucional. Por ello, esta pasantía permitió la consolidación de estrategias a nivel de manejo de la información propicios para la consolidación de marcos de actuación tendientes a la eficiencia en los procesos misionales llevados a cabo por la dependencia, en este caso concreto la oficina de prensa y comunicaciones.

La información emitida por una entidad refleja su organización y la seriedad de sus procesos; es su cara al público, por ello es importante ofrecer al ciudadano un contenido serio y de mucha calidad técnica, de manera que la imagen pública de la organización siempre mantenga un status acorde a su importancia en el territorio. Además, la ciudadanía tiene el derecho a ser informada objetivamente en forma clara y concisa, por lo que es necesario trabajar en generar información de calidad.

6. Recomendaciones

El proceso adelantado debe ser completamente ejecutado en todas las fases habladas en las diferentes socializaciones, por lo que el éxito de estas estrategias dependen de la voluntad de los funcionarios de la administración municipal y, principalmente, del compromiso y trabajo de los funcionarios de la oficina de prensa y comunicaciones, pues son ellos quienes en primera medida deben dar el ejemplo de un marco de actuación claro, serio y efectivo; sólo con este ejemplo tendrán la facultad para incentivar a las demás dependencia a aplicar correctamente los lineamientos formulados y aprobados para cada uno de ellos.

Por otra parte, es fundamental establecer un diagnóstico a nivel externo para evaluar la percepción de la ciudadanía referente al manejo de la información de la Alcaldía Municipal, tanto la emitida por esta como la recibida de parte de la comunidad; por ello, el diagnóstico debe extenderse también fuera de la alcaldía. En este sentido, a través de estas estrategias se genera la retroalimentación necesaria para el mejoramiento de los canales y la forma de difusión de la información, llegando a un mejor desempeño institucional en lo que ha prensa y comunicaciones se refiere. De igual manera, el manual de recomendaciones debe ajustarse a futuro con la retroalimentación del diagnóstico externo, a fin de regular la información y solicitudes de la ciudadanía, de manera que se conserve el orden y la organización tanto interna como externamente.

7. Referencias

- Casares, E. (2007). La Comunicación en la Organización; la Retroalimentación como Fuente de Satisfacción. *Razón y palabras*, (56).
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520729022.pdf>
- Cardona, O.D. (2001). *Estrategia de divulgación e información pública para la gestión del riesgo*. https://www.desenredando.org/public/varios/2002/pdrd/3-1EDIP_F-may_28_2002.pdf
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta, España.
- Contraloría de Bogotá D.C. (2018, 07 de marzo). *Procedimiento para elaborar el plan de acción institucional*.
http://www.contraloriabogota.gov.co/sites/default/files/Contenido/Normatividad/Resoluciones/2018/RR_018_2018%20Nueva%20Versi%C3%B3n%20de%20Algunos%20Documentos%20del%20Sistema%20Integrado%20de%20Gesti%C3%B3n%20SIG/PDE-04%20Proc%20Plan%20de%20Acci%C3%B3n%20Institucional.pdf
- Cooperberg, A.F. (2002). Las herramientas que facilitan la comunicación y el proceso de enseñanza-aprendizaje en los entornos de educación a distancia. *Revista de Educación a Distancia*, (3). <https://www.redalyc.org/pdf/547/54700302.pdf>
- Fondo MIVIVIENDA. (2016). *Manual de organización y funciones oficina de prensa e imagen institucional*. https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/10029/PLAN_10029_2016_MOF-OFICINA_DE_PRESA_E_IMAGEN_INSTITUCIONAL2016.PDF
- Función Pública. (2018, 30 de octubre). *Actividad 26 Retroalimentación de resultados de la rendición de cuentas a los grupos de interés*. Función Pública Gobierno de Colombia.
https://www.funcionpublica.gov.co/web/murc/respuesta1/-/asset_publisher/k5EyMjix5n8A/content/actividad-26
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Ministerio de Cultura. (2010, 05 de noviembre). *Guía para elaborar un plan de acción*.
<http://www.sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.pdf>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f.) *Transparencia y acceso a información pública*. MinTIC. Consultado el 15 de junio de 2021.
<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Atencion-y-Servicio-a-la-Ciudadania/Transparencia/>
- Olvera-espínosa, E.; Pedroni-Lara, F. y Pérez-Madrid, J. (2017). Modelo Organizacional de Retroalimentación para el Aprendizaje del Capital Humano: MORACH. *Revista de sistemas y gestión educativa*, 4(11), 1-13.
https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Sistemas_y_Gestion_Educativa/vol4num11/Revista_de_Sistemas_y_Gestion_Educativa_V4_N11_1.pdf

Ponce, L.R. (2014). *La comunicación externa e interna desde el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial* [Trabajo de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala].

Procuraduría General de la Nación [PGN]. (2015, 16 de mayo). *La importancia del acceso a la información para la participación ciudadana*.
<https://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/C4.pdf>

Rodríguez, A. (2014, 07 de enero). *¿Qué es comunicación pública?* Utel BLOG.
<https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/que-es-comunicacion-publica/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20p%C3%BAblica%20est%C3%A1%20encaminada,env%C3%ADo%20de%20datos%20son%20v%C3%A1lidos>.

RTVC Sistema de Medios Públicos. (2020, 03 de noviembre). *Comunicación pública y privada en Colombia, definición, características y retos*. RTVC Sistema de Medios Públicos.
<https://www.rtv.gov.co/noticia/comunicacion-privada-publica-colombia-definicion-caracteristicas-retos>

8. Apéndices

Apéndice A. Encuesta

1. Califique el trabajo que viene realizando el área de prensa y comunicaciones de la Administración Municipal
Excelente ___

Bueno ___

Regular ___

Malo ___
2. ¿Qué aspectos cree usted que se deberían tener en cuenta al momento de publicar una noticia?
3. ¿Los aspectos mencionados anteriormente cumplen con el manejo de la información que se brinda al público desde el área de Prensa?
Sí ___

No ___

Tal vez ___
4. ¿Los eventos y actividades realizadas desde su dependencia son publicados a tiempo en los medios de comunicación propios de la Administración Municipal?
Sí

No

Algunas veces
5. ¿Los (a) integrantes del área de prensa asisten a los eventos programados desde las diferentes dependencias de la Administración Municipal?
Sí

No

Algunas veces
6. ¿el área de prensa y comunicaciones cumple con asistir a eventos realizados dentro y fuera del Municipio?
Sí
No
Algunas veces

7. ¿Existe buena redacción en las notas publicadas emitidas por cada dependencia de la administración?
Sí

No

Algunas veces
8. ¿Al momento de publicar las noticias el equipo de prensa utiliza buen material audiovisual, como fotografías, videos, entre otros?
Sí ____

No ____

Algunas veces ____
9. ¿Está usted de acuerdo en la forma de recolección de la información utilizada por el área de prensa al interior de su dependencia?
Sí ____

No ____
10. ¿Qué recomendaciones le haría al equipo de prensa y comunicaciones al momento de recolectar la información y publicarla a la comunidad Abreguense?

Apéndice C. Dedicatoria

Primeramente, quiero darle las gracias a Dios por haberme permitido culminar este proceso de la mejor manera, con altos y bajos, pero con la plena seguridad de que me enseñaron a seguir luchando por mis sueños. A mi madre quien es la musa de mi inspiración y el pilar fundamental para poder estar donde estoy hoy en día; agradecerle por todo lo bueno que ha hecho por mí, por su amor, paciencia, templanza y sobre todo por siempre creer en mí, por darme su voz de aliento en momentos donde pensaba que no podía más, porque sin tener mucho, me dio todo lo necesario para poder alcanzar este primer escalón, de los muchos que vienen, a mi papá y a mis hermanos que también son mi fuente de superación, a mi tíos, Yobany, Francisco Víctor y Yuleima, por aportar un granito de arena en mi formación y creer en mi potencial, a mis abuelos, especialmente a uno que está gozando de la gloria del cielo, Miguel Ángel, quien fue fuente de inspiración en algunos trabajos que realicé durante mis estudios, a mi sobrino Maximiliano, y por último a esos verdaderos amigos y personas que estuvieron conmigo durante este camino, sin importar si hoy en día no tenemos alguna comunicación, siempre los recordaré con agradecimiento.