	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	Dependencia	Aprobado		Pág.
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1(124)</b>	

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	MARÍA CAMILA ÁLVAREZ ANTELIZ
<b>FACULTAD</b>	DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	COMUNICACIÓN SOCIAL
<b>DIRECTOR</b>	LICETH LILIANA AREVALO PEREZ
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES ELABORADO POR EL IMEBU PARA FORTALECER SU IMAGEN CORPORATIVA

#### RESUMEN

EN EL PRESENTE PROYECTO SE DESARROLLAN ASPECTOS ENFOCADOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES ELABORADO POR EL IMEBU PARA FORTALECER SU IMAGEN CORPORATIVA, PARTIENDO DEL DIAGNÓSTICO DE UN ESTUDIO DE OBSERVACIÓN DE CAMPO QUE NOS FACILITA HACER UNA EVALUACIÓN DE CÓMO SE ENCUENTRA ESTABLECIDA EL ÁREA DE COMUNICACIONES Y COMO SE MANEJA LA INFORMACIÓN TANTO INTERNA COMO EXTERNA EN LA ENTIDAD, DE ACUERDO A LO ANTERIOR SE DESARROLLAN ESTRATEGIAS QUE TIENEN EL OBJETIVO DE:

- APOYAR LA REALIZACIÓN DE NOTAS DE PRENSA DONDE SE INFORME SOBRE: EVENTOS, ACTIVIDADES, PROGRAMAS, PROYECTOS Y GESTIÓN INSTITUCIONAL.
- REALIZAR EL DISEÑO DE PIEZAS PUBLICITARIAS

#### CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 124	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 38	CD-ROM: 1
--------------	-----------	-------------------	-----------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104  
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES ELABORADO POR EL  
IMEBU PARA FORTALECER SU IMAGEN CORPORATIVA**

**AUTOR**

**MARÍA CAMILA ÁLVAREZ ANTELIZ**

**Trabajo de grado presentado bajo la modalidad de pasantías para optar por el título de  
comunicadora social**

**DIRECTOR**

**Esp. LICETH LILIANA AREVALO PEREZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Bucaramanga, Colombia**

**Febrero, 2020**

## Índice

Capítulo 1. Implementación del plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa .....	1
1.1. Descripción del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU .....	1
1.1.1 Misión del IMEB .....	1
1.1.2. Visión del IMEBU .....	2
1.1.3 Objetivos del IMEBU .....	2
1.1.4 Estructura organizacional .....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia .....	5
1.2 Diagnóstico inicial .....	11
1.3 Objetivos de la pasantía .....	16
1.3.1 General .....	16
1.3.2 Específicos.....	16
1.4 Actividades a desarrollar.....	16
Capítulo 2. Enfoques referenciales.....	18
2.1 Enfoque conceptual.....	18
2.2 Enfoque legal.....	22
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	29
3.1 Presentación de resultados .....	29
3.1.1. Objetivo 1. Generar contenidos periodísticos institucionales de interés corporativo para los canales de comunicación interna y externa para dar el cumplimiento del respectivo objetivo se tuvieron en cuenta una serie de actividades que fortalecieron las comunicaciones internas y externas del instituto.....	30
3.1.2. Objetivo 2. Crear contenido visual de los atributos y logros organizacionales que permitan al IMEBU proyectar su imagen corporativa y una apropiación del mismo	39
3.1.3. Objetivo 3. Desarrollar estrategias de posicionamiento de la imagen del IMEBU con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos	60
Capítulo 4. Diagnóstico final .....	66
Capítulo 5. Conclusiones .....	68
Capítulo 6. Recomendaciones.....	69
Referencias.....	70
Apéndices.....	73

## Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA del IMEBU .....	12
Tabla 2. Actividades a desarrollar.....	16
Tabla 3. Indicadores del plan de comunicaciones autorizados por el IMEBU para la realización de las pasantías.....	30
Tabla 4. Cronograma de actividades mes agosto para el respectivo cubrimiento periodístico.	31

## Lista de figuras

Figura 1. Organigrama del IMEBU .....	3
Figura 2. Diagrama fases del diseño estrategia de comunicaciones del IMEBU. Fuente: Documento archivo de calidad del IMEBU (IMEBU, Manual de imagen corporativa , 2017) .....	7
Figura 3. Diagrama descripción de procedimientos Asistencia a comunicaciones y publicaciones electrónicas.....	10
Figura 4. Anexo fotográfico de los eventos del IMEBU con su respectivo cubrimiento periodístico.....	36
Figura 5. Anexo registro de recolección de información por medio de entrevistas cortas, fotografías y videos.....	37
Figura 6. Anexo registro de notas informativas compartidas para los medios de comunicación institucionales preestablecidas .....	38
Figura 7. Anexo plantilla para la publicación de las vacantes de la semana para las redes sociales del IMEBU .....	41
Figura 8. Anexo plantilla para la publicación de las vacantes de convocatoria pública para las redes sociales del IMEBU.....	42
Figura 9. Anexo presentación de diapositivas gestión de Agencia de Empleo en la población vulnerable.....	43
Figura 10. Anexo folleto condiciones de vulnerabilidad beneficiadas por la Agencia de Empleo.....	43
Figura 11. Folleto Agencia de empleo.....	43
Figura 12. Invitación a la Feria Laboral Bilingüe en Bucaramanga .....	44
Figura 13. Volante presentación de los programas misionales del IMEBU .....	45
Figura 14. Mecanismos de participación, comunicación y consulta ciudadana.....	46
Figura 15. Plataforma de inicio de la página web del IMEBU <a href="http://www.imebu.gov.co">www.imebu.gov.co</a> .....	47
Figura 16. Flyer para promover el programa SE LE TIENE.....	48
Figura 17. Flyer que se diseñó para promover la campaña de donación para la ICBF.....	48
Figura 18. Anexo plantilla de talleres y capacitaciones PROGRESA para historias y publicaciones destacadas de las redes sociales del IMEBU.....	49
Figura 19. Flyer para promocionar el evento del CAFÉ MENTOR 2019 PROGRESA .....	50
Figura 20. Flyer para promocionar el evento del 2do Encuentro Empresarial Bucaramanga Progres.....	50
Figura 21. Flyer para promover la feria de servicios de empleabilidad PROGRESA .....	51
Figura 22. Flyer para la Campaña de promoción de servicios del programa Banca Ciudadana .....	52
Figura 23. Anexo Recolección informe de gestión de los programas misionales del IMEBU. .....	53
Figura 24. Propuesta Edición N° 1 portada de la revista IMEBU.....	54
Figura 25. Diagramación y contenido de la propuesta de la revista IMEBU, sección del programa Centro de Desarrollo de Empleabilidad Progres.....	55
Figura 26. Diagramación y contenido de la propuesta de la revista IMEBU sección del programa Coworking .....	56
Figura 27. Página de revista con los indicadores de gestión de personas atendidas y beneficiadas a través de los programas misionales.....	57
Figura 28. Página de revista con estadísticas de la población vulnerable atendida por los programas misionales, Agencia de empleo, Banca Ciudadana, Progres y Coworking.....	58

Figura 29. Brochure de servicios Banca Ciudadana .....	59
Figura 30. Brochure de servicios para Coworking .....	59
Figura 31. Redes sociales Facebook, pagina web, twitter e Instagram del IMEBU .....	61
Figura 32. Publicaciones en la red social Facebook .....	62
Figura 33. Anexo bitácora de seguimiento de redes sociales Twitter y Facebook.....	62
Figura 34. Anexo registro de seguimiento a las redes sociales del IMEBU .....	63
Figura 35. Estadística total de me gustas de la página de Facebook del IMEBU .....	64
Figura 36. Estadística total de seguidores de la página de Facebook del IMEBU .....	64
Figura 37. Conexión de mensajería de la página de Facebook del IMEBU .....	64
Figura 38. Multimedia en la base de datos drive del IMEBU .....	65

## Lista de Apéndices

Apéndice A. Observación De Campo 1 .....	74
Apéndice B. Observación de campo 2.....	75
Apéndice C. Análisis cualitativo área de comunicaciones, estrategia de posicionamiento de imagen del IMEBU en las redes sociales Facebook (@Imebuoficial) Twitter (@Imebu) .....	76
Apéndice D. Manual de identidad del IMEBU .....	78
Apéndice E. Manual de identidad Progresá .....	79
Apéndice F. Registro editable de piezas gráficas de las vacantes de Agencia de Empleo en el programa ilustrador.....	80
Apéndice G. Proceso de realización de contenido para los programas misionales del IMEBU. ....	81
Apéndice H. Proceso de auditoría del área técnica del IMEBU .....	82
Apéndice I. Informe de auditoría de control interno para el área de comunicación. ....	83
Apéndice J. Repositorio documental equipo técnico IMEBU .....	84
Apéndice K. Registro de notas informativas para el medio de comunicación interno preestablecido por el IMEBU .....	86
Apéndice L. Registro de las comunicaciones internas del área subtécnica por el correo electrónico.....	87
Apéndice M. Flyer rendición de cuentas Progresá construyendo historias de éxito 2019.....	88
Apéndice N. Plantillas realizadas para la difusión de vacantes individuales.....	89
Apéndice O. Cubrimiento de eventos más relevantes.....	91
Apéndice P. Capacitación ciclo vital básico extinción de fuego y contra incendios .....	92
Apéndice Q. Feria de empleabilidad convocatoria pública de la Agencia de Empleo .....	93
Apéndice R. Smart City Forúm Bucaramanga.....	94
Apéndice S. Segundo Encuentro Empresarial Bucaramanga Progresá.....	95
Apéndice T. Café Mentor Progresá.....	96
Apéndice U. Semana global del emprendimiento.....	97
Apéndice V. Apalanca fest .....	98
Apéndice W. Rendición de cuentas del IMEBU.....	99
Apéndice X. Promoción y difusión de servicios Progresá .....	100
Apéndice Y. Orientación laboral Agencia de Empleo.....	101
Apéndice Z. Talleres para emprendedores y empresarios en Coworking.....	102
Apéndice AA. Bitácora seguimiento de publicaciones en redes sociales.....	103
Apéndice BB. Presentación de diapositivas gestión de Agencia de Empleo en la población vulnerable.....	106
Apéndice CC. Propuesta Edición N°1 Revista IMEBU.....	107

## Resumen

En el presente proyecto modalidad de pasantía que se desarrolla a continuación, se tiene como objetivo la implementación del plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa. Cada una de las estrategias es ejecutada por la autora del proyecto en acompañamiento y supervisión de Deicy Hernández Gama subdirectora del área técnica y Milena Garnica coordinadora del área de comunicaciones del IMEBU.

El proceso de pasantía inicia mediante la realización de un diagnóstico de campo enfocado en el área de comunicaciones, por medio de este se lograron identificar las fortalezas y debilidades con las que inicialmente se encontraba dicha área. Una vez realizado el análisis inicial el área presenta el plan de comunicaciones que se tiene establecido por la alcaldía de Bucaramanga y por el cual actualmente se rige. Dentro de los objetivos contemplados en el plan de comunicaciones se delegó para el escenario de pasantías la ejecución de actividades basadas en apoyar la realización de notas de prensa donde se informe sobre: eventos, actividades, programas, proyectos y gestión institucional, además de realizar el diseño de piezas publicitarias y de acompañar la realización de eventos institucionales.

Posteriormente se realiza un plan de trabajo desarrollada en el presente informe el cual se fundamenta en los objetivos establecidos por el plan de comunicaciones del IMEBU, que busca el cumplimiento de actividades estratégicas que fortalezcan la imagen corporativa de la institución.



Como resultado a la ejecución de la propuesta de trabajo se concluye con el cumplimiento de los objetivos en cuanto a la generación de contenido para las redes sociales que integra Facebook. Twitter, así como la página web de la entidad, se elabora una revista digital informativa que expone la gestión desarrollada y el cumplimiento de metas del segundo periodo de rendición de cuentas 2019 del IMEBU, sumado a lo anterior se crea contenido visual que aborda los atributos y logros organizacionales que le permiten al IMEBU proyectar su imagen corporativa, aumentar su reputación y posicionarse.

## **Introducción**

Dentro del escenario organizacional de las empresas el mundo digital y la evolución del marketing han jugado un papel fundamental en temas estratégicos de posicionamiento y crecimiento en el mercado. Pero ¿Cómo ha evolucionado el concepto comunicacional que tienen las empresas? En la actualidad el marketing se ha definido como una herramienta empresarial que fortalece las tecnologías de información y la comunicación que operan como pieza fundamental en la actividad que se lleva a cabo entre la organización y la satisfacción de las necesidades del público objetivo, donde los medios de comunicación social globalizan la formación e información que tiene el consumidor y el cambio de hábitos en el consumo.

Basado en lo anterior en el presente proyecto se ejecuta un plan de trabajo que involucra el marketing digital partiendo de una realidad y una necesidad que impone el mercado frente las empresas. Dentro de las estrategias contempladas en dicho proyecto los medios de comunicación, como lo son las redes sociales fortalecieron notablemente la reputación y visualización de la identidad institucional con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos.

## **Capítulo 1: Implementación del plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa**

### **1.1. Descripción del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU**

El Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU fue creado mediante acuerdo municipal 030 de 2002, como un establecimiento público de orden municipal, dotado de personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, con patrimonio independiente, adscrito a la secretaría de desarrollo social del municipio de Bucaramanga, que tiene por objeto el impulso de la política municipal de empleo y fomento de la empresa. (IMEBU, Pagina web , 2018)

**1.1.1 Misión del IMEB.** Liderar, orientar, coordinar y socializar todas las acciones de los sectores público y privado para mejorar la calidad de vida de las familias, mediante la solución de sus necesidades de empleo y el impulso de programas de fomento empresarial, utilizando para ello los elementos establecidos por la Ley. (IMEBU, Pagina web, 2018)

**1.1.2. Visión del IMEBU.** Durante los próximos cuatro años lograremos construir una cultura ciudadana que reconozca el emprendimiento, la innovación social y el liderazgo de principios de la lógica la ética y la estética, como uno de los más importantes valores de la ciudad; lograremos crear las innovaciones sociales que le proporcionarán a la ciudad la fuente de soluciones a los más importantes problemas sociales, creando el capital social, el sentido de solidaridad y responsabilidad social a partir de la confianza en las instituciones públicas y privadas. (IMEBU, Pagina web , 2018)

### **1.1.3 Objetivos del IMEBU**

- Impulsar la política municipal de empleo y fomento de las empresas.
- Compromiso en el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades.
- Gestión de la actividad municipal en los ámbitos de la formación para el empleo.
- La orientación e inserción laboral.
- La promoción económica y empresarial.
- La investigación socioeconómica, buscando con ello la disminución del empleo

El Instituto está constituido para hacer parte del esfuerzo colectivo por mejorar las condiciones de vida de los habitantes de Bucaramanga, a través de políticas encaminadas a promover el desarrollo económico y social de la ciudad.

La fortaleza de su intervención estará soportada en tres propósitos:

- Su interés permanente por el análisis de la problemática del desempleo.
- Su intencionalidad expresa de promover la formación orientada al trabajo.
- El compromiso ineludible de implementar estrategias integrales para la consolidación de una mentalidad empresarial orientada a la generación de empleo.

Hoy por hoy el Instituto cobra máxima justificación ante la necesidad de compatibilizar los requerimientos locales con el proceso de globalización y de participar de manera activa en la creación del tejido social que permitirá posicionar a Bucaramanga como ciudad viable en el siglo XXI. (IMEBU, Gestion técnica de calidad, 2017)

#### 1.1.4 Estructura organizacional.



*Figura 1.* Organigrama del IMEBU.

Fuente: Presentación en página web del IMEBU (IMEBU, Pagina web, 2018)

La descripción de la estructura Organizacional de la IMEBU se encuentra en proyección debido a que la empresa está en organización y dirección para lograr la certificación en el sistema de gestión de calidad, por lo tanto, está determinando las áreas necesarias que conformará el proceso administrativo y de gestión.

**Subdirección Técnica:** se encarga de establecer las actividades para apoyar la implementación de planes estratégicos con el fin de mejorar la productividad y la competitividad de las empresas de Bucaramanga.

La Subdirección del IMEBU, realizará mesas de trabajo o reuniones en las que se analizarán los diferentes interesados, con el fin de priorizar la población que se capacitará a partir de las debilidades en las competencias claves o transversales detectadas en la ruta de empleo o a partir de la demanda del sector empresarial; dentro del área se encuentran las siguientes áreas:

- **Gestión técnica de fomento de empleo:** establece las actividades para fortalecer las competencias laborales de la población que se acerca al Instituto, con el fin de cerrar las brechas existentes que dificultan el acceso al mercado laboral y/o a la generación de ingresos.
- **Gestión técnica de fortalecimiento:** se enfoca en las actividades para apoyar la implementación de planes estratégicos con el fin de mejorar la productividad y la competitividad de las empresas de Bucaramanga.

- **Gestión técnica de emprendimiento:** se encarga de las actividades para la Implementación y socialización de un mega portal del emprendimiento, innovación y liderazgo para la comunidad, que permita poner a disposición contenidos digitales e información de redes de conocimiento y la creación de programas virtuales. (IMEBU, Gestión técnica de calidad, 2017)

### **1.1.5 Descripción de la dependencia.**

**Área de Comunicación del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU.** El área de comunicación se encuentra ubicada en la sede principal de la Alcaldía de Bucaramanga, su estructura interna está compuesta por un especialista en comunicación e imagen, un diseñador gráfico y periodistas quienes son los encargados de representar el área, por lo tanto las actividades contempladas en el IMEBU siempre deben estar revisadas y avaladas directamente por la Alcaldía, este equipo de trabajo es el responsable de gestionar las acciones comunicativas de la organización se encargan de proponer, formular e implementar estrategias y lineamientos de comunicación interna y la comunicación para los ciudadanos como eje estratégico para la fidelización de sus servicios.

### **Estrategia de comunicaciones**

**Objetivo:** Establecer las actividades para posicionar los servicios que presta la Agencia de Empleo del IMEBU, la cual hace parte de la Red de Prestadores del Ministerio de Trabajo y tiene como función principal la vinculación de oferentes (buscadores de empleo) a vacantes ofrecidas por los demandantes (empresas que generan vacantes).

**Alcance:** Inicia con el diseño de la estrategia y termina con la implementación de las acciones que permitan socializar el servicio público de empleo que presta la Agencia de Empleo del IMEBU hacia oferentes y demandantes.

### **Responsabilidades**

Involucra al Equipo de la Agencia de Empleo quien apoya su desarrollo de acuerdo a las actividades aquí descritas. El procedimiento es liderado por el la Subdirección Técnica del IMEBU en alianza con la Unidad de Servicio Público de Empleo y el Ministerio de Trabajo, y con el apoyo del área de comunicaciones de la Alcaldía y del área de sistemas del IMEBU.

### **Definición de las metas**

Implementar y mantener una estrategia de comunicaciones para la socialización del servicio público de empleo, hace referencia al diseño e implementación de una estrategia de comunicación desarrollada para dar a conocer la gestión realizada por los actores del servicio público de empleo a las empresas y a la ciudadanía. (IMEBU, Gestion técnica de calidad, 2017)



No.	DIAGRAMA DE FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
1	<pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; A[Identificación y articulación de interesados.]     A --&gt; B[/Registro de asistencia a eventos/]     B --&gt; C{1}           </pre>	<b>Identificación y articulación de interesados.</b> La Subdirección del IMEBU, realizará mesas de trabajo o reuniones en las que se analizarán los diferentes interesados y/o aliados, con el fin de diseñar e implementar una estrategia de comunicaciones que permita posicionar los servicios que presta la agencia de empleo del IMEBU.	Subdirector Técnico IMEBU  Aliados	A-GTHFO02 Registro de Asistencia a Eventos
2	<pre> graph TD     C{1} --&gt; D[Diseño de la Estrategia]     D --&gt; E[/Estrategia de Comunicaciones/]           </pre>	<b>Diseño de la Estrategia:</b> Se documentará y firmará las acciones contempladas como estratégicas para lograr el objetivo comunicacional.	Director General  Subdirector Técnico IMEBU	M-GTU-FO10 Formato Estrategia de Comunicaciones
3	<pre> graph TD     F[Implementar la estrategia] --&gt; G[/Acciones estratégicas implementadas/]           </pre>	<b>Implementar la Estrategia.</b> El equipo de la Agencia de Empleo del IMEBU, con el apoyo de la Subdirección Técnica y los aliados involucrados, implementarán las acciones descritas en la estrategia de manera periódica y realizará seguimiento mensual a su implementación.	Equipo Agencia Empleo  Subdirector Técnico IMEBU  Aliados	Publicaciones
4	<pre> graph TD     H[Realizar reuniones de seguimiento] --&gt; I[/Acta de comité/]           </pre>	<b>Cierre del proyecto.</b> Una vez se verifica el cumplimiento de las actividades anuales a cargo del IMEBU, se reúne el equipo de trabajo junto con el SubTécnico y el Director con el fin de dar por terminadas las actividades que integraron el desarrollo del programa.	Director General  Subdirección técnica  Equipo técnico	E-GPE-FO01 Acta de Comité
5	<pre> graph TD     J[Evaluación del Programa] --&gt; K[/Acta de comité/]     K --&gt; L([FIN])           </pre>	<b>Evaluación del programa.</b> Finalizada la vigencia del programa se reúnen los participantes del programa y se evalúan aspectos como: 1. Cumplimiento de metas establecidas para la vigencia. 2. Impacto del programa. 3. Lecciones aprendidas. 4. Oportunidades de mejora. 5. Aspectos por mejorar.	Dirección General  Subdirección técnica  Equipo Técnico	E-GPE-FO01 Acta de Comité

Figura 2. Diagrama fases del diseño estrategia de comunicaciones del IMEBU.

Fuente: Documento archivo de calidad del IMEBU (IMEBU, Manual de imagen corporativa , 2017)

La comunicación social es un campo de estudios interdisciplinarios que se encarga de comprender, analizar e interpretar la realidad social; en el IMEBU se maneja la comunicación interna y externa como eje estratégico de difusión, apropiación y proyección de la cultura, la identidad y la imagen con el fin de establecer procesos y protocolos de interacción y optimización de los trámites y servicios en cada una de las dependencias y programas de la institución.

**Objetivo:** Generar posicionamiento en los medios de comunicación con el fin de propiciar mayor recordación de la imagen, trámites, servicios y canales de interacción en la mente del ciudadano.

**Funciones:**

- Organizar y divulgar eventos que capten la atención de los públicos y medios de comunicación.
- Realizar ruedas de prensa, cuando sea necesario, para destacar hechos noticiosos de la organización.
- Recopilación y archivo de recortes y grabaciones de las apariciones mediáticas.
- Generar contenido para la revista institucional.
- Apoyar en la redacción y adecuación de contenidos textuales de comunicación interna y externa.

## **Asistencia a comunicaciones y publicaciones electrónicas**

**Objetivo:** Definir las actividades, responsabilidades y controles para la comunicación y publicación en medio digital oportuna de información documentada, ante los organismos de control y la página web del Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga IMEBU, con el fin de asegurar el cumplimiento a las disposiciones legales.

**Funciones:** Se realiza la publicación de noticias, novedades e información actualizada del área misional. (IMEBU, Gestión técnica de calidad, 2017)

No.	DIAGRAMA DE FLUJO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTROS
1	<pre> graph TD   INICIO([INICIO]) --&gt; A[Entrega de información documentada]   A --&gt; B[/Información documentada/] </pre>	<p><b>Entrega de información documentada.</b>          Todo generador o dependencia que emite información documentada a publicar o comunicar obligatoriamente por ley en la página web y otros portales, hace entrega de forma completa, legible y oportuna a la oficina de sistemas en medio físico o digital en PDF.</p>	Responsable de la información documentada a publicar	Información documentada
2	<pre> graph TD   A[Verificación de la documentación recibida] --&gt; B[/Libro de anotaciones/] </pre>	<p><b>Verificación de la documentación recibida.</b>          Una vez recibida la solicitud, el responsable debe establecer si se trata de una solicitud de información pública o si se trata de una comunicación y revisa los documentos.</p>	Profesional Universitario Ingeniero de Sistemas.	Libro de anotaciones
3	<pre> graph TD   A[Cargar comunicados o publicaciones a la página web de IMEBU] --&gt; B[*Comunicación interna *información externa *Información documentada a publicar]   B --&gt; C{1} </pre>	<p><b>Cargar comunicados o publicaciones a la página web de IMEBU.</b>          Toda comunicación publicada es remitida con anterioridad a las áreas correspondientes por el responsable o generador de la comunicación.</p> <p>Una vez verificada la información o comunicación se sube a las respectivas páginas para su publicación según corresponda (Ver 6.1.3. Información documentada a publicar).</p>	Responsable de la información documentada a publicar	E-GPE-FO08 Comunicación interna E-GPE-FO09 Comunicación externa Información documentada a publicar
4	<pre> graph TD   A{1} --&gt; B[Registro de publicaciones]   B --&gt; C[/Bitácora/] </pre>	<p><b>Registro de publicaciones.</b>          Si se requiere tomar registro de pantallazo a las publicaciones realizadas, con el fin de dejar evidencia. La fecha de publicación debe ser anterior al término de la vigencia o plazo requerido para cada comunicación o publicación.</p> <p><i>Nota 1: En caso de que los documentos anteriormente relacionados sean entregados al Ingeniero de Sistemas en tiempo diferente a la fecha requerida para su publicación, se debe dejar constancia del incumplimiento por parte del responsable, quien asumirá la responsabilidad frente al procesos fiscal o sancionatorio en que se pudiera ver incurso el instituto frente al incumplimiento de lo preceptuado por la contraloría municipal.</i></p>	Profesional Universitario Ingeniero de Sistemas.  Responsable de la información documentada a publicar	Bitácora

Figura 3. Diagrama descripción de procedimientos Asistencia a comunicaciones y publicaciones electrónicas.

Fuente: Documento archivo de calidad del IMEBU (IMEBU, Manual de imagen corporativa , 2017)

## 1.2 Diagnóstico inicial

De acuerdo al análisis de comunicación realizado en el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEB, se logró identificar que los procesos de comunicación se encuentran actualmente mal estructurados debido a que no existen canales de difusión internos establecidos, factor que limita la información entre los empleados razón por la cual se generan reprocesos directamente en el posicionamiento de la empresa; todo esto ocurre debido a que no se encuentra establecida un área de comunicaciones consolidada dentro del instituto. Durante el proceso de inducción, etapa de conocimiento de las actividades de la empresa, se pudo identificar que en esta organización no implementa continuamente los canales internos y externos de comunicación herramienta estratégica clave en las empresas, dificultando una buena difusión de la información corporativa donde los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización no se encuentran marchando en una sola dirección, además de esto el área de comunicación lleva implementándose hace 1 año y los procesos adjuntos en el plan de trabajo de comunicación solo están contemplados más no desarrollados lo cual genera que hasta el momento el IMEBU no cuente con una cultura de apropiación, fidelización y reputación por parte de los ciudadanos de Santander.

Para la realización del diagnóstico comunicacional de la organización, se tuvo en cuenta una observación de campo siendo este un “método interactivo de recogida de información que requiere de la implicación del observador para obtener percepciones de la realidad estudiada, que difícilmente podríamos lograr sin implicarnos de una manera afectiva” (Rodríguez, 1996)

este método fue importante para que posteriormente se identificaran las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas encontradas en el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU y lo cual se encuentran representadas en la matriz dofa.

Tabla 1. *Matriz DOFA del IMEBU*

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se brinda una atención completa a los usuarios por medio de la ruta de empleo.</li> <li>➤ Ofrece capacitaciones en orientación laboral.</li> <li>➤ El IMEBU cuenta con la participación de proyectos de desarrollo social que benefician a la población en estado de vulnerabilidad.</li> <li>➤ El IMEBU cuenta con programas que ofrecen acompañamiento en todo el proceso de creación, constitución y crecimiento de empresas.</li> <li>➤ Incentiva el emprendimiento colectivo en las personas en estado de vulnerabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las instalaciones no son adecuadas para la prestación del servicio.</li> <li>➤ Falta de personal encargada de los procesos del área de Servicio de Empleo.</li> <li>➤ No hay difusión de contenido que generen valor agregado en los procesos misionales que presta el IMEBU.</li> <li>➤ No se encuentra estructurada el área de comunicaciones, lo que dificulta el correcto desarrollo del plan propuesto.</li> <li>➤ El material gráfico no es suficiente para el portafolio de servicios.</li> <li>➤ La cantidad de personas que puede acceder a los programas es muy limitada.</li> </ul>

- La cantidad de cursos ofertados se hace insuficientes frente a la demanda de los mismos por parte de los ciudadanos.

---

**FACTORES  
EXTERNOS**

**F-O**

**D-O**

---

**OPORTUNIDADES**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Generar alianzas con los medios de comunicación locales.</li> <li>➤ Establecer convenios con las universidades de la región que amplíe la oferta de cursos y capacitaciones.</li> <li>➤ Mejorar la oferta de oportunidades para los ciudadanos a través de alianzas estratégicas de entidades públicas de empleo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Por medio de los convenios con universidades ampliar el número de profesionales encargados de la asistencia en capacitaciones para la creación de empresas.</li> <li>➤ Aumentar la buena reputación y fidelización de los ciudadanos a través de los medios de comunicación locales.</li> <li>➤ Crear proyectos en beneficio de las comunidades vulnerables por medio de las alianzas con entidades públicas de empleo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gestionar recursos económicos que permitan el mejoramiento de la infraestructura del IMEBU.</li> <li>➤ Fortalecer los procesos comunicativos sacando provecho de las redes sociales y diferentes herramientas para la difusión de información del IMEBU.</li> <li>➤ Crear programas que brinden información de la entidad aprovechando las alianzas estratégicas con los medios de comunicación locales con el fin de generar credibilidad y reputación del IMEBU.</li> <li>➤ Ampliar el número de cupos para los cursos y capacitaciones a través de convenios con universidades de la región.</li> </ul> |
|---|---|---|

---

AMENAZAS	F-A	D-A
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Competencia desigual por parte de extranjeros que ofrecen de trabajo a bajos costos.</li> <li>➤ Disminución del apoyo presupuestal por parte del gobierno.</li> <li>➤ Aumento de la inseguridad de la región que disminuye la confianza en los inversionistas.</li> <li>➤ Inoportunidad de los pagos de deudores de ciertos programas que ponen en riesgo la subsistencia del mismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lograr por medio de la Alcaldía el aumento en la formalización de empleo que mitigue la competencia desigual.</li> <li>➤ Realizar actividades que permitan captar nuevos inversionistas que apoyen el desarrollo de los programas para fortalecer el emprendimiento colectivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inclusión de practicantes universitarios que apoyen los procesos de las áreas.</li> <li>➤ Planes estratégicos de generación de confianza para los inversionistas de la región.</li> </ul>

---

**Fuente:** Pasante del proyecto.

**1.2.1 Planteamiento del problema.** Teniendo en cuenta las grandes dificultades que han surgido en los marcos de las empresas es importantes identificar diversas falencias enfocadas en los temas de las comunicaciones internas y externas de la organización, reconociendo que son la estructura fundamental de la actividad organizativa que facilita el buen funcionamiento de los objetivos, logros y la competitividad de las entidades con el fin de que todos los ejes a desarrollar marchen en una sola dirección.

Se pueden identificar aspectos claves entre la comunicación interna y externa de la organización una vez definiendo los flujos de comunicación que afectan la cultura y el clima organizacional, siendo este aspecto de vital importancia ya que permite la participación y el



compromiso de los funcionarios de la institución; además de que fomenta la creación de estrategias comunicativas que proyecten, promuevan y refuercen la imagen de la organización donde se utilicen los medios de comunicación para proliferar la participación y reconocimiento del público, con el fin de fortalecer la organización y al mismo tiempo visibilizarla para un cambio social.

De acuerdo a lo anterior, surgió la necesidad de proponer un plan de trabajo a la subdirección técnica del IMEBU, que tiene como finalidad dar continuidad a la implementación del plan de comunicaciones elaborado por la Alcaldía de Bucaramanga; cuyo propósito es el cumplimiento de cada uno de los objetivos y tácticas adjuntas en el plan de acción enfocadas en fortalecer las comunicaciones internas y externas visibilizando los programas que oferta la institución con el fin de que se logre aceptación y reconocimiento de los mismos creando una estrategia comunicativa donde por medio de las herramientas y medios de comunicación se compartan todos los intereses, atributos y logros de la institución, proponiendo la elaboración de un brochure que le permita al ciudadano identificar los servicios que ofrece cada programa y posteriormente desarrollar una revista digital institucional con publicaciones de las metas alcanzadas y la gestión desarrollada por el Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial IMEBU.

### 1.3 Objetivos de la pasantía.

**1.3.1 General.** Implementar el plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa.

**1.3.2 Específicos.** Generar contenidos periodísticos institucionales de interés corporativo para los canales de comunicación interna y externa.

Crear contenido visual de los atributos y logros organizacionales que le permitan al IMEBU proyectar su imagen corporativa y una apropiación del mismo

Desarrollar estrategias de posicionamiento de la imagen del IMEBU con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos.

### 1.4 Actividades a desarrollar

Tabla 2. *Actividades a desarrollar.*

Objetivos Específicos	Actividades
Generar contenidos periodísticos institucionales de interés corporativo para los canales de comunicación interna y externa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer semanalmente el cronograma de actividades a realizar.</li> <li>• Realizar cubrimiento periodístico de los respectivos eventos del IMEBU.</li> <li>• Recolectar información veraz a través de entrevistas, datos, audios, videos.</li> <li>• Redacción y difusión de las noticias</li> </ul>

Crear contenido visual de los atributos y logros organizacionales que le permitan al IMEBU proyectar su imagen corporativa y una apropiación del mismo.

donde se informe el desarrollo de las actividades propias del IMEBU.

- Realizar piezas publicitarias (infografías, plantillas, banners y demás material visual) que apoyen el contenido informativo del IMEBU.
- Recolección de información basada en el seguimiento mensual de los procesos de cada programa del IMEBU para el contenido de la revista digital.
- Redacción de artículos y notas periodísticas para alimentar el contenido de la revista.
- Diseño de la revista digital con el fin de informar los servicios y noticias de la entidad.
- Diseñar un brochure digital de los servicios que brindan cada uno de los programas que ofrece el IMEBU.
- Manejo de redes sociales del IMEBU con el fin de hacer visible el contenido innovador para historias y publicaciones.
- Gestionar apoyo de multimedia para la comunidad online.
- Redactar y compartir notas informativas para los medios de comunicación institucionales
- Hacer seguimiento y verificar el cumplimiento de las actividades contempladas en el plan de trabajo.

Desarrollar estrategias de posicionamiento de la imagen del IMEBU con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos.

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

Durante el periodo de estas pasantías se quiso centrar enfoques conceptuales relacionados con la comunicación organizacional atendiendo a la gran importancia de proyectar una imagen corporativa y desarrollar estrategias de posicionamiento para el IMEBU; siendo la comunicación organizacional ese proceso sistemático en el cual se integra toda la estructura organizacional de la empresa y se compone en desarrollar estrategias a partir de la identidad conceptual, visual y concepto corporativo adecuado para la proyección de acciones e imagen global del instituto; este proceso comunicacional se constituye en el enfoque o una cultura que fortalece las relaciones laborales tanto internas como externas.

Según lo expuesto anteriormente pensadores como Davenport y Prusak, Nonaka y Takeuchi, Stewart, Sveiby y Morrison quisieron darle una nueva visión a las comunicaciones conceptualizando la comunicación organizacional como : “los procesos que facilita el intercambio de información y conocimientos, donde no se limita exclusivamente a la labor física, sino en los avances en materia de plataformas electrónicas como internet, lo cual a partir de esta década se ha concebido como la otra cara de la moneda en el desempeño de las empresas”.

(Félix, 2017)

Sumado a lo anterior, la cultura organizacional juega un papel fundamental a la hora de comunicar aspectos relacionados de la empresa ya que al igual que el individuo que pertenece a

ella, cada entidad tiene su propia personalidad; reconociendo que la cultura de una empresa es diferente ya que “está compuesta por símbolos, comportamientos y valores centrales, es el conjunto de instrumentos de la vida organizacional que deben promoverse mediante las actividades desarrolladas por cada entidad” (Robbins, 1993). Al evaluar la cultura organizacional se deben tener muy bien claro e identificar la misión, visión y elementos como metas, objetivos y logros para poderlos comunicar a través de los canales de comunicación tanto internos como externos.

De acuerdo a esto algo sumamente importante, es que ahora la comunicación organizacional no solo fortalece la empresa a nivel interno si no que ya en la era digital es un reto para las empresas crear cultura de emprendimiento e innovación inmersas en las nuevas tecnologías, que le permitan a la empresa ser competitiva en el mercado y dar a conocer sus procesos misionales siendo así, la comunicación digital una estrategia que permite mejorar los procesos comunicativos. Según, el autor Ivette Gonzales, “la comunicación digital logra transformar el intercambio de un proceso vertical a uno horizontal, en el que se da mayor apertura, participación, transparencia y la sensación de democracia”. (Gonzales, 2016).

El IMEBU se encuentra en proceso de fortalecimiento de los canales de comunicación digital, utilizando las plataformas como la página web y así mismo redes sociales como herramienta clave que facilite fortalecer su imagen corporativa y que ayude con el mejoramiento de su identidad, logrando que acorde a lo que desea transmitir la agencia de empleo pública. Actualmente el IMEBU ha conseguido posicionarse en las redes sociales de manera eficiente alcanzando altos índices de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online

donde diariamente el gusto de la página ha incrementado obteniendo seguidores nuevos; así mismo la interacción con diversos aliados en redes sociales lo cual ha logrado promover y promocionar los servicios y acciones por las que diariamente trabaja cada programa misional.

En el proceso de innovación y reputación del instituto en el mundo digital, la creación de contenido ha sido una herramienta fundamental para mejorar las comunicaciones, en el cual se logró la producción del diseño de piezas tales como logos, banners, pendones, volantes, folletos, boletines digitales, plantillas informativas para historias y así mismo diversas herramientas comunicativas como una revista digital que le permite a la comunidad online utilizar un formato electrónico en el cual podrán estar informados de todas las metas alcanzadas por cada programa misional; estos canales de comunicación son retroalimentados con contenidos periodísticos que permitan informar acerca de los acontecimientos que suceden en el contexto empresarial, según Juliana Mesa Martínez “la comunicación externa se ha referido principalmente a las notas de prensa, publicidad y las nuevas tecnologías han abierto la puerta a una variedad mucho más amplia de herramientas o canales para mantener el flujo de información, estamos en la era de la comunicación externa integral, caracterizada por la riqueza informativa que a diario le ofrecemos a los stakeholders”. (Martinez, 2018)

Por su parte Jhon A Howard describe el marketing como “una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto para comunicar y entregar valor a los clientes y para manejar las relaciones, su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes”. (Howard, 2012)

En este concepto se profundiza todo lo que se ha querido lograr con este proyecto el cual tiene como objetivo posicionar la identidad del instituto; cabe resaltar que el marketing se ha convertido en una herramienta con un sistema interactivo que junto con una serie de estrategias y tácticas comunicativas funciona pieza clave para generar valor a los servicios ofertados por los programas misionales del IMEBU.

La publicidad es un área que dentro de la comunicación social funciona como herramienta fundamental del marketing y las redes sociales ya que “la publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado”. (Giraldo, 2019)

Existen estrategias de posicionamiento que se deben determinar de acuerdo a los procesos de la organización, teniendo en cuenta aspectos relacionados en el público objetivo y el contenido de interés que se genera a diario que capte la atención y garanticen dinámicas e interacciones en los medios de comunicación de la entidad; para el IMEBU fue fundamental implementar estrategias que fortalecieran su identidad en la mente de quienes usan sus servicios teniendo en cuenta que “en los mercados altamente competitivos, una opción a la que puedes recurrir es la de resaltar las ventajas de tus productos o servicios en comparación con los de la competencia. Si eliges esta estrategia de posicionamiento, puedes presentar tu marca como líder o como alternativa” (Tarradelles, 2015)

## 2.2 Enfoque legal

El periodismo ha sido parte fundamental de la sociedad, es un oficio que tiene como fin la búsqueda y la producción de contenido que informe a la sociedad sobre el contexto en que se encuentra; esta labor está regularizada y amparada por el Estado, quien tiene el deber de velar, proteger y garantizar los derechos de quien practique esta profesión, como la libertad de prensa, de informar y de opinión

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial, estos medios son los instrumentos por los cuales se informa y se comunica de forma masiva; los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente, se expresa, se comunica. (Compartiendo.cl, 2016). En la Constitución Política de 1991 en Colombia, existen varios artículos que se relacionan con esta labor. (Constitución Política de Colombia de 1991):

**Artículo 20.** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

**Artículo 73.** La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional. En la actualidad los periodistas han aprovechado el auge de la era digital, utilizando las plataformas para la difusión inmediata de información ya que resulta práctico, efectivo y de fácil acceso y tiene un alcance amplio para cualquier público. Es por esta



razón que, en el 2018, el Congreso de la República de Colombia por medio de la ley 1887 promueve la producción de Blog, la creación de contenidos creativos digitales para las diferentes plataformas tecnológicas. (República de Colombia, 2018):

En su artículo 2, la ley establece que un Blog es un sitio alojado en la web que incluye contenidos creativos digitales que son actualizados a través de publicaciones y en muchos casos ofrecen interactividad a sus lectores. Un típico blog combina texto, imágenes y vínculos hacia otros blogs o páginas web. Asimismo, establece que un contenido creativo digital, contempla diferentes sectores como música, audiovisuales editorial, gráfico y blogs. Además, incluye que:

- Estimula y protege el derecho a la libre expresión, en los términos establecidos en la Constitución Política y en la ley.
- Promueve la formalización y generación del trabajo que puedan realizar los Blogueros y otros creadores de contenidos creativos digitales, a través de las diferentes aplicaciones y plataformas existentes; exaltando que es un oficio que debe ser valorado como cualquier otra profesión.

Es importante mencionar que dentro del IMEBU existe una política que consiste en que el manejo de información y cualquier contenido que se genere para los canales de comunicación deben ser aprobado por la Alcaldía de Bucaramanga, por la dirección del IMEBU y la sub dirección técnica equipo encargado de coordinar todas las actividades del área de comunicaciones la cual están avaladas por leyes contempladas por el Ministerio de las TIC, políticas de información pública y en el cual estas adscritas las siguientes:

La ley de 1712 de 2014 en la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional en la cual se dictan disposiciones generales relacionadas en el Artículo 1°. Que tiene como objeto de la presente ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información. (Ministerio TIC, 2017)

**Artículo 3.** Dentro del artículo se establecen los principios de la transparencia que se deben tener en cuenta para el acceso a la información pública. En la interpretación del derecho de acceso a la información se deberá adoptar un criterio de razonabilidad y proporcionalidad, así como aplicar los siguientes principios:

**Principio de transparencia:** Principio conforme al cual toda la información en poder de los sujetos obligados definidos en esta ley se presume pública, en consecuencia, de lo cual dichos sujetos están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley, excluyendo solo aquello que esté su eto a las excepciones constitucionales y legales y ba o el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley. (Ley de 1712, 2014)

**Principio de celeridad:** Con este principio se busca la agilidad en el trámite y la gestión administrativa. Comporta la indispensable agilidad en el cumplimiento de las tareas a cargo de entidades y servidores públicos. (Ley de 1712, 2014)

**Principio de eficacia:** El principio impone el logro de resultados mínimos en relación con las responsabilidades confiadas a los organismos estatales, con miras a la efectividad de los derechos colectivos e individuales. (Ley de 1712, 2014)

**Principio de la calidad de la información:** Toda la información de interés público que sea producida, gestionada y difundida por el sujeto obligado, deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable, procesable y estar disponible en formatos accesibles para los solicitantes e interesados en ella, teniendo en cuenta los procedimientos de gestión documental de la respectiva entidad. (Ley de 1712, 2014)

**Principio de la divulgación proactiva de la información:** El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que lleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible, atendiendo a límites razonables del talento humano y recursos físicos y financieros. (Ley de 1712, 2014)

Las redes sociales institucionales son un mecanismo de comunicación y participación de los ciudadanos por lo tanto para los servidores del sector público se debe contemplar unos principios básicos establecidos por el Gobierno Nacional y por el consejero presidencial para la innovación y la transformación digital y consejero presidencial para las comunicaciones el cumplimiento de la Ley 1341 de 2009 que corresponde a "los principios y conceptos sobre la

sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones" con fundamento en los artículos 21 y 29 del Decreto 179 del 8 de febrero de 2019 "se presentan las siguientes recomendaciones en términos de buenas prácticas en el manejo y uso de las redes sociales deservidores públicos y entidades públicas. (Republica de Colombia, 2019)

Según el objeto planteado por el Decreto 179 se establecen una serie de recomendación y la administración de las redes sociales ya que el manejo de dichos canales constituye una gran responsabilidad para quienes lideran la estrategia digital de cada una de las entidades, y comprometen en materia penal, administrativa y disciplinaria a quienes la ejecutan, siendo estos los responsables no solo de los contenidos emitidos sino del control de las cuentas (interacción con usuarios, destino de las bases de datos, violación de datos personales y uso inadecuado de la información).

Dentro de los principios a ser tenidos en cuenta en el manejo de las redes sociales establecidos por el Gobierno nacional, se encuentran adscritos los siguientes:

**Valoración del contenido:** redes sociales son un canal de doble vía. Antes de publicar algún mensaje se deben valorar las posibles interpelaciones o respuestas que este podría generar. Si bien habrá usuarios dispuestos a o incluso en cuenta existe siempre la posibilidad de una respuesta respetuosa hacia quien no acuerdo. (Decreto 179, 2019)

**Calidad:** de información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos, deben someterse a criterios pertinencia, respeto, adecuación y objetividad. Antes de publicar algo es importante dar una lectura final para asegurarse que el mensaje está bien expresado. De ser posible, hacer una revisión adicional con alguien que no haya participado en la redacción para asegurarse de que el mensaje se entiende claramente. (Decreto 179, 2019)

**Veracidad:** La información que se comparte por las redes sociales debe provenir de fuentes certificadas. Antes de publicar cualquier cosa es indispensable preguntarse: ¿cierto lo que estoy diciendo? ¿Es una información verificable? ¿Proviene de una fuente confiable? (Decreto 179, 2019)

**Respeto:** Las redes sociales son un espacio para el intercambio de opiniones y soluciones, no de agresiones. Se debe evitar cualquier comentario que pueda tener una interpretación que resulte insultante u ofensiva hacia un género, una raza, una opción sexual, un credo, una visión política o una región del país, o que lleven a difamar o afectar la imagen o reputación. No haga en las redes sociales lo que no quisiera que le hicieran a usted. (Decreto 179, 2019)

Las redes sociales de las entidades públicas están regidas bajo el manejo general de la rama ejecutiva, por tanto se presentan las siguientes recomendaciones donde se evalúe el contenido publicado ya sea (grafico, texto, video o cualquier otra forma) esta debe corresponder a la línea gráfica de cada entidad pública, en ningún caso el contenido publicado podrá ser utilizado por los administradores para beneficios propios, así como tampoco se permite que las publicaciones reflejen las opiniones o sentimientos personales del administrador; el lenguaje utilizado debe ser

amigable, de fácil entendimiento, cercano a los ciudadanos, que invite a conocer más sobre el Gobierno y las demás entidades, las publicaciones deberán ser dinámicas, animadas, de fácil comprensión, didácticas y atractivas, en lo posible se hará uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual que acompañen los contenidos; está prohibido revelar información privada y confidencial de las entidades del Gobierno, de conformidad con la normativa aplicable a la materia y además no se deben realizar publicaciones mentirosas o engañosas. (Republica de Colombia, 2019)

## Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1 Presentación de resultados

La ejecución de las siguientes actividades está basada en el cumplimiento del objetivo general del proyecto que está enfocado en la implementación del plan de comunicaciones elaborado por el IMEBU para fortalecer su imagen corporativa; dentro del escenario de pasantías para el instituto fue fundamental dar cumplimiento a lo siguiente:

- Diseñar e implementar la estrategia de comunicaciones establecida por la entidad.
- Apoyar la realización de notas de prensa donde se informe sobre: eventos, actividades, programas, proyectos y gestión institucional.
- Realizar el diseño de piezas publicitarias.
- Acompañar la realización de eventos institucionales.

A continuación, se presenta los items y estrategias del plan de comunicaciones del IMBU junto la base de datos con los resultados de cada una de las actividades realizadas durante el proceso de las pasantías teniendo en cuenta cada objetivo planteado.

Tabla 3. *Indicadores del plan de comunicaciones autorizados por el IMEBU para la realización de las pasantías*

PLAN DE COMUNICACIONES IMEBU			
Items	Objetivo	Estrategia	Tácticas
1	Obtener mayor visibilidad y generar confianza de marca con los ciudadanos de la ciudad de Bucaramanga.	<p>Generar contenido para las redes sociales que integre Facebook y Twitter, así como la página web de la entidad</p> <p>Elaborar un periódico o revista mensual con información de la entidad servicios, noticias y vacantes de empleo.</p>	<p>Realizar cubrimiento periodístico de los respectivos eventos del IMEBU.</p> <p>Redacción y difusión de las noticias donde se informe el desarrollo de las actividades propias del IMEBU.</p> <p>Realizar auditoría de las campañas creadas.</p> <p>Realizar diagramación y organización de la propuesta.</p> <p>Recolección de información relevante de la entidad.</p> <p>Redacción de notas periodísticas para alimentar el periódico o revista.</p>
2	Aumentar la buena reputación y fidelización de las personas respecto a la marca.	. Campaña para generar fidelización de los clientes y ganar buena reputación por medio de los mismos.	Realización de material publicitario con la imagen corporativa del Imebu, para los programas de Agencia de empleo, Banca ciudadana, Progresá, Formación para el Trabajo y Coworking

Fuente: Documento archivo del área de comunicaciones del IMEBU

**3.1.1. Objetivo 1.** Generar contenidos periodísticos institucionales de interés corporativo para los canales de comunicación interna y externa para dar el cumplimiento del respectivo objetivo se tuvieron en cuenta una serie de actividades que fortalecieron las comunicaciones internas y externas del instituto.

**Actividad N° 1.** Se vio la necesidad de implementar un cronograma de actividades semanal, debido a que es importante mantener un registro de las actividades ya programadas, la idea establecida es que los coordinadores de cada programa todos los lunes notifiquen su plan de metas para lograr brindar posteriormente su respectivo cubrimiento periodístico, recolectar



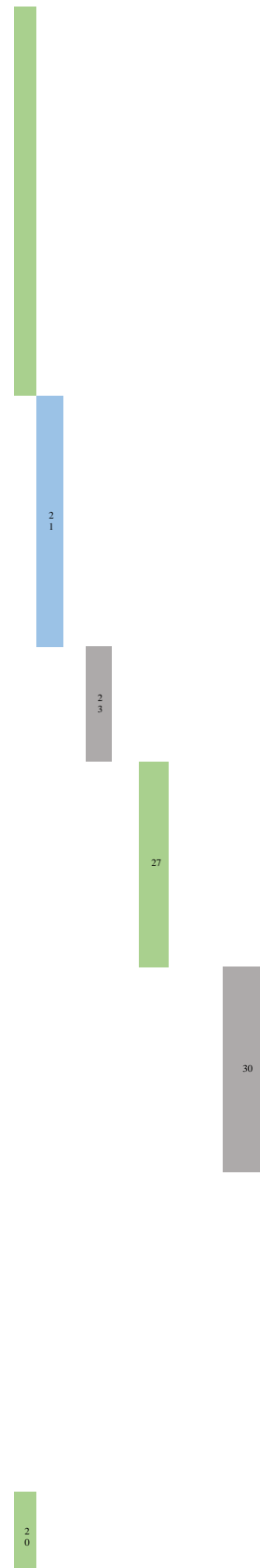


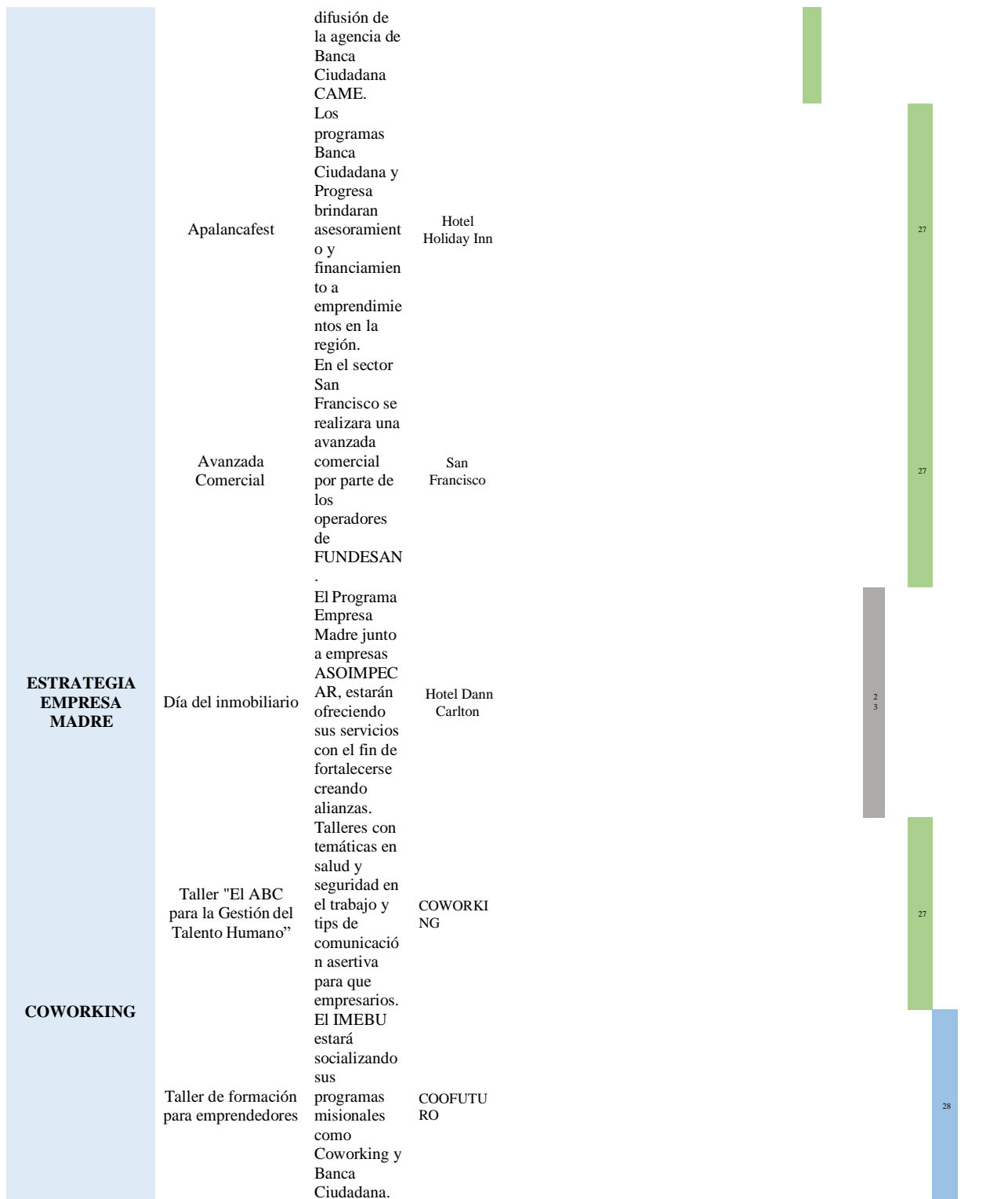
Acompañamiento técnico personalizado.	la universidad UDES. Realizar asesoramiento personalizado en calidad y diseño de modas, esto con la alianza del ITAE. Esta actividad está dirigida a empresarios y emprendedores capacitados en temas de confección por COMERTE X.	ITAE	89
Estrategia de emprendimiento y fortalecimiento empresarial.	La charla es dirigida a asociados de ASOINPECAR del programa de inserción laboral. La idea es impulsar emprendimientos sociales con población vulnerable. Impulsar el emprendimiento por promover la inclusión de jóvenes con discapacidad y fortalecer su espíritu emprendedor	COMERTE X	9
Charla proyecto de vida	Jornada de empleabilidad donde se realiza acompañamiento	Auditorio Centroabastos	12
Taller de Creatividad e ideación con familias del ICBF	Inicio de asesoramiento dirigido a trabajadores de construcción.	Biblioteca las Américas	14
Taller con familias de la Fundación Ideales	Estrategia de difusión de servicios de progres	Cámara de Comercio	15
Oferta de servicios empresariales y de empleabilidad.		Avenida Quebrada seca No. 32-17	17
Formación técnica con trabajadores de construcción.		Café Madrid Vive Digital	17
Socialización grupo de pintura y diseño de productos.		Escuela Municipal de Arte	20

**ESTRATEGIA  
PARA LA  
INTERNACIONALIZACIÓN DE  
LAS MIPYMES**

**BANCA  
CIUDADANA**

	mediante talleres de fomento empresarial con la intención de captar talentos, artes u oficios y convertirlos en ideas de formación y crecimiento hacia actividades productivas. La charla tiene como finalidad asesorar a empresarios y emprendedores a cómo vender sus ideas de negocios.	Progesa Kennedy Cra 12 # 16N-84	
Charla de emprendimiento			21
Charla mejoramiento de negocios	En la charla se tocarán temas de estrategias de mercadeo. Acompañamiento en formulación de modelos de negocio y validación a través de una muestra empresarial. Dar a conocer estrategias de crecimiento y fortalecimiento empresarial. En esta actividad la intención es socializar el plan de acción construido por la delegación 2019 ante la Cámara de comercio de Bucaramanga.	Progesa Chapinero Cra 15 No. 2-71	22
Reuniones padres de familias del colegio Minuto de Dios.		Instalaciones del colegio Minuto de Dios.	27
Taller desarrollando competencias para emprendedores.		FULMIANI Cra 11 No. 43-37/49	30
Socialización plan de acción del proyecto KOICA CIAT		CÁMARA DE COMERCIO	9
Difusión del nuevo punto de atención CAME	Se llevó a cabo la promoción y	Avenida Quebradaseca a CAME, Cl. 29 No.15 -36	20





**Fuente:** Pasante del proyecto.

**Actividad N° 2** Realizar cubrimiento periodístico de los respectivos eventos del IMEBU, fue otras de las actividades importantes que permitió dar cumplimiento al primer objetivo, debido a que a través del apoyo brindado a los líderes de los programas misionales del instituto haciendo presencia en cada taller, feria y evento, se logró recopilar contenidos periodístico institucional de interés captando información por medio de datos y fotografías, en el cual se hizo su respectiva y oportuna difusión para que la comunidad online y funcionarios del IMEBU estuviesen enterados de las actividades que se realizan a diario los programas.

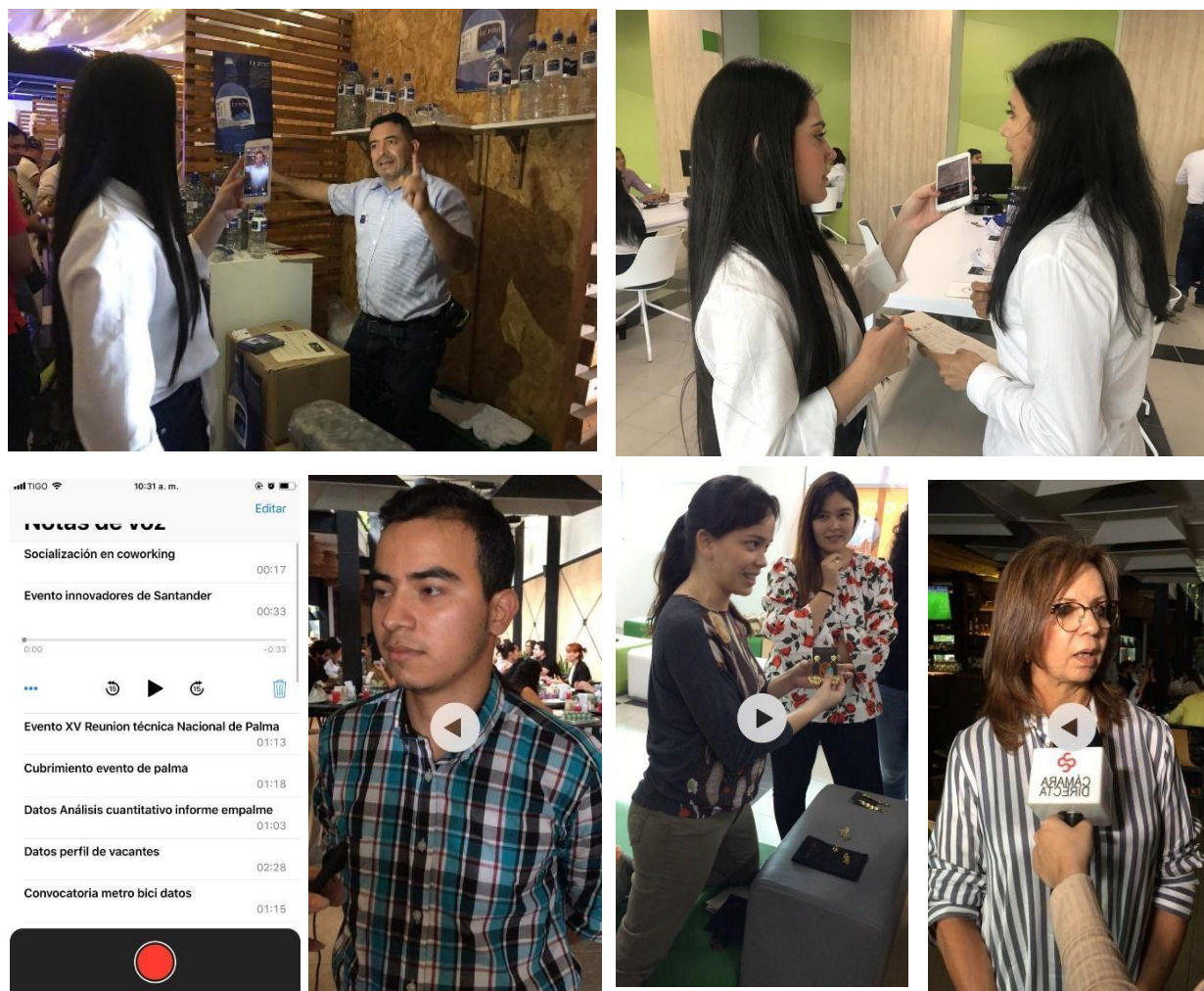
Durante el periodo de las pasantías en el IMEBU se logró cubrir grandes eventos como La feria del Segundo Encuentro Empresarial Bucaramanga, Café Mentor PROGRESA encuentro de empresarios y emprendedores, La Feria de servicios de empleabilidad realizados por Progresa que busca promover vacantes que se ajusten a perfiles con objetivo de ayudar a las personas a emplearse, el gran evento de APALANCA FEST 2019 acontecimiento tiene como finalidad reunir las entidades financieras, fondos de inversión , talleres de la Semana Global del Emprendimiento 2019, el evento Santander Innova 2019, el evento Smart City Fórum Bucaramanga evento regional, talleres de emprendimiento realizados por Coworking en el cual se manejaron temáticas enfocadas en marketing digital, transformación digital, como acceder a la economía naranja, procesos de formación de vitrinismo y demás capacitaciones que buscan de impulsar y hacer promoción y difusión de los servicios ofrecidos en el IMEBU en el cual se encuentran registradas posteriormente.



*Figura 4.* Anexo fotográfico de los eventos del IMEBU con su respectivo cubrimiento periodístico.

Fuente: Pasante del proyecto.

**Actividad N° 3** En el cubrimiento periodístico se realizó a la vez recolección de información verás a través de entrevistas cortas, datos, audios, fotografías y se realizaron videos con el fin de enfatizar cada una de las actividades promovidas por los programas del IMEBU.



*Figura 5.* Anexo registro de recolección de información por medio de entrevistas cortas, fotografías y videos.

Fuente: Pasante del proyecto.

**Actividad N° 4** Se realizó redacción y difusión de contenido informativo donde se informó el desarrollo de las actividades propias del IMEBU, en el cual por medio de notas informativas compartidas para los medios de comunicación institucionales preestablecidas y copys noticiosos para las redes sociales se brinda información oportuna de los acontecimientos y capacitaciones promovidas por las Subdirecciones Técnicas, Administrativa, Financiera y bienestar.

Se maneja otro filtro de comunicación interna que es el correo electrónico, donde se manejan temas del área subtécnica a la cual pertenece el área de comunicaciones y este filtro es más utilizado para solicitudes de piezas gráficas y revisión de la redacción del contenido informativo que se va a mostrar en los medios de comunicación del IMEBU, en el apéndice N° 5 y 6 se podrán observar detalladamente.



*Figura 6.* Anexo registro de notas informativas compartidas para los medios de comunicación institucionales preestablecidas. Fuente: Pasante del proyecto.



**3.1.2. Objetivo 2.** Crear contenido visual de los atributos y logros organizacionales que le permitan al IMEBU proyectar su imagen corporativa y una apropiación del mismo

**Actividad N°1:** Realizar piezas publicitarias (infografías, plantillas, banners y demás material visual) que apoyen el contenido informativo del IMEBU.

Las piezas gráficas son una herramienta que facilita las comunicaciones del IMEBU, debido a que el material corporativo crean, fortalecen una marca y potencializan el trabajo siendo estas una poderosa arma de marketing ya que nos permite transmitir la identidad de marca y que los ciudadanos asocien rápidamente cada programa misional y los servicios ofrecidos además que nos permite llegar a todo público de una forma más fácil donde rápidamente comunicamos nuestro portafolio e incluimos referencias de las actividades que a diario se realizan y como pueden contactarse con el IMEBU. De acuerdo a esto se contempla la necesidad de estar generando contenido todos los meses realizando plantillas para brindar apoyo a intermediación de la Agencia de Empleo, mediante la realización de plantillas para priorizar vacantes y promocionarlas por medio de convocatorias públicas, para Progresá realizar flyers de talleres y eventos y demás diseños que se adecuaron para el portal web donde se mantiene actualizado la información con cada eventualidad.

Es importante resaltar que para la ejecución de las piezas gráficas de cada programa misional del IMEBU como lo son: Progresá, Coworking, Agencia de Empleo, Formación para el Trabajo y Empresa Madre se tuvo en cuenta el manual de identidad corporativa del Instituto realizado por la Alcaldía de Bucaramanga; un documento muy útil para la construcción de

contenido el cual contiene elementos gráficos indispensables y normas básicas que se deben tener en cuenta para un correcto uso de la imagen que representan al IMEBU. El manual de identidad visual define elementos claves como el alcance, límites, usos correctos de logos, tipografía, paleta de colores y demás requisitos que nos permiten proyectar una imagen sólida del instituto y coherente en todas las piezas y comunicaciones que la entidad realiza para las redes sociales.

Existen algunos aspectos del manual que fueron fundamentales para el diseño de los soportes corporativos de la entidad como lo fueron:

- Los usos correctos e incorrectos del logotipo del IMEBU como definir su tamaño, márgenes de seguridad, así como tener en cuenta también sus distintas versiones en formato horizontal y vertical.
- Colores corporativos, como lo son las tonalidades que identifican al logotipo del IMEBU, lo cual la gama de colores verdes y naranjas fueron los utilizados para promover los programas misionales.
- Se tuvo en cuenta las familias tipográfica primaria y secundaria en todas sus versiones: Thin, Light, Regular y Bold cómo está registrado en el manual, con el fin de realizar elementos de comunicación corporativa ( flyers, brochure, revista, folletos, invitaciones, etc.)

En el apéndice D Y E se registra los dos manuales de identidad visual que estipulan los lineamientos, composición y estilo de cada uno de los diseños realizados para visualizar cada programa misional.

Esta plantilla se realizó con el fin de publicar las vacantes de la semana y que la comunidad online, cree una cultura de recordación de que al ver esta imagen podrán acceder al enlace donde podrán conocer todas las vacantes que ofrece la Unidad de Servicio de Empleo.



*Figura 7.* Anexo plantilla para la publicación de las vacantes de la semana para las redes sociales del IMEBU.

Fuente: Pasante del proyecto.

Se crea plantilla para promover las vacantes de manera individual donde se ubiquen los diferentes recursos gráficos comunicativos que describan puntualmente los perfiles y datos de las diferentes las vacantes para convocatoria pública.

**Agencia de Empleo**  
**BUSCAMOS TALENTOS**  
EMPRESA DE SERVICIOS TEMPORALES

**CARGO:** Líder de planeación financiera.

**PERFIL:** Profesional en administración de empresas, Ingeniería financiera, especialización en financiera.

**EXPERIENCIA:** 36 meses de experiencia en áreas de planeación financiera con conocimiento en SAP.

**SALARIO:** \$ 4,053.613 más prestaciones de ley.

**Código vacante:** 1626125773-30

**¡Postúlate Ya!**

**INTERESADOS**  
Presentar hoja de vida y soporte,  
**HASTA EL DÍA VIERNES 1 DE NOVIEMBRE**  
al correo : [hojasdevida@imebu.gov.co](mailto:hojasdevida@imebu.gov.co)  
EN LA AGENCIA DE EMPLEO DEL IMEBU  
CRA. 26 No.30-78 Primer piso, Bucaramanga.

**Servicio de Empleo**  
Contratación Social, Transparencia y Dignidad  
**IMEBU**

**Agencia de Empleo**  
**BUSCAMOS TALENTOS**  
EMPRESA DE SERVICIOS TEMPORALES

**CARGO:** Mensajero servicios temporales.

**PERFIL:** Mínimo Bachiller.

**EXPERIENCIA:** 6 meses de experiencia en mensajería de correo masivo, con moto y documentos al día.

**SALARIO:** \$ 15MMLV más bono de rodamiento de \$ 380,000 y prestaciones de ley.

**Código vacante:** 1626163186-2

**¡Postúlate Ya!**

**INTERESADOS**  
Presentar hoja de vida y soporte,  
**HASTA EL DÍA JUEVES 31 DE OCTUBRE**  
al correo : [hojasdevida@imebu.gov.co](mailto:hojasdevida@imebu.gov.co)  
O DIFÚLASE A LA AGENCIA DE EMPLEO DEL IMEBU  
CRA. 26 No.30-78 Primer piso, Bucaramanga.

**Servicio de Empleo**  
Contratación Social, Transparencia y Dignidad  
**IMEBU**

*Figura 8.* Anexo plantilla para la publicación de las vacantes de convocatoria pública para las redes sociales del IMEBU.

Fuente: Pasante del proyecto.

Se generó el diseño de diapositivas y folleto para la presentación de vulnerabilidades de la agencia de empleo IMEBU estas con el fin de que se informe de manera detallada de manera interna y externa cuantas personas, adulto mayor, jóvenes, madres cabeza de hogar, discapacitados, VIH, retornados, migrantes y víctimas fueron atendidas, beneficiadas y colocados por la agencia de empleo pública del IMEBU y así mismo en otro formato de presentación como lo es el folleto, se informe al público frente las ventajas, beneficios y requisitos para la contratación de personas con algún tipo de vulnerabilidad.



Figura 9. Anexo presentación de diapositivas gestión de Agencia de Empleo en la población vulnerable.

Fuente: Pasante del proyecto.

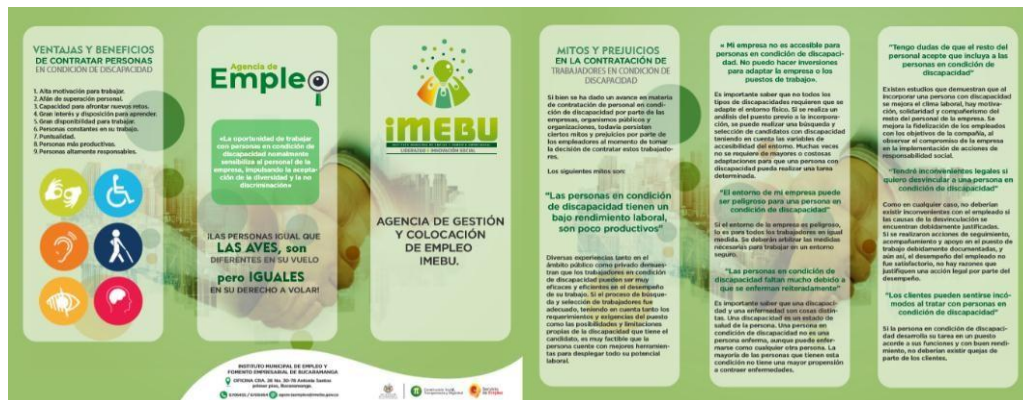


Figura 10. Anexo folleto condiciones de vulnerabilidad beneficiadas por la Agencia de Empleo.

Fuente: Pasante del proyecto.



Figura 11. Folleto Agencia de empleo.

Fuente: Pasante del proyecto

Se diseñó un flyer para la Agencia de Empleo donde se promovió la invitación a la Feria Laboral Bilingüe en Bucaramanga con alianza con el Centro Colombo Americano de Bucaramanga, donde empresas regionales y nacionales estuvieron recibiendo hojas de vida y organizando entrevistas de trabajo con el fin de adquirir nuevas oportunidades laborales en la región con empresas que requieran de la importancia del dominio inglés, además se brindó asesoramiento en temáticas enfocadas en cómo presentar una entrevista en inglés y recomendaciones para elaborar una hoja de vida en inglés.

**FERIA LABORAL BILINGÜE**

ORGANIZA  
CENTRO COLOMBO AMERICANO BUCARAMANGA

**¿HABLAS INGLÉS?  
¿BUSCAS TRABAJO?**

**CONÉCTATE CON EMPRESAS**  
Contáctate con empresas de diferentes sectores que actualmente están en la búsqueda de personal bilingüe.

**JUEVES 14 NOV, 2019 2:00 - 8:00 P.M.**  
CENTRO COLOMBO AMERICANO CRA 22 # 37-14, PARQUE BOLÍVAR

**PARTICIPA EN CONFERENCIAS 4:30 P.M.**  
Cómo presentar una entrevista de trabajo en inglés.  
Recomendaciones para elaborar tu hoja de vida en inglés.

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA  
Construcción Social, Transparencia y Dignidad  
IMEBU  
CENTRO COLOMBO AMERICANO BUCARAMANGA 62 AÑOS

*Figura 12.* Invitación a la Feria Laboral Bilingüe en Bucaramanga.

Fuente: Autor proyecto.

Se creó la diagramación del volante que aparece continuación se realizó con el fin de presentar de una manera más clara a la comunidad online cada programa misional del IMEBU el objetivo que tiene cada uno y los servicios que ofrecen, así mismo esta pieza gráfica se publicó en las redes sociales Facebook y Twitter donde se enlazó en una apartado la página web donde se puede acceder fácilmente a toda la información de los programas, además actualmente funciona como volante físico para entregar en cada una de las ferias y eventualidades para que los ciudadanos conozcan la oferta que ofrece el instituto.



*Figura 13.* Volante presentación de los programas misionales del IMEBU.  
Fuente: Pasante del proyecto.

El IMEBU comprometido con la participación, comunicación y consulta ciudadana desarrolla mecanismos para mantener informados a los ciudadanos y se preocupa por ampliar los espacios y las modalidades para garantizar la participación ciudadana en la gestión y socialización los resultados del instituto, para esto se consolido un volante físico y para redes sociales donde se promueva de qué manera el ciudadano puede acceder a adquirir información o a participar de las actividades desarrolladas por el IMEBU.



Figura 14. Mecanismos de participación, comunicación y consulta ciudadana. Fuente: Pasante del proyecto.



Para la página web del IMEBU, se creó contenido gráfico con el fin enlazar de forma interactiva a nuevas ventanas que lleve a la búsqueda de información completa de cada uno de los programas misionales, talleres, campañas, ferias y capacitaciones que siempre aparecerán en la página de inicio de la plataforma, en las figuras de a continuación aparecerá el registro del diseño de algunas de las piezas realizadas para esta plataforma.



*Figura 15.* Plataforma de inicio de la página web del IMEBU [www.imebu.gov.co](http://www.imebu.gov.co)

Fuente: Pasante del proyecto

Con el fin de promover la nueva iniciativa de SE LE TIENE creada en la plataforma del IMEBU se realizó el flyer donde se hace la invitación a la comunidad online para que consulten el nuevo directorio virtual donde se encuentra una gran variedad de emprendimientos innovadores y sociales en el mercado en el cual podrán acceder a conocer sus servicios, descripción y contactarlos de una manera más fácil, anexo el link <https://seletiene.imebu.gov.co/> que enlaza la siguiente imagen y en donde podrán acceder al directorio virtual.



Figura 16. Flyer para promover el programa SE LE TIENE.

Fuente: Pasante del proyecto.

Con el IMEBU se llevó a cabo una campaña de navidad 2019 para el ICBF “Todo lo que das con amor, les queda”, en la cual se le hizo respectiva promoción y difusión a través de los medios de comunicación del IMEBU con el fin de conseguir la participación de funcionarios y ciudadanos que quisieran beneficiar a más de 30.000 niños, niñas y adolescentes que se encuentran en bajo la protección del instituto en el territorio nacional.



Figura 17. Flyer que se diseñó para promover la campaña de donación para la ICBF.

Fuente: Pasante del proyecto.

Se creó una plantilla específica para la promoción de talleres y capacitaciones del programa misional PROGRESA, en la cual se definió una para publicaciones de historias y destacados para redes sociales Facebook y twitter y otra para la ventana de inicio de la página web.



Figura 18. Anexo plantilla de talleres y capacitaciones PROGRESA para historias y publicaciones destacadas de las redes sociales del IMEBU.

Fuente: Pasante del proyecto.

Para la promocionar los eventos y ferias de empleabilidad se realiza una pieza grafica con un diseño respectivo a la actividad, como las siguientes:

La pieza grafica del CAFE MENTOR 2019 PROGRESA construyendo historias de éxito es para promover uno de los eventos del IMEBU que se realiza cada periodo de rendición de cuentas con la alianza de la cámara de comercio que cuenta con 20 grandes empresarios de Bucaramanga con gran trayectoria, quienes a través de la experiencia impulsan a emprendedores de Progresia en el desarrollo de sus emprendimientos en temas comerciales, estratégicos y operativos.



Figura 19. Flyer para promocionar el evento del CAFÉ MENTOR 2019 PROGRESA  
Fuente: Pasante del proyecto.

Se diseñó la propuesta de invitación al 2do Encuentro Empresarial Bucaramanga PROGRESA, un evento realizado por el IMEBU con alianza de la Cámara de Comercio, espacio donde se llevó a cabo una muestra empresarial, rueda de negocios, oportunidad de relacionamiento comercial, agenda académica con talleres en psicología del comprador, pasarela de Moda ITAE FASHION WEEK y se hizo el lanzamiento oficial del mega portal SE LE TIENE, siendo este evento una oportunidad de alianza entre empresarios y emprendedores.



Figura 20. Flyer para promocionar el evento del 2do Encuentro Empresarial Bucaramanga Progresa.  
Fuente: Pasante del proyecto.

Se generó una pieza publicitaria con el fin de apoyar al programa misional Progresca Café Madrid a promover la feria de servicios de empleabilidad la cual tiene como objetivo ofrecer la ruta de empleabilidad y diferentes ofertas laborales para que los ciudadanos apliquen a vacantes que se ajusten a perfiles con la finalidad de ayudar a las personas a emplearse.



*Figura 21.* Flyer para promover la feria de servicios de empleabilidad PROGRESA.  
Fuente: Pasante del proyecto.

Se desarrolló un flyer publicitario para las redes sociales y pagina web de la entidad para el programa de microcrédito Banca Ciudadana con el objetivo de hacer promoción y difusión de sus servicios y del nuevo punto de atención para los usuarios.



Figura 22. Flyer para la Campaña de promoción de servicios del programa Banca Ciudadana Fuente: Pasante del proyecto.

Se propuso la creación de una revista digital con el fin de recopilar la información de toda la gestión desarrollada por los programas misionales del IMEBU durante el segundo periodo de gobierno (agosto a diciembre del 2019) donde se encontraran boletines del mercado laboral donde se anexan indicadores de gestión del personal atendido y beneficiados a través de los programas misionales e indicadores de población vulnerable atendida, los eventos de gran importancia que realizo en IMEBU alianza con la alcaldía de Bucaramanga, la Cámara de Comercio y Comfenalco Santander , testimonios de emprendedores que participaron en las actividades y demás información de metas alcanzadas por el IMEBU para poder sacar la información y llevar acabo la realización de la revista los directores de cada programa misional mensualmente entrego un informe mensual de gestión basada en el seguimiento mensual de los

procesos herramienta fundamental para poder llevar acabo el contenido de la revista digital, además que se hizo cubrimiento periodístico en los eventos y se pudo recopilar datos e información vital para poder llevar acabo esta actividad.



*Figura 23.* Anexo Recolección informe de gestión de los programas misionales del IMEBU. Fuente: Autor del proyecto.

A continuación, anexo el diseño de algunas páginas de la primera edición de la revista del Instituto Municipal de empleo y fomento empresarial IMEBU la cual abarcan de manera técnica el plan de acción, proyectos estratégicos e informe de gestión de rendición de cuentas del IMEBU vigencia 2019; para la ejecución de la revista se tuvo en cuenta la presentación de la Audiencia de rendición de cuentas y cumplimiento de metas del IMEBU realizado por cada coordinador de los programas misionales Progresas, Banca Ciudadana, Agencia de empleo, Coworking, Formación para el trabajo y Se le tiene, el cual fue consolidado por la subdirectora técnica Deicy Hernández Gama; la idea que se quiso contemplar con la realización de la revista es que por medios gráficos más corporativos se pueda transmitir los objetivos y valores que promueve el instituto además de los elementos claves de cada uno de los proyectos estratégicos

con el fin de informar y crear una cultura organizacional más corporativa en el cual de manera digital se logre encontrar el registro del trabajo realizado por el equipo del IMEBU.

Para la diagramación de la revista, como requisito principal se tuvo en cuenta el manual de identidad visual del IMEBU que actualmente está aprobado por la Alcaldía de Bucaramanga, lo cual fue importante tener en cuenta dos elementos fundamentales como la paleta de colores que identifican a cada programa misional, fuentes tipográficas, usos correctos de fotografías y fondos, posteriormente se presenta la propuesta de la portada de la primera edición de la revista del IMEBU el cual cumple con los mínimos de obligatorio cumplimiento contemplados en el manual y versiones permitidas en cuantos los logotipos.



*Figura 24.* Propuesta Edición N° 1 portada de la revista IMEBU.  
Fuente: Pasante del proyecto.



Cabe resaltar que la revista del IMEBU más que noticiosa es informativa pues en ella se quiso mostrar por secciones un proyecto estratégico donde se presentaran cada uno de los programas misionales, ¿qué es?, ¿cuáles son sus beneficios?, ¿quiénes pueden acceder?, que se conozca un poco más acerca del programa y se destacan los eventos de más relevancia realizados durante el segundo periodo de rendición de cuentas como aparece a continuación El Centro de Desarrollo Empresarial PROGRESA que cuenta con cinco páginas de revista el cual de manera detallada contiene la información más esencial como el modelo que desarrolla actualmente progresa a través de tres rutas de intervención social: emprendimiento, fortalecimiento de empresas y empleabilidad que contribuye a la creación de nuevas empresas, mejoramiento de la productividad de las empresas y busca disminuir la tasa de desempleo, para ello se prestan los servicios de orientación laboral e intermediación laboral, además se presenta los dos grandes eventos y cumplimiento de metas propuestas por el IMEBU con la realización del Café Mentor y el Segundo Encuentro empresarial Bucaramanga Progresas.



Figura 25. Diagramación y contenido de la propuesta de la revista IMEBU, sección del programa Centro de Desarrollo de Empleabilidad Progresas.  
Fuente: Pasante del proyecto.

Posteriormente se presenta la sección del programa misional Coworking que cuenta con cuatro páginas de revista con contenido enfocado en dar a conocer el proceso que tuvo esta nueva iniciativa de la alcaldía de Bucaramanga, oportunidad para emprendedores que ponen en marcha ideas de negocio, capta talentos y los desarrolla con asesorías en marketing digital, diseño gráfico y en página web además de ofrecerle a empresarios espacios de trabajo colaborativos para que puedan crecer en el mundo empresarial, se presentan los beneficios y cada uno de los servicios ofertados y estadísticas de cuentas personas, emprendimientos y empresas actualmente se encuentran favorecidos por los servicios del Coworking.

**04**  
**COWORKING IDEAS EN ACCIÓN**  
Más que un lugar, es ...

**TE INVITAMOS A CONOCER NUESTROS SERVICIOS**

**"COWORKING, IDEAS EN ACCIÓN"**  
iniciativa de la Alcaldía de Bucaramanga

Coworking es un nuevo espacio donde se pueden hacer realidad los proyectos de los empresarios y emprendedores.

Desde el 15 de Julio del 2019 inició en Bucaramanga una nueva iniciativa llamada "Coworking", la cual busca ofrecer servicios especializados para incentivar a la innovación social y el fortalecimiento empresarial en la ciudad.

"Coworking, Ideas en Acción" se encuentra ubicada en el segundo piso del Neo-mundo y allí se encuentran espacios colaborativos de trabajo, dotados con los mejores computadores y herramientas para poder trabajar y llevar a cabo los proyectos, salas de negocio, y espacios para realizar reuniones de trabajo.

También se podrá ver una sala comercial en donde se exhibirán permanentemente productos creados especialmente por empresarios y emprendedores, para apoyar la comercialización de sus productos. Así mismo, cuenta con una plataforma virtual para promover y apoyar el marketing de cada emprendimiento.

Además de toda la infraestructura anteriormente comentada, también existe un estudio audiovisual para apoyar la realización de fotografías y material de video, así como un laboratorio de creatividad e innovación en donde se analizarán los diferentes roles en la región.

1) Espacios de trabajo colaborativos: Se hace el préstamo de espacios para trabajar de manera individual con computadores y/o sin computadores.

2) Consultoría Empresarial Especializada: Se lleva a cabo asesorías empresariales especializadas en: (diseño de marca, logo, slogans, diseño de portafolio de productos, marketing digital, desarrollo de páginas web y app, entre otros).

3) Salas de negocio: Espacios para el relacionamiento de empresarios y emprendedores con clientes y/o aliados.

4) Sala comercial y de exhibición de productos: Espacio para exhibición permanente de productos creados por empresarios y emprendedores, para apoyar la comercialización, este espacio que será visitado por las personas que asisten a los múltiples eventos que tendrá Neo-mundo.

5) Estudio Audiovisual: Espacio para realizar fotografías y/o videos a los productos de los empresarios y emprendedores, acorde a las asesorías empresariales brindadas (acorde a marketing digital).

6) Laboratorio de Creatividad e innovación: Espacio de ideación en el cual se fomenta y promueve la innovación y la creatividad empresarial a los beneficiarios del Coworking.

Es un espacio físico creado en donde se reúnen los importantes proyectos de innovación y desarrollo social, que lleva por nombre "COWORKING IDEAS EN ACCIÓN".

Allí emprendedores y empresarios podrán acceder a los importantes servicios que les permitan consolidar sus emprendimientos y crecer en el mundo empresarial.

**Coworking te ofrece:**

- Asesorías empresariales especializadas.
- Cursos de capacitaciones en temas de interés.
- Talleres de formación y actualización permanentes.

@coworkingenaccion

Figura 26. Diagramación y contenido de la propuesta de la revista IMEBU sección del programa Coworking.  
Fuente: Pasante del proyecto.





Figura 28. Página de revista con estadísticas de la población vulnerable atendida por los programas misionales, Agencia de empleo, Banca Ciudadana, Progresia y Coworking. Fuente: Pasante del proyecto.

Se propuso el diseño del brochure físico y virtual para los programas que ofrece el IMEBU, teniendo en cuenta que es una herramienta de marketing que tiene como objetivo referenciar e informar sobre la entidad, programas y los servicios que ofrece de una manera más efectiva cumpliendo funciones informativas ya que nos permite que con textos, imágenes y un buen diseño se logre promover la información de una manera que logre captar la atención rápidamente de los usuarios y así mismo se obtenga que cada programa pueda ser identificado aportándole prestigio, seriedad y credibilidad a los programas. A continuación, anexo los brochure que se realizaron para los programas que aún no tenían contemplado esta herramienta.

**Programa banca ciudadana**  
Oportunidad para todos

El programa de crédito del IMEBU busca financiar ideas de negocio y fortalecer microempresarios del municipio de Bucaramanga, a través de COOPFUTURO como aliado financiero, otorgándoles los siguientes beneficios:

- Tasa de interés desde 1.3%
- Plazo hasta 48 meses.
- Préstamo hasta por \$ 18 millones.
- Opción sin fiador para líneas específicas.

**REQUISITOS**

- ✓ Ser un emprendedor o micro empresario de la zona urbana o rural de Bucaramanga.
- ✓ No tener reportes negativos en centrales de riesgo, si los tiene, presentar paz y salvo.

**Más información en:**

**CAME**  
Avda. Quebradaseca

Cll 29 # 15-36,  
Parque Intercambiador Vial.  
670 6464  
fortalecimiento@imebu.gov.co  
www.imebu.gov.co

Figura 29. Brochure de servicios Banca Ciudadana  
Fuente: Autor del proyecto.

**¡Bienvenido a coworking**

Te presentamos un nuevo espacio donde poder trabajar en equipo, generar tu propia red empresarial y crear redes de contacto con profesionales de diversos sectores.

**coworking es para ti**  
¡Reserva tu sesión de trabajo y visítanos!

**Más que un lugar, es...**  
...Un espacio compartido y colaborativo donde se fomenta la creatividad, la innovación, la colaboración y el fortalecimiento empresarial. COWORKING es una filosofía y una cultura laboral distinta a la convencional, con la premisa de trabajar productivamente y compartir junto a personas de diversos perfiles de talentos.

**Un espacio para quienes creen en lo que hacen**  
- Representación, liderazgo y proyección independiente.  
- Proyectos de base tecnológica, social, cultural y creativa.  
- Empresas jóvenes y empresas ya establecidas.

**En COWORKING tienes múltiples beneficios**

- Ahorras costos de arrendamiento de oficina y equipo de trabajo.
- Dispones de espacios para productividad, networking y colaboración comunitaria.
- Te aseguras que en cualquier momento de productividad o innovación.
- Intercambias opiniones e ideas y compartes experiencias de tu sector.
- Generas rituales productivos y comunicados afines a tu negocio.
- Encuentras apoyo y oportunidades de crecimiento profesional.
- Formas parte de un laboratorio para la creatividad y la innovación.

**COWORKING: Infraestructura de alta calidad**

- Área total de 430 m<sup>2</sup> con sala recepción, hall, recepción, sala de reuniones, sala de conferencias, sala de reuniones, sala de descanso, sala de espera y cafetería.
- Sala de descanso, sala de espera y cafetería.
- Internet de alta velocidad y computadores portátiles.
- Espacios exclusivos para el personal.

**Además cuentas con otros servicios**

- Asesoría empresarial especializada.
- Cursos de capacitación en temas de interés.
- Servicios de consultoría profesional.

**6 espacios con servicios gratuitos para los emprendedores y empresarios**

Instalaciones de Bucaramanga:  
Calle 99 Transversal Oriental (Intersección 49), Bucaramanga - Cal.  
Contacto:  
Cel. 318-6884125  
Correo electrónico:

Figura 30. Brochure de servicios para Coworking  
Fuente: Autor del Proyecto.

**3.1.3. Objetivo 3.** Desarrollar estrategias de posicionamiento de la imagen del IMEBU con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos.

En los medios de comunicación del IMEBU se están llevando a cabo una estrategias para conseguir que la identidad logre adquirir un lugar en las redes sociales, logre posicionarse y adquirir más seguidores , para esto es muy importante establecer métodos de social media que permitan más interacción en las plataformas del instituto donde en las redes sociales establecidas se genere contenido a diario con el fin de captar y contactar con diferentes públicos y así mismo difundir información de interés con el fin de generar confianza y credibilidad para el IMEBU, teniendo en cuenta esta necesidad, las actividades establecidas para el cumplimiento de este objetivo Fortalecer el rol como Community Manager implementando herramientas con el fin de establecer un manejo constante de redes sociales del IMEBU, demandando un ritmo frenético de publicaciones, actualizando cada día contenido innovador para historias y publicaciones, gestión de apoyo de multimedia para la comunidad online, el cual todo el registro fotográfico esta publicado en las redes sociales y además en la base de datos Drive del IMEBU; se realizó redacción de notas informativas para los medios de comunicación, la evidencia de estas actividades se realizó mediante un seguimiento y verificar el cumplimiento de las actividades en el cual se analizaron también los datos de alcance e interacción que se obtuvo mensualmente en las redes sociales.

La redes sociales están enfocadas teniendo en cuenta el público objetivo, debido a esto el IMEBU cuenta con una página web [www.imebu.gov.co](http://www.imebu.gov.co) portal donde se podrán tener acceso al corazón ideológico de la entidad, todo acerca del IMEBU, el quiénes somos, misión, visión,

organigrama, código de integridad, directorio de servicios públicos, cada uno de los programas ofertados e información interna del instituto como normatividad, rendición de cuentas, planes de acción, información financiera, noticias y servicio al ciudadano donde pueden acceder fácilmente al mismo cuando existen las redes sociales Facebook (Imebu oficial) y twitter (@Imebu) donde también es posible contactarse y de acuerdo al segmento que analizamos en las estadísticas realizamos publicaciones teniendo en cuenta las características de la audiencia, la red social Instagram solo está establecida para uno de los programas del IMEBU como lo es Coworking (@coworkingen accion) ya que su público objetivo son emprendedores que hoy en día hacen más uso de esa plataforma.



*Figura 31.* Redes sociales Facebook, pagina web, twitter e Instagram del IMEBU.  
Fuente: Autor del proyecto.

Con la finalidad de hacer seguimiento del contenido que se publica en las redes sociales, se realiza una bitácora donde se contemple diariamente el registro de las publicaciones midiendo estadísticas por publicación, cuantos seguidores se han logrado adquirir mensualmente además de medir que tipo de contenido es el que más captura la atención del público.

En el IMEBU se consolido una carpeta donde por meses se adiciona el número de estrategias de comunicaciones para socializar en el sector público, en el cual se anexa contenido de evidencias del portal web, seguimiento de interacción con los aliados del IMEBU y la Alcaldía de Bucaramanga, publicaciones del Instagram de Coworking y crecimiento en estadísticas mensuales, a continuación, se evidencia la actividad de posicionamiento cumplida.



Figura 32. Publicaciones en la red social Facebook  
Fuente: Autor del proyecto

Bitácora de seguimiento de redes sociales Twitter y Facebook.

Agosto				Septiembre			
01/08	02/08	03/08	04/08	01/09	02/09	03/09	04/09
05/08	06/08	07/08	08/08	05/09	06/09	07/09	08/09
09/08	10/08	11/08	12/08	09/09	10/09	11/09	12/09
13/08	14/08	15/08	16/08	13/09	14/09	15/09	16/09
17/08	18/08	19/08	20/08	17/09	18/09	19/09	20/09
21/08	22/08	23/08	24/08	21/09	22/09	23/09	24/09
25/08	26/08	27/08	28/08	25/09	26/09	27/09	28/09
29/08	30/08	31/08		29/09	30/09		

Octubre

Octubre				Noviembre			
01/10	02/10	03/10	04/10	01/11	02/11	03/11	04/11
05/10	06/10	07/10	08/10	05/11	06/11	07/11	08/11
09/10	10/10	11/10	12/10	09/11	10/11	11/11	12/11
13/10	14/10	15/10	16/10	13/11	14/11	15/11	16/11
17/10	18/10	19/10	20/10	17/11	18/11	19/11	20/11
21/10	22/10	23/10	24/10	21/11	22/11	23/11	24/11
25/10	26/10	27/10	28/10	25/11	26/11	27/11	28/11
29/10	30/10	31/10		29/11	30/11		

Figura 33. Anexo bitácora de seguimiento de redes sociales Twitter y Facebook.  
Fuente: Pasante del proyecto.





*Figura 34.* Anexo registro de seguimiento a las redes sociales del IMEBU.  
Fuente: Pasante del proyecto.

A continuación, se presenta gráficamente la actividad relativa a las estadísticas según la interacción de me gustas de la página de Facebook, red social que permite y refleja datos de rendimiento y promedio de posicionamiento.

En las siguientes tablas se evidencia como se recibió la red social con un alcance al 1 de agosto del 2019 en un total de me gustas de 2,212 que varía al 21 de diciembre a un promedio de interacción de 2,642 total de me gustas, datos que corresponden a indicadores del número de personas nuevas a las que les interesa la página.



*Figura 35.* Estadística total de me gustas de la página de Facebook del IMEBU.  
Fuente: Facebook del IMEBU.

En la gráfica posterior se expone las estadísticas que representan el total de seguidores de la página de Facebook que se recibió el 1 agosto del 2019 en un promedio de seguidores de 2,396 y al 21 de diciembre se logra obtener un total de 2,751 seguidores interesados en el contenido que se genera la página del IMEBU.



*Figura 36.* Estadística total de seguidores de la página de Facebook del IMEBU.  
Fuente: Facebook del IMEBU.

En la siguiente estadística de Messenger se expone el número de personas con las que la página tuvo contacto a través de mensajería desde el 1 de agosto al 21 de diciembre del 2019, lo cual fueron un total de 1,690 personas con las que se interactuó y se brindó información de interés acerca de los programas misionales, talleres u ofertas promovidas por el IMEBU.

Estadísticas de Messenger: 1 ago 2019 - 22 dic 2019



Figura 1. Conexiones de mensajería del Facebook del IMEBU.

Fuente: Facebook del IMEBU.

Se llevó acabo la gestión de una galería de multimedia para la comunidad online, estrategia que impulsa la imagen del instituto reconociendo que la fotografía es una herramienta vital para convencer, comunicar, generar confianza y visibilizar a través de los medios de comunicación la ejecución de las metas del plan de desarrollo por la que trabajan diariamente los programas misionales del IMEBU; para mantener un registro de todas las actividades realizadas, en las redes sociales Facebook y Twitter por publicaciones se muestran las fotografías que mejor describen la actividad y en la base de datos DIRVE del instituto se contempla una galería fotográfica donde se anexan las demás como se demuestra a continuación.



Figura 38. Multimedia en la base de datos drive del IMEBU.

Fuente: Pasante del proyecto.

## Capítulo 4. Diagnóstico final

Continuar con la ejecución del plan de comunicaciones del IMEBU fue un trabajo de dedicación y compromiso que involucro a todo el equipo de colaboradores del instituto, lo cual permitió que la organización definiera su estructura, cultura y clima organizacional mejorando sus competencias, fortaleciendo su imagen y logrando obtener un reconocimiento a nivel departamental donde a su vez el trabajo por generar contenido innovador realizado por el equipo técnico y coordinadores de cada programa misional se vio reflejado en cómo se posesionaron los proyectos estratégicos PROGRESA, BANCA CIUDADANA, COWORKING, FORMACION PARA EL TRABAJO Y LA AGENCIA DE EMPLEO adquiriendo una identidad visual representativa generando un valor agregado en los servicios ofertados.

Dentro del proceso clave para mejorar la creación de contenidos, fue importante planificar y analizar qué información de interés nos funcionaba para alcanzar la atención de diferentes públicos, además de identificar que necesidades buscan satisfacer nuestros usuarios, una vez ya conocimos y evaluamos estos aspectos, se valoró que contenido es de mayor relevancia para el público objetivo y se prosigue desarrolla una estrategia de producción de piezas gráficas en el cual se promocionaron, talleres, capacitaciones, cursos cortos, ferias y eventos enfocados en emprendimientos sociales colectivos, que junto con el respaldo de la Alcaldía de Bucaramanga se difundieron a través de las redes sociales Twitter, Instagram, Facebook y la página web institucional metas de gestión que nos permitió obtener un mayor alcance e interacción de la audiencia atrayendo nuevos usuarios e interesados por las ofertas entregadas en cada programa misional; así mismo le permitió al IMEBU consolidar una imagen corporativa definida al

mostrar el trabajo desarrollado y por el que diariamente se preocupa mejorando la calidad de vida de las personas y apoyando al crecimiento de nuevos emprendimientos.

La primera edición de la revista digital consolidada para el IMEBU funciona para los canales internos y externos de la organización, ya que en ella se desarrollan aspectos de rendición de cuentas donde se muestran los avances, resultados y metas alcanzadas durante el segundo periodo de gobierno y así mismo se encuentra publicada en la página web del instituto donde la comunidad online también podrá conocer la gestión desarrollada por los programas misionales.

En la página web y las redes sociales de la organización se actualizo de tal forma que se visualice de manera externa aspectos relacionados al que hacer del instituto y sus proyectos estratégicos, misión, visión, ofertas de empleo, noticias; además periódicamente se adjunta estadísticas contempladas en un boletín del mercado laboral donde se expone el número de población vulnerable atendida y beneficiada por los programas del IMEBU

Así mismo al ejecutar el plan de trabajo propuesto se logró establecer el área de comunicaciones centralizada haciéndola autónoma en el manejo de la información brindada tanto para los canales internos como externos, creando una fortaleza para el IMEBU ya que anteriormente dicha área era manejada directamente por la alcaldía de Bucaramanga ocasionando muchas veces reprocesos en el desarrollo de las actividades.

## Capítulo 5. Conclusiones

Gracias a la continuidad que se le dio al implementar del plan de comunicaciones del IMEBU en el cual se pretendía fortalecer su imagen corporativa, se logró dar mejoramiento de su identidad con el fin de que estuviera acorde con lo que desea transmitir la agencia de empleo pública. Después de la ejecución del plan de trabajo propuesto como pasante actualmente el IMEBU ha logrado cumplir con el objetivo de posicionarse de manera eficiente en las redes sociales alcanzando así un alto índice de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online.

En el proceso de producción e innovación de piezas gráficas se obtuvo un mejoramiento en el portafolio corporativo del IMEBU en donde se actualizaron y crearon contenidos nuevos en piezas tales como logos, banners, pendones, volantes, folletos y plantillas informativas para historias y publicaciones en redes sociales que manejan la misma línea gráfica de la alcaldía y manuales de imagen corporativa preestablecidos para cada programa misional con el fin de que sean representativos y que la comunidad online los identifique al verlos. Con lo anterior se logró establecer una línea gráfica organizacional.

Con la realización de cubrimiento periodístico de cada evento de los programas misionales del instituto se generó contenido mediante notas informativas, gestión de multimedia y difusión oportuna del desarrollo de las actividades visibilizando las metas alcanzadas posicionando al instituto frente a la comunidad para que accedan y participen a talleres, capacitaciones y convocatorias públicas que se ofrecen los programas misionales.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Analizando los resultados obtenidos tras la ejecución del plan de trabajo se recomienda al IMEBU establecer alianzas para lograr el cumplimiento de la estrategia contemplada en el plan de comunicaciones correspondiente a la gestión espacios informativos en distintos eventos de interés para la divulgación de los servicios del IMEBU, en programas de tv y emisoras comerciales espacios informativos de campañas, con el fin de apalancar los programas misionales y cada uno de sus proyectos, además de que se creen más campañas que le permitan a el IMEBU para generar fidelización de los clientes y ganar buena reputación por medio de los mismos.

## Referencias

- Alejandro Reyes, B. S. (2019). Contrato de confidencialidad. Medellín.
- Andrade, H. (2005). Comunicación Organizacional Interna: Proceso, disciplina y técnica. (C. Seco, Ed.) Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=importancia+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=gnMnypY0u0&sig=mI9d\\_xgmvFNhDibfEZU8kFCAOOs#v=onepage&q=importancia%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=importancia+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=gnMnypY0u0&sig=mI9d_xgmvFNhDibfEZU8kFCAOOs#v=onepage&q=importancia%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false)
- Calderón, J. S. (2017). DOCPLAYER. Obtenido de <https://docplayer.es/20631663-Segun-bunge-727-la-observacion-en-cuanto-es-un-procedimiento-cientifico-se-caracteriza-por-ser.html>
- Compartiendo.cl. (2016). Biblioteca virtual del Banco de La República, Colombia. Obtenido de Biblioteca virtual del Banco de La República, Colombia: <http://www.lablaa.org/>
- Constitución Política de Colombia de 1991. (s.f.). Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Decreto 179, 2. (2019). Manejo y buen uso de las redes sociales . Obtenido de Departamento Administrativo de la Presidencia de la República
- Félix, A. (2017). COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2.0, La comunicación siglo XX y la llegada. Obtenido de COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2.0, La comunicación siglo XX y la llegada: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/Garc%C3%ADa2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Filder y Wilber. (2019). Obtenido de <http://finderandwilber.com/importancia-revista-corporativa/>



- Giraldo, V. (16 de Septiembre de 2019). Rock Content. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- Gonzales, I. (21 de septiembre de 2016). Ilifebelt. Obtenido de Ilifebelt: <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Howard, J. A. (2012). Definición del Marketing.
- IMEBU. (2017). Caracterización de procesos . Bucaramanga .
- IMEBU. (2017). Gestion técnica de calidad. Bucaramanga.
- IMEBU. (2018). Pagina web. Obtenido de Pagina web: <https://imebu.gov.co/web4/organigrama/>
- IMEBU. (2018). Pagina web. Obtenido de Pagina web : <https://imebu.gov.co/web4/mision-y-vision/>
- IMEBU. (2018). Pagina web . Obtenido de Pagina web : <https://imebu.gov.co/web4/>
- Ley de 1712, d. 2. (2014). Ley de 1712, principios de la transparencia . Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1712\\_2014.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1712_2014.html)
- Martinez, J. M. (2018). Grupo P y A . Obtenido de La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo: <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Milenium. (s.f.). Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Ministerio TIC, p. w. (2017). Portal web Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/>
- participante., L. o. (s.f.). Obtenido de [http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/recogida\\_datos/recogida\\_observacion.pdf](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_observacion.pdf)

- Raffino, M. E. (15 de Noviembre de 2018). Concepto.de. Obtenido de <https://concepto.de/texto-periodistico/>
- República de Colombia, D. O. (23 de Abril de 2018). Ley 1887 de 2018. Obtenido de [http://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS\\_COMPLETOS/7\\_LEYES/LEYES%202018%20\(1877-\)/Ley%201887%20de%202018%20\(Crea%20la%20Semana%20Nacional%20del%20Blogo\).pdf](http://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS_COMPLETOS/7_LEYES/LEYES%202018%20(1877-)/Ley%201887%20de%202018%20(Crea%20la%20Semana%20Nacional%20del%20Blogo).pdf)
- Republica de Colombia, g. n. (22 de marzo de 2019). Circular N° 01 Manejo y uso de las redes sociales, sector público. Obtenido de Circular N° 01 Manejo y uso de las redes sociales, sector público.: [dapre.presidencia.gov.co](http://dapre.presidencia.gov.co)
- Robbins, D. y. (1993). Comunicación Organizacional .
- Rodríguez, G. y. (1996). El proceso de penetración en las notas de campo. Facultad de Educación. UNED.
- Tarradelles, J. (2015). OBS.

# Apéndices

Apéndice A. Observación De Campo 1

**Observación de campo**

<b>Nombre del observador</b>	María Camila Álvarez Anteliz	<b>Fecha</b>	1/08/2019	<b>Tema</b>	Comportamiento comunicacional del IMEBU
<b>Lugar:</b>	Instalaciones del IMEBU	<b>Campo del observador</b>	Comunicadora social en formación		
Objetivo	Observar el estado comunicacional del IMEBU				
Descripción del área de comunicación	<p>El área de comunicación en la empresa del IMEBU está definido dentro de la dependencia de la subdirección técnica donde se planificaron estrategias comunicacionales que hasta el momento están siendo manejadas por un asistente de comunicaciones y publicaciones electrónicas encargado de manejar la página web para recibir quejas y reclamos de las personas que acceden a los servicios. El área de comunicaciones definida está ubicada en la sede principal de la alcaldía de Bucaramanga lo cual el IMEBU no cuenta con políticas internas establecida que le permiten la autonomía en los procesos de comunicación y por el contrario la alcaldía es quien se encarga de la revisión y aprobación de los mensajes, siendo esto motivo de atraso en los procesos el IMEBU decide crear un área de comunicaciones que hasta el momento tiene un año de haberse consolidado y por lo tanto solo está establecido un plan de comunicaciones que no se le ha dado total cumplimiento a todas las actividades contempladas. Dentro área de trabajo faltan equipos tecnológicos como cámara de fotografía y vídeo, grabadora.</p>				
Descripción del contexto comunicativo en la empresa	<p>Los procesos comunicacionales en la empresa se realizan de manera descendente. La comunicación formal se realiza a través de solicitudes por correo electrónico institucional, por repositorio drive donde se adjuntó toda las auditorias y demás datos informativos del instituto, la información también está establecida por boletines de prensa, carteleras y además existen tres grupos de WhatsApp los gerentes y coordinadores de los programas están permitidos transmitir información de los eventos que están realizando en el momento con el objetivo de la capacitaciones o cursos, la comunicación informal surge de la necesidad de recibir información oportuna de eventualidades que se encuentre realizando cada colaborador , cabe resaltar que en la empresa se transmite la información con cordialidad y se aprecia un ambiente de compañerismo con el fin de lograr un mismo objetivo que es trabajar por el cumplimiento de las metas del IMEBU.</p>				

Apéndice B. Observación de campo 2

<b>Observación de campo</b>				
<b>Nombre del observador</b>	María Camila Álvarez Anteliz	<b>Fecha</b>	2/08/2019	<b>Tema</b> Comportamiento comunicacional del IMEBU
<b>Lugar</b>	Instalaciones de del IMEBU	<b>Campo del observador</b>	Comunicadora social en formación	
<b>Objetivo</b>	Observar el estado comunicacional del IMEBU			
<b>Canales de comunicación</b>	<p>La empresa cuenta con canales establecidos de comunicación interna y externa, pero hasta el momento se presentan dificultades en la difusión de las eventualidades, proyectos y procedimiento que desarrolla el IMEBU. La página web y las redes sociales están desactualizadas y no todo el tiempo están retroalimentado el contenido de las mismas. El correo electrónico, los repositorios de drive, los boletines de prensa, la cartelera institucional y la mensajería de WhatsApp funcionan como canales oficiales para transmitir y recibir información.</p>			
<b>Políticas de la empresa</b>	<p>Todas las propuestas creativas de innovación y proyección para el posicionamiento y actualización del contenido publicado en los medios preestablecidos en la institución deben seguir un conducto regular y estar aprobados por el área de comunicación de la alcaldía y para la aceptación de la misma es un proceso largo.</p>			
<b>Posicionamiento de la marca</b>	<p>El posicionamiento le otorga a la empresa le permite diferenciarse de las demás agencias de empleo tanto públicas como privadas que existen en el área metropolitana de Bucaramanga además crea una imagen propia en la mente de los colaboradores y del consumidor todo esto dependiendo del que hacer de la institución y en cual programa se destaca más por ser más ofertado por la comunidad. En cuanto a los prestadores de su servicio se logró apreciar que a pesar de que es la Alcaldía de Bucaramanga quien presta la administración de los bienes inmuebles, el instituto también está destacando sus potenciales por ser demandado por inversionistas que creyendo en el potencial que tiene la agencia quieren unirse a ese proyecto pero para esto la empresa deberá crear su propio proyecto de marketing para generar proyección de la misma.</p>			

*Apéndice C. Análisis cualitativo área de comunicaciones, estrategia de posicionamiento de imagen del IMEBU en las redes sociales Facebook (@Imebuoficial) Twitter (@Imebu)*

<b>Análisis Cualitativo</b>				
<b>Área de comunicaciones, estrategia de posicionamiento de imagen del IMEBU en las redes sociales Facebook (@Imebuoficial) Twitter (@Imebu)</b>				
<b>Nombre del observador</b>	María Camila Álvarez Anteliz	<b>Fecha</b>	2/08/2019	<b>Tema</b> Estrategia de posicionamiento de las redes sociales.
<b>Lugar</b>	Instalaciones de del IMEBU	<b>Campo del observador</b>	Comunicadora social en formación	
<b>Objetivo</b>	Observar el estado comunicacional del IMEBU			
<b>Resultados</b>	<p>Se logró continuar con la implementación del plan de comunicaciones aprobado por el instituto, con el fin de fortalecer su imagen corporativa que ayude con el mejoramiento de su identidad y este acorde a lo que desea transmitir la agencia de empleo pública. Actualmente el IMEBU ha logrado posicionarse en las redes sociales de manera eficiente alcanzando así altos índices de reputación, confiabilidad y alcance visual por la comunidad online; diariamente el gusto de la página ha incrementado obteniendo seguidores nuevos, así mismo la interacción con la alcaldía y diversos aliados en redes sociales han logrado promover y promocionar los servicios y acciones por las que diariamente trabaja cada programa misional. En el proceso de innovación se logró la producción del diseño de piezas tales como logos, banners, pendones, volantes, folletos y plantillas informativas para historias y publicaciones que manejen la misma línea grafica de la alcaldía y manuales de imagen corporativa preestablecidos para cada programa misional con el fin de que sean representativos y que la comunidad online los identifique al verlos. Sumado a lo anterior se ha logrado fidelizar a nuestros seguidores y que diariamente nuevos usuarios visiten la página, esto se logró a través de constantes números de publicaciones por día donde se da a conocer las vacantes vigentes de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU, la publicidad de talleres y capacitaciones desarrollados por los programas y manteniendo variación en la interacción mediante hashtag tendencias para que las publicaciones tengan mayor alcance como hasta el momento las estadísticas lo verifican en un crecimiento del 50% diferente a los años anteriores.</p>			
<b>Logros</b>	<p>Por medio de la generación de contenidos de interés corporativo y manejo continuo de las redes sociales hacer visible a través de historias y publicaciones el cubrimiento periodístico de los respectivos eventos de cada programa, donde mediante la redacción de notas informativas, gestión de multimedia (registro fotográfico) y difusión oportuna del desarrollo de las actividades se logra visibilizar las metas alcanzadas generando confianza en la comunidad online para que accedan y participen a talleres, capacitaciones y convocatorias</p>			

públicas que se ofrecen los programas misionales. Con el apoyo de la creación de contenido visual proyectar en las redes sociales su imagen corporativa de cada programa misional del IMEBU y una apropiación de los mismos actualizando piezas publicitarias como (infografías, plantillas, banners y demás material visual) que apoyen el contenido informativo del Instituto.

**Trabajo en equipo:** Un aspecto que fortaleció los procesos en el área de comunicaciones es el compromiso de los integrantes de cada programa misional en la realización de las actividades que se llevaron a cabo, logrando así evidenciar los resultados de la gestión a través de contenido visual en las redes sociales.

Aspectos que  
facilitaron la  
gestión

**Estrategias del plan de comunicaciones:** Por medio del trabajo realizado conforme a las estrategias establecidas en el plan de comunicaciones se han trazado a nivel institucional objetivos de posicionamiento de la imagen corporativa del IMEBU.

**Personal competente:** Los resultados entregados por cada uno de los responsables del área de comunicación demostraron su profesionalismo cumpliendo con la gestión como community manager resaltando sus funciones mediante la generación de comunicaciones para establecer relaciones con usuarios que están interesados en nuestros contenidos.

Dificultades

La base tecnológica no es la adecuada, los equipos no cuentan con la licencia del software para los programas de diseño y edición que mejore la calidad del contenido en la realización de piezas visuales y audiovisuales que se publican en las redes sociales. Inexistencia de equipos y accesorios útiles como la cámara digital; herramienta que facilite e impulse al instituto en el mundo de la fotografía corporativa y en la creación del material propio convirtiéndose en una oportunidad que logra ganar reputación y relevancia.

Recomendaciones

Establecer presupuesto para obtener autorización en las redes sociales con el fin de promocionar por medio de anuncios publicitarios los servicios de los programas misionales promoviendo así mayor alcance de la página del IMEBU. Apoyo en el cumplimiento de la estrategia contemplada en el plan de comunicaciones correspondiente a la gestión de alianzas para promover en programas de tv y emisoras comerciales espacios informativos de campañas, gestión que ayude apalancar los programas misionales, redes sociales y sus proyectos. Comunicación centralizada con el fin de no atrasar los procesos teniendo la autonomía en la realización de piezas sin estar limitados a la aprobación de la alcaldía.

---

Apéndice D. Manual de identidad del IMEBU



## CONTENIDO

PALETA DE COLOR	1
APLICACIÓN BLANCO / NEGRO Y ESCALA DE GRISES	2
FUENTES TIPOGRÁFICAS	3
VERSIONES PERMITIDAS	4
CO. BRANDING / ALCALDÍA	5
USOS INCORRECTOS	6
USOS INCORRECTOS SOBRE FOTOGRAFÍAS Y FONDOS	7
PUNTOS DE ATENCIÓN VIRTUALES	8
CERTIFICADOS	9
REDES SOCIALES	10
MATERIAL GRÁFICO	11
PENDÓN	13
UNIFORMES	14

## 1 LOGOTIPO

### PALETA DE COLOR



### fondo permitido



C: 44%	C: 80%	C: 98%	C: 0%	C: 0%
M: 6%	M: 0%	M: 54%	M: 36%	M: 78%
Y: 100%	Y: 100%	Y: 99%	Y: 93%	Y: 86%
K: 0%	K: 0%	K: 25%	K: 0%	K: 0%

R: 182	R: 100	R: 7	R: 229	R: 204
G: 200	G: 163	G: 81	G: 177	G: 101
B: 29	B: 61	B: 44	B: 50	B: 54

## 2 LOGOTIPO

### APLICACIÓN BLANCO / NEGRO Y ESCALA DE GRISES

#### LOGOTIPO VERTICAL



#### LOGOTIPO HORIZONTAL



## LOGOTIPO

### FUENTES TIPOGRÁFICAS

**AaBbCcDd**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

**Kenyan Coffe Bold:** Esta tipografía se empleará en los títulos de las publicaciones que se realicen para redes sociales.

**AaBbCcDd**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

**Kenyam Coffe Regular:** Esta tipografía se empleará en los textos internos de las publicaciones y mensajes que acompañen a las imágenes que se crean para redes sociales.

## LOGOTIPO

### VERSIONES PERMITIDAS



#### VERTICAL:

Para aplicaciones en documentos con un espacio cuadrículado, en general en piezas cuyo espacio es reducido.

#### HORIZONTAL:

Para aplicaciones en documentos con un espacio horizontal, por ejemplo: Banners o piezas gráficas cuyo espacio puede utilizarse con comodidad.

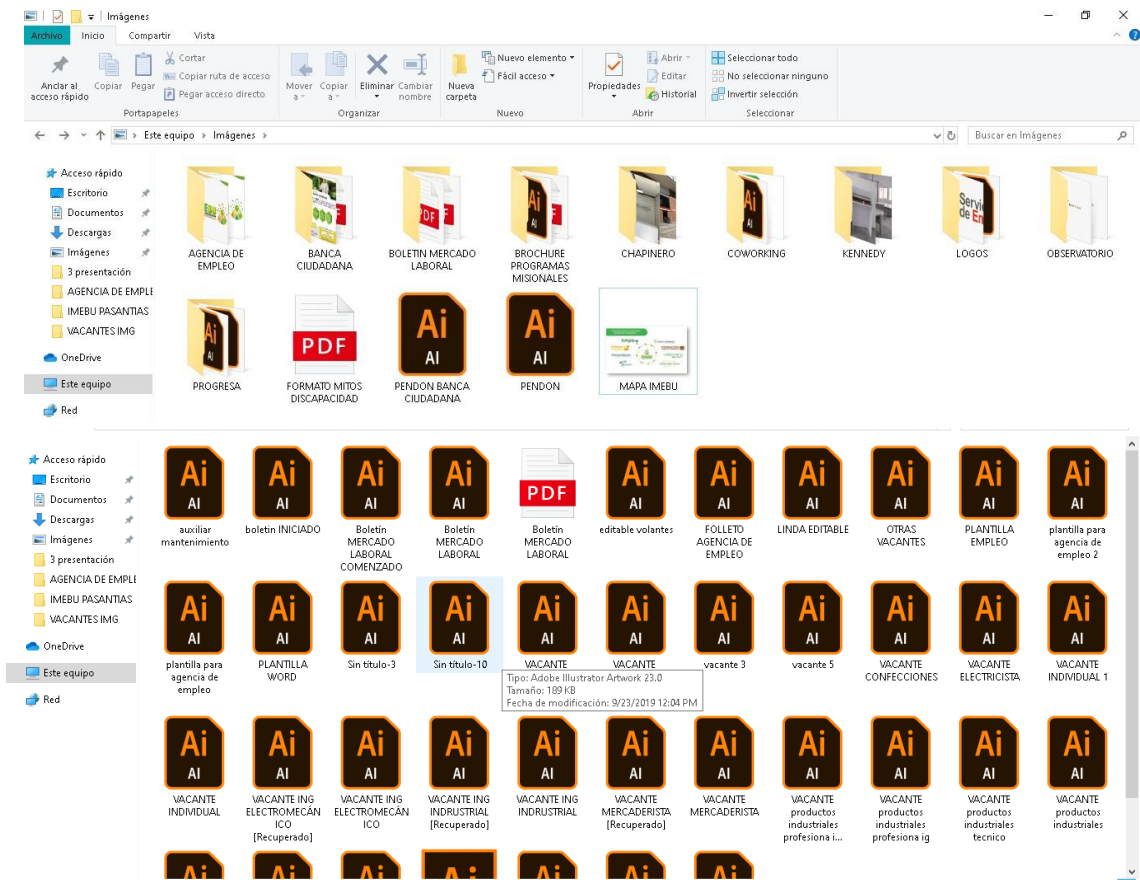


## Apéndice E. Manual de identidad ProgresA



Fuente: Documento archivo de PROGRESA (PROGRESA, 2017)

*Apéndice F. Registro editable de piezas graficas de las vacantes de Agencia de Empleo en el programa ilustrador.*



*Apéndice G. Proceso de realización de contenido para los programas misionales del IMEBU.*



En el apéndice “H e I” se presenta el registro del proceso e informe de control interno que se realizó el 27 de noviembre del 2019 para la auditoria del área técnica donde se expuso los principales logros y actividades ejecutados por el área de comunicaciones durante el proceso de las pasantías, la cual fue evaluado por el abogado Jorge Enrique Pachón y un asistente de la Secretaria de Planeación de la Alcaldía de Bucaramanga.

Apéndice H. Proceso de auditoría del área técnica del IMEBU.



Apéndice I. Informe de auditoría de control interno para el área de comunicación.

INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO	
 <b>IMEBU</b> INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO SUBDIRECCIÓN TÉCNICA 120 GESTIÓN DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	<b>INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA</b>
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS</b>
	Emisión: 02/05/2018 Código: E-GPE-FO08 Versión: 01 Fecha: 27-09-2018 Consecutivo: 087 Página: 2 de 2

Se diseñaron piezas publicitarias como (folletos, presentaciones, plantillas para las vacantes de empleo, plantillas para promover talleres y capacitaciones, logo del observatorio y demás material visual) que apoyaron el contenido informativo del IMEBU.

- Desarrollar estrategias de posicionamiento de la imagen del IMEBU con el fin de generar recordación de los servicios y canales de interacción ofrecidos.

Administrar diariamente las redes sociales del IMEBU (Facebook, twitter) con el fin de hacer visible el contenido innovador para historias y publicaciones captando la atención de nuestros seguidores.

Se logró orientar al público sobre los servicios de los diferentes programas misionales y brindar información de manera Online.

Gestionar apoyo de multimedia (registro fotográfico) de interés para la comunidad online y realizar la difusión oportuna del desarrollo de las actividades para lograr visibilizar la gestión de los programas misionales.

Se realizó bitácora donde se hace registro del seguimiento y verificación de estadísticas de interacción y alcance de las redes sociales.

- Participe en las capacitaciones enfocadas a técnicas de comunicación asertiva, conductas constitutivas de acoso laboral, manejo eficaz del tiempo, estilos de afrontamiento y resolución de conflictos dirigidos con la psicóloga Lilibeth Mejía

Cordialmente,

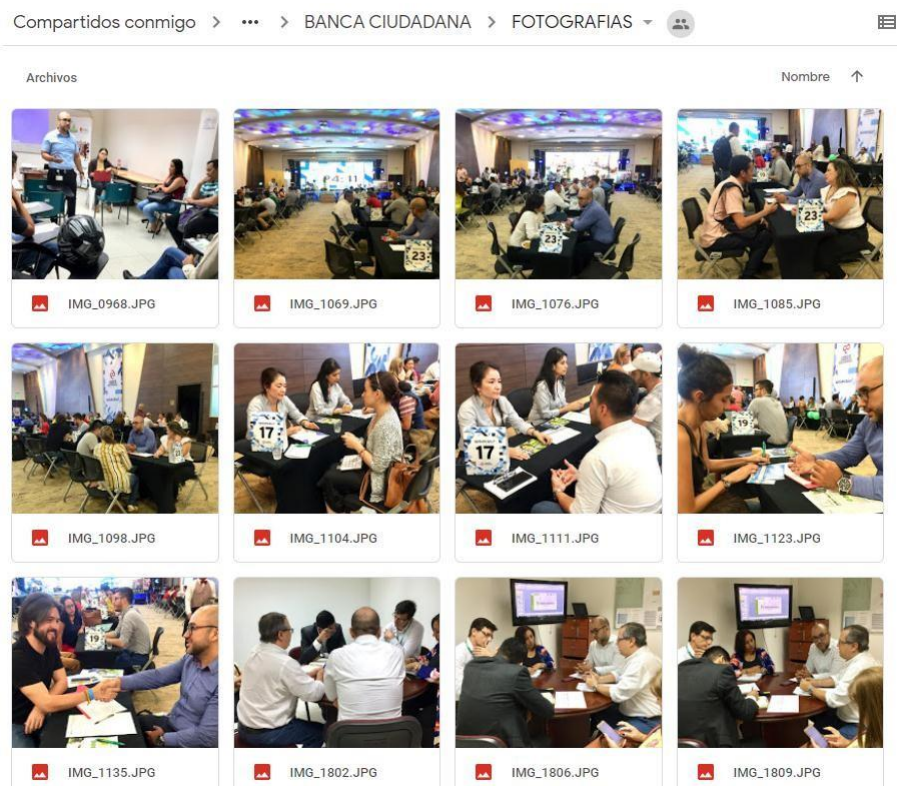
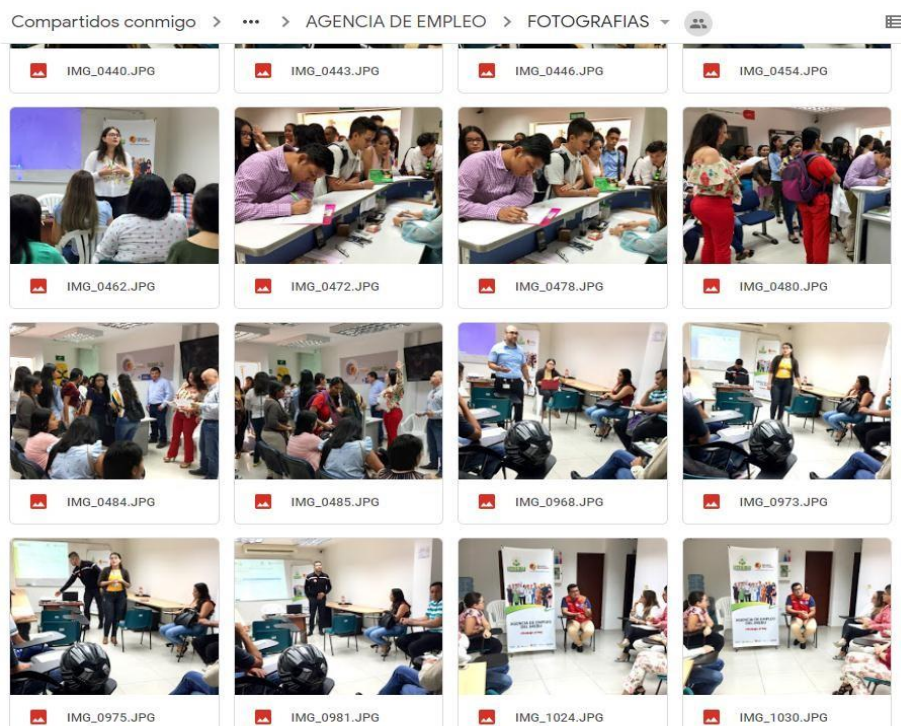
**María Camila Álvarez Anteliz**  
**Pasante del área de comunicaciones**

c.c. Dra. Delcy Hernández Gama  
 Subdirectora Técnica

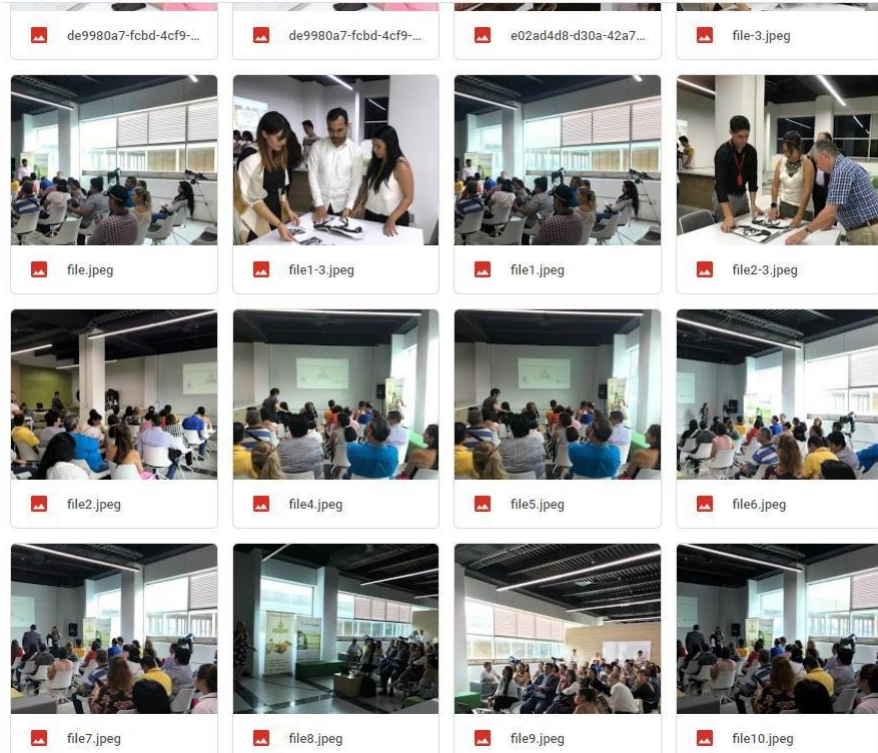


Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga – IMEBU  
 Carrera 26 No. 30 – 78 Piso 3 – Bucaramanga  
 Teléfono: 6706464 – Página web: [www.imebu.gov.co](http://www.imebu.gov.co)

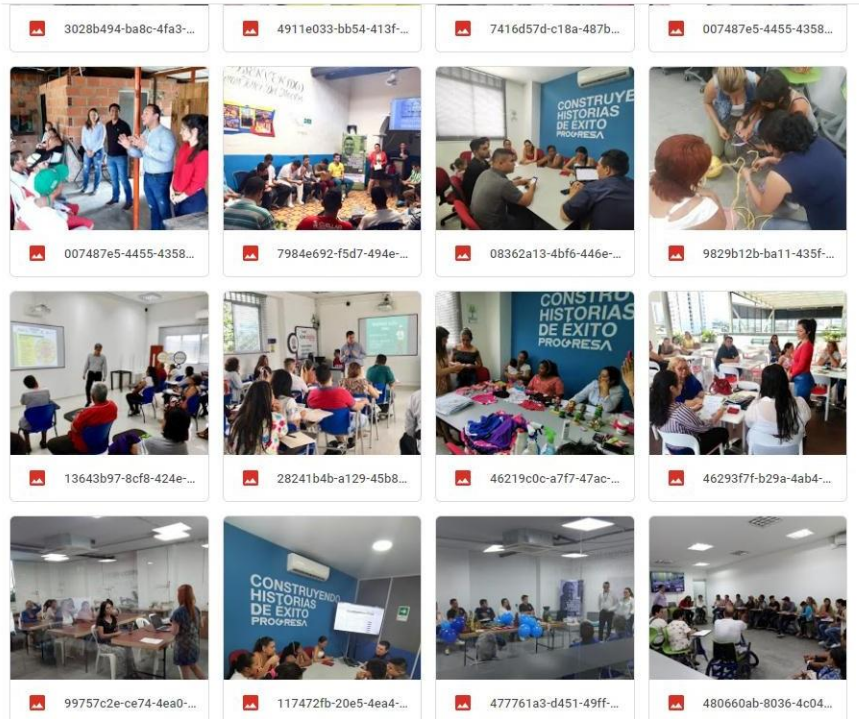
Apéndice J. Repositorio documental equipo técnico IMEBU.



Compartidos conmigo > ... > COWORKING > Fotografias > [icon]



Compartidos conmigo > ... > PROGRESA > Fotografia > [icon]



Apéndice K. Registro de notas informativas para el medio de comunicación interno preestablecido por el IMEBU.

23 **Imebu Institucional**  
Alexander Franco IMEBU, Candy, Carolin...



10:00 a. m. ✓

🗨️ En este momento se da apertura al fórum del evento Smart City Bucaramanga con ponentes que promueven temáticas de medio ambiente, sostenibilidad, gobernanza, movilidad e innovación y desarrollo, presentados por Manuel Francisco Azuero, alcalde de Bucaramanga, Pilar Martínez Fira Barcelona México, Armando Gutiérrez director ejecutivo de la ANAP, Elkin Velásquez ONU Habitad, Rodolfo Torres director del área metropolitana de Bucaramanga y Manuel Redondo Fra Barcelona México.

23 **Imebu Institucional**  
Alexander Franco IMEBU, Candy, Carolin...

TIPS PARA VENDER UNA IDEA  
Cristian D. Gutiérrez  
Asesor UNAB Creative

20 04:00 a 6:00PM  
DICIEMBRE CoWorking NeoMundo - Piso 2  
11:11 a. m. ✓

Asiste  
Plataforma de eventos  
www.asiste.com.co

🗨️ Si eres emprendedor o tienes ideas innovadoras que quieres dar conocer, te invitamos a participar del nuevo taller '¿Cómo hacer tu pitch empresarial?', que se realizará el próximo 20 de diciembre en Coworking.

👍 Un 'pitch' es una breve presentación audiovisual con la cual se busca que un posible inversor apoye una empresa o un proyecto determinado; debe ser un soporte convincente y atractivo, que permita 'vender' la idea de negocio.

☑ Si quieres hacer parte de nuestro taller, te podrás inscribir en el siguiente link:

<https://www.asiste.com.co/event/5df3c36f258fb6318d78b93e>



## Apéndice L. Registro de las comunicaciones internas del área subtécnica por el correo electrónico.

Three screenshots of Gmail emails from the subtechnical area, showing internal communications.

**Screenshot 1: Email from Deicy Hernández Gama to Jazmín**

From: **Deicy Hernández Gama** <subdirectortecnico@imebu.gov.co>  
 To: Jazmín, mí  
 Date: mar., 26 de nov. de 2019 09:39

Estimada Jazmín,

Quisiera pedir tu valioso apoyo para cubrir mañana el evento SEGUNDO ENCUENTRO EMPRESARIAL BUCARAMANGA PROGRESA, que tendrá lugar en Neomundo en el Salón Múltiple (frente al coworking) con una amplia agenda de 8am a 8pm. Sería importante cubrir por lo menos a apertura esto es de 8am a 9am.

Comparto el contacto de Maria Camila, nuestra pasante que apoya comunicaciones. Cel. 3003438524.

Adicional si es posible mover en redes hoy las piezas del evento que nuevamente comparto.

MIL GRACIAS!!!

**DEICY HERNÁNDEZ GAMA**  
 Subdirectora Técnica  
 INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL - IMEBU  
 Cra 26 # 30-78 Piso 3 Parque de las Niñas  
 57-7 6706464 - Cel. 300-6856395

**Screenshot 2: Email from Deicy Hernández Gama to Jessica, CARMEN**

From: **Deicy Hernández Gama** <subdirectortecnico@imebu.gov.co>  
 To: mí, Jessica, CARMEN  
 Date: lun., 21 de oct. de 2019 09:02

Estimadas ... necesitamos diseñar una pieza para imprimir un telón tipo peridón para pegarlo en la pared afuera del CAME central.

Tocaría pasar a tomar las medidas... entonces coordinen con Alexander para que uds vayan y sepan sobre el sitio, que es lo que se necesita.

Alexander hablar por favor de una vez de este tema con la coordinadora del CAME (Tatiana)... es una instrucción de Manolo.

Slds.

**DEICY HERNÁNDEZ GAMA**  
 Subdirectora Técnica  
 INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL - IMEBU  
 Cra 26 # 30-78 Piso 3 Parque de las Niñas  
 57-7 6706464 - Cel. 300-6856395  
 Bucaramanga

**Screenshot 3: Email from INTERMEDIACION IMEBU to Alejandra**

From: **INTERMEDIACION IMEBU**  
 To: mí, Alejandra  
 Date: mar., 17 de dic. de 2019 17:14

Cordial saludo,

Me permito solicitar su valiosa colaboración, para realizar las siguientes piezas publicitarias, para envío máximo hojas de vida al correo [hojasdevida@imebu.gov.co](mailto:hojasdevida@imebu.gov.co) para el día 20 de diciembre de 2019.

**ANALISTA DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES**

**Código proceso (vacante): 1626121534-9**

**Descripción de la vacante:** IMPORTANTE EMPRESA REQUIERE PARA SU EQUIPO DE TRABAJO: CARGO: ANALISTA DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES PERFIL: PROFESIONAL EN COMERCIO EXTERIOR O NEGOCIOS INTERNACIONALES. MÍNIMO 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES EXCLUSIVAS, EN EL ÁREA DE RELACIONES COMERCIALES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN. MANEJO DE EXCEL Y OFFICE AVANZADO. INGLÉS NIVEL AVANZADO, TRATADOS COMERCIALES Y LEGISLACIÓN ADUANERA. HABILIDADES DE REDACCIÓN, PERSONA FUNCIONAL Y CAPACITADA PARA MANEJO DE CLIENTES INTERNOS, EXTERNOS E INTERNACIONALES. CON DISPONIBILIDAD INMEDIATA Y DISPONIBILIDAD PARA VIAJAR. FUNCIONES: ANALIZAR, REVISAR Y EJECUTAR LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN. PREPARAR, ANALIZAR Y VALIDAR LOS DOCUMENTOS DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES. ANALIZAR Y COMPARAR LAS COTIZACIONES DE PROVEEDORES DE SERVICIOS LOGÍSTICOS. MANTENER COMUNICACIÓN Y HACER SEGUIMIENTO CON LOS DIFERENTES PRESTADORES DE SERVICIO. SUPERVISAR QUE LOS BIENES SE HAYAN ENTREGADO OPORTUNAMENTE Y CORRECTAMENTE. LLEVAR UN CONTROL ESPECÍFICO SOBRE SOPORTES GUÍA, HORARIO, A CONVENIR. DISPOSICIÓN HORARIA CONTRATO: OBRA O LABOR SALARIO: \$ 1.5 SALARIOS MÍNIMOS MAS PRESTACIONES DE LEY

Apéndice M. Flyer rendición de cuentas Progresá construyendo historias de éxito 2019.



**2019**

**CIERRE  
PROGRESA**  
Construyendo Historias de Éxito

**CAFÉ MADRID**

Hacemos la invitación al evento de cierre de año, donde se compartirán los resultados, casos de éxito y testimonios de emprendedores y beneficiarios de la ruta de empleabilidad de Progresá.

AUDITORIO  
SUSTAVO LIEVANO - PISO 3

**18 DE DICIEMBRE**

HORA  
2:00 P.M

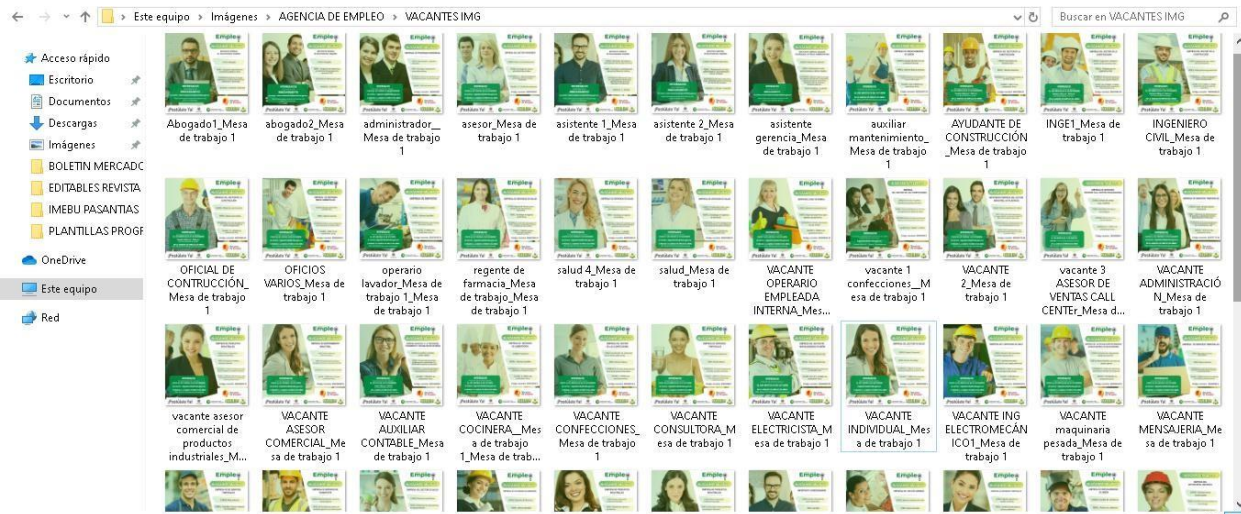
**IMEBU**  
INICIATIVAS DE INNOVACIÓN SOCIAL

**ALCALDÍA DE  
BUCARAMANGA**  
Municipio de Bucaramanga

**π** Construcción Social,  
Transparencia y Dignidad

**CÁMARA DE  
COMERCIO DE  
BUCARAMANGA**  
Creemos en Santander

Apéndice N. Plantillas realizadas para la difusión de vacantes individuales.



**Agencia de Empleo**

**BUSCAMOS TALENTOS**

**EMPRESA DE MANTENIMIENTO INDUSTRIAL.**

CARGO: Asesor comercial de productos químicos.

PERFIL: Técnico laboral, técnico profesional tecnológico o profesional en ingeniería de alimentos.

EXPERIENCIA: 6 meses en el área comercial.

SALARIO: \$ 15MMLV más comisiones y prestaciones de ley.

Código vacante: 1626048399-8

**INTERESADOS**

Presentar hoja de vida y soportes,  
**HASTA EL DÍA VIERNES 4 DE OCTUBRE**

al correo : [hqjasdevida@imebu.gov.co](mailto:hqjasdevida@imebu.gov.co)

O DIRÍJASE A LA AGENCIA DE EMPLEO DEL IMEBU  
CRA. 26 No.30-78 Primer piso, Bucaramanga.

**¡Postúlate Ya!**

Construcción Social, Transparencia y Dignidad

**BUSCAMOS TALENTOS**

**EMPRESA DE SERVICIOS ATENCIÓN CALL CENTER, BUCARAMANGA**

CARGO: Asesor de ventas CALL CENTER

PERFIL: Bachiller, técnicos y tecnólogos.

EXPERIENCIA: Mínima de 6 meses en venta de intangibles.

SALARIO: Entre \$ 15MMLV más comisiones por ventas.

Código vacante: 1626140198-4

**INTERESADOS**

Presentarse con su hoja de vida y soportes,  
**EL DÍA MIÉRCOLES 21 DE AGOSTO**

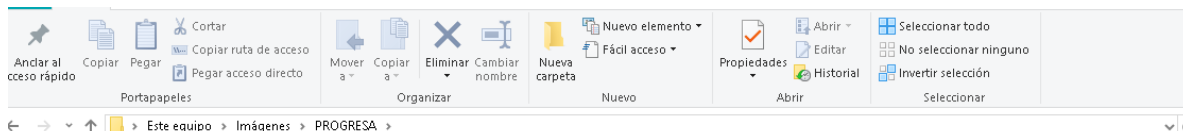
HORARIO: 8 A.M con disponibilidad de tiempo

EN LA AGENCIA DE EMPLEO DEL IMEBU  
CRA. 26 No.30-78 Primer piso, Bucaramanga.

**¡Postúlate Ya!**

Construcción Social, Transparencia y Dignidad

**Apéndice A. Registro editable de piezas graficas realizadas para los talleres y cursos cortos del programa Progresá.**



← → ↑ ↓ Este equipo > Imágenes > PROGRESA >

- ★ Acceso rápido
- Escritorio
- Documentos
- Descargas
- Imágenes
- EDITABLES REVISTA
- IMEBU PASANTIAS
- PLANTILLAS PROG
- VACANTES IMG
- OneDrive
- Este equipo
- Red



← → ↑ ↓ Este equipo > Imágenes > PROGRESA > PLANTILLAS PROGRESA > Buscar en PLANTILLAS PROGRESA...

- ★ Acceso rápido
- Escritorio
- Documentos
- Descargas
- Imágenes
- EDITABLES REVISTA
- IMEBU PASANTIAS
- PLANTILLAS PROG
- VACANTES IMG
- OneDrive
- Este equipo
- Red



**TALLER LAS FINANZAS**  
COMO VENTAJA COMPETITIVA

¡Un analisis detallado de los gastos y las inversiones te ayudarán con la correcta estrategia de control financiero!

**¡TE ESPERAMOS!**  
Cupos Limitados

**VIERNES 25**

DE OCTUBRE

LUGAR: COMPENALCO SANTANDER (Avenida González Valencia) No. 52 - 88 Salón 803

HORA: 8:00 / 9:30 A.M.

EXPOSITOR: LUIS ALFREDO TORRES VARGAS  
Gerente general oficina de restaurantes La Chispa al Regio, propietario cadena de restaurantes La Merienda.

¡Solicita más información y confirma tu asistencia!  
Cel: 3023246952

**TALLER HAZ CRECER TU EMPRESA**  
CON ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA FACEBOOK, INSTAGRAM Y WHATSAPP

¡Internet te conecta con más clientes, aprende como sacar provecho!

**¡TE ESPERAMOS!**  
Cupos Limitados

**VIERNES 11**

DE OCTUBRE

LUGAR: COMPENALCO SANTANDER (Avenida González Valencia) No. 52 - 88 Salón 804

HORA: 8:00 / 9:30 A.M. / 10:00 / 11:30 A.M.

EXPOSITOR: PEDRO JOSE ORTIZ SANCHEZ  
Director Marketing, Caba Impresora  
Publicista y experto en marketing digital

¡Solicita más información y confirma tu asistencia!  
Cel: 3023246952

Apéndice O. Cubrimiento de eventos más relevantes.



*Apéndice P. Capacitación ciclo vital básico extinción de fuego y contra incendios.*



Apéndice Q. Feria de empleabilidad convocatoria pública de la Agencia de Empleo



Apéndice R. Smart City Forúm Bucaramanga





Apéndice S. Segundo Encuentro Empresarial Bucaramanga Progresá.



*Apéndice T. Café Mentor Progresá.*



*Apéndice U. Semana global del emprendimiento.*



*Apéndice V. Apalanca fest*



*Apéndice W. Rendición de cuentas del IMEBU.*



Apéndice X. Promoción y difusión de servicios Progresa.



Apéndice Y. Orientación laboral Agencia de Empleo.








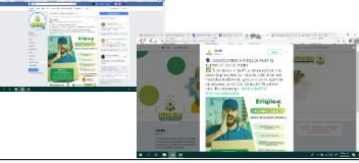


Apéndice Z. Talleres para emprendedores y empresarios en Coworking.





Apéndice AA. Bitácora seguimiento de publicaciones en redes sociales.

 <b>INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA</b>				
<b>BITACORA SEGUIMIENTO REDES SOCIALES TWITTER Y FACEBOOK</b>				
<b>SUBDIRECCIÓN TÉCNICA</b>				
FECHA	URL Titulo	PROGRAMA	ESPACIO DE DIFUSION	PANTALLAZO DE LA PUBLICACION
3 de septiembre de 2019	Todos los lunes la Agencia de Empleo del @IMEBU, programa encuentros de orientación laboral y así mismo brinda asesoramiento frente al registro y búsqueda de vacantes en la plataforma del Servicio de Empleo. @AlcaldiaBGA #TrabajoSiHay	Agencia de Empleo	Facebook Twitter	
3 de septiembre de 2019	El IMEBU participa del encuentro nacional "Hacia el cierre de brechas" organizado por la APC y la embajada de Canadá, con el fin de compartir experiencias de empleabilidad inclusiva, la cual ha logrado impactar en la calidad de vida de población vulnerable. @AlcaldiaBGA	Agencia de Empleo	Facebook Twitter	
3 de septiembre de 2019	#TrabajoSiHay Conozca las vacantes vigentes de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU y postúlese al perfil que pueda aplicar. El Gobierno de los Ciudadanos está comprometido con la generación de empleo en la ciudad. Si está en búsqueda de nuevas oportunidades laborales, diríjase a la AGENCIA PÚBLICA DE EMPLEO DEL IMEBU ó envíe su hoja de vida al correo: @hojasdevida@imebu.gov.co	Agencia de Empleo	Facebook	
4 de septiembre de 2019	#ColInclusiónLaboral "La idea es mostrarle a la gente que el trabajo ayuda a construir futuro, indiferente al sector donde se empiece, es la primera piedra para construir una capacitación futura, para ser espejo frente a sus hijos y a las próximas generaciones" Alexander Garcia	Agencia de Empleo	ReTwitter APC Colombia	
27 de septiembre de 2019	misionales del IMEBU que apoyan el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial y la empleabilidad. Alcaldía de Bucaramanga #Progres #CoworkingEnAcción #Banc Ciudadana #EmpresaMadre #Formalización para el Trabajo #Agencia de Empleo IMEBU #Internacionalización #SeLe Tiene	Coworking	Facebook	
27 de septiembre de 2019	En la mañana de hoy Formación para el Trabajo realizó charla de Mentalidad Empresarial convocada por Progres Café Madrid para estudiantes que culminan estudios de patronaje con el Sena dictado por el couch Rafael Bastos del IMEBU Alcaldía de Bucaramanga #Empleabilidad #Fortalecimiento #Empresarios #Gestión #Liderazgo	formación para el Trabajo	Facebook	
27 de septiembre de 2019	Una vez más el IMEBU a través del Coworking conecta los emprendedores de la región en eventos únicos, prestando sus espacios para la socialización de innovación tecnológica de la industria del sector palmero realizada por la compañía de servicios técnicos integrales - STI ganador del premio de Innovadores de Santander 2019 en la categoría desarrollo social y ambiental. Alcaldía de Bucaramanga #CoworkingEnAcción #Innovación #ConectaEmprendimientos #ConectaEmpresarios	Coworking	Facebook	
30 de septiembre de 2019	#TrabajoSiHay Conozca las vacantes vigentes de la Agencia Pública de Empleo del IMEBU y postúlese al perfil que pueda aplicar. El Gobierno de los Ciudadanos está comprometido con la generación de empleo en la ciudad.	Agencia de Empleo	Facebook	
30 de septiembre de 2019	A la sesión No. 127 del #CUEES Ilega Deysi Hernández, subdirectora técnica del @imebu, encargada de contar las estrategias que ha ejecutado este gobierno para promover el emprendimiento en la ciudad.		ReeTwitter	

1		INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA			
2		BITACORA SEGUIMIENTO REDES SOCIALES TWITTER Y FACEBOOK			
3		SUBDIRECCIÓN TÉCNICA			
4					
5	FECHA	URL Titulo	PROGRAMA	ESPACIO DE DIFUSION	PANTALLAZO DE LA PUBLICACION
6	1 de octubre de 2019	<a href="#">Santander Competitivo Me gusta esta página</a> 27 de septiembre a las 09:30 - En la mañana de hoy llevamos a cabo la sesión 127 del Comité Universidad, Empresa, Estado de Santander #CUEES en las instalaciones de la ANDI Santander.	técnica	Facebook	
7		El tema de la jornada fue el emprendimiento y los asistentes pudieron conocer sobre la Red de Emprendedores de la ANDI, el caso de éxito de Social Raee, la Red de Emprendimiento de Santander a cargo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, las estrategias ejecutadas por el gobierno local por el IMEBU, el trabajo de la Universidad de Santander y la presentación de Tecnoparque del SENA Santander.  #LoQuePasaEnSantander			
8	1 de octubre de 2019	<a href="#">En la mañana de hoy Formación para el Trabajo realizó charla de Mentalidad Empresarial convocada por Progresca Cafe Madrid para estudiantes que culminan estudios de patronaje con el Sena dictado por el couch Rafael Bastos del IMEBU</a> <a href="#">@AlcaldiaBGA #Fortalecimiento</a>	Formación pa el trabajo	Facebook	
9				Twitter	
10	1 de octubre de 2019	<a href="#">ATENCIÓN BUCARAMANGA #TrabajoSiHay</a> <a href="#">CONVOCATORIA ESPECIAL HASTA MAÑANA MIÉRCOLES 2 DE OCTUBRE</a> Importante Empresa de Recolección de Servicios Temporales, solicita agente tele operador en servicio al cliente.	Agencia de Empleo	Facebook	
11		<a href="#">#PERFIL: Bachiller, técnico laboral, técnico profesional con 6 meses de experiencia en servicio al cliente.</a>		Twitter	
112	29 de octubre de 2019	ATENCIÓN BUCARAMANGA #TrabajoSiHay  ● CONVOCATORIA ESPECIAL PARA EL DÍA VIERNES 1 DE NOVIEMBRE.  Importante Empresa del Sector Industrial de Plásticos solicita técnicos auxiliares de calidad para su equipo de trabajo.... Ver más	Agencia de Empleo	Facebook	
113				Twitter	
114	29 de octubre de 2019	ATENCIÓN BUCARAMANGA #TrabajoSiHay  ● CONVOCATORIA ESPECIAL PARA EL DÍA JUEVES 31 DE OCTUBRE  ● Importante Empresa de servicios temporales solicita mensajero- servicios temporales para trabajar en Bucaramanga, Girón, Piedecuesta y Floridablanca.... Ver más	Agencia de Empleo	Facebook	
115				Twitter	
116	29 de octubre de 2019	● En este momento se lleva a cabo el CAFE MENTOR PROGRESA en el restaurante Espinosa un evento que cuenta con 20 grandes empresarios de Bucaramanga con gran trayectoria, quienes a través de la experiencia enseñarán a emprendedores de Progresca como impulsar sus emprendimientos en temas comerciales, estratégicos y operativos. Nuestro café mentor se lleva a cabo en el restaurante Espinosa durante la tarde de hoy. Hoy nos acompañan como mentores Nora Loza, More Life, Camachos, La Peluquería, Casa Hermes, Vasquez y García, Carnes y Carnes, Dulces Mireya, Calzasano, Animal Red SAS, Patiamarillos, Maliné, Mazeta, Coex Group, Artesanías de Colombia, Simone, Seguros Bolívar, Bibiana Pineda Accesorios y la UDES.	Agencia de Empleo	Facebook	
117					
118	30 de octubre de 2019	ATENCIÓN BUCARAMANGA #TrabajoSiHay  ● CONVOCATORIA ESPECIAL PARA EL DÍA MIÉRCOLES 6 DE NOVIEMBRE.  Importante empresa del sector de la construcción solicita inspector de obra - sector de la construcción para trabajar en zona Santander: Bucaramanga, Piedecuesta y Floridablanca.... Ver más	Agencia de Empleo		
119					

1		INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA			
2		BITACORA SEGUIMIENTO REDES SOCIALES TWITTER Y FACEBOOK			
3		SUBDIRECCIÓN TÉCNICA			
4					
5	FECHA	URL Titulo	PROGRAMA	ESPACIO DE DIFUSION	PANTALLAZO DE LA PUBLICACION
6	1-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocidos empresarios y emprendedores participaron en el primer 'Café Mentor Progreso'.</li> <li>La iniciativa es liderada por la Alcaldía, el IMEBU y la Cámara de Comercio de Bucaramanga.</li> <li>Con la participación de 20 reconocidos empresarios e igual número de emprendedores del Norte de Bucaramanga, se realizó este martes el primer 'Café Mentor Progreso', un evento organizado por el Instituto de Empleo de Bucaramanga (IMEBU) y la Cámara de Comercio de Bucaramanga.</li> </ul>	Progreso	Facebook	
8	1-nov-19	<p>Solo en un año el Centro de Desarrollo Empresarial Progreso estima que ha brindado más de 3.200 horas de asesorías personalizadas a emprendedores y microempresas...</p> <p><a href="#">Ver más</a></p>	Progreso	Facebook	
10	5-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>MARTES de orientación laboral y asesoramiento frente al registro y búsqueda de vacantes en la plataforma de la Unidad del Servicio Público de Empleo con la Agencia de Empleo del IMEBU y promoción de los servicios del programa de crédito Banca Ciudadana que busca financiar ideas de negocio y fortalecer microempresarios de Bucaramanga.</li> <li>Si está interesado en recibir este tipo de asesoramiento, diríjase a las oficinas del IMEBU, ubicadas en la carrera 26 No. 30 – 78, piso 3.</li> <li>Alcaldía de Bucaramanga #NosAcercasAlTrabajo #Empleo #Vacantes #Trabajo #Gestión #EmpleoIMEBU #TrabajoSiHay Fundesan COOPFUTURO Corfas</li> </ul>	Agencia de Empleo	Facebook	
12	5-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>¡Pierde el miedo y emprende YA!</li> <li>Programa tu cerebro directo al éxito, emprendedores! llega la hora de cambiar tu chip.</li> <li>En este nuevo taller conoce las razones por las cuáles es importante mantener el poder de una mentalidad emprendedora, salir de la zona de confort y eliminar barreras para emprender recuerda, "No hay desarrollo profesional sin desarrollo personal!"</li> </ul>	Coworking	Facebook	
173					
174	29-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>El IMEBU apoyará el evento El Smart City Forum Bucaramanga que se realizará en Neomundo los próximos 4 y 5 de Diciembre.</li> <li>Es el evento regional que reunirá en su programa de conferencias a importantes actores transformadores de ciudades para debatir sobre los diferentes modelos de gestión urbana y el impacto en la calidad de vida de los ciudadanos de su región.</li> </ul>	Coworking	Facebook	
176	29-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emprendedores, recuerden que aun siguen abiertas las inscripciones para el "Curso de Vitrinismo 2019" el cual sera certificado y se trataran temáticas y conceptos de diseño aplicado al vitrinismo, identidad Corporativa, psicología del Comprador y demás propuestas de valor y composición para una vitrina.</li> </ul>	Coworking	Facebook	
178	29-nov-19	<ul style="list-style-type: none"> <li>Progreso Café Madrid hace invitación a la feria de servicios de empleabilidad que se realizara este próximo 3 de diciembre con el fin de promover vacantes que se ajusten a perfiles con objetivo de ayudar a las personas a emplearse.</li> <li>Ingrese a nuestra ruta de empleabilidad y conozca las diferentes ofertas laborales.</li> <li>Dentro de los perfiles requeridos se encuentran los siguientes:...</li> </ul>	Progreso	Facebook	
180	29-nov-19	<p>ATENCIÓN BUCARAMANGA #TrabajoSiHay</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CONVOCATORIA ESPECIAL PARA HOY VIERNES 29 DE NOVIEMBRE. Importante empresa del sector de construcción, solicita oficial de pintura.</li> <li>PERFIL: Básica primaria con experiencia de 36 meses como oficial de pintura, con curso de alturas vigente.</li> <li>FUNCIONES: Adecuar el sitio de trabajo, resanar, pintar, aseo del lugar del trabajo, re ubicar los muebles y demás asignadas al cargo.</li> <li>HORARIO: Lunes a viernes de 7:00 a.m. / 5:00 p.m. con una hora y media de descanso y los sábados de 7:00 a.m./12:00 p.m.</li> </ul>	agencia de Empleo	Facebook	

**Apéndice BB.** Presentación de diapositivas gestión de Agencia de Empleo en la población vulnerable.



### BENEFICIOS DE CONTRATAR ADULTO MAYOR

- Aportan experiencia y habilidades que no se pueden enseñar ni reemplazar.
- Tienen habilidades de liderazgo.
- Concentración en su trabajo.
- Poseen una buena ética de trabajo.
- Poseen amplia redes de contactos.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo



### PORQUÉ CONTRATAR JÓVENES ENTRE 18 Y 24 AÑOS

- Habilidades informáticas.
- Creatividad.
- Innovación.
- El 4,2% de los jóvenes han sido contratados a través de la agencia de empleo.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo



### RETORNADO

- Personas que regresan al país en busca de una oportunidad laboral para buscar el sustento para sus familias.
- 0,8% retornados han sido contratados a través de la agencia de empleo.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo



### TRATA DE PERSONAS VIOLENCIA INTRAFAMILIAR MADRE CABEZA DE HOGAR

- Ofreciendo un empleo digno y decente podemos combatir estos flagelos y así contribuir a la economía en el país.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo



### IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA LAS ETNIAS

- Con igualdad de oportunidades a las etnias Podemos contribuir al desarrollo de la economía de la nación.
- Palenquera, Raizal 0,7% Indígenas 0,1% Afrocolombiano 0,8% Hombre de color 0,1% contratados a través de la agencia de empleo.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo



### VINCULACIÓN DE PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD

Discapacidades auditiva, cognitiva, motora, visual, tala baja.

- El 0,4% de población en condición de discapacidad motora ha sido contratado a través de la agencia de empleo.
- El 0,1% de población en condición de discapacidad auditiva ha sido contratado a través de la agencia de empleo.

Agencia de Empleo

IMEBU | ALCALDÍA DE BUCARAMANGA | Construcción Social, Transparencia y Dignidad | Servicio de Empleo

Apéndice CC. Propuesta Edición N°1 Revista IMEBU

Edición N°1. Agosto / Diciembre 2019

**REVISTA**

**INSTITUTO MUNICIPAL DE EMPLEO Y FOMENTO EMPRESARIAL**  
BUCARAMANGA

CONSULTA LA NUEVA EDICIÓN

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA  
CONSTRUCCIÓN Social, Transparencia y Dignidad

**PROYECTOS ESTRATÉGICOS**

**FORMACIÓN DE CALIDAD**      **FOMENTO EMPRESARIAL**

**COMPETENCIAS EN ORIENTACIÓN LABORAL**

El Instituto Municipal de Empleo y Fomento Empresarial del Municipio de Bucaramanga (IMEBU), es reconocido como un establecimiento público de orden municipal, que tiene por objeto el impulso de la política municipal de empleo y fomento empresarial, cuenta con planes de acción, ejecución presupuestas y proyectos estratégicos en el cual se encuentran los programas misionales como la Agencia Pública de Gestión y Colocación de Empleo del IMEBU que hace parte de la Red de Prestadores del Servicio Público de Empleo y presta servicios de intermediación laboral de forma gratuita para aquellas personas que se encuentren desempleadas o deseen mejorar su condición de empleo. Los Centros de Desarrollo Empresarial Progresar que pretenden promover el emprendimiento y fortalecimiento del tejido empresarial, Banca Ciudadana es la bolsa de recursos del IMEBU, cuyo propósito es incentivar el emprendimiento y fortalecimiento de microempresas en el municipio de Bucaramanga a través del microcrédito, Coworking un espacio físico creado para promover proyectos de innovación social para emprendedores y empresarios, Empresa Madre un proyecto que se crea como una estrategia de innovación social, cuyo propósito es la creación emprendimientos sociales colectivos y el proyecto de formación para el trabajo se crea con el propósito de mejorar las competencias laborales específicas de quienes buscan empleo o quieren mejorar sus ingresos. Este fortalecimiento de habilidades y competencias, se realiza a través de talleres de orientación ocupacional y/o procesos técnicos de formación para el trabajo, con la gestión y construcción por las que trabajan a diario los programas se ha dado cumplimiento a la misión estratégica del IMEBU de liderar, orientar, coordinar y socializar todas las acciones de los sectores público y privado para mejorar la calidad de vida de las familias de la ciudad de Bucaramanga, mediante la solución de sus necesidades de empleo y el impulso de programas de fomento empresarial.

**CONTENIDO**

El contenido expuesto a continuación, refleja la gestión desarrollada por los programas misionales del IMEBU.

- 01 PROGRAMAS MISIONALES**
- 02 MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN, COMUNICACIÓN Y CONSULTA CIUDADANA**
- 03 PROGRESA**
  - 04 Conoce acerca de Progresar.
  - 05 Café Mentor Progresar.
  - 06 Testimonios Café Mentor Progresar.
  - 07 2do Encuentro Empresarial Bucaramanga.
  - 08 Casos Exitosos
- 09 COWORKING**
  - 10 Conoce acerca de Coworking.
  - 11 Beneficios y servicios que ofrece Coworking.
  - 12 Indicadores de población y emprendimientos atendidos.
- 13 BOLETÍN DEL MERCADO LABORAL #7**  
Indicadores de gestión de personas atendidas y beneficiadas a través de los programas misionales.
- 14 BOLETÍN DEL MERCADO LABORAL #8**  
Indicadores de población vulnerable.
- 15 SE LE TIENE**
  - 16 Conoce acerca del megaproyecto SE LE TIENE.
- 17 AGENCIA DE EMPLEO**
- 18 FORMACIÓN PARA EL TRABAJO**
- 19 EMPRESA MADRE**
  - 20 Conoce acerca de la gestión desarrollada del programa misional Empresa Madre.

670 6464  
Cra 26 N° 30-78, tercer piso, Parque de los Niños.

www.imebu.gov.co  
@imebu  
imebu Bucaramanga

**PROGRAMAS MISIONALES**

**AGENCIA DE EMPLEO**  
La agencia pública de empleo del IMEBU presta servicios de intermediación gratuita para las personas que se encuentran buscando trabajo en Bucaramanga, así mismo brinda sus servicios a las empresas que requieren ayuda con el proceso de intermediación.

**PROGRESA**  
Progresar, es el Centro de Desarrollo Empresarial y Empleabilidad en donde se presta asesoría totalmente gratuita para desarrollar ideas empresariales, fortalecer negocios, establecer para llevarlos a otro nivel y conectar a quienes buscan trabajo en el mundo laboral.

**BANCA CIUDADANA**  
Banca Ciudadana es la bolsa de recursos del IMEBU cuyo propósito es incentivar el emprendimiento y fortalecimiento de microempresas de Bucaramanga a través del microcrédito, como elemento fundamental en la generación y sostenimiento de empleo y la activación del desarrollo socioeconómico.

**FORMACIÓN PARA EL TRABAJO**  
En el programa de formación para el trabajo, formamos a los bucaranguenses en competencias laborales específicas, apoyamos la formación y orientamos para tener éxito laboral.

**COWORKING**  
Es un espacio compartido y colaborativo donde se fomenta la creatividad, la innovación, la incubación y el fortalecimiento empresarial. Coworking es una filosofía y una cultura laboral distinta a lo convencional, con la premisa de trabajar productivamente.

670 6464  
Cra 26 N° 30-78, tercer piso, Parque de los Niños.

www.imebu.gov.co  
@imebu  
imebu Bucaramanga

## MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN, COMUNICACIÓN Y CONSULTA CIUDADANA



- ### Mecanismos de comunicación
- Atención telefónica**  
Tel: 6706464
  - Atención virtual, aplicativo página web**  
El IMEBU cuenta con un portal único para el ciudadano: [www.imebu.gov.co](http://www.imebu.gov.co) / Atención al Ciudadano / Contáctenos / Facebook: imebuoficial / Twitter: @imebu
  - Atención virtual, correo electrónico**  
[atencionciudadano@imebu.gov.co](mailto:atencionciudadano@imebu.gov.co)
  - Atención por Correspondencia**  
Radicación de las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y sugerencias escritas en la recepción de la entidad.  
Ubicación: Cra 26 No. 30 - 78 piso 3, Antonia Santos, Bucaramanga.  
Horario: Lunes a viernes de 7:30 / 12:30 m. y de 2:30 / 6:00 p.m.
  - Buzón de Sugerencias**  
Ubicado en la recepción de la sede administrativa.  
Ubicación: Cra 26 No. 30 - 78 piso 3, Antonia Santos, Bucaramanga.  
Horario: Lunes a viernes de 7:30 / 12:30 m. y de 2:30 / 6:00 p.m.

## CENTRO DE DESARROLLO DE EMPLEABILIDAD PROGRESA

Construyendo Historias de Éxito

Los Centros de Desarrollo y Fomento Empresarial PROGRESA pretenden promover el emprendimiento y fortalecimiento del tejido empresarial así como mejorar el nivel de empleo e ingresos de la población de la zona Norte de la ciudad de Bucaramanga. En los centros Progresá encontrarás asesorías personalizadas, consultoría empresarial, orientación laboral gratuita para desarrollar, poner en marcha sus ideas de negocio y/o lograr el crecimiento que tanto quiere para su Empresa o emprendimiento además se realizan ferias de empleabilidad donde se ofertan vacantes para ayudar a emplear a la comunidad de los barrios Chapinero y Kennedy en Bucaramanga.

- EMPRENDIMIENTO.
- CRECIMIENTO.
- EMPLEABILIDAD.

## “YO TENGO UN NEGOCIO AHORA CON PROGRESA VOY A TENER UNA EMPRESA”

La Cámara de Comercio de Bucaramanga en alianza con el Imebu y la Alcaldía de Bucaramanga lanzan el Centro de Desarrollo Empresarial y Empleabilidad para el Norte de Bucaramanga, un modelo innovador que tiene como objetivo promover el emprendimiento, apoyar el crecimiento y fortalecimiento del tejido empresarial existente y mejorar los niveles de ingresos de su población con empleos de calidad.

Sabemos que las personas son la piedra angular para ser más prósperos y competitivos. Por esto, Progresá busca iniciar positivamente al Norte de Bucaramanga, y por ende a Santander. Este territorio, que posee el 23% de la población de Bucaramanga, cuenta con una población económicamente activa del 53%, lo cual equivale a cerca de 64 mil personas que pretendemos impactar a través de la promoción de una cultura emprendedora, el fortalecimiento empresarial y la mejora de los índices de empleabilidad e ingreso.

Progresá cuenta con tres rufos, uno es que apoya a ideas creativas de emprendimiento impulsando la creación de nuevas iniciativas, convirtiendo sus ideas en modelos de negocio, para esto, se estructura un plan de negocios, mientras se capacita y se acompaña al emprendedor para guiarlo de la mejor manera durante el proceso de creación de su proyecto a corto, mediano o largo plazo, con profesionales expertos en el tema.

La segunda rufa es crecimiento empresarial, aquí por medio de planes de mejoramiento y asesorías personalizadas, se interviene las compañías para incrementar indicadores y acelerar su crecimiento, se logran crear alianzas entre emprendedores y empresarios con el fin de dar a conocer los nuevos proyectos ya firmados y creados y ser como una fuente donde el empresario puede buscar su materia prima, el emprendedor inicia su ruta con Progresá mediante la especialización y fortalecimiento de perfiles profesionales donde se orienta los perfiles laborales, desarrollando competencias y preparando aspectos claves como: hoja de vida, entrevistas, proyecto de vida y capacitaciones técnicas, otorgando una orientación laboral a profesionales que están en busca de una vacante y se quieren presentar ante un proceso de selección, además Progresá organiza y realiza ferias de empleo donde ofrece vacantes para que profesionales se postulen y se preparen para acceder un puesto, además, de que trabajo de la mano con la empresa para la selección del mejor referente y escoger el indicado con las características claves para ocupar el lugar de trabajo, todos estos beneficios son para todas aquellas personas que residen en la ciudad de Bucaramanga Santander.

## “CAFÉ MENTOR PROGRESA”

### 20 Reconocidos empresarios y emprendedores participaron en el primer encuentro de fortalecimiento de ideas de negocio.

La iniciativa “Café Mentor Progresá” es liderada por la alcaldía de Bucaramanga, el IMEBU y la Cámara de Comercio a través del Centro de Desarrollo y Fomento Empresarial Progresá Café Madrid, es un espacio que busca crear alianzas entre empresario y emprendedor pero además crea una charla que permite un compartir ideas de negocio y estrategias de emprendimiento, en el evento se contó con la participación de 20 reconocidos empresarios e igual número de emprendedores del Norte de Bucaramanga quienes actúan como aliados para ayudar a generar y promover emprendimientos en Santander.

Este primer encuentro, se realizó en el restaurante Espinosa, en el cual participaron mentores propietarios de reconocidas marcas como: Nana Loco, Mire Ute, Camacho Hamburguesería, La Peluquería, Casa Hermes, Vázquez y García, Carnes y Carnes, Duroera Doña Mireya, Calzasano, Animal Rea SAS, Pariamaris, Molinó, Mazza, Coex Group, Artesanos de Colombia, Simons, Siguras, Bavier, Silvana Pineda Accesorios y la UDES quien ayudo en el fortalecimiento y creación de empresas desde la escuela.

Lo que queremos con este evento es impulsar los emprendimientos, que los emprendedores aprendan a partir de la experiencia de los mentores, ya que ellos pueden implementar temas estratégicos, comerciales, operativos y organizacionales de la mano de un gran empresario que ya ha vivido, ha experimentado, crecido, y aprendido en el camino desarrollando su idea de negocio”, afirmó Delcy Hernández Dama, subdirectora técnica del IMEBU.

Esta experiencia ha sido muy enriquecedora, porque en Progresá nos han enseñado la parte de costos, marketing, publicidad mediante el proceso de asesoría con profesionales en el tema, pero es muy gratificante poder contar con la experiencia de un empresario que lleva más tiempo en el mercado; quienes mediante consejos nos han animado a salir adelante con nuestro emprendimiento, a tener un factor diferencial para marcar tendencia en el mercado, y algunos tips que en la realidad son como ese balón que impulsa más nuestro emprendimiento hacia su crecimiento”, cito Yerson Chaparro, emprendedor beneficiado por Progresá.



## 2do Encuentro Empresarial Bucaramanga

Es un evento organizado por los programas misionales del IMEBU, el Centro de Desarrollo y Fomento Empresarial Progresá junto con Coworking el cual hablaban por claro conocer el potencial de negocios que se están fortaleciendo a través de sus servicios de asesorías de marketing digital y capacitaciones mediante una muestra empresarial, rueda de negocios, networking, agenda académica y Pasarela fashion en el cual gracias a este evento se beneficiaron 100 emprendedores quienes ya hicieron el lanzamiento formal de su emprendimiento y desean a conocer su marca.



El IMEBU gracias a la alianza establecida con la Corporación Educativa IFAE, logra que 9 emprendedores del centro de desarrollo PROGRESA favorecidos en el sector confección de la zona Norte de Bucaramanga, el cual fueron preparados mediante capacitaciones y talleres prácticos de la mano de profesionales durante 4 meses en temas de calidad, innovación, diseños y en la producción de una colección muy creativa, los resultados fueron presentados en Pasarela durante el segundo encuentro empresarial, con temáticas representadas en los estados Otoño, verano, primavera, además de una pasarela de vestidos de matrimonio.

Siguiendo el protocolo del evento, mediante una agenda académica networking, se llevó a cabo un conversatorio con empresarios y emprendedores de la región donde se manejan temáticas enfocadas en métodos y técnicas de desempeño para dar un salto a nuevas ideas que generen empresas reconocidas y un buen manejo de sus finanzas.

07



En la segunda parte del encuentro empresarial Bucaramanga Progresá se lleva a cabo presencia sobre "Identificación de perfiles empresariales" dirigida por Cristian Quintero Coordinador del Coworking, temática que tiene el fin de apoyar a los emprendimientos a través de herramientas que fortalezcan su personalidad empresarial, para esto se lleva a cabo un test práctico donde se realiza una charla retroalimentadora dinámica donde se evalúan las personalidades y que tipos de emprendimientos o ideas de negocio se pueden crear teniendo en cuenta aspectos dimensionados a un estilo de vida, patrones o códigos por los que generalmente atraviesa un emprendedor a la hora de generar una opción de negocio o empresa que por lo general se basan teniendo en cuenta gustos, pasiones, estudios entre otros aspectos que generen confianza a la hora de plasmar e invertir capital en un emprendimiento base.



Durante la agenda académica del evento se llevó a cabo la charla denominada "Encontrando Diamantes" donde se resalta "Human Biosics" un emprendimiento colombiano que supera las barreras de la innovación que apuesta mejorar la calidad de vida de las personas fabricando dispositivos médicos de alto impacto, especialmente para personas con las enfermedades de párkinson y alzhéimer.

Este emprendimiento represento a Colombia en un certamen internacional de startup en Chile y ya ganó el gran desafío de la inversión, el fantástico creador narra su historia y los procesos por los que tuvo que atravesar durante el camino de crecimiento de su emprendimiento en el cual hizo énfasis de iniciar una idea de negocio con su lema "crear en un mundo sin límites" mediante una necesidad y su inquietud de ingeniero este "Klar emprendió" adhiere un nuevo rumbo al área de la salud, siendo su empresa controlada uno de las importantes en la industria de los tecnologías más avanzadas con su desarrollo.

08



## TESTIMONIO PROGRESA CAFÉ MADRID

<p><b>Calzado Isabela</b></p> <p>"Agradecimiento muy especial al Centro de Desarrollo y Fomento Empresarial Progresá por los beneficios que nos brinda a emprendedores y microempresarios por medio de las capacitaciones que nos fundamentaron para un mejor desempeño y crecimiento de nuestros negocios. Luz Magaly Parilla"</p>	<p><b>Nativos Indumentaria Gastronómica</b></p> <p>"En la semana de navidad indumentaria estamos agradecidos que en varias ocasiones que ustedes señores del programa progrese nos han brindado a todos nosotros las capacitaciones, me voy con la satisfacción de haber obtenido cosas valiosas para seguir este camino así que todos les deseo muchas bendiciones" Juan Carlos"</p>	<p><b>Canin Amigos</b></p> <p>"Estoy súper agradecido con todos los señores que hicieron posible este encuentro, que me fue excelente, aprendí muchas cosas, muchas lecciones y experiencias maravillosas, estoy súper feliz con los consejos recibidos por mis mentores, además pude conocer otros emprendedores que tienen la misma pasión para ir emprendiendo... Gracias Belkis"</p>
<p><b>Las Delicias de María</b></p> <p>"Saludaciones y agradecimientos a los programas de Progresá Café Madrid por crear este espacio que nos ayuda a crecer como empresas, a fortalecernos con la experiencia compartida de este gran equipo de empresarios, avanzando en nuestro sueño... Gracias a cada una de ustedes familia Progresá por tenerme en cuenta por el apoyo y esfuerzo de cada una de ustedes para la puesta en marcha de mi negocio. M. Y. M. GARCIA 2019"</p>	<p><b>Maribel Serrano Productos Navideños</b></p> <p>"¿Que puedo decir de progrese? Que está conformado por una excelente calidad de personas, que desean lo mejor para la humanidad. Me pregunto que he aprendido? Les diré que tengo más confianza, más conocimiento que no me imaginé que esto iba a suceder. Me inspiró de que tenía un empleo y hoy tengo nuevos retos que afrontar con confianza en el grupo de progrese y gracias compañeros resulta revista es ayudarnos mutuamente" Maribel Serrano"</p>	<p><b>Madilau</b></p> <p>"Fue una experiencia muy grande para mí donde se hizo una evaluación de mi hecho y lo que debo hacer para mejorar mis técnicas. Muy agradecida con Progresá por sus excelentes trabajos tan maravillosos que hicieron hoy con nosotros los empresarios, es una gran motivación para seguir luchando y hacer realidad nuestros sueños. Dios los bendiga por una gran familia. Isabel María Helena Rojas"</p>

06



## COWORKING IDEAS EN ACCIÓN

Más que un lugar, es ...

Coworking más que un espacio físico creado, es una iniciativa en donde se reúnen seis importantes proyectos de innovación y desarrollo social, que lleva por nombre "COWORKING IDEAS EN ACCIÓN". Allí emprendedores y empresarios podrán acceder a seis importantes servicios que les permitirán consolidar sus emprendimientos y crecer en el mundo empresarial enfocados en estrategias referentes a Marketing Digital, Diseño gráfico, diseño página web, Investigación, laboratorio de fotografía y video, en coworking tienes múltiples de beneficios si la crees puedes hacer tu idea de negocio realidad, dentro de los servicios ofrecidos podrás reservar tu sesión de trabajo y darle rendas sueltas a tu imaginación con ayuda de más emprendedores y empresarios que se puedan convertir en aliados durante el proceso de creación de empresas, además que podrás hacer usos de los diferentes herramientas tecnológicas.

- Coworking te ofrece:**
- Asesorías empresariales especializada.
  - Ciclos de capacitaciones en temas de interés.
  - Talleres de formación y actualización permanentes.

@coworkingidencion

09



## "COWORKING, IDEAS EN ACCIÓN" iniciativa de la Alcaldía de Bucaramanga

Desde el 15 de julio del 2019 inició en Bucaramanga una nueva iniciativa llamada "Coworking", la cual busca ofrecer servicios especializados para incentivar a la innovación social y el fortalecimiento empresarial. Coworking es un nuevo espacio donde se podrán hacer realidad los proyectos de los empresarios y emprendedores de la ciudad de Bucaramanga.

"Coworking Ideas en Acción" se encuentra ubicada en el segundo piso de Neamundo y allí se encuentran espacios colaborativos de trabajo, dotados con los mejores computadores y herramientas para poder trabajar y llevar a cabo los proyectos. Otro valor agregado de esta iniciativa es que cuenta con un estudio audiovisual, para apoyar la realización de fotografías y material de video que permitan promocionar los productos de emprendedores a través de plataformas digitales.

Adicional a esto cuenta con un consultorio empresarial especializado que les brinda a los emprendedores asesoría en diseño de marca, logo, slogan, diseño de portafolio de productos, marketing digital, desarrollo de páginas web y app para que puedan mejorar la imagen y vender mucho más a través de redes sociales.

También existe una sala comercial en donde se pueden exhibir permanentemente productos creados espacialmente por empresarios y emprendedores, con el fin de apoyar la comercialización de sus productos.

Por último, se cuenta con un laboratorio de creatividad e innovación, un espacio de ideación donde se van a analizar problemas de región, temas a tener a un estudiantado de universidades y colegios trabajando activamente para proyectar soluciones a problemáticas importantes tanto empresariales como de región; señaló la subdirectora técnica del IMEBU.

Así mismo cuenta con una plataforma virtual para promover y apoyar el marketing de cada emprendimiento además de toda la infraestructura anteriormente comentada. También existe un estudio audiovisual para apoyar la realización de fotografías y material de video; así como un laboratorio de creatividad e innovación en donde se analizarán los diferentes retos en la región.



A continuación conoce algunos servicios y beneficios que te ofrece el Coworking Ideas en acción:

1. Conocer nuevos contactos.
2. Crear redes comerciales y empresariales.
3. Intercambiar conocimientos y experiencias.
4. Crear vínculos permanentes para generar un mayor desarrollo empresarial.

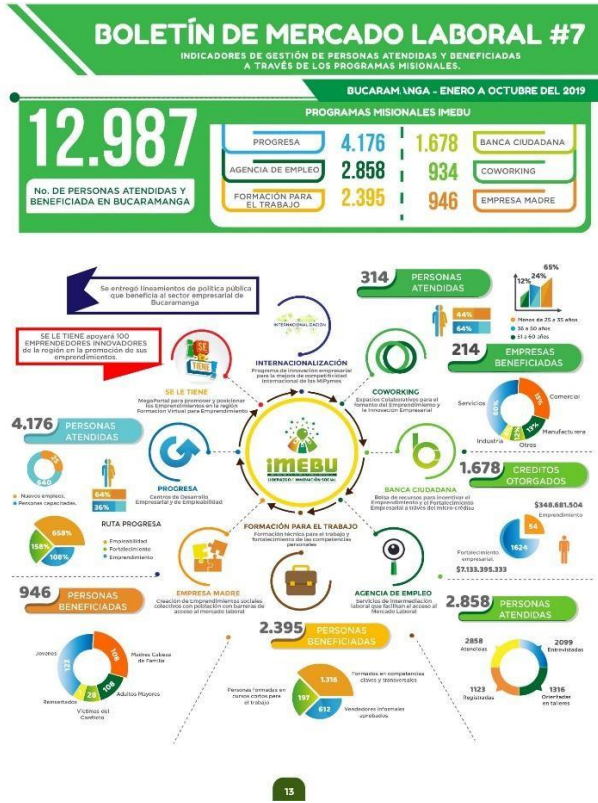
**Espacios de trabajo colaborativos:** se hace el préstamo de espacios y herramientas para trabajar de manera individual con computadores de mesa.

**Consultorio Empresarial Especializado:** se lleva a cabo asesorías empresariales especializadas en: (diseño de marca, logo, slogan, diseño de portafolio de productos, marketing digital, desarrollo de páginas web, app, investigación, video, fotografía entre otros).

**Laboratorio de Creatividad e innovación:** espacio de ideación en el cual se formará técnicamente y promoverá la innovación, la creatividad y productividad empresarial a los beneficiarios del Coworking.

**Sala comercial y de exhibición de productos:** espacio para exhibición permanente de productos creados por empresarios y emprendedores, para la comercialización, este espacio que será visitado por las personas que asistan a los múltiples eventos que tendrá el Centro de Convenciones Neomundo en Bucaramanga.

**Estudio Audiovisual:** espacio para realizar fotografía y/o video a los productos de los empresarios y emprendedores, acorde a las asesorías empromarketing brindadas teniendo en cuenta el proceso de marketing.







## AGENCIA DE EMPLEO PÚBLICA IMEBU

**¡Mejora tus posibilidades de encontrar trabajo!**

**“Postúlate, aprobación inmediata.”**

Para quienes buscan fortalecer su perfil y tener éxito en los procesos de selección. Los Cursos de Empleo fueron creados para relacionar las necesidades de las empresas y de las personas que buscan trabajo, adelantando actividades dirigidas a encontrar y preparar al personal acorde a los requerimientos de los vacantes a través del diseño de una ruta única de empleabilidad que los usuarios desarrollan durante su proceso de búsqueda de empleo; estas etapas resultan claves para el mejoramiento del perfil y la posibilidad de conectarse con mercado laboral. Uno de los pilares de nuestra ruta de empleabilidad en el marco del seguro de desempleo son los programas de capacitación para la reinserción laboral, siendo un proceso de aprendizaje dirigido a preparar y desarrollar las competencias de los buscadores de empleo para el desempeño laboral. Con el propósito de construir un perfil individual para cada buscador de empleo, los programas de capacitación impartidos en la Agencia de Empleo del IMEBU reconocen las competencias ya adquiridas propendiendo por reforzar y ofrecer competencias básicas transversales o laborales específicas permitiendo mayores posibilidades de encontrar un empleo o consolidar una idea de negocio a través del emprendimiento o ideas de negocio.

En la jornada especial en empresa aliada (IDEALES) con población focalizada discapacitada se atiende a jóvenes en condición de discapacidad en su mayoría cognitiva y a su vez se realiza entrevista a padres de familia, con lo anterior se destaca que se atendieron y se postularon un total de 115 estudiantes junto con sus padres de familia.

En la jornada especial en convocatoria específica empresa aliada (OSYA) 21 agosto 2019, esta jornada se desarrolló durante la mañana con talleres grupales y entrevistas individuales con la asistencia de los representantes de la empresa aliada para una vacante específica, con prueba de aptitud con un total de 77 personas atendidas.



Los emprendimientos se encuentran agrupados en las siguientes categorías: Tecnológicas, productos alimenticios, productos decorativos, elementos del sector moda, artesanías, elementos publicitarios, productos agrícolas y otros.

Cada emprendimiento cuenta con una ficha informativa con datos específicos en el que se podrá contactar fácilmente, este modelo está basado en el directorio físico de la fundación ANDI como aparece a continuación.

- FICHA PARA NAVEGAR EN EL MEGAPORTAL SE LE TIENE**
- ✓ Logo del emprendimiento el cual funciona como su identificación y reconocimiento en el mercado, la intención es que al dar clic en el ícono automáticamente se encuentre un PDF con una descripción detallada del emprendimiento en el megaportal.
  - ✓ Descripción específica del emprendimiento.
  - ✓ Enlace directo a cada uno de las redes sociales.

Uso: Artesanal  
 Hecho con amor  
 032233882  
 https://www.instagram.com/cinamon\_bucaramanga  
 04 de abril de 2019 - 08:56 AM

Agencia Municipal  
 Calle 37 de Bucaramanga  
 030226630  
 https://www.facebook.com/agenciafont  
 14 de febrero de 2019 - 10:00 AM

Reservado Artesanal  
 Email: dalix@dalix.com  
 Calle 14 de Bucaramanga  
 030226630  
 https://www.instagram.com/dalix\_bucaramanga  
 19 de febrero de 2019 - 09:56 AM

Reservado Artesanal  
 Calle 40 de Bucaramanga  
 030226630  
 https://www.instagram.com/cucakes\_bucaramanga  
 14 de febrero de 2019 - 10:00 AM

### SE LE TIENE

Directorio virtual que busca posicionar emprendimientos

**Algunas de nuestras categorías son:**

- ✓ Productos alimenticios
- ✓ Productos agrícolas
- ✓ Elementos publicitarios
- ✓ Elementos decorativos
- ✓ Tecnológicos
- ✓ Artesanías

El IMEBU en convenio con la fundación ANDI crea el Megaportal de Emprendimiento "Se Le Tiene", con el objetivo de promover y posicionar los emprendimientos de la región a través de un directorio web que permite dar a conocer la información relevante de cada uno de ellos.

El acceso al Megaportal "Se Le Tiene" se realiza a través la página web del IMEBU [www.imebu.gov.co](http://www.imebu.gov.co), o directamente en el link [www.seletiene.imebu.gov.co](http://www.seletiene.imebu.gov.co).



2.632

**Total de Personas formadas en competencias laborales específicas**

1.471

**Formados en competencias claves y transversales.**

627

**Vendedores informales aprobados.**

337

**Personas formadas en proyecto de vida y mentalidad empresarial**



Capacitación: Prosperidad y Proyecto de Vida - Progreso, Café Madrid



Capacitación: Prosperidad y Proyecto de Vida - Progreso, Café Madrid

18



**Estado Actual**

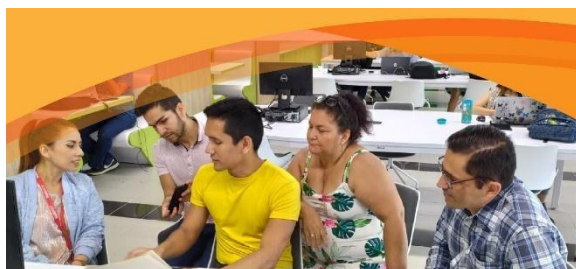
<p>30 Asociados</p>	<p>668 Asociados</p>
<p>21 Asociados</p>	<p>34 Asociados</p>
<p>15 Asociados</p>	<p>39 Asociados</p>

La empresa BUCARAMANGA VERDE, viene realizando la administración del punto limpio metropolitano con la cual brinda un aporte a la ciudad de Bucaramanga con la correcta disposición de los residuos aprovechados que llegan a este punto limpio a través de los ciudadanos.

Los integrantes de la Asociación de Carga ASOINPECAR, se han venido capacitando y descubriendo la cultura aféctica, que les ha permitido contar con su propio correo electrónico, así la elaboración de una carta en Word y presentaciones en la herramienta Power Point entre otros.

Se ha venido brindando capacitaciones constantes dirigidas a los operarios de carga los cuales se han visto beneficiados con fortalecimiento en competencias afécticas

20



**EMPRESA MADRE**

La estrategia Empresa Madre apoya la creación de emprendimientos colectivos sociales, constituidos por los mismos empleados (población vulnerable), a quienes se les capacita, se les acompaña en el establecimiento de una alianza y/o acuerdo comercial que les permite generar ingresos vía empleo asociado al mercado laboral y vida empresa (generando utilidades a los mismos empleados fundadores).

El programa EMPRESA MADRE ha venido realizando asesoramiento y acompañamiento a las empresas Salud y Logística, con las cuales se han podido desarrollar actividades administrativas que tienen como objetivo el fortalecimiento de competencias para el desarrollo en sus actividades claves de relacionamiento comercial, operativo y administrativo.



Los beneficiarios del programa Capital Semilla, en acompañamiento de los asesores PROGRESA y EMPRESA MADRE, lograron actualizar su idea de negocio e integrarla a su plan de costos financieros generando producción, además este programa es un proceso de actualización de modelos negocios de las entidades solidarias capital semilla, bajo la estrategia CANVAS, y proyecto de vida para lograr aclarar ideas.



19



670 6464  
Cra 26 N° 30-78, tercer piso, Parque de los Niños.

IMEBU  
@imebu  
www.imebu.gov.co  
Imebu Bucaramanga

20