



DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE
INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.

LINA MARÍA ARIAS TORRES

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
UNIMINUTO REGIONAL LLANOS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO



DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE
INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL
DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.

LINA MARÍA ARIAS TORRES

Asesora Metodológica

HILDA PERILLA RUIZ

Asesora técnica

ANDREA DEL PILAR PABÓN MÉNDEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

UNIMINUTO REGIONAL LLANOS

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

**DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE
INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO
DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO

TABLA DE CONTENIDO

TEMA	PÁGINA
INTRODUCCIÓN.....	11
A. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
B. FORMULACIÓN.....	13
C. JUSTIFICACIÓN.....	14
D. SISTEMATIZACIÓN.....	14
E. OBJETIVO GENERAL.....	14
F. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
CAPÍTULO I.....	15
<i>“APROXIMACIÓN A LOS REFERENTES TEÓRICOS, LEGALES Y CONCEPTUALES DE LA INVESTIGACIÓN”</i>	
1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES HUMANAS.....	15
2. TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES.....	20
2.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	22
2.1.1 COMUNICACIÓN INTERNA.....	24
2.1.2 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	27
3. VEEDURÍAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	29
4. PRENSA: UNA MIRADA EN LA HISTORIA.....	31
5. MARCO LEGAL.....	34
5.1 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA.....	34
5.2 MINISTERIO DE LAS TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES.....	35
CAPÍTULO II.....	36
<i>“CONTEXTO GEOGRÁFICO: MUNICIPIO DE SAN JUAN DE RIOSECO”.</i>	
6. CONTEXTUALIZACIÓN DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA...36	
6.1 LOCALIZACIÓN.....	36
6.2 HISTORIA.....	36
7. CONTEXTUALIZACIÓN MUNICIPIO DE SAN JUAN DE RIOSECO...37	
7.1 LOCALIZACIÓN.....	37
7.2 HISTORIA.....	39
8. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN	

JUAN DE RIOSECO.....	40
8.1 ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO.....	42
8.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN- OBJETO ESTUDIO.....	43
8.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
CAPITULO III.....	48
“METODOLOGÍA APLICADAS”	
9. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	48
9.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	48
9.2 HERRAMIENTAS DE REGISTRO E INFORMACIÓN.	49
9.2.1 LA ENTREVISTA	49
9.2.1.1 FORMATO ENTREVISTA.....	49
9.2.1.2 FICHA TÉCNICA ENTREVISTA.....	51
9.2.2 ENCUESTA DE IMPACTO DE COMUNICACIÓN, IMAGEN Y REPUTACIÓN.....	51
9.2.2.1 FORMATO ENCUESTA.....	52
9.2.2.2 FICHA TÉCNICA ENCUESTA.....	53
9.2.3 ENCUESTA DE INFORMACIÓN.....	53
9.2.3.1 FORMATO ENCUESTA.....	54
9.2.3.2 FICHA TÉCNICA ENCUESTA.....	55
10. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS.....	55
10.1 ANÁLISIS Y TABULACIÓN ENTREVISTA.....	56
10.2 ANÁLISIS Y TABULACIÓN ENCUESTA DE IMPACTO DE COMUNICACIÓN, IMAGEN Y REPUTACIÓN.....	61
10.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN ENCUESTA DE INFORMACIÓN.....	64
11. FUENTES PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	69
11.1 FUENTES PRIMARIAS.....	69
11.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	69
CAPÍTULO IV.....	70
“PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO”	
12. PLAN DE COMUNICACIONES: “TODOS POR UN MEJOR SAN JUAN”.....	70
12.1 ESTRATEGIAS.....	70
12.2 PLAN DE MEDIOS.....	73
12.3 PÚBLICOS Y MEDIOS.....	75
12.4 ÁREA DE COMUNICACIONES.....	77

12.5	FUNCIONES A CUMPLIR EN EL ÁREA DE COMUNICACIONES.....	77
12.6	ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO.....	79
12.7	MANUAL COMITÉ INTERNO DE COMUNICACIONES.....	79
12.8	PLAN DE ACCIÓN.....	90
12.9	CRONOGRAMAS.....	91
12.9.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL ANTEPROYECTO – FASE PRELIMINAR.....	91
12.9.2	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PROYECTO- FASE CONSTUCTIVA.....	91
12.10	RECURSOS Y PRESUPUESTO.....	92
CAPÍTULO V.....		93
<i>“CONCLUSIONES Y LECCIONES APRENDIDAS”</i>		
13.	CONCLUSIONES.....	93
14.	RECOMENDACIONES.....	95
15.	REFERENCIAS.....	97
16.	ANEXOS.....	101
	ANEXO 1.....	102
	ANEXO 2.....	103
	ANEXO 3.....	104
	ANEXO 4.....	105
17.	GLOSARIO.....	106

LISTA DE TABLAS

NOMBRE FIGURAS	PÁGINA
1. Modelo de las funciones inherentes a la comunicación organizacional.....	23
2. Aspectos que permite la comunicación interna.....	24
3. Canal de comunicación horizontal.....	25
4. Canal de comunicación ascendente.....	26
5. Canal de comunicación descendente.....	27
6. Mapa división política del Departamento de Cundinamarca.....	36
7. Mapa división política del municipio de San Juan de Rioseco.....	37
8. Organigrama Alcaldía San Juan de Rioseco.....	43
9. Formato de la entrevista.....	50
10. Ficha técnica entrevista.....	51
11. Formato encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación.....	52
12. Ficha técnica encuesta de impacto, comunicación, imagen y reputación.....	53
13. Formato de encuesta de información.....	54
14. Ficha técnica encuesta de información.....	55
15. Plan de comunicaciones.....	70
16. Plan de medios Alcaldía Municipal.....	74
17. Públicos y medios.....	75
18. Organigrama Alcaldía San Juan de Rioseco – área de comunicaciones.....	79
19. Plan de acción.....	90
20. Cronograma de actividades del anteproyecto – Fase Preliminar.....	91
21. Cronograma actividades proyecto - Fase Constructiva.....	92
22. Presupuesto para proyecto de investigación.....	92

DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA.

Resumen

Como objetivo general se pretende Diseñar el plan de comunicaciones para la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca, para solventar los problemas de desinformación que se presentan por la falta de espacios y los sistemas de participación e información que aún no hay en el municipio y que en la Administración no se han logrado consolidar.

Este proyecto de investigación podría beneficiar alrededor de 9.642 sanjuaneros del casco urbano y rural ya que contarían con los medios de comunicación pertinentes para conocer el desarrollo integral que tenga el municipio, además así se lograría generar una oportunidad de participación ciudadana a través de las veedurías que se podrían realizar.

Con este proyecto se pretende llegar a consolidar estrategias de comunicación tanto internas como externas, tácticas y la estructuración de un plan de medios (incluida la creación de una revista institucional, como medio oficial de comunicación escrito), para que sean implementadas por la Administración Municipal obteniendo así la divulgación de información sobre la gestión, planes y proyectos que se llevan a cabo por parte de cada una de las dependencias de la Alcaldía y convirtiendo a la comunicación como una herramienta fundamental para la gestión de un gobierno.

Es así como se fortalecería los lazos de comunicación entre el ente gubernamental y los pobladores. Además esta investigación tendría una metodología de carácter cualitativo y de tipo exploratorio, ya que el municipio de San Juan de Rioseco sería

pionero en implementar un plan de comunicaciones dirigido para sus habitantes, en la región de Magdalena Centro, convirtiéndose en un punto de consolidación de la información oficial y de referencia para otros municipios que quieran implementar esta herramienta.

**DESIGN AND STRUCTURE OF A COMMUNICATION PLAN FOR THE
DISSEMINATION OF INFORMATION FROM THE MUNICIPAL MAYORALTY
OF SAN JUAN DE RIO SECO IN THE DEPARTMENT OF CUNDINAMARCA**

ABSTRAC

The general objective is to design the communications plan for the Municipality of San Juan de Rioseco in the department of Cundinamarca, to solve the problems of misinformation presented by the lack of spaces and systems of involvement and information that there is still no in the town and that the Directors have not been consolidated , this research project would benefit around 9,642 sanjuaneros the village and rural since they will have the relevant media for the integral development that takes the town , thus it would create an opportunity for citizen participation through the observers that could be made .

This project aims to reach consolidate strategies both internal communication and external tactics and structuring a media plan (including the creation of an institutional magazine as an official means of written communication), to be implemented by the Municipal Administration obtaining disclosure of management information, plans and projects that are carried out by each of the offices of the mayor and making communication as an essential tool for managing a government.

Thus, the communication links between the government agency and the villagers would be strengthened. Furthermore, this research would have a qualitative methodology and exploratory, as the town of San Juan de Rioseco would be pioneer in implementing a communications plan aimed for its inhabitants, in the region of Magdalena Center, becoming a point of consolidation official information and reference for other municipalities that want to implement this tool

INTRODUCCIÓN

La sociedad no se puede imaginar sin las relaciones interpersonales y ellas mismas emergen desde la comunicación que resulta en nuestro diario vivir, siempre estamos en contacto, sin importar la forma de una u otra manera logramos interactuar con los demás.

Esto nos hace sociedad compartimos un estado y ese estado está en plena convivencia, compartimos experiencias que logran crear lazos sociales y generan participación.

El hombre no podría concebir historia, cultura, sociedad, comunidad si no es por medio de la comunicación, es por esto que el proyecto del ‘Diseño de un plan de comunicaciones’, quiere mejorar y usar esta misma como una herramienta de fortalecimiento entre un ente gubernamental que en este caso sería la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco y la comunidad.

A partir del siguiente trabajo de grado, se pretende establecer unas estrategias con el fin que la comunidad sanjuanera logre conocer lo que acontece en la administración y la gestión que se realiza, esto con el objetivo que puedan hacer parte de los programas sociales, para que sea una gestión incluyente y así mismo la misma ciudadanía pueda realizar las veedurías, así el trabajo de la comunicación sería inherente y un elemento inseparable de los procesos que se llevan a cabo con esta colectividad.

Este proyecto se constituye para ser un pilar que se pueda implementar en otros municipios u organizaciones con el fin netamente de informar para beneficio de un grupo de personas.

A. Problema de la investigación

La desinformación, la falta de espacios y sistemas de participación dentro de la Administración Municipal de San Juan de Rioseco, han generado un inconformismo en los pobladores al no tener conocimiento y claridad sobre las acciones institucionales que se llevan a cabo.

Son estas las situaciones que no han logrado generar las veedurías ciudadanas pertinentes, sobre las gestiones realizadas en la Alcaldía y ni han posibilitado el fortalecimiento de los lazos de comunicación entre el ente gubernamental y los pobladores.

El Gobierno municipal no cuenta con una unidad de gestión enfocada en difundir la información de dominio público para los sanjuaneros, es necesaria la creación de políticas para que las diferentes dependencias puedan lograr la presentación de reportes que vayan dirigidos a la población con información sobre los procesos que se adelantan.

Cabe señalar que desde la Constitución Política de Colombia, se establece el acceso a la información en el artículo 74, el cual estipula “Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley”.

Por consiguiente es necesario desarrollar estrategias de comunicación internas y externas en la Administración Municipal, para lograr consolidar y divulgar la información de los programas, proyectos y gestiones que se estén llevando a cabo a partir de los medios y canales que la comunidad considere pertinentes.

B. Justificación

El proyecto de la estructura y diseño de un plan de comunicaciones para la divulgación de información de la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco, es pertinente en cuanto busca subsanar las necesidades de información que tiene la comunidad Sanjuanera, y fortalecer las relaciones entre estos dos actores en procura del desarrollo comunitario.

Para la Administración, la importancia de la propuesta se centra en la relación de ya que se trata de una estrategia que se plantea a partir de la necesidad de la comunidad y las acciones que la alcaldía realiza para sus habitantes.

Igualmente con la implementación de la estrategias de comunicación se lograra generar un espacio de participación ciudadana y los mismos habitantes tendrán un contacto más cercano con el desarrollo del municipio.

Al tratar temas sobre la gestión social se va a difundir información pertinente para que los pobladores conozcan en qué aspectos se están viendo beneficiados y cómo pueden ser actores activos en estos proyectos.

Es necesario realizar un estudio para identificar las necesidades de información que tiene la población, y así mismo poder diseñar e implementar las estas estrategias de comunicación pertinentes.

C. Formulación

¿Cuál es el impacto social y político que genera la posible implementación del plan de comunicaciones en la alcaldía municipal de San Juan de Rioseco del Departamento de Cundinamarca?

D. Sistematización

- ¿Qué importancia tiene un sistema de información permanente entre el ente gubernamental y los pobladores?
- ¿Qué estrategias debe tener el plan de comunicaciones para la alcaldía municipal?
- ¿Qué necesidades de información presenta la población de San Juan de Rioseco?

E. Objetivo general

Estructurar el plan de comunicaciones para la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca, para solventar las necesidades de información que se presentan en esta comunidad.

F. Objetivos específicos

- Indagar sobre las necesidades de comunicación de la comunidad de San Juan de Rioseco.
- Realizar un diagnóstico de los medios con los que cuenta la administración.
- Diseñar estrategias de comunicación para la alcaldía Municipal.

Capítulo I

“Aproximación a los referentes teóricos y conceptuales de la investigación”.

1. Los procesos de comunicación para la construcción de relaciones humanas

En cada momento de nuestro día estamos en comunicación e interacción con otras personas, es por esto que la información se convierte en un elemento que integra y posibilitan los procesos comunicativos.

En la comunicación, es fundamentalmente el dialogo mediante el cual los hombres participan y ‘comulgan’ de un mismo mundo existencial, de un idéntico destino y de una similar vocación personal, no obstante las diferencias sociales y la diversidad cultural de los sectores de la sociedad, según la autora Paredes (1993).

Es que para comunicarnos no hay diferencia entre la raza, ideología política o religiosa, estos campos nos permiten generar una opinión y nosotros informamos esa misma opinión en diferentes formas, ya sea oral o escrito, así podemos acordar que no hay incomunicación si somos partícipes de esos campos.

Para Gutiérrez & Urueta (1993, p. 11), poder entrar en esa relación, de interacción, establecer mecanismos de contacto, que tienen como fin crear canales de comunicación, donde toda esta información que está dentro de ese ser, se complemente y encuentre respuesta en otro u otros, el hombre hace uso del apalabra y el gesto.

Y es así como la interacción se convierte en base de contacto con otras personas para construir identidad propia y general.

Ya que la comunicación hace parte del área social, y se acompaña de ciencias como la psicología, sociología y antropología entre otras y es por esto que se determina como una ciencia la cual se basa en la interrelación personal o grupal.

El modelo básico y lineal de Shannon & Weaver (1949, pp. 3-55) requiere de elementos fundamentales como lo son: un *emisor*, un *mensaje* y un *receptor*, en el cual se

presenta una devolución del mensaje y así se vuelve un proceso continuo, y también se necesita de *códigos*, un *canal* y un *contexto situacional*.

Para el autor Schramm (1969, p-19) la comunicación colectiva se define, como una comunicación interpersonal y menciona tres elementos esenciales 1. La fuente puede ser un persona o una organización informativa, 2. El mensaje puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse y 3. El destino puede ser cualquier persona que entienda señales que la fuente emite. Es así que estos aspectos hacen que el proceso comunicativo se lleve a cabo y sea dinámico, y precisamente no para de perpetrarse la comunicación humana.

En un inicio, la sociedad era netamente oral y por esto se crearon formas de almacenar de una manera colectiva la información, fue así como se crearon las formulas, los nombres de lugares, de las personas, la poesía y las narraciones.

Gelb (1976, pp. 246-264) Estudió el origen de la escritura y la estableció desde la revolución neolítica y urbana comenzando así a constituirse en Mesopotamia hace 5.000 años con la escritura cuneiforme, Egipto con la escritura jeroglífica hace 4.500 años y en El Valle del río Indio 4.000 años, en Asia 3000 años con la escritura ideográfica y finalmente en las Meso-americanas hace 1.500 años.

Gracias a esos estudios, hoy por hoy la escritura es base fundamental de los ámbitos educativos y pedagógicos que forman a la población y que se ejercen en nuestro entorno social.

Por otro lado el autor K.Berlo, (1960 pp. 23-40) indica que “la comunicación debe ser, sencilla, coherente y dirigida a un solo objetivo y este objetivo consiste en provocar una determinada conducta, pero es importante que la comunicación no debe ser ni ambigua ni tampoco debe divagar, y por esto debe ser totalmente entendida”. Si los

procesos de comunicación se rompen tenemos lo que se conoce como un ruido o una interferencia entre el emisor y el receptor y se rompe el hilo de información. Además abogó para por el proceso de la comunicación y lo constituyo de la siguiente manera.

"Si aceptamos el concepto de proceso, miramos los sucesos y las relaciones como dinámicos, en marcha, siempre cambiantes, continuos como ingredientes dentro de un proceso recíproco; cada uno afecta a los otros. La teoría de la comunicación refleja un punto de vista de proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza consiste en sucesos o ingredientes separables de todos los otros hechos.

Argumenta que no se puede decir que una idea particular proviene de una fuente específica, que la comunicación se produce en un sólo sentido (en sentido unidireccional) y demás." Berlo, (1960, p. 24)

Pero para que se lleven a cabo esas funciones el autor Watzlawick, (1993, pp. 21-114) recrea cinco diversos axiomas establecidos de la siguiente manera:

- ✓ Que es imposible no comunicarse.
- ✓ Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y uno de relación y que se conoce como una meta-comunicación.
- ✓ La naturaleza de una relación depende de la puntuación de secuencias de comunicación entre los comunicadores.
- ✓ Los seres humanos nos comunicamos tanto digital como analógicamente. El lenguaje digital cuenta con una sintaxis lógica sumamente compleja pero carece de una semántica adecuada, mientras que el lenguaje analógico posee la semántica pero no una sintaxis adecuada para la definición de la naturaleza de las relaciones.
- ✓ Los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios según estén basados en la igualdad o la diferencia.

Ya que la comunicación se define como una disciplina, esta tiene una estructura teórica y es así como la identifica el autor Craig(1999) en la que estudia las hipótesis de las *'siete tradiciones'*. “La primera es la retórica en la cual se hace la práctica del arte discursivo, está la semiótica que se refiere a mediación intersubjetiva a través de signos, sigue la fenomenología en la que se estudia la experiencia de la otredad y el diálogo, la cibernética que es proceso de la información, la socio psicología en la que se maneja la expresión, interacción e influencia crítica y el discurso reflexivo, y por último el aspecto sociocultural que representa la reproducción del orden social.”

Pero Horkheimer, (1937, pp. 23-78), en años anteriores iría en contra de estas afirmaciones y certificaría que “los medios de comunicación son una influencia negativa, un modelo de control social que provoca la irracionalidad en los hombres y que estancan a las sociedades”.

Las escuelas Estadounidenses se destacan los trabajos de Claude Shannon que da vida a la teoría de la comunicación (1948), en el cual se estudia los mensajes, los medios para transmitirlos, las formas de almacenamiento y la forma de usar los nuevos medios.

El estudio de la comunicación desde el método sociológico enmarcan nuevas significaciones que llegan hasta nuestra era, como se maneja en la comunicación, la prensa y cultura como lo es la opinión pública, que se caracteriza como el nuevo auge en nuestra sociedad con la participación ciudadana, y en constante transmisión de información, acompañada de la propaganda que se ha convertido en la herramienta número uno por los poderes políticos y económicos, ha sido enmarcado por los medios masivos de comunicación.

Las Escuelas Latinoamericanas se desarrollaron en la mitad del siglo XX, y han tenido su base desde la influencia colonial española, pero a diferencia de Europa se ha

desarrollado de la mano con el periodismo de Argentina y Brasil, los cuales han sido pioneros en crear las nuevas escuelas de periodismo a través de La Universidad de La Plata y de Río de Janeiro.

Barbero (1987), Beltrán(1979) y Prieto (1970) se han consolidados como los padres de las Escuelas Latinoamericanas de Comunicación (ELC), quienes se han encargado de estudiarlas y de difundir estos modelos y estas escuelas, dando así un gran espacio para la participación de nuevos enfoques y se han dirigido a casi todos los países para difundir estas nuevas teorías y Colombia ha sido un país afortunado ya que cuenta con varias universidades donde existe el programa de Comunicación social y de periodismo donde se estudian y se tienen como referentes estos autores y su trabajo.

En resumen, los procesos de comunicación se puede simplificar en la teoría de Castells, (1996) donde enmarca tres elementos básicos que las personas deben tener para hacer parte del mundo, “como primera medida tener información, luego el conocimiento y por último la tecnología y es por esto que el acceso limitado a ellos es lo que se considera que contribuye la injusticia, la pobreza, la desigualdad social y económica”.

Pero existen autores como Vattimo, (1990 p.9) quien es formado a aclarar que en la sociedad en que vivimos es una sociedad de la comunicación generalizada, la sociedad de los medios de comunicación, es así que enmarca que se eliminan fronteras a través de los medios de comunicación.

En ese orden se puede concluir que la comunicación es un pilar en la formación de las organizaciones.

2. Teoría de las organizaciones como estructuras sociales

Para aunar en este ítem es necesario identificar el concepto de organización, para el autor Schein, (1982, p. 252) “la organización es la coordinación plantificada de las actividades de un grupo de personas para el logro de un objetivo o propósito explícito y común, a través de la división del trabajo y funciones, a través de la jerarquía de autoridad y responsabilidad.”

En un concepto asociado la vida cotidiana, se conocen a las organizaciones de una manera práctica como un hospital, una iglesia y hasta nuestra familia, por todas las anteriores todas aquellas agrupaciones o empresas que estén conformadas por una estructura y un objetivo se definen como organizaciones.

Para Murguía, Melgoza & Medina, (2006, pp. 8-10) “La razón por la que existen organizaciones es que ciertas metas sólo pueden alcanzarse mediante la acción concertada o la coordinación de esfuerzos de algunos grupos. De esta manera, metas y objetivos pueden lograrse con mayor eficacia”, además los autores dan un sentido más preciso de la siguiente manera “una organización es un sistema integrado por individuos. Las posibilidades humanas para organizarse son limitadas, lo que ocasiona una complejidad creciente del mundo moderno”.

Uno de los autores representativos en el estudio de las organizaciones es el suizo Sheine, (1982) en su libro Psicología de la organización menciona las siguientes características:

1. La organización debe concebirse como un sistema abierto que tiene múltiples relaciones con el ambiente.
2. La organización debe ser como un sistema con múltiples propósitos necesarios para coordinar e integrar
3. La organización conlleva muchos subsistemas.

4. Los cambios de subsistemas afectan el comportamiento de los demás.
5. La organización existe en un ambiente dinámico.
6. Las relaciones entre la organización y el ambiente dificultan las fronteras de una entidad dada.

Sin embargo es importante resaltar que una organización es un ente social creado intencionalmente mediante el trabajo humano y los recursos materiales tal como nos indica Dávila (1989, p 6).

La importancia de la organización.

Las organizaciones requieren de los siguientes aspectos para realizar una tarea organizativa según las describe el autor Sabogal, (1993, p 279):

- ✓ La organización permite precisar las actividades requeridas para lograr los objetivos.
- ✓ La organización establece la forma como deben agruparse conscientemente las actividades de una empresa o asociación.
- ✓ La correspondiente asignación de actividades a cada una de las personas que conforman la empresa, se consigue con mayor precisión.
- ✓ Se crean las disposiciones relativas al tipo de coordinación que se desea entre los diversos niveles de jerarquía.
- ✓ La empresa puede mantener adecuadamente relacionados todos los recursos organizacionales.

Tipos de organizaciones.

- a. *Organizaciones sociales u organizaciones informales*: “son patrones de organización que surgen espontáneamente de la interacción humana sin que esta implique coordinación racional alguna para el logro de objetivos comunes explícitos”.
- b. *Organizaciones formales*: “son patrones que surgen entre los miembros de una organización formal y están estipulados en el manual de roles y actividades”, según Shine (1982, p 252).

2.1 Comunicación Organizacional.

Este marco de la comunicación se puede constituir como uno de los ejes fundamentales para la organización, sin ella la infraestructura no lograría trabajar de una forma indicada y esto conllevaría a que no se contará con los procesos de construcción idóneos entre los miembros de la organización.

En este caso la comunicación organizacional cuenta con factores como las relaciones humanas, laborales, las formas de comunicación y todos los factores que conllevan a obtener información dentro de una organización, para el funcionamiento de la misma.

Esta disciplina independiente, tiene sus inicios en las primeras décadas del siglo pasado, desarrollándose principalmente en Europa, luego de la reestructuración de las instituciones después de las dos guerras mundiales, luego en Estados Unidos en donde se conocen sus primeros teóricos y finalmente en América Latina ese proceso se implementa y desarrolla principalmente en México, Argentina y Brasil. Según investigaciones desarrolladas por Negrín & Vega (2013 p. 20).

Así mismo se puede resaltar que el origen de esta comunicación se creó con el fin de abarcar esas nuevas áreas de comunicación en las organizaciones que no encontraba organizadas o que funcionaban de manera incoherente.

Es importante igual resaltar el posicionamiento que ha tenido esta área en los últimos tiempos, igualmente el autor Rodríguez (2001), nos propone un modelo de las funciones de la comunicación organizacional.

Figura 1. Modelo de las funciones inherentes a la comunicación organizacional.

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	ASPECTOS QUE INCLUYEN
<i>Función descriptiva</i>	Investiga y expone el estado de los procesos comunicativos, o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de la organización.
<i>Función evaluadora</i>	Explica las razones por las cuales los diferentes ámbitos actúan de la manera en que lo hacen y la ponderación de los elementos que influyen en los procesos comunicativos que se están efectuando.
<i>Función de desarrollo</i>	Analiza como reforzar todo aquello que ha sido evaluado como acertado y mejorar lo que fue considerado erróneo, proponiendo además la forma de realizarlo.

Fuente: En aproximaciones a Trelles Rodríguez.

Por último es importante resaltar que la importancia de la comunicación organizacional, es netamente encaminada en los procesos comunicativos que se lleven tanto dentro como fuera de la misma, sus canales y sistemas, además tiene el papel de gestionar las estrategias que se deban poner en marcha.

2.1.1 Comunicación interna.

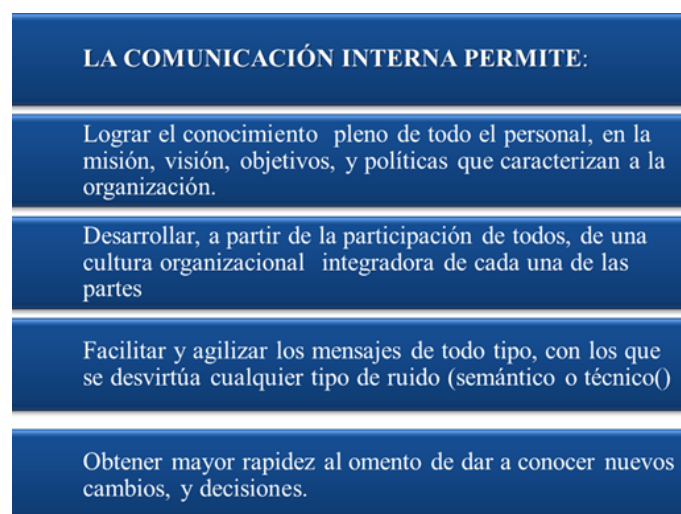
Este tipo de comunicación, tiene como fin aunar las relaciones sociales, interpersonales pero específicamente las laborales, puesto que esta información va dirigida a las organizaciones u empresas tal como nos explica el autor Díaz, (2004), el cual plantea “la comunicación interna es un patrón de mensajes compartidos por los miembros de una organización”.

Esta comunicación permite que entre el entorno laboral se pueda llegar a consolidar, cooperar y motivar al recurso humano, y así mismo lograr que la acción laboral sea innata y que igualmente la función y calidad de la misma sea propia del éxito.

“La comunicación interna es el principal artífice de la transparencia en la organización y, por lo tanto, no debe ser considerada como un mero vehículo de transmisión de información ni siquiera como un buen método de gestión a seguir de vez en cuando. Hay que verla como una función inherente a cualquier tarea y es necesario concretarla y definirla con precisión”. Según Cervera, (2008, pp 277- 307).

La comunicación interna permite llevar aspectos, los cuales se van a ser mencionados en la siguiente gráfica y los cuales Rodríguez (2006), estipula de la siguiente manera:

Figura 2: Aspectos que permite la comunicación interna.



Fuente: Rodríguez Molina (2006).

Es de recalcar que este tipo de comunicación cuenta con herramientas que permiten lograr que cada uno de los funcionarios tenga pleno conocimiento sobre la identidad corporativa de la empresa y su cultura organizacional. Adicionalmente la comunicación interna se compone por los siguientes tres canales:

- *Comunicación horizontal.*

“Son las comunicaciones que articulan los individuos de la misma posición jerárquica de la organización. Dentro de este flujo es fundamental la atención de status, por lo que debe ser fortalecida por las óptimas relaciones con su correspondiente cauce comunicativo”. Negrín & Vega (2013 p. 44).

Figura 3: Canal de comunicación horizontal:



Fuente: Negrín & Vega – 2013

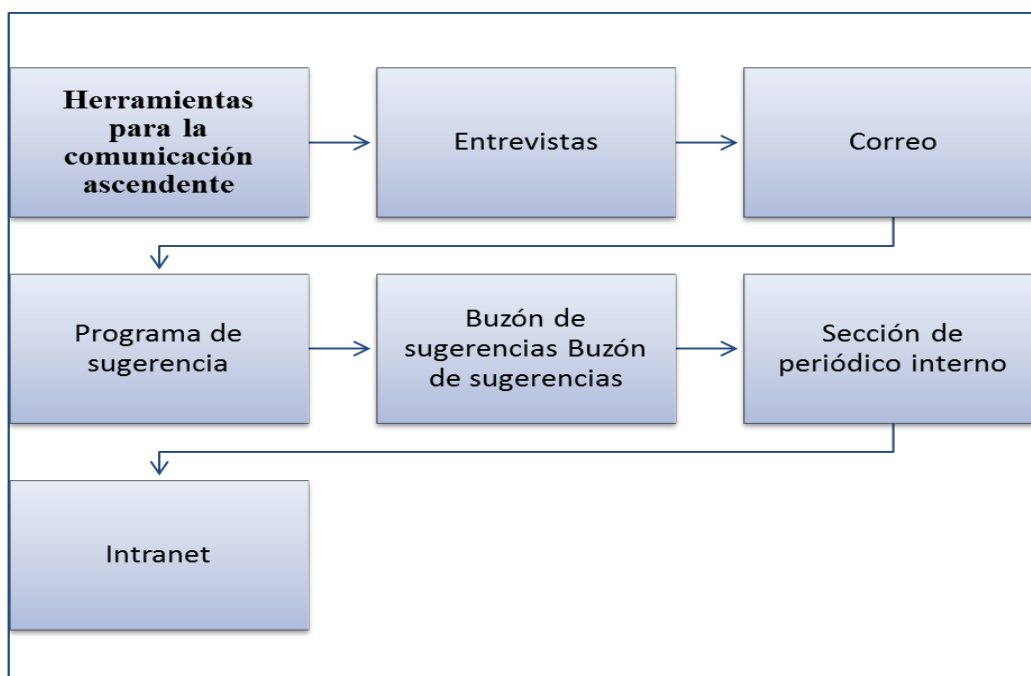
- *Comunicación ascendente:*

“Este tipo de comunicación fluye desde el mismo personal de base de la organización hacia los que la dirigen. Suele contar con muchas dificultades para su fluidez, si la organización no cuenta con una política clara al respecto”.

Esta comunicación pretende cumplir las funciones:

- “Proporcionar a los directivos la información que requieran sobre el estado general y particular de la organización.
- Ayuda a medir la efectividad de las comunicaciones descendentes, evaluando el retorno de la comunicación con el agregado aportado por el personal de base.
- Aliviar tensiones, al permitir a los miembros de la organización compartir información relevante con sus superiores.
- Estimular la participación y concurso de todos, logrando fortalecer la cohesión y el compromiso colaborador- institución”. Negrín & Vega – (2013, pp. 46 -47).

Figura 4: Canal de comunicación ascendente:



Fuente: Negrín & Vega – 2013

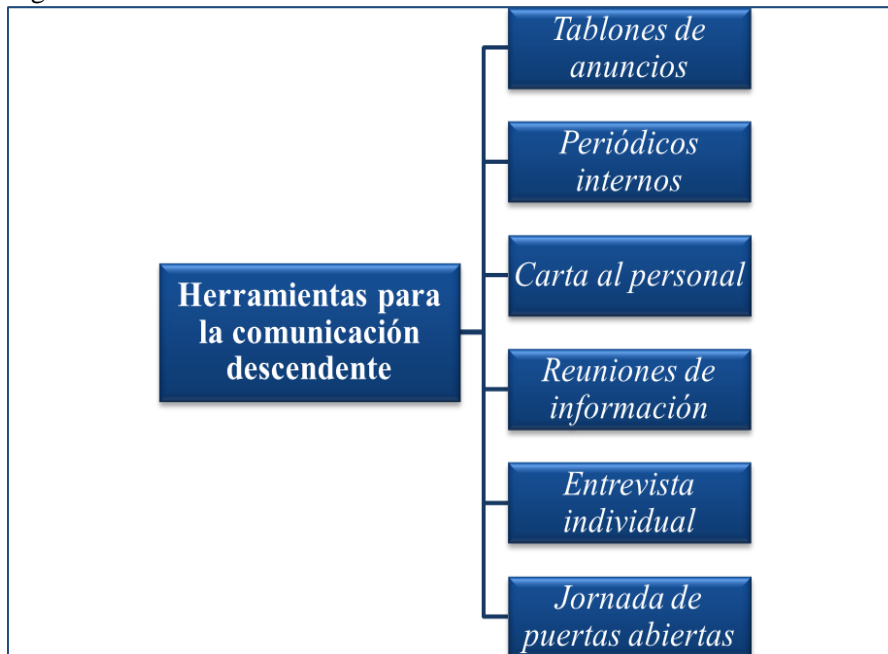
- *Comunicación descendente:*

“Este tipo de comunicación tiene como origen los puestos de dirección y como receptores los medios mandos y de base. Tiende, en las organizaciones mecanizadas ser la forma natural y exclusiva de transmitir información”. Negrín & Vega – (2013, p. 45).

En sus funciones se encuentra:

- Enviar ordenes múltiples a lo largo de la jerarquía
- Proporcionar información a los miembros de la organización relacionada a su trabajo.
- Instruir a los miembros de una organización en el alcance de los objetivos de la organización. Negrín & Vega – (2013, p. 45).

Figura 5: Canal de comunicación descendente:



Fuente: Negrín & Vega – 2013

2.1.2 Comunicación externa.

Otro de los tipos de comunicación organizativa es la comunicación externa, esta es prácticamente el trabajo de procesos comunicativos que realiza la organización con el entorno externo. Tal como nos explica Báez (2000, pp. 109- 110), “Esta forma de comunicar, se dirige a presentar las relaciones de las organizaciones hacia el exterior. En las Instituciones Públicas no solamente se trata de los usuarios y su servicio sino que además debe informar a otras instituciones, a los ciudadanos”.

Los instrumentos que se utilizan para difundir la información son claramente los medios de comunicación masivos, las relaciones públicas y las campañas publicitarias con el fin de persuadir al usuario, pero teniendo como fin mantener la buena imagen de la empresa.

Por otra parte la implementación de la comunicación externase se puede efectuar en las organizaciones de la siguiente manera, según Díez (pp 87-88):

- Realizando análisis de los soportes existentes en la organización: logotipos y elementos de identificación, boletines externos, catálogos y folletos publicitarios, memorias técnicas y comerciales, regalos de promoción, base de datos para elaborar correos masivos, material audiovisual, entre otros.
- La realización de memorias de actividades: acontecimientos organizados, stand de ferias y congresos, temas relacionados como fue mencionado anteriormente las relaciones públicas.
- La presencia de medios de comunicación. Elaboración de dossiers de prensa, relaciones con la prensa, frecuencia de envíos de notas a los medios y su promedio de publicación, organización de la rueda de prensa, aparición de medios de artículos de opinión o entrevistas, etc.
- Estudios especializados del sector sobre competencia, el sector en general y posición de la empresa.
- Acciones marketing, publicidad y promoción.
- Sondeos de opinión, con el fin de conocer la opinión que tienen sobre la organización, el público objetivo y el público interno.

3. Veedurías para la construcción de participación ciudadana

Las veedurías ciudadanas se encuentran estipuladas desde el Sistema Nacional de Control Interno, y según el artículo 34, de la Constitución Política de Colombia, explica que “Cuando los ciudadanos deciden construir mecanismos de control social de la administración, en particular mediante la creación de veedurías ciudadanas, la administración está obligada a brindar todo el apoyo requerido para el ejercicio de dicho control”.

Este sistema de participación ciudadana convierte al ciudadano como un sujeto activo, y esto conlleva a que pueda realizar controles de las funciones que realizan las administraciones públicas conforme a la sociedad, la gestión, resultados y ejecución de los planes de gobiernos.

Igualmente en la Constitución Política se consagra esta participación como un principio que debe expresarse a través de todo el ordenamiento jurídico, desarrollándose normativamente pero a la vez, como principio general de derecho, al igual cumplirá la función de orientar la interpretación de las normas, y por otro lado supliendo los vacíos legales existentes.

Según Younes (2004, p 251) “Las veedurías ejercen una vigilancia preventiva y posterior del proceso de gestión, haciendo recomendaciones escritas y oportunas ante las entidades que ejecutan el programa, proyecto o contrato y ante los organismos de control del Estado, para mejorar la eficacia institucional y la actuación de los servidores públicos”.

Las autoridades encargadas de facilitar el cumplimiento de estas veedurías son la Personería Municipal y la Controlaría.

Estas entidades y organismo de la Administración Pública, deberán tener presente los siguientes aspectos según el libro de Profesionalización de la Función Pública en Iberoamérica (2002 pp. 126-127):

- **Eficacia de la acción de las veedurías:** Cada entidad u organismo objeto de vigilancia deberá llevar un registro sistemático de sus observaciones y evaluar en forma oportuna y diligente los correctivos que surjan de sus recomendaciones.
- **Acceso a la información:** Las entidades u organismos y los responsables de los programas o proyectos que sean objeto de veeduría, deben facilitar y permitir a los veedores el acceso a la información para la vigilancia de todos los asuntos que se les encomienda en la presente Ley y que no constituyan material de reserva judicial o legal.
- **Formación de veedores para el control y fiscalización de la gestión pública:** A través del Departamento Administrativo de la Función Pública y la Escuela Superior de Administración Pública, se diseñó el Plan nacional de Veedores.

4. Prensa: una mirada en la historia:

Se presume que su inicio se debe en Roma, con las publicaciones de actas públicas que se fijaban en los muros de la ciudad en forma de tabloide, luego se crearon la venta avisos que se hacían a mano, al igual que la venta de noticias que se recogían por las historias que contaban los marineros y peregrinos, principalmente de las cruzadas, pero estos avisos fueron censurados por la autoridades europea.

Pero en el siglo XV con la invención de la imprenta los avisos y noticieros empezaron a ser distribuidos de manera más fácil y de mejor calidad al ser impresos y se dio origen a nuevas publicaciones en las cuales se contaban historias como la de Cristóbal Colon donde contaba su hazaña de descubrir América, y fue así como se convirtieron en medios propagandistas de los gobiernos.

En 1606 se inicia la publicación de las gacetas así que Francia se convierte en el pionero y da inicio a La Gazette, Le Journal des Savants y Le Mercure Galan en el siglo XVII, pero también serían de gran inspiración para naciones como España donde se crea La Gaceta de Madrid en 1661.

Para el siglo XVIII nace el primer gran periódico en Inglaterra, y quien fuera su creador Daily Courrant. En 1715 el país se convertiría en un icono del periodismo escrito y su publicación se realizaba principalmente en los cafés donde se formaban tertulias sobre las noticas, es aquí donde se le da el espacio a la opinión pública.

Inglaterra sería el primer país en aprobar la ley de Prensa burguesa, en 1792 y fue a finales de ese siglo cuando apareció la prensa de negocio, la cual consistía en constituir empresas periodísticas y fueron ellas quienes crearon una infraestructura para el

almacenamiento de las noticias, al igual para su previa distribución y comercialización a través de las nuevas redes del ferrocarril.

El periódico Neoyorquino ‘The Times’, fue uno de los pilotos de la nueva visión lucrativa de los negociantes, quienes aumentaron la capacidad productiva y bajaron costos convirtiéndose en un ejemplo para los nuevos periódicos impresos.

Mientras el desarrollo de los medios impresos en Europa era contundente a mediados del siglo XVIII, el auge por la creación y consolidación de los medios impresos en Colombia estaban ligadas a la cúspide política que se vivía en ese entonces por los partidos liberal y conservador.

Es por esto que los medios impresos se convirtieron en sus aliados para adquirir más poder. Los primeros periódicos fueron:

- ✓ Gaceta de Santafé, 1785.
- ✓ Papel periódico de la ciudad de Santafé, 1791.
- ✓ Seminario del Nuevo Reino de Granada, 1808.

Fueron fundados por Manuel del Socorro Rodríguez, conocido como el padre del periodismo en Colombia.

Además el Diario político de Santafé de Bogotá, fundado por Francisco José de Caldas, el Siglo, la Reforma, La opinión, la Paz y El Agricultor fueron fundados por Salvador Camacho.

Rafael Núñez, fundó La Democracia de Cartagena y escribió para grandes periódicos como El Neogranadino, La Opinión y El Tempo, el cual aún circula semanalmente en el país.

Para el año 1848, nace la primera imprenta en Colombia, iniciada por Manuel Ancízar, un federalista que introdujo máquinas modernas y un equipo completo para el diseño e implementación del medio escrito, y así fue como la nueva ola del periodismo se tomó al país, teniendo un desarrollo que ahora Colombia disfruta de una cantidad de medios escritos, entre revistas y periódicos que se presentan de forma física y digital.

Además prácticamente cada región del país cuenta con un periódico y a nivel nacional lo más importantes y que se han mantenido por su trayectoria han sido El Tiempo que además es la casa editorial más grande del país y El Espectador.

Pero estos procesos se iniciaron gracias al padre del periodismo Manuel del Socorro Rodríguez quien inició con la creación en 1791 del periódico de Santafé de Bogotá, el cual se convirtió en la mejor forma de expresión durante seis años, medio que fue fuente para impulsar personajes y temas sociales.

Manuel del Socorro nació el 3 de abril de 1758 en Cuba y falleció el 3 de junio de 1819 en Bogotá, en su vida creó varios periódicos mencionados anteriormente y en los cuales resaltaba la belleza de los lugares donde vivía, y los posibles trabajos que se podían hacer para la Tierra, pues veía en la agricultura un gran oficio.

Además criticaba la esclavitud, la colonización, y buscaba con sus escritos que se rescatara las culturas indígenas como pilares de cultura.¹

¹Toda la información, en lo que respecta a **prensa** fue tomada de artículos de la Biblioteca virtual del Banco de la República, texto que no contaba con autores pero si se hace la referencia de la página de la misma.

5. Marco Legal

En este referente se enmarca el ámbito nomotético, en el cual la investigación va dirigida en cuanto a la constituyente del año 1991 y los algunos lineamientos que van de acuerdo con los temas relacionados que se investigan.

5.1 Artículos basados en la constitución política de Colombia del año 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. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Artículo 73.

La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

Artículo 74.

Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.

Artículo 75.

El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Artículo 76.

La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio.

Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior.

5.2 Marco legal del Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones.

Decreto 2693 de 2012.

Establece los lineamientos, temas prioritarios, plazos y metas para la masificación del Gobierno en Línea en el país. Así mismo, establece las condiciones y la obligatoriedad para las entidades del Estado de promover el desarrollo de aplicaciones y contenidos, así como la mejor prestación de servicios a través del uso eficiente de las TIC.

Concepto jurídico 528351.

La ley 1341 de 2009, definió principio y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Concepto jurídico 616724.

Normas que rigen las Tecnologías de Información y las Comunicaciones en Colombia.

Decreto 2693 de 2012.

“Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas”.

Ley 472 de 1998.

Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones”.

Ley 134 de 1994.

“Por la cual se dictan normas sobre mecanismos de participación ciudadana”.

Capítulo II

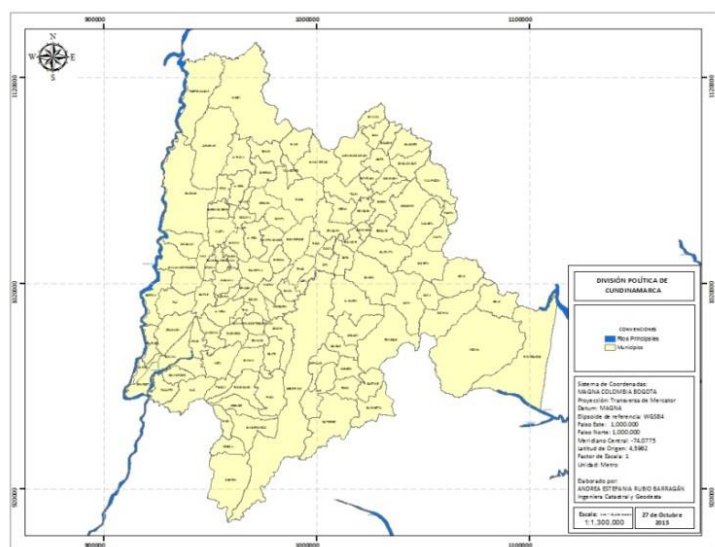
“Contexto geográfico: municipio de San Juan de Rioseco”.

6. Contextualización departamento de Cundinamarca

6.1 Localización.

En teoría Cundinamarca está ubicado en el centro del país y en la región Andina, su capital es Bogotá Distrito Capital y hace parte de uno de los 32 departamentos de Colombia. Cundinamarca se divide en 15 provincias y 116 Municipios. Cundinamarca tiene 9' 954.403 habitantes según el último censo del DANE del año 2005.

Figura 6. Mapa división política del Departamento de Cundinamarca



Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi, IGAC.

6.2 Historia.

Los pobladores originales de su territorio fueron los chibchas, quienes tenían allí su capital y su imperio, el cual se extendía hasta el norte de Boyacá, Gonzalo Jiménez de Quesada fue el primer español en pisar territorio de Cundinamarca en 1537; El seis de agosto de 1538 fundó a Santafé de Bogotá y la instituyó como capital del Nuevo Reino de Granada. Desde la Colonia, Cundinamarca ha sido el centro político, económico y cultural

del país. La reforma constitucional de 1991 le devolvió el nombre Santafé de Bogotá a la capital. COLOMBIA VIVA (2000 p. 32).

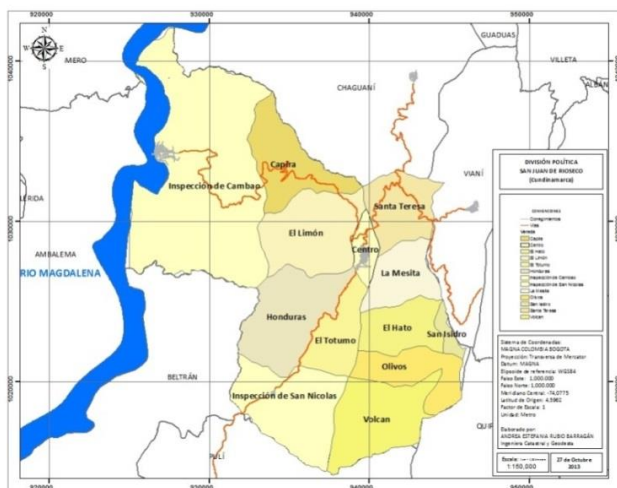
Cundinamarca fue catalogado como Departamento en el año 1886. Tiene límites con Boyacá en el norte, por el sur con Meta, Huila y Tolima, el río Magdalena separa por el occidente con el Tolima, Caldas y por último limita por el oriente con Casanare.

7. Contextualización municipio de San Juan de Rioseco

7.1 Localización.

San Juan de Rioseco está localizado al occidente del departamento de Cundinamarca, a una distancia por carretera de Bogotá a 90 Kilómetros, hace parte de la Asociación de municipios de Magdalena centro según ordenanza N° 24 de 199 y ordenanza 11 de 1991.

Figura 7. Mapa división política del municipio de San Juan de Rioseco



Fuente: Instituto Geográfico Agustín Codazzi, IGAC.

La división política se ha mantenido desde la colonia, en total son estas 10 veredas: Capira, El Hato, El Limón, Honduras, El Totumo, La Mesita, Santa Teresa, San Isidro, El Volcán y Olivos. Además de las inspecciones de Cambao y San Nicolás de Tolentino. Que conforman a San Juan.

En el Municipio se distinguen por una región plana baja y de altas temperaturas en las proximidades del río Magdalena y la otra que se sitúa al oriente en donde se caracteriza por las montañas. Las cordilleras que dan origen a depresiones y cañones profundos que comprenden el valle de Rioseco de San Juan y las vertientes.

En el relieve del municipio se destacan:

- Cordillera de Chumbamuy,
- Cordillera del Chorrillo,
- Alto del Tambor,
- Caño de la Hondura,
- Cordillera de Peñas Blancas,
- Valle del Rioseco de las Palmas,
- Cerro de la cruz,
- Cerro de Boca de Monte.

En cuanto a hidrografía el municipio ha sido considerado como autosuficiente en sus recursos hídricos. Además el río Magdalena recorre 27 kilómetros en predios del municipio de sur a norte, en terrenos pertenecientes a la Inspección de Cambao.

Algunas de las fuentes hídricas primordiales son las quebradas de la Tabla, Vallado, Larga, Mesitas, de Paramito, Cangrejo, Gallinazo, la Aguilita, la Honda, Paujil, la Balsa, Cotrullo, Arenosa, la Picardía, de los Almácigos, de la Muchagua, del Azúcar, Doña Inés y Caracolí. Al igual que algunas lagunas como la Barrigona, San Antonio y Laguna verde.

7.2 Historia.

San Juan de Rioseco se destaca por su historia la cual se enmarca: Desde la Conquista, sus tierras estaban habitadas por los “Panches”, tribu indígena guerrera, hallados por el capitán Hernán Vanegas Carrillo en el año de 1543.

A partir de 1606 los padres Dominicos establecieron en la Hacienda denominada el Hato de San Vicente, un centro religioso independiente de Bituima, por dificultades de acceso en épocas de invierno a causa de las crecientes del Rioseco, los vecinos resolvieron construir un caserío en la Hacienda Santo Domingo, sobre el camino real de Santa Fé, por su activo comercio, la villa es erigida en Parroquia y al mismo tiempo en Distrito Municipal por Decreto del Virrey Don Pedro Mendinueta y Mutis, Caballero de la Orden de Santiago, quien selló con sus armas y rubricó de su puño y letra en nombre del Rey de España el nombre de SAN JUAN DE RIOSECO el 9 de Abril de 1801. Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco (2008, p 8).

8. Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco

A continuación se encuentra adjunta la información general necesaria de la Alcaldía Municipal, teniendo en cuenta que el objeto de estudio es esta organización y sus canales de información.

Esta información se encuentra en el Despacho de la Alcaldesa y en la Secretaría General y de Gobierno, además se estipulo desde el Plan de Gobierno de la Alcaldesa la Dra. Olga Liliana Ramírez Mancera “Todos por un mejor San Juan 2012-2015”.

Misión.

“Para construir un mejor San Juan”

San Juan de Rioseco será en el año 2019, un municipio con excelente calidad de vida, conciencia social, desarrollo integral, responsable con el medio ambiente y reconocido como líder en la reducción de las desigualdades e inequidades sociales, políticas y económicas, en la provincia, la región, el Departamento y la nación.

Visión.

San Juan de Rioseco, promueve el ‘Desarrollo Humano Integral’, de sus ciudadanos dentro de un marco de gobernabilidad, innovación, competitividad e integración social, teniendo como eje los principios de IGUALDAD, EQUIDAD e INCLUSIÓN social, económica, física y tecnológica, para obtener resultados a partir de la construcción colectiva de oportunidades que permitan asumir los retos del desarrollo y la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

Funciones.

- ✓ Nivel Directivo: Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.
- ✓ Nivel Asesor: Agrupa los empleados cuyo ejercicio implica especial confianza, que tenga asignadas funciones de asesoría institucional, asistenciales o de apoyo.
- ✓ Nivel Profesional: Agrupa los empleados cuya naturaleza demanda la ejecución y aplicación de los conocimientos propios de cualquier carrera profesional, diferente a la técnica profesional y tecnológica, reconocida por la ley y que según su complejidad y competencias exigidas les pueda corresponder funciones de coordinación, supervisión y control de áreas internas encargadas de ejecutar los planes, programas y proyectos institucionales.
- ✓ Nivel Técnico: Comprende los empleos cuyas funciones exigen el desarrollo de procesos y procedimientos en labores técnicas misionales y de apoyo, así como las relacionadas con la aplicación de la ciencia y la tecnología.
- ✓ Nivel Asistencial: Comprende los empleos cuyas funciones implican el ejercicio de actividades de apoyo y complementarias de las tareas propias de los niveles superiores o de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

Políticas o líneas de acción:

Las acciones orientadas a obtener el logro de los objetivos planteados se enmarcan dentro de las siguientes políticas o ejes programáticos:

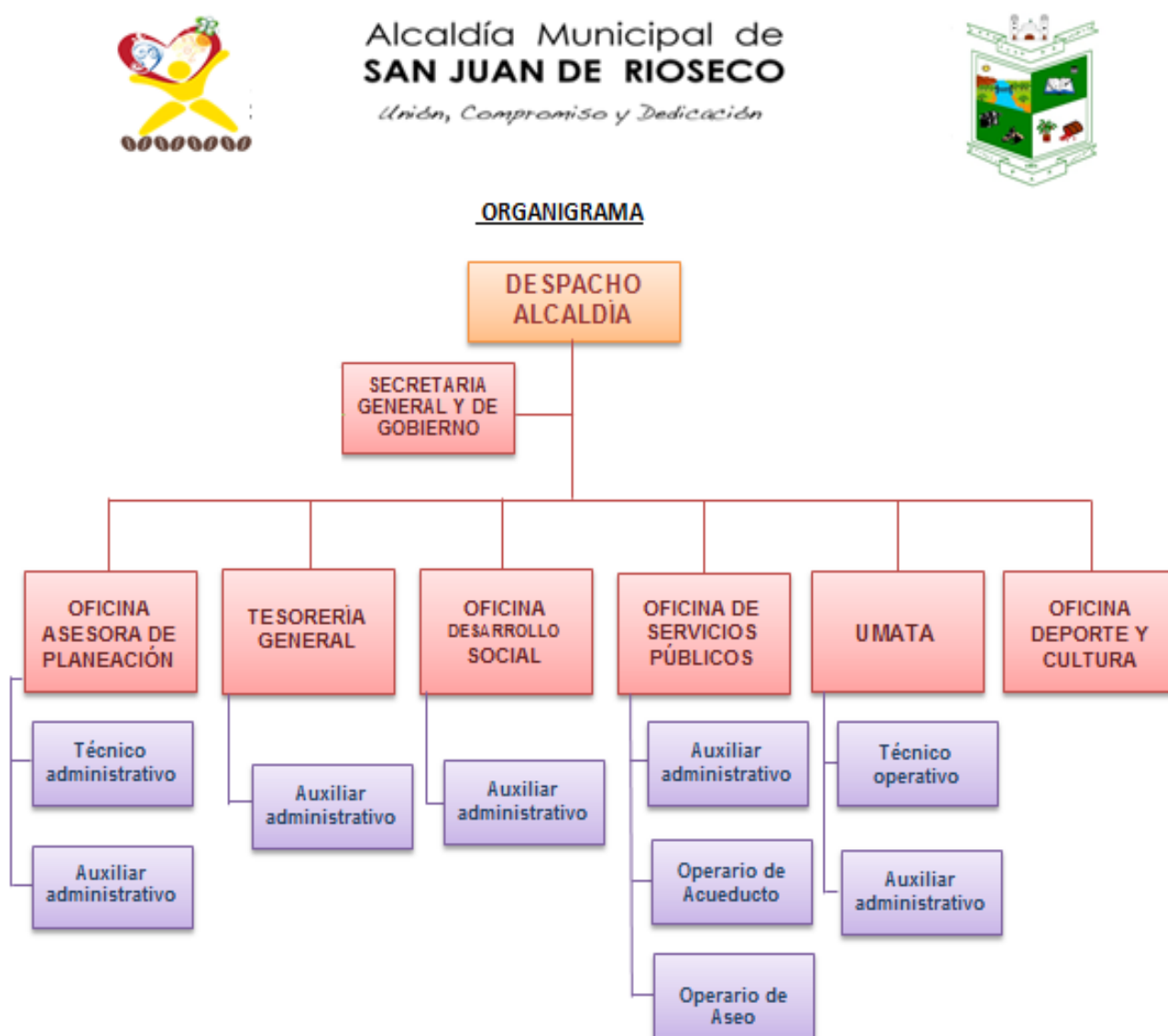
- ❖ *Línea estratégica 1:* Desarrollo social para la superación de las desigualdades.
- ❖ *Línea estratégica 2:* desarrollo económico: San Juan prospero para todos.
- ❖ *Línea estratégica 3:* desarrollo territorial
- ❖ *Línea estratégica 4:* convivencia ciudadana y seguridad.
- ❖ *Línea estratégica 5:* desarrollo institucional: integración permanente con el ciudadano.
- ❖ *Línea estratégica 6:* Desarrollo regional.

8.1 Organigrama administrativo.

Como se presenta en el siguiente organigrama se establecen las áreas administrativas en la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco, en el cual se enmarca la jerarquía de las funciones por los niveles anteriormente mencionados. (Página 41).

Este organigrama reposa en la Secretaría General y de Gobierno, de la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco, igualmente se establece en el plan de gobierno de la Alcaldesa la Dra. Olga Liliana Ramírez Mancera “Todos por un mejor San Juan 2012-2015”

Figura 8: Organigrama Alcaldía San Juan de Rioseco



Fuente: Secretaria General y de Gobierno,

8.2 Caracterización de la población- objeto de estudio.

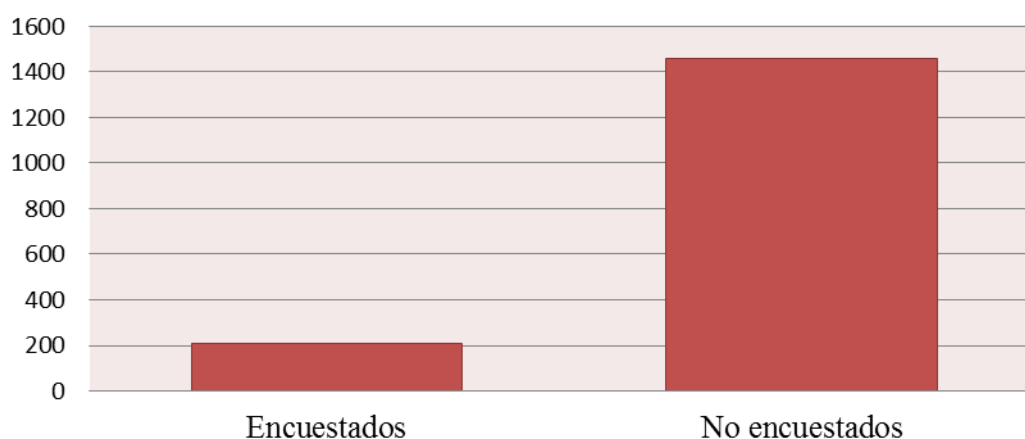
Esta caracterización se realizó con el fin de estudiar la población que es objeto de estudio y quienes evaluarán los procesos de comunicación que se realicen en el Municipio.

Esta caracterización se realiza para los 9.031 habitantes que residen en San Juan de Rioseco, el cual se compone además del casco urbano, 16 veredas divididas en 32 sectores y dos centros poblados.

Población

La población total al momento de la aplicación, corresponde a 210 encuestas realizadas tanto a pobladores como administrativos de la Alcaldía Municipal, que corresponden a un rango de muestra poblacional, estudiada en el proyecto.²

Gráfica 1 : Población total de San Juan de Rioseco



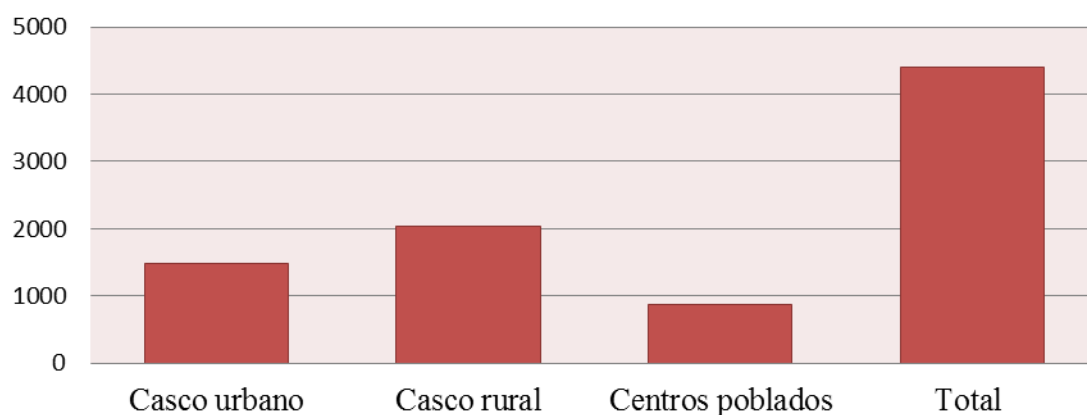
Fuente: Elaboración propia.

Distribución por Género

En la base bruta del Sistema Nacional de focalización de Beneficiarios a programas sociales / SISBEN, se identificó que 4.398 mujeres se encuentran relacionadas en la base de datos de las cuales 1481 residen en el casco urbano del Municipio, 2.040 se sitúan en el casco rural y las restante 877 mujeres se encuentran en los centros poblados de San Nicolás de Tolentino y Cambao

² Población y muestra a ser estudiada, página 47

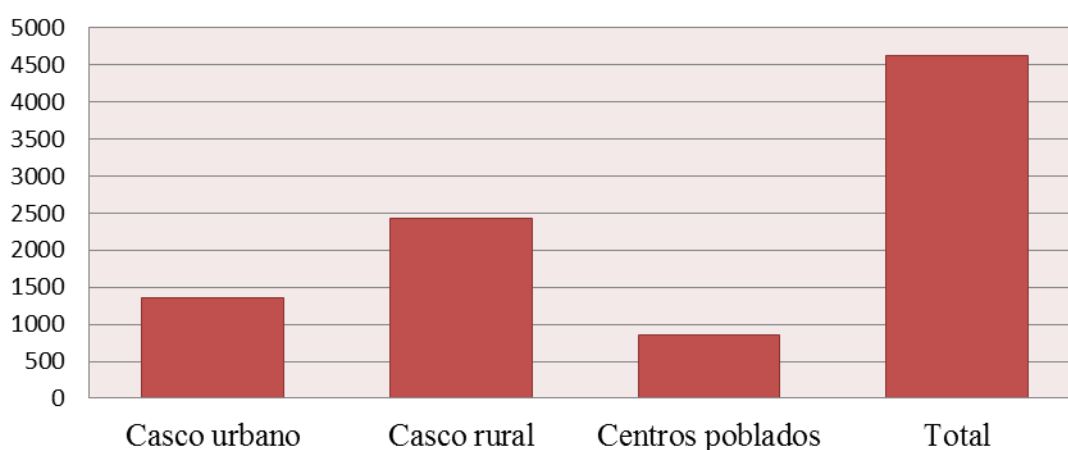
Gráfica 2: Población femenina sanjuanera.



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, se estableció un total de 4.633 hombres en la base de datos del SISBEN, de los cuales 1.354 residen en el casco urbano, 2.430 se encuentran viviendo en la zona rural del Municipio y por último 849 hombres, se encuentran en los dos centros poblados mencionados anteriormente.

Gráfica 3: Población masculina de San Juan de Rioseco

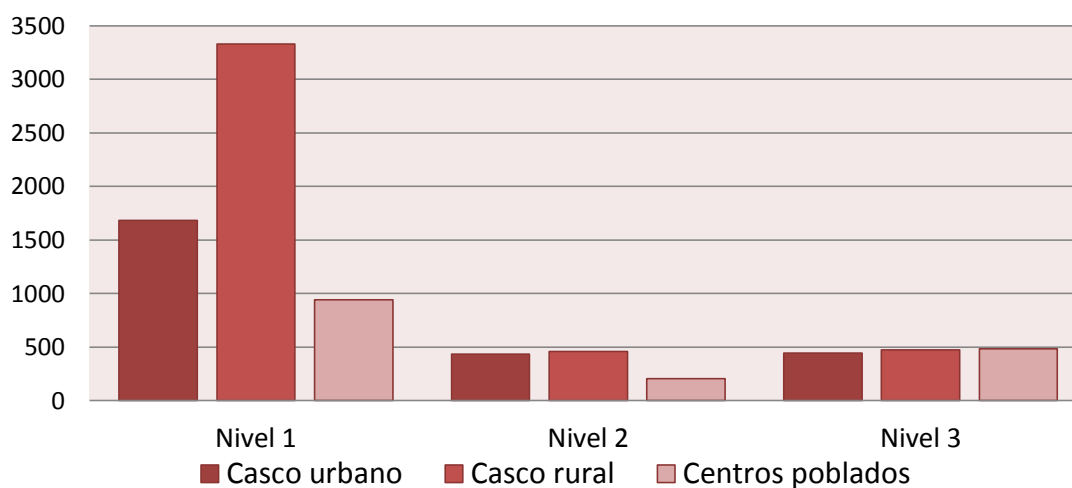


Fuente: Elaboración propia.

Estratificación social

El análisis corresponde a explorar la población que pertenece a los tres estratos que se establecen en el Municipio. El Nivel 1, con un total de 5.948 pobladores, es decir más de la mitad de la población total, en el Nivel 2, corresponden 1.110 habitantes y 1.399 personas se encuentran en el Nivel 3, según datos arrojados por la base certificada del SISBEN en el casco urbano, rural y centros poblados.

Gráfica 4: Población sanjuanera por estrato social.



Fuente: Elaboración propia.

8.3 Población y muestra

En este ítem se enmarca la población con la cual se realizó la investigación y la cual ya ha sido caracterizada en el capítulo anterior.

Población:

El proyecto va dirigido para los pobladores de San Juan de Rioseco, que viven en el casco urbano, con una estimación alrededor de **3900** habitantes. De esta cifra solo se trabaja el rango entre los 15 a 60 años.

Muestra:

De la población entre 15 a 60 años, se aplica la siguiente fórmula de muestreo, la cual arroja la muestra real con el margen de error.

Fórmula: tamaño de la muestra

$$\frac{N^{\circ} \text{ población} \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{N^{\circ} \text{ población} - 1 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

Dónde:

- ✓ 1,96 = nivel de confianza, representa un 95%
- ✓ 0,05² = margen de error

Fórmula aplicada:

$$\frac{1627 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{1626 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = \frac{712,3}{208,15} = 3,42$$

$$\frac{15619,20}{8,97} = 1,118,05 = \frac{1562,5708}{4,0625 + 0,9604} = \frac{1562,5708}{5,0229} = 311$$

179,27

Capítulo III

“Metodología a ser estudiadas”

9. Metodología de investigación

El método de investigación que se aplicó para el proyecto es de carácter inductivo, el cual es el más idóneo para el desarrollo del proyecto “Diseño de un plan de comunicaciones para la divulgación de información de la Alcaldía municipal de San Juan de Rioseco del departamento de Cundinamarca”.

Este método se utilizó para la consolidación de información preliminar que se llevó cabo desde la presentación de la idea en la cátedra de Diseño y formulación de proyectos en el programa de Comunicación Social - Periodismo en la Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO, regional llanos, hasta el consolidación del plan de comunicaciones con sus debidas estrategias en la Administración Municipal de san Juan de Rioseco.

Por consiguiente el trabajo se realizó desde el estudio particular y pormenorizado de cada uno de los aspectos y fases que requerían en cada una de las actividades pertinentes para estructurar las estrategias de comunicación.

9.1 Tipo de investigación

Es una investigación de tipo cualitativo, con un enfoque exploratorio, ya que el plan de comunicaciones es el primero en ser implementado en la región de Magdalena Centro, convirtiéndose en un punto de consolidación de información oficial y como punto de referencia para otros municipios.

9.2 Herramientas de registro e información

9.2.1 *La entrevista.*

Esta herramienta de registro se encamina en obtener información directa de una persona mediante un banco de preguntas, y en el cual surge un dialogo, es una forma de comunicación oral que permite obtener una información más detalladas sobre la generalidades de las que se esté investigando.

Igualmente por medio de la entrevista se logró crear un diagnóstico a partir de la información dada por los funcionarios de la Administración en torno a los medios de comunicación y como perciben su funcionamiento.

9.2.1.1 *Formato de la entrevista.*

A continuación se presenta el formato de la entrevista que se realizó a los funcionarios de todos los niveles, dentro de la Administración municipal, igualmente esta entrevista se aplicó al Secretario General, el Dr. Edwin Mediana Gonzáles, pues desde esta dependencia se manejan los temas que en comunicación respectan.

Figura 9: Formato de la entrevista.

ENTREVISTA	
<p>Información general: Entrevista realizada por parte de Lina María Arias Torres, estudiante de Comunicación Social – Periodismo, noveno semestre, Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Sede Regional Llanos.</p>	
Tema: <i>Medios de comunicación</i>	Fecha: abril de 2014
Cargo:	Área:
Banco de preguntas.	
<p>Al concebir los medios de comunicación como el canal de difusión de información.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué medios de comunicación cuenta la Alcaldía Municipal? 2. ¿Considera que estos medios con lo que actualmente cuenta la administración, son suficientes para informar a la comunidad? 3. ¿Qué medidas se han tomado para suplir la falta de medios? 4. ¿Qué medios están disponibles para la comunidad de la zona rural del Municipio? 5. ¿Consideran importante implementar nuevas estrategias de comunicación? 6. ¿Qué importancia tiene la comunicación para este mandato? 7. ¿Con qué políticas de comunicación cuenta la Alcaldía Municipal? 8. ¿Qué relación quieren fortalecer con el uso de los medios de comunicación? 9. ¿Qué necesidades de información tienen los funcionarios de la Administración? 10. ¿En cuánto a plataformas virtuales como ha sido el acogimiento por parte de la comunidad para con estos medios? 11. ¿Conoce la estrategia de Gobierno en línea? 	

Fuente: Elaboración propia.

9.2.1.2 Ficha técnica entrevista

A continuación se presenta la ficha técnica de las entrevistas realizadas con los funcionarios administrativos de la Alcaldía Municipal. En ella se establecen ítems como la fecha, duración de la entrevista entre otros.

Figura 10: Ficha técnica entrevista.

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA	
Realizada por: Lina María Arias Torres, estudiante de Comunicación Social – Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- Uniminuto.	
Tipo de muestra: muestreo probabilístico por conglomerados.	Grupo objetivo: hombres y mujeres entre los 18 a 60 años de edad.
Tamaño de la muestra: 20 funcionarios	Técnica de recolección de datos: entrevista personal cara a cara con aplicación de un cuestionario estructurado
Área/ Cubrimiento: San Juan de Rioseco, localidad centro urbano. Alcaldía Municipal	Temas a los que se refiere: estudio de la información y los medios de comunicación con los que la Alcaldía Municipal cuenta para la divulgación de la información oficial.
Preguntas concretas que se formularon: ver cuestionario anexo.	Fecha de realización del trabajo de campo: abril de 2014
Margen de error observado: 0,05 ² , para el total de la muestra, con 95% de confianza.	Naturaleza de investigación: mixta

Fuente: Elaboración propia

9.2.2 Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación

Esta encuesta se realizó con los funcionarios de la Administración Municipal, para conocer la percepción acerca de los medios de comunicación, aproximadamente 20 funcionarios dieron respuesta.

Figura 11: Formato encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación.

LISTA DE IMPACTO DE COMUNICACIÓN, IMAGEN Y REPUTACIÓN.				
Lina María Arias Torres, estudiante de Comunicación Social – Periodismo, Universidad Minuto de Dios, noveno semestre, está desarrollando una investigación para conocer el estado actual de la imagen y la comunicación de los medios de comunicación de la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco.				
Agradecemos responder las siguientes preguntas para lograr este objetivo.				
Audiencia: públicos		Actor: Alcaldía Municipal de san Juan de Rioseco		
Nombre:		Cargo: _____		
Ubicación: San Juan de Rioseco		Consultor: <u>Lina María Arias Torres</u>		
Fecha de Aplicación: 15 de abril de 2014		Hora: _____		
Califique de 1 a 5 (siendo 1 el menor valor y 5 el mayor) los siguientes criterios con respecto a cada uno de los medios de comunicación.				
REFERENTES DE COMUNICACIÓN	PERIFONEO	CARTELERAS INSTITUCIONALES	REDES SOCIALES	GOBIERNO EN LÍNEA
Claridad de la información				
Confianza				
Contenido				
ELEMENTOS DE REPUTACIÓN.				
Social				
Tecnológica.				
Inversión Económica				
ATRIBUTOS DE IMAGEN				
Organización del material				
Presentación				
ubicación				

Fuente: Elaboración propia.

9.2.2.1 Ficha técnica encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación

A continuación se presenta la ficha técnica de las entrevistas realizadas con los funcionarios administrativos de la Alcaldía Municipal en ella se establecen ítems como la fecha, duración de la entrevista entre otros.

Figura 12: Ficha técnica encuesta de impacto, comunicación, imagen y reputación

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA	
Realizada por: Lina María Arias Torres, estudiante de Comunicación Social – Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- Uniminuto.	
Tipo de muestra: muestreo probabilístico por conglomerados.	Grupo objetivo: hombres y mujeres entre los 15 a 60 años de edad, residentes del casco urbano del municipio de San Juan de Rioseco.
Tamaño de la muestra: representativa de 40 pobladores.	Técnica de recolección de datos: entrevista personal cara a cara en hogares con aplicación de un cuestionario estructurado
Área/ Cubrimiento: San Juan de Rioseco, localidad centro urbano.	Temas a los que se refiere: estudio de la información y los medios de comunicación con los que la Alcaldía Municipal cuenta para la divulgación de la información oficial.
Preguntas concretas que se formularon: ver cuestionario anexo.	Fecha de realización del trabajo de campo: abril de 2014
Margen de error observado: 0, 05 ² , para el total de la muestra, con 95% de confianza.	Naturaleza de investigación: mixta

Fuente: Elaboración propia.

9.2.3 Encuesta de información

Esta encuesta se realizó para 150 personas, lo que representa una muestra significativa, esta encuesta tenía como fin crear el diagnóstico de necesidades frente a los medios de comunicación.

9.2.3.1 Formato de encuesta de información

Figura 13: Formato de encuesta de información.

ENCUESTA.	
✓ Segmento poblacional de 15 a 60 años, todos los géneros.	
<p>Las siguientes preguntas corresponden a un <i>ejercicio académico</i>, el cual busca analizar los posibles canales de comunicación para la Alcaldía del Municipio de San Juan de Rioseco del Departamento de Cundinamarca.</p> <p>Encuesta realizada por: Lina María Arias Torres, estudiante de noveno semestre de comunicación social- periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO, regional Llanos.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Como sanjuanero, ¿se siente informado sobre la gestión que realiza la Alcaldía? Sí _____ No _____ <li style="margin-top: 10px;"><i>Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 3.</i> 2. ¿A través de qué medios se entera de los proyectos que lleva cabo la Alcaldía? Voz a Voz _____ Carteleras _____ Perifoneo _____ otro ¿Cuál? _____ 3. ¿Cuál es la razón por la que no se informa de los proyectos? Falta de Tiempo _____ No veo la necesidad _____ No existe un medio de comunicación _____ Los medios que existen son insuficientes _____ otro ¿cuál? _____ 4. ¿Le gustaría que existiera un medio de comunicación en el municipio? Sí _____ No _____ 5. ¿Qué medio de comunicación le gustaría que se impulsara en el Municipio? Emisora _____ Periódico _____ Canal de televisión _____ otro ¿Cuál? _____ 6. ¿Le gustaría que existiera un espacio donde se resuelvan sus dudas en la alcaldía municipal? Sí _____ No _____ 7. ¿Al enterarse de los proyectos que genera la Alcaldía se siente beneficiado? Siempre _____ Algunas veces _____ Nunca _____ <li style="margin-top: 10px;">¿Por qué? _____ 8. ¿Qué clase de información le gustaría recibir de la Alcaldía municipal? Política _____ Salud _____ Social _____ cultural _____ Deportes _____ Otro ¿cuál? _____ 	

Fuente: Elaboración propia.

9.2.3.2 Ficha técnica de encuesta de información

A continuación se presenta la ficha técnica de las entrevistas realizadas a los pobladores de San Juan de Rioseco. En ella se establecen ítems como la fecha y referentes que eran indispensables para conocer acerca del objeto a estudiar.

Figura 14: Ficha técnica encuesta de información.

FICHA TÉCNICA ENCUESTA	
Realizada por: Lina María Arias Torres, estudiante de Comunicación Social – Periodismo de noveno semestre de la Corporación Universitaria Minuto de Dios- Uniminuto.	
Tipo de muestra: muestreo probabilístico por conglomerados.	Grupo objetivo: hombres y mujeres entre los 15 a 60 años de edad, residentes del casco urbano del municipio de San Juan de Rioseco.
Tamaño de la muestra: representativa de 150 pobladores.	Técnica de recolección de datos: entrevista personal cara a cara en hogares con aplicación de un cuestionario estructurado
Área/ Cubrimiento: San Juan de Rioseco, localidad centro urbano.	Temas a los que se refiere: estudio de la información y los medios de comunicación con los que la Alcaldía Municipal cuenta para la divulgación de la información oficial.
Preguntas concretas que se formularon: ver cuestionario anexo.	Fecha de realización del trabajo de campo: 8 de marzo de 2014
Margen de error observado: 0,05 ² , para el total de la muestra, con 95% de confianza.	Naturaleza de investigación: mixta

Fuente: Elaboración propia.

10. Sistematización y análisis de encuestas

A partir del proceso de investigación que se llevó cabo y teniendo en cuenta los lineamiento y variables identificadas, presento el análisis de cada uno de las herramientas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación.

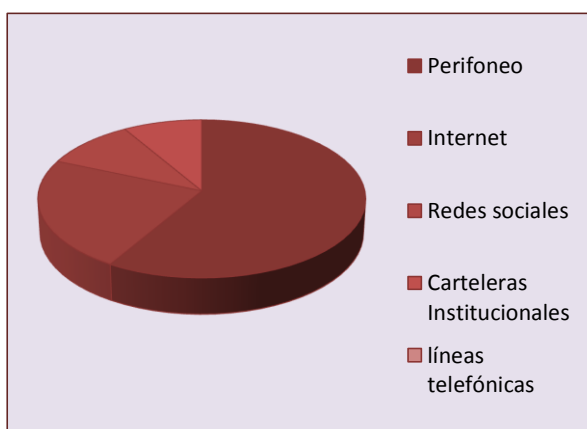
10.1 Análisis y tabulación de la entrevista

En este análisis se identificó las necesidades que cada uno de los administrativos entrevistados tuvo acerca de la entrevista que se realizó con el fin de conocer la percepción que tienen sobre los medios de comunicación, sus políticas y la implementación de nuevas estrategias.

Medios de comunicación

A la pregunta ¿Con cuáles medios de comunicación cuenta la Administración Municipal? El 100% los funcionarios entrevistados fueron enfáticos en destacar el sistema de amplificación de sonido, las cartelas institucionales, Gobierno en línea y redes sociales como los principales medios de comunicación. Igualmente se logró identificar que el perifoneo es el medio oficial que más se utiliza por parte de los administrativos para divulgar información de interés para los habitantes del Municipio desde hace 19 años.

Gráfica 5: Medios de comunicación.

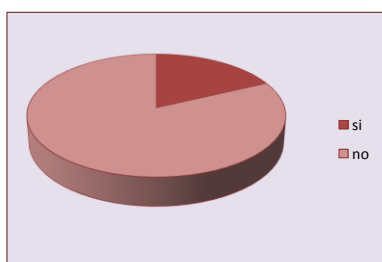


Fuente: Elaboración propia.

Medios de comunicación suficientes

Todos los entrevistados a la pregunta ¿Considera que estos medios con los que actualmente cuenta la Administración Municipal son suficientes para informar a la comunidad? Resaltaron que no son suficientes los medios anteriormente plasmados en la gráfica#5 y que es de suma importancia trabajar para consolidar medios en la zona rural del Municipio o llevar a cabo una alianza entre la Alcaldía y la emisora comunitaria, al igual que entre otros aspectos que se registran en la siguiente gráfica.

Gráfica 6: Medios de comunicación suficientes

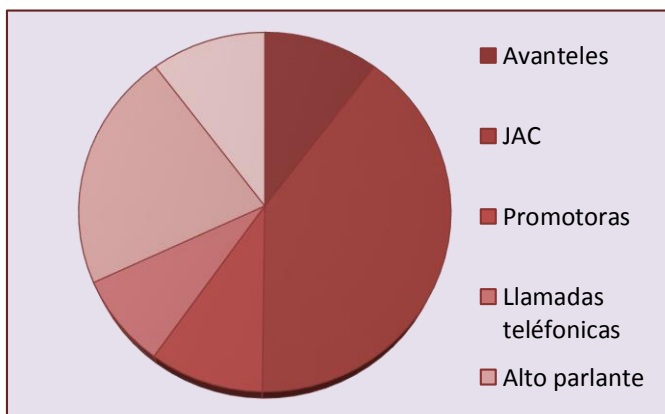


Fuente: Elaboración propia.

Medidas que se han tomado

Para esta pregunta ¿Qué medidas se han tomado para suplir la falta de medios de comunicación? Las opciones se ampliaron ya que los entrevistados hablaron desde su área de conocimiento, Desarrollo Social ha sido la dependencia que más medidas ha tomado en cuanto a informar a la comunidad con diversas estrategias que se relacionan en la gráfica#7, ya que se encuentran 40 programas sociales que benefician a un gran número de población con Necesidad Básicas Insatisfechas (NBI).

Gráfica 7: Medidas que se han tomado.

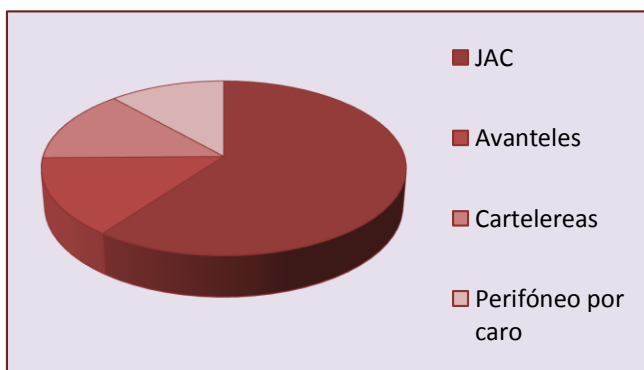


Fuente: Elaboración propia.

Medios de comunicación para la zona rural

De nuevo las opciones fueron amplias a la pregunta ¿Cuáles medios de comunicación se encuentran disponibles para la comunidad de la zona rural del Municipio? Esto se deba a que cada dependencia maneja grupo poblacionales diferentes y las necesidades de información son específicas, de la misma manera se han tratado de llevar medios o canales de información para la población de las zonas aledañas del casco urbano. Para algunas estrategias se establecieron alianzas con el Gobierno Departamental de Cundinamarca como son los portales de Internet en las escuelas rurales entre otros medios. Ver gráfica#8.

Gráfica 8: Medios de comunicación para la zona rural



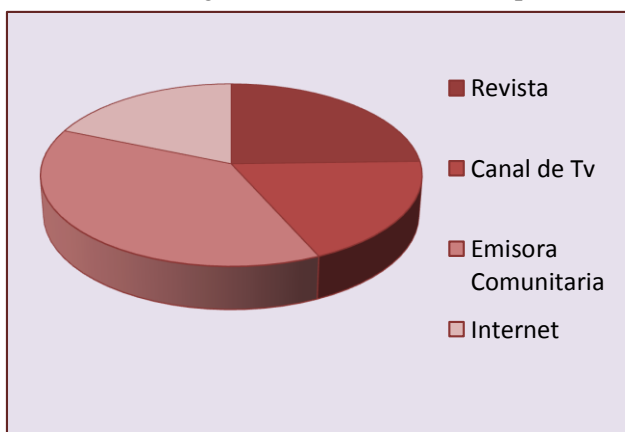
Fuente: Elaboración propia.

Estrategias de comunicación a implementar

A la pregunta ¿Qué nuevas estrategias de comunicación se podrían implementar?

Los administrativos consideraron en mayor parte que es necesaria la construcción de un medio de comunicación escrito, la necesidad de crear la alianza con la emisora comunitaria y mejorar la conexión de Internet en el casco urbano y la zona rural.

Gráfica 9: Estrategias de comunicación a implementar

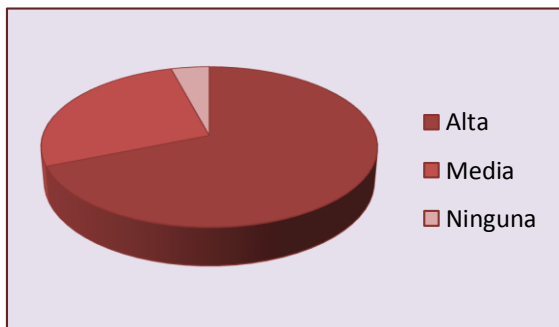


Fuente: Elaboración propia.

Importancia de la comunicación

Las respuestas de los funcionarios sobre ¿Qué importancia tiene la comunicación para este mandato? Todos aclararon que era de suma importancia la comunicación para informar a la comunidad tanto de lo que se pretendía realizar como de comunicar el trabajo que se ha realizado en el Municipio. En este punto es clave resaltar que aunque todos aseguran tener el mismo fin, no cuentan en oportunidades los medios o canales para hacerlo.

Gráfica 10: Importancia de la comunicación

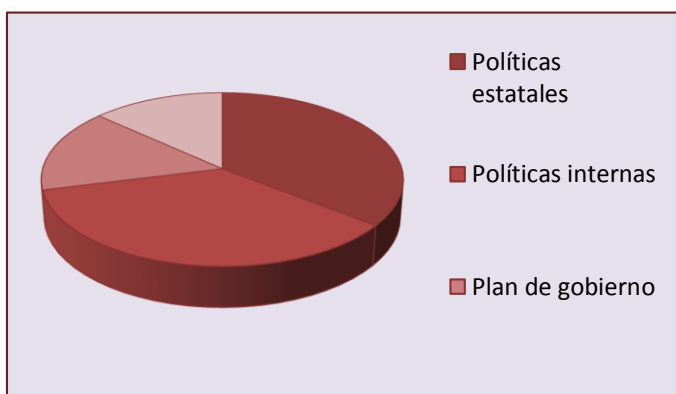


Fuente: Elaboración propia

Políticas de comunicación en la administración Municipal.

A la pregunta ¿Con qué políticas de información cuenta la Administración Municipal? Se conoció que los administrativos deben cumplir con unas políticas estatales, las cuales consisten en informar a la comunidad por medio de la rendición de cuentas que se realiza cada semestre, además cada uno de los programas que se ejecuten deben conocerlo e informar a la comunidad sobre los cambios que se realicen en él.

Gráfica 11: Políticas de comunicación en la Administración Municipal.



Fuente: Elaboración propia

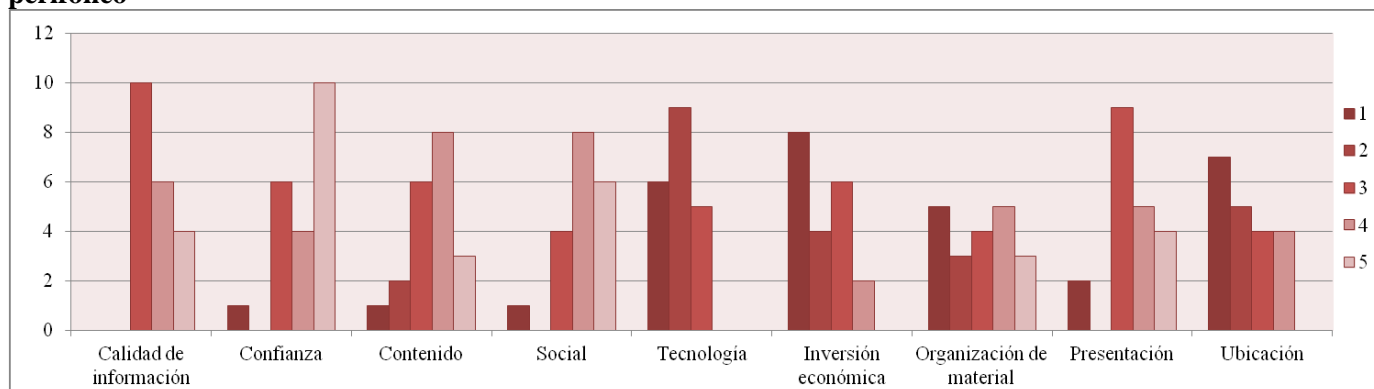
10.2 Análisis y tabulación encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación.

Este análisis consiste en las encuestas realizadas los 20 funcionarios de la alcaldía Municipal de acuerdo a la percepción de los medios oficiales de la Administración.

Medio de comunicación: perifoneo

Al analizar los resultados de las encuestas se logró percibir que los funcionarios de la Alcaldía Municipal en cuanto al medio de comunicación – perifoneo-, consideran que tiene un nivel de confianza alto ya que la información que se emite es de carácter oficial, en comparación con la inversión económica, tecnología y ubicación que presentan graves falencias pues el sistema de amplificación de sonido, que se usa es antiguo y además la información transmitida solo logra llegar a los sectores aledaños donde se encuentra ubicada la Administración.

Gráfica 12: Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – medio de comunicación: **perifoneo**



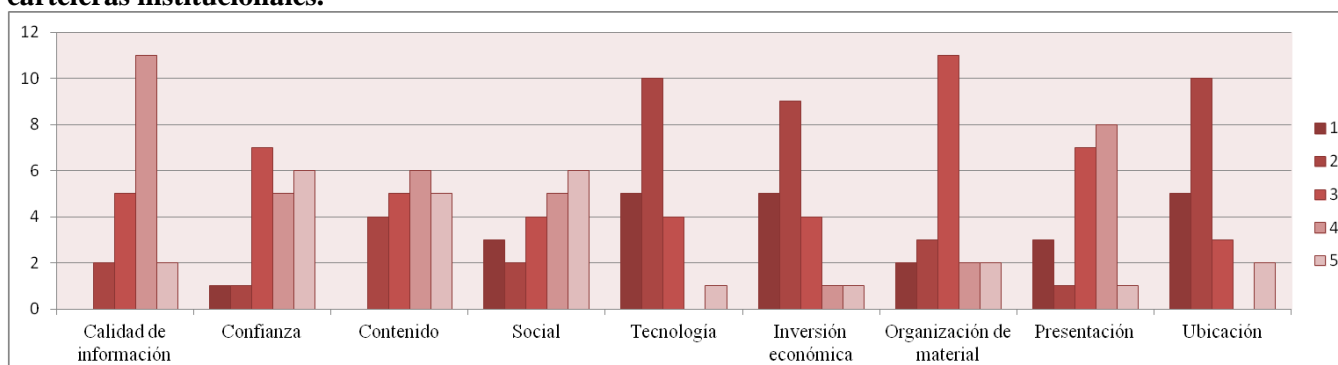
Fuente: Elaboración propia

Medio de comunicación: cartelera institucionales.

Sobre las cartelera institucionales, se logró determinar que los administrativos consideran en cuanto a confianza, servicio social, organización del material y la presentación de la información en cada uno de los referentes mencionados es negativa, diferente a la percepción en calidad de información y contenido, este medio de

comunicación tiene una mejor perspectiva, ya que la Alcaldía cuenta con varios espacios destinados para las carteleras, aunque en cuanto ubicación la mitad de los encuestados fueron contundentes al calificar que solo se encuentran dentro de la Administración y solo es posible informar a la comunidad que se acerque hasta ellas.

Gráfica 13: Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – medio de comunicación: **carteleras institucionales.**

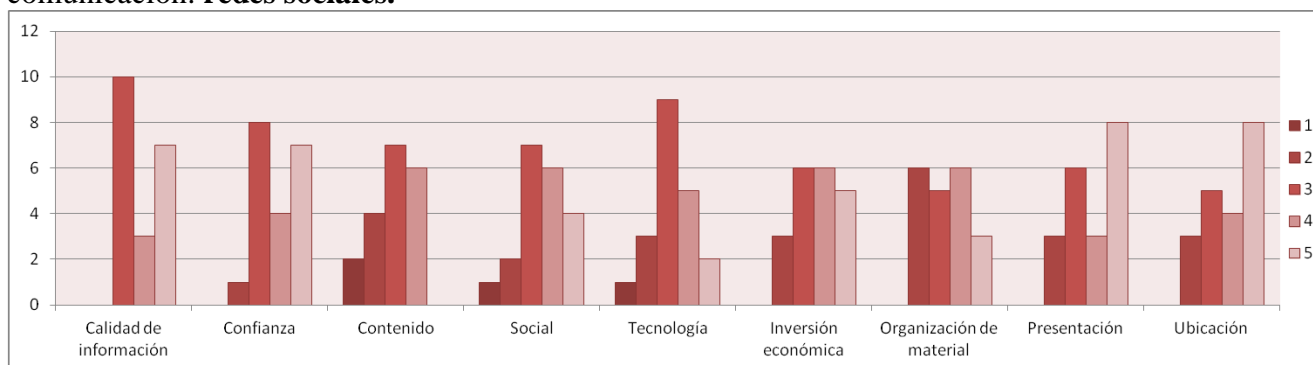


Fuente: Elaboración propia

Medio de comunicación: redes sociales.

Por el lado de las redes sociales, la claridad, la presentación y la confianza que se presenta en la información que se difunde por medio de la página de Facebook y el perfil de Twitter, quedaron bien posicionados en cuanto a la calificación dada por los administrativos ya que consideran que logran tener una cobertura que va más allá de lo netamente local. Muy diferente en cuanto a la organización que se tiene para publicar la información, ya que son tres las dependencias que tienen acceso a estas cuentas como son: Desarrollo Social, Deporte, Recreación y Cultura y Secretaria de Gobierno y General, además del Ingeniero Jaime Parra, que es el encargado de publicar la información de las otras dependencias. Por esto cada área de trabajo publica el acontecer de las actividades realizadas y no es posible tener un orden por dependencias.

Gráfica 14: Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – medio de comunicación: **redes sociales**.

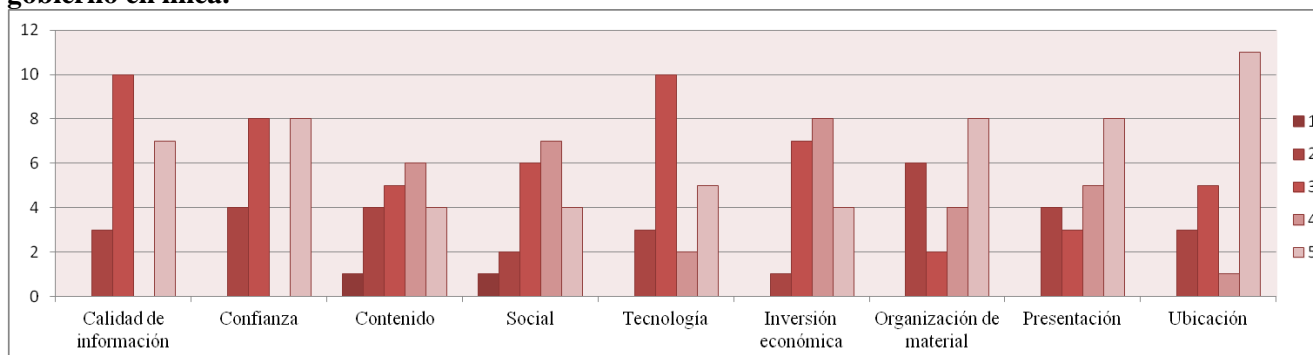


Fuente: Elaboración propia

Medio de comunicación: Gobierno en línea.

Referentes como, la organización del material, presentación, confianza, claridad de la información. Recibieron por parte del 70% de los funcionarios encuestados una buena calificación, puesto que la plataforma permite que se desarrollen cada uno de estos ítems, por la estructura que la conforma. Hay que aclarar que Gobierno en línea, es una estrategia para la masificación de la información de todas las entidades estatales y es de obligatorio cumplimiento, este programa se consolida desde el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones / MinTIC.

Gráfica 15: Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – medio de comunicación: **gobierno en línea**.



Fuente: Elaboración propia

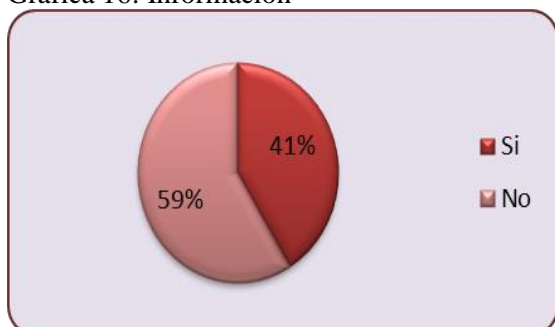
10.3 Análisis y tabulación encuesta de información.

Este análisis se basa en 150 encuestas aplicadas a los pobladores del municipio de San Juan de Rioseco, el cual se enfoca en el estudio de la información y los medios de comunicación de la Alcaldía Municipal.

Información

A la pregunta, como sanjuanero, ¿se siente informado sobre la gestión que se lleva a cabo en la Alcaldía? Se identificó que el 41% de las personas encuestadas, si conocen la gestión que se realiza en la administración, mientras que un 58% no conoce esta información, es decir que sustenta las afirmaciones dichas en el planteamiento del problema, representados en la siguiente gráfica.

Grafica 16: Información

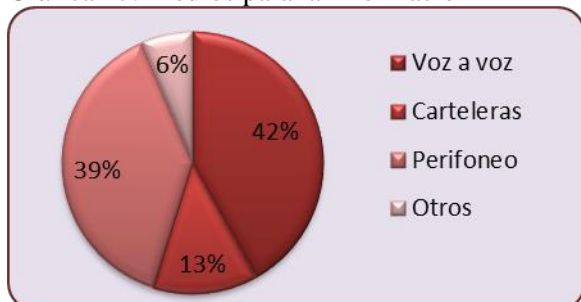


Fuente: Elaboración propia.

Medios para la información.

La siguiente gráfica responde a la pregunta ¿A través de qué medios se entera de los proyectos que lleva a cabo la Alcaldía? Se puede evidenciar de los pobladores que establecen estar informados, un 42% reconoce la información a través de voz a voz, siendo un medio no oficial, seguido del 39% por perifoneo, otro 13% a través de las carteleras institucionales y un 6% por otros medios como son las redes sociales y plataformas virtuales.

Gráfica 17: Medios para la información



Fuente: Elaboración propia.

Motivos de desinformación.

Respondiendo la pregunta, ¿Cuál es la razón por la que no se informa de los proyectos? Se identificó que un 59% de los sanjuaneros encuestados establecen no estar informados, al indagar las razones se identificó que el 44% aluden a que no existen los medios de comunicación, seguido por un 25% que afirman que aunque reconocen algunos medios de comunicación estos son insuficientes para informar a la comunidad, un 16% manifiesta su desinformación a falta de tiempo, un 31% señala que no ven la necesidad y por último un 4% que indica otras razones como la falta de cultura. Así lo respalda la siguiente gráfica:

Gráfica 18: Motivos de desinformación.



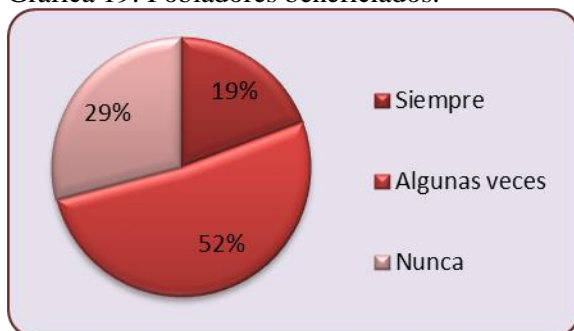
Fuente: Elaboración propia.

Pobladores Beneficios.

Según lo estipulado en la gráfica subsecuente y aludiendo a la pregunta, al enterarse de los proyectos que genera la Alcaldía, ¿se siente beneficiado? De los 62

pobladores que afirman estar informados sobre los proyectos que se llevan a cabo en el municipio, 19 % de ellos sienten que siempre son beneficiados, por otro lado 52% comparten que algunas veces son merecedores de beneficios y un 29% aseguran nunca se ven favorecidos, dando conocer que el alto índice de población que no se beneficia de los proyectos es por la falta de la divulgación de información en estas áreas.

Gráfica 19: Pobladores beneficiados.

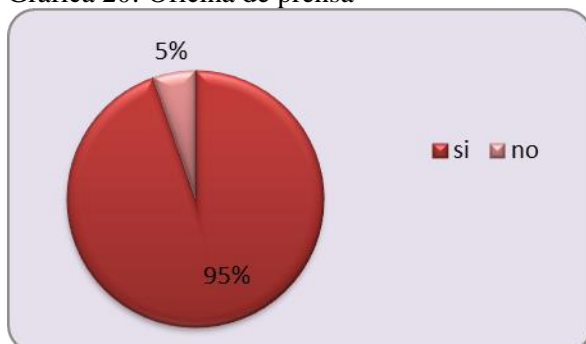


Fuente: Elaboración propia.

Oficina de prensa

A la pregunta ¿Le gustaría que existiera un espacio en donde se resuelvan sus dudas en la Alcaldía municipal? Un total de 95% de la población fue enfática en responder afirmativamente, lo que deja claro que para la mayoría de encuestados es necesario consolidar un espacio en donde se divulgue información en el Ente oficial para la comunidad; tan sólo un 5% estableció que no es necesario.

Gráfica 20: Oficina de prensa



Fuente: Elaboración propia.

Medio de comunicación

Un 90% de los sanjuaneros encuestados respondieron a la pregunta ¿Le gustaría que se existiera un medio de comunicación en el Municipio? Con un sí enfático en donde se demuestra que los pobladores si necesitan medios para informarse y que deja ver las fallas de comunicación en el Municipio, y tan solo un 10% creen que no es indispensable, como lo indica la gráfica.

Gráfica 21: medios de comunicación



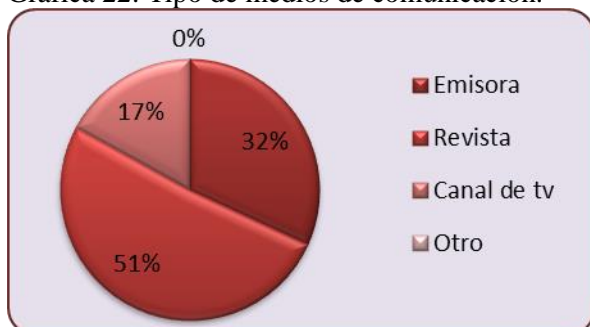
Fuente: Elaboración propia.

Tipo de medios de comunicación.

A la pregunta ¿Qué medio de comunicación le gustaría que se impulsara en el municipio? Según la gráfica, de las 135 personas que contestaron que si les gustaría tener un medio de comunicación, el 79% de la población solicita un medio escrito para la divulgación de información, un 31% una emisora comunitaria, y por último un 16% sugiere un canal de televisión.

Ahora bien el porcentaje de los encuestados que aludieron que no es necesario un medio de comunicación, manifestaron que les gustaría que se implementará uno de ellos, pese a que establecen que no es necesario un medio, hay una necesidad evidente de información.

Gráfica 22: Tipo de medios de comunicación.

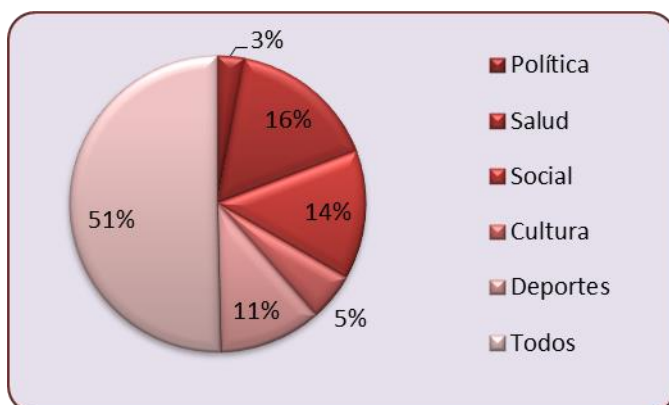


Fuente: Elaboración propia

Tipo de información.

Respecto a la pregunta ¿Qué clase de información le gustaría recibir del medio de comunicación de la alcaldía municipal? Tan solo un 3% de los encuestados recibirían información de política, 5% notas de cultura, 11% comunicados sobre deportes, 14% información social, 16% noticias del sistema de salud y un 51% de los pobladores mencionan que todos los temas son igual de relevantes.

Gráfica 23: Tipo de información



Fuente: Elaboración propia

11. Fuentes para la recolección de información

Para esta investigación es fundamental contar con fuentes para la recolección de información como es el Ente gubernamental y los pobladores principalmente, para llegar a desarrollar el proyecto de la manera que se ha venido haciendo.

11.1 Fuentes primarias:

Para abordar la investigación se requiere consultar:

FUENTES PRIMARIAS	
<i><u>NOMBRE</u></i>	<i><u>CARGO</u></i>
Andrea del Pilar Pabón Méndez	Asesora técnica
Hilda Perilla Ruiz	Asesora metodológica
Pobladores del municipio	Pobladores del municipio
Olga Liliana Mancera	Alcaldesa Municipal
Edwin Alexander Medina Gonzales	Secretario General y de Gobierno
Sonia Marcela Monsalve Acosta	Jefe Oficina Asesora de Planeación
Gina Esperanza Flórez Bello	Jefe Oficina de Desarrollo Social
Luz Ángela Rodríguez Rodríguez	Tesorera Municipal
Yohana Cecilia Bautista Guevara	Directora Técnica UMATA
Jhon Edwin Serrato	Jefe Oficina de Servicios Públicos
Cesar Augusto Soler.	Jefe de Deportes y Cultura

11.2 Fuentes secundarias:

Se utilizaron libros de consulta, archivos gubernamentales, archivos fotográficos, información de páginas web y todos aquellos documentos que estén a fines con la investigación.

Capítulo IV

“Plan de comunicaciones para la Alcaldía municipal de San Juan de Rioseco”

12. Plan de comunicaciones ‘Todos por un mejor San Juan’

El siguiente plan de comunicaciones se realizó a imagen y semejanza de lo que representa la Alcaldía Municipal, frente a los pobladores, reflejando una entidad con carácter de cumplimiento. Es por esto y que adaptándose a la estructura de la organización este plan de comunicaciones se crea para disminuir las necesidades de información que se tienen interna y externamente.

Es así que se plasman las estrategias que se van a llevar a cabo dentro de las pautas de actuación, sistemas de difusión, canales y recursos de las tácticas que se están implementando dentro del marco de cumplimiento del plan de gobierno ‘Todos por un mejor san Juan 2012-2015’.

12.1 Estrategias de comunicación.

Figura 15: Plan de comunicaciones.

Estrategias	Descripción	Resultados
<p>Actualización y retroalimentación de redes sociales (Facebook-Twitter)</p>	<p>Esta estrategia se consolidó, con el fin que los miembros de la comunidad sanjuanera y que se encuentran siguiendo las redes sociales de la Alcaldía Municipal, tengan pleno conocimiento de las actividades que se realicen en el marco del cumplimiento del plan de gobierno “Todos por un mejor San Juan 2012-2015”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en el número de seguidores en las redes sociales de Facebook y Twitter. • Incremento sustentablemente en los comentarios de las publicaciones que se realizan. • Asistencia masiva a los eventos publicados con anterioridad desde las redes sociales.

<p>Crear alianza con los presidentes de las Juntas de Acción Comunal (JAC)</p>	<p>Para el 10 de agosto, se tiene planeada la reunión con los presidentes de las Juntas de Acción Comunal, ya que son los líderes de sus comunidades y sería importante tener contacto con ellos por si es necesario difundir algún tipo de información se pueda realizar por medio de ellos y del voz a voz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Se pretende consolidar la alianza, y así obtener una mayor cobertura en cuanto a la información en las zonas rurales que se encuentran más alejadas del Municipio.
<p>Diseñar el formato de publicación para las carteleras institucionales</p>	<p>El diseño del formato de las publicaciones a realizar en las carteleras institucionales ya está en transición al igual que a cada dependencia se le asignó un color y así mismo la comunidad identificará a que área administrativa pertenece.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Cada jefe de dependencia está realizando la transición de los formatos de las carteleras al igual que el color que corresponde, dentro de sus publicaciones.
	<ul style="list-style-type: none"> -<i>Secretaria General y de Gobierno:</i> Azul. -<i>Oficina de Desarrollo Social:</i> Amarillo. - <i>Oficina de Planeación:</i> Verde. - <i>Oficina de la UMATA:</i> Rojo. -<i>Oficina de Deportes y Cultura:</i> Naranja. - <i>Oficina de Tesorería:</i> Morado. - <i>Oficina de Servicios Públicos:</i> Rosado. 	
	<p>Ver anexo 1</p>	
<p>Diseño e impresión de la revista institucional</p>	<p>Esta revista se crea a partir del diagnóstico que se realizó, en el cual un 80% de los pobladores solicitaban un medio de comunicación, esta estrategia se respalda con las encuestas realizadas a 150 personas del casco urbano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para el próximo 31 de julio, se estipulo la fecha de entrega de la revista institucional, en el marco de la entrega de una de las obras de aducción de acueducto que contará con la presencia del Gobernador de Cundinamarca, el señor Álvaro Cruz.
	<p>Esta revista en su primera edición tiene como fin presentar el informe de gestión de los años 2012 -2013, resaltando la gestión ejecutada en estos dos años.</p>	

<p>Diseño del formato de actividades para las dependencias</p>	<p>Con el objetivo de incrementar la participación de la comunidad sanjuanera en las actividades a desarrollarse por cada una de las dependencias, se creó y diseño el cronograma de actividades, el cual cada jefe de área entrega finalizando mes, para así publicarse en redes sociales, página web y calendario.</p> <p style="text-align: right;">Ver anexo 2</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La estrategia fue bien acogida por los funcionarios. • El cronograma es solicitado por los mismos funcionarios. • Se ha convertido en herramienta de control para la ejecución y cumplimiento de las actividades.
<p>Diseño del calendario de actividades para las zonas y sectores rurales.</p>	<p>Este calendario eventualmente se publicará en las 16 veredas que componen en Municipio, para iniciar se imprimen ocho cronogramas los cuales serán plasmados en las escuelas rurales de las veredas con más actividades a realizar.</p> <p style="text-align: right;">Ver anexo 3</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr crear y consolidar un lazo de comunicación con los pobladores que se encuentran más retirados de la cabecera municipal, de esta forma hacemos que la gestión sea incluyente.
<p>Retroalimentar la página de gobierno en línea de la Alcaldía municipal.</p>	<p>El artículo 7 del Decreto 2693 de 2012, determina los lineamientos del “Manual para la implementación de la estrategia de Gobierno en Línea”, son de obligatorio cumplimiento por parte de las Entidades públicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de la página de Gobierno en línea, con el fin de llegar a todas las audiencias, retroalimentándola de toda la información obligatoria y de interés general.
<p>Creación del Comité Interno de Comunicaciones</p>	<p>El 18 de junio se consolido la creación del Comité Interno de Comunicaciones, con el objetivo de llevar a cabo la implementación de las estrategias del plan de comunicaciones.</p> <p>Se establecieron algunas funciones, las cuales se consolidaran de manera oficial en Resolución Administrativa.</p> <p style="text-align: right;">Ver formato de acta anexo 4.</p>	<p>Está en proceso de consolidación y de estructuración el Comité Interno de Comunicaciones, se lleva por parte de la Secretaría General y de Gobierno.</p>
<p>Alianza con las Entidades Públicas del Municipio</p>	<p>Se estableció en la segunda reunión del Comité Interno de Comunicaciones, la alianza con las entidades públicas que se</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A partir de la segunda semana de agosto, se realizan las reuniones y proceso de formalización de la propuesta

	<p>encuentran en el municipio, para conocer las actividades de carácter social para ser publicadas en los cronogramas oficiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hospital Municipal • ICBF • Registraduría • Asosanjuaneras 	<p>con las Entidades Públicas.</p>
<p>Creación del plan de medios</p>	<p>Creación del plan, con el fin de agrupar los medios de comunicación que se encuentran en la Administración Municipal y diagnosticar su eventual uso y coste.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se creó un plan de acción para lograr utilizar los medios que se estipularon en el plan de medios con sus metodologías correspondientes.

Fuente: Elaboración propia.

12.2 Plan de medios ‘Todos por un mejor San Juan’

A continuación adjunto el plan de medios presentado ante el Secretario General y de Gobierno. El cual tiene como fin dar a conocer la información sobre la gestión que lleva a cabo la Alcaldía Municipal, a través de cada uno de los medios de comunicación que se encuentran dentro de la misma.

PLAN DE MEDIOS

OBJETIVO: Dar a conocer la información sobre la gestión que lleva a cabo la Alcaldía Municipal, a través de cada uno de los medios de comunicación que se encuentran dentro de la misma.

IMPACTO: Incrementar el número de sanjuaneros informados.

Figura 16: Plan de medios Alcaldía Municipal

MEDIO DE COMUNICACIÓN		RECURSOS	AUDIENCIA	VALOR
RADIO	Emisora Comunitaria	Durante los programas que se emita en la mañana de lunes a viernes.	La población en general que tenga la señal de la emisora comunitaria.	A estimar
TELEVISIÓN	Canal comunitario	Espacio de 15 minutos por día.	Público objetivo lo identificamos a personas entre los 15 a 80 años de edad.	A estimar
REDES SOCIALES	FACEBOOK	A través de la publicación por eventos.	Público en general. Facebook cuenta con 4.050 usuarios y Twitter con 150.	A estimar
	TWITTER			
INTERNET	BANNERS	A través de la página de COLOMBIA LINK	Público objetivo lo identificamos a personas entre los 15 a 50 años de edad, a nivel nacional. Por mes esta página, cuenta con nueve millones de vistas.	Un millón de número de impactos por un valor de \$4'200.000; mensualmente y además 120 mil impactos de obsequio.
PRENSA	REVISTA institucional	Completa	Público objetivo lo identificamos a personas entre los 15 a 80 años de edad.	Por un valor de \$8'000.000, por publicación

Fuente: Elaboración propia

12.3 Públicos y medios.

A continuación se anexa la figura de los públicos y los medios, que se van a llevar a cabo mediante el plan de medios estipulado. (Ver página74).

Figura 17: Públicos y medios.

<u>TÁCTICA</u>	<u>MEDIOS</u>	<u>AUDIENCIAS</u>
	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones Comité Interno de Comunicaciones. • Contacto directo. • Contacto por E- mail y vías telefónicas. 	<p>Funcionarios que hacen parte del mismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcaldesa Municipal • Secretario de Gobierno <p>Funcionario de la oficina de desarrollo Social.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La persona encargada de sistemas. • La persona encarga del área de comunicaciones. • Un funcionario por las Oficinas de: <ul style="list-style-type: none"> – Planeación. – Deportes, Recreación y Cultura. – UMATA. – Servicios Públicos. – Tesorería.
<i>Contacto y comunicación</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones Presidentes de la junta de acción comunal. JAC. • Contacto vía telefónica y avatales. 	<p>Estas reuniones se realizaran con los Presidentes de las Juntas de acción comunal de las veredas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Capira – El Hato, – El Limón. – Honduras – El Totumo. – La Mesita. – Santa Teresa. – San Isidro. – El Volcán. – El Capote.
	<p>Reuniones con la comunidad sanjuanera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contacto vía alto parlante. • Redes sociales. • Cartelera institucionales. • Cronograma de actividades. • Emisora y canal comunitario. 	<p>Estas reuniones se realizaran con los pobladores del casco urbano, veredas, sectores y de las inspecciones de Cambao y San Nicolás de Tolentino.</p>
<i>Información</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Página web 	<p>Las audiencias que se relacionan son:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • Carteleras institucionales • Cronograma de actividades. • Calendario. • Alto parlante. • Medio audiovisuales. • Revista institucional. • Canal y emisora comunitaria • E-mails. • Contacto telefónico. • Avantales. 	<ul style="list-style-type: none"> – comunidad sanjuanera en general. – Funcionarios administrativos. – Funcionario entidades públicas.
<i>Comunicación y control</i>	<p>Informes mensuales</p> <p>Reuniones mensuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Alcaldesa municipal de San Juan de Rioseco. – Secretario General y de Gobierno. – Personería Municipal.

Fuente: Elaboración propia.

12.4 Área de comunicaciones.

Dentro de la Administración se incrementó la necesidad de informar constantemente a los pobladores de todo el Municipio, es así como se inició el proceso para consolidar el espacio y el recurso humano para abordar únicamente los temas en cuanto a divulgar información, realizar y cuidar la comunicación interna frente a los funcionarios, al igual que establece y centralizar los canales de comunicación externa.

El área de comunicaciones se estipula en el organigrama administrativo, en segundo rango, pues depende del despacho de la Alcaldesa y la Secretaría General y de Gobierno.

Este espacio se crea con un carácter estratégico y a partir de la Secretaría General ya que implica una participación conjunta con el Dr. Edwin Medina González sobre las actividades a realizar y que se enmarquen en el principio de participación ciudadana.

Así mismo se lograría consolidar las nuevas políticas de comunicación que permitan llevar a cabo el cumplimiento en la divulgación de la información de la gestión integrada al igual que los procesos que lleve a cabo en la Administración.

12.5 Funciones a cumplir en el área de comunicaciones.

Son las funciones del comunicador en el área de comunicaciones de la Alcaldía de San Juna de Rioseco:

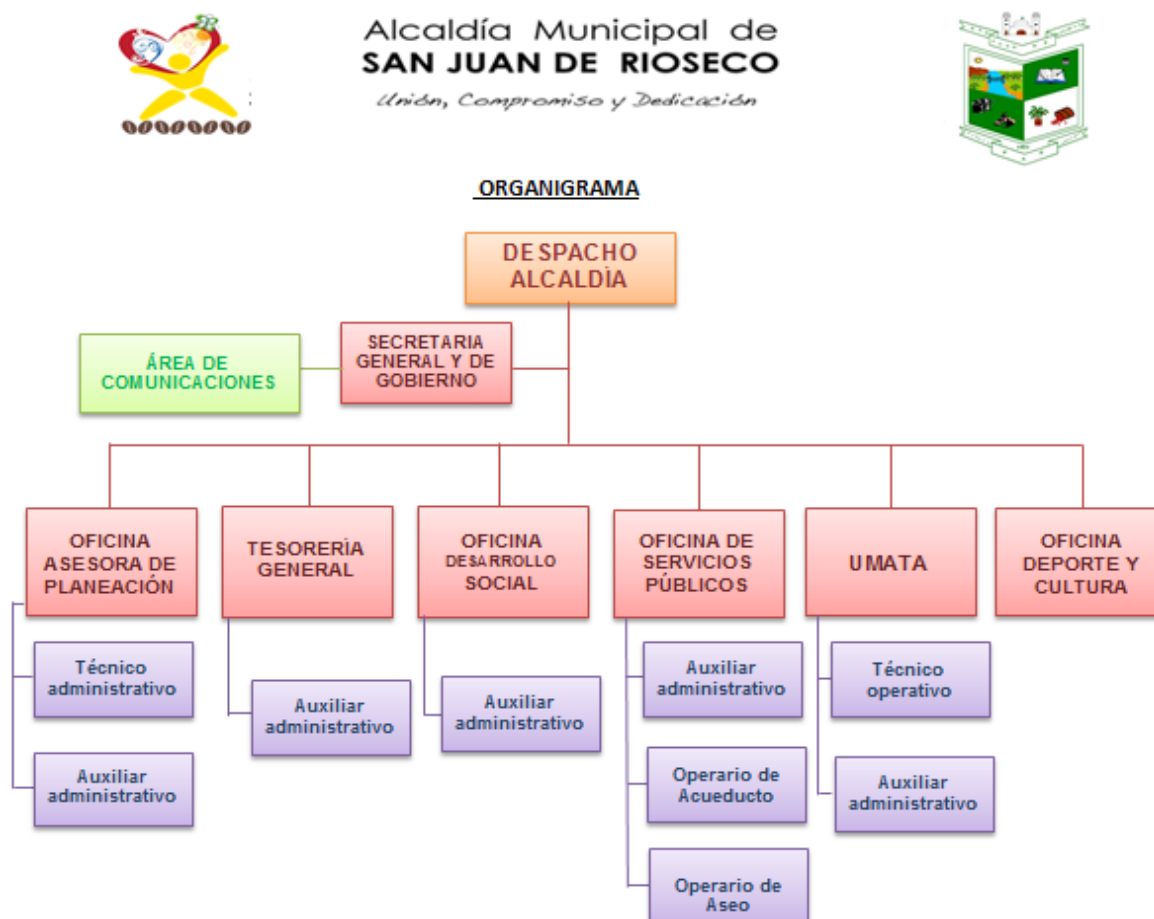
- Velar por una buena comunicación interna y externa.
- Buenas relaciones con medios de comunicación.
- Manejar medios virtuales.
- Realizar campañas.
- Producir medios internos y externos.

- Elaborar planes y estrategias de comunicación.
- Diseñar estrategias, ejecutarlas, apoyarlas, gerenciarlas orientarlas y asesorarlas.
- Manejar la imagen corporativa.
- Asegurarse que todos los públicos tengan los insumos de información y comunicación que requieran.
- Publicar información en la revista institucional.
- Elaborar y desarrollar piezas de comunicación apropiadas para ofertas públicas.
- Coordinar y articular la estrategia de comunicación en las diferentes entidades públicas y dependencias del Municipio.
- Mantener actualizados los sitios web y redes sociales de la organización.
- Acompañar a los diversos grupos conformados al interior del Municipio, relacionados con el servicio ciudadano.

12.6 Organigrama administrativo.

En el siguiente organigrama administrativo de la Alcaldía, se establece el área de comunicaciones que se encuentra en segundo rango.

Figura 9: Organigrama Alcaldía San Juan de Rioseco – área de comunicaciones



Fuente: elaboración propia.

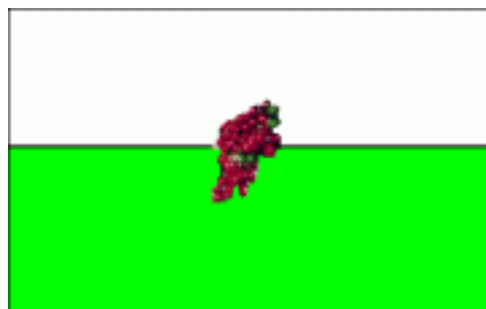
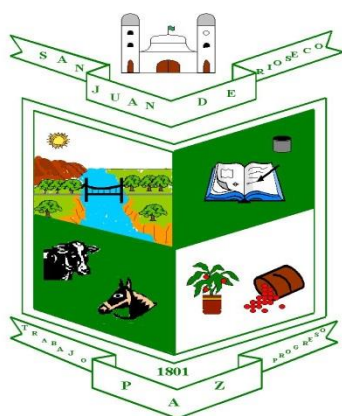
12.7 Manual Comité Interno de Comunicaciones.

Este manual se crea, con el fin de consolidarse como una herramienta educativa y de apoyo para los funcionarios de la Alcaldía, en cuanto a los medios y canales de comunicación; así mismo se pueden encontrar los medios internos como el correo y externos. Este manual está en fase de construcción y aprobación.



Alcaldía Municipal de
SAN JUAN DE RIOSECO

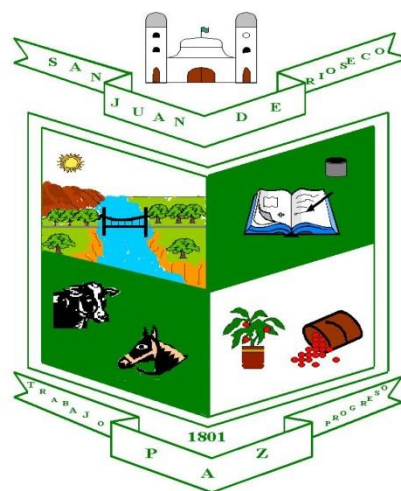
Unión, Compromiso y Dedicación



**COMITÉ DE COMUNICACIONES
INTERNO**

CORREO ELECTRÓNICO

Uso apropiado del correo electrónico dentro de la Alcaldía Municipal.



Algunas recomendaciones para el buen uso de la herramienta de comunicación interna

Recomendaciones

➤ **Diferenciar entre correo profesional y personal.**

Obtenga una cuenta de correo electrónico para asuntos personales. De esta forma podrá reducir el volumen de correo de su buzón profesional, manteniendo este para sus fines adecuados.

➤ **Usar un estilo de redacción adecuado al destinatario.**

La forma de redacción debe adecuarse al destinatario. No escriba en mayúsculas ya que implica gritar. No utilice los smileys (símbolos de caras) en un mensaje formal. No utilice la arroba (@) como sustituto del género neutro.

➤ **Incluya un "Asunto" del mensaje**

Indique en el campo "Asunto" una frase descriptiva del mensaje. Esto facilita la clasificación, recuperación y lectura al destinatario y constituye una norma de cortesía.

➤ **No lea los correos spam ni sus adjuntos.**

El spam o correo basura son los mensajes no deseados que hacen referencia a publicidad, pudiendo además contener virus. Estos mensajes deben eliminarse sin ser leídos para evitar el aumento de la cantidad de correo basura en el buzón así como la posibilidad de intrusión de virus en el sistema.

➤ **Trate de disminuir sensiblemente el peso de sus mensajes adjuntos**

La compresión de los archivos (*.rar, *.zip, etc.) o la utilización de otros medios para enviar imágenes o vídeos son una buena alternativa.

➤ **No utilice fondos prediseñados**

O con colores para su mensaje ya que aumentan el tamaño del mismo y pueden provocar problemas de recepción en el destinatario (filtrado por el sistema antivirus-antispam).

➤ **Evite imágenes o información innecesaria**

En su pie de firma de correo, intentando resultar lo más esquemático posible.

REDES SOCIALES

*Uso apropiado de las redes sociales
de la Alcaldía Municipal.*



*Algunas recomendaciones para el
buen uso de la herramienta de
comunicación interna*

Recomendaciones

Como se deben realizar las publicaciones en Facebook y Twitter, sobre las actividades que se realizan por parte de la Alcaldía Municipal.

Invitación:

Las publicaciones se deben realizar de manera clara en donde su presentación se realiza de la siguiente manera:

- **Encabezamiento:** La Administración Municipal o la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco, a través de la oficina tal.
- **Día:** próximo lunes.
- **Evento:** jornada de vacunación.
- **Lugar:** Inspección de Cambao, parque principal.
- **Hora:** cinco de la tarde.
- **Slogan:** En San Juan de Rioseco, ¡ESTAMOS DEJANDO HUELLA!

Nota: Si es posible, adjuntar imagen.

En la actividad:

El desarrollo de la actividad se publicará por medio de Twitter, esta divulgación estará acompañada por una foto como mínimo y utilizando un #hashtag aludiendo al Municipio o el marco de la actividad que se lleva a cabo.

Imagen 1: Publicación en la red social Twitter.



Fuente: Twitter oficial Alcaldía San Juan de Rioseco

Resultado final:

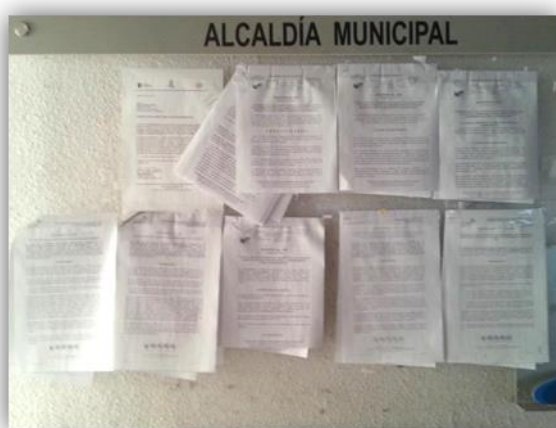
Imagen 2: Publicación en la red social Facebook.



Fuente: Facebook oficial Alcaldía San Juan de Rioseco.

CARTELERAS INSTITUCIONALES

Uso apropiado de las redes sociales de la Alcaldía Municipal.



Algunas recomendaciones para el buen uso de la herramienta de comunicación interna

Recomendaciones

- Leer las carteleras todos los días.
- Los comunicados en las carteleras debe ser con poco texto, limpios, bien presentados, claros, con imágenes (si requiere), y títulos con letras grandes para hacer atractiva la lectura.
- El papel debe ser tamaño carta u oficio.
- El color del papel debe ser blanco.
- Tener en cuenta la ubicación de las carteleras
- La emisión de cualquier mensaje en los medios internos de comunicación de la Alcaldía Municipal, debe realizarse dentro de los parámetros de la filosofía institucional, misión, visión, código de ética y reglamento interno.

Quando usar las carteleras:

- El uso de las carteleras suele ser permanente ya que se convierten en un canal complementa a otros medios.

Ventajas:

- Facilidad en la publicación del mensaje
- Bajos costes
- Cobertura total
- Oportunidad de recepción
- Permiten difundir información variada

Desventajas:

- Solo se puede consultar dentro de la Alcaldía Municipal.
- Requieren un cuidado con la información confidencial
- Espacio limitado.

Imagen 3: formato cartelera institucionales

SECRETARÍA GENERAL Y DE GOBIERNO

EDUCACIÓN

ACCESO A LAS TIC



**Computadores
para Educar**

*Un camino
hacia el conocimiento*

Con el programa “**Computadores Para Educar**”, se firmó una alianza con la cual se dotaran a los planteles educativos que carecen de acceso a las nuevas tecnologías con 160 ordenadores, 110 de ellos los aportara el programa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y los 50 restantes se entregarán por parte de la Alcaldía Municipal, a 2013 se entregaron computadores en las escuelas rurales de:

- I.E.D San Juan de Rioseco	(20 pc)
- Concentración Urbana Diana Turbay	(20 pc)
- Escuela Rural La Mesita	(5 pc)
- Escuela Rural Paramito	(5pc)
- Escuela Rural El Hato	(5pc)
- Escuela Rural Varsovia	(5pc)
- Escuela Rural Olivos Alto	(5pc)
- Escuela Rural La Magdalena	(5pc)
- Escuela Rural Dos Ríos	(5pc)
- Escuela Rural San Marino	(5pc)





ESTAMOS DEJANDO HUELLA

00000000

Fuente: Elaboración propia

Referencias

- Portal servicio informático, Universidad de Cantabria.
<https://sdei.unican.es/Paginas/servicios/correo/Manual-del-buen-uso-del-Correo-Electronico.aspx>
- Red Abogacía, infraestructura tecnológica. 2010
<http://www.reicaz.org/reicaz-e/emailbp.pdf>
- Manual de medios de Boehringer Ingelheim

12.8 Plan de acción

En la siguiente gráfica se describe cuales con las actividades a llevar a cabo para cumplir los objetivos propuestos en la investigación y cuáles son sus respectivos recursos.

Figura 19. Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN			
OBJETIVO ALCALDÍA MUNICIPAL:			
<i>Artículo 74:</i> Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.			
Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades	Recursos
Estructurar el plan de comunicaciones para la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca, para solventar los problemas de información que se presentan en esta comunidad.	Indagar sobre las necesidades de comunicación de la comunidad de San Juan de Rioseco.	Se realizaron encuestas las cuales están dirigidas a la comunidad del casco urbano del municipio de San Juan de Rioseco. El número de encuestas que se realizan según el resultado de la muestra. En estas encuestas se busca determinar los síntomas, causas, pronóstico y control del pronóstico de las estrategias de comunicación a implementar	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestadores • Resma de papel <ul style="list-style-type: none"> • Esferos • Tablas • Equipo de computo
	Diseñar estrategias de comunicación para la alcaldía Municipal.	Por medio de la Alcaldía Municipal, la Alcaldesa y su respectivo gabinete conformar e implementar el plan de comunicaciones en el municipio de San Juan de Rioseco, y para conformarla se requiere de: <ul style="list-style-type: none"> • La socialización y presentación del proyecto. • Crear mesas de trabajo para integrar todas las dependencias de la Administración Municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de vídeo y audio • Presentación de Prezi • Acompañamiento por parte de la Alcaldesa, y gabinete
	Realizar un diagnóstico de los medios con los que cuenta la administración.	Se realizaron encuestas de percepción y de reputación, al igual que entrevistas a los funcionarios de la Alcaldía Municipal y a la comunidad, para conocer el estado de los medios de comunicación con los que actualmente se trabajan.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestadores • Resma de papel <ul style="list-style-type: none"> • Esferos • Tablas • Equipo de computo • grabadora de voz

Fuente: Elaboración propia

12.9 Cronogramas.

12.9.1 Cronograma de actividades del anteproyecto – Fase preliminar

En la siguiente gráfica se evidencia cada uno de los ítems que se llevaron a cabo para formular la primera propuesta de investigación, pasos que se llevaron a cabo desde la cátedra de ‘Diseño y formulación de proyectos’, en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en el segundo semestre del año 2013.

Figura 20. Cronograma de actividades del anteproyecto – Fase Preliminar

N°	Actividad	Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre				
		Semanas					Semanas					Semanas					Semanas				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Idea																				
2	Planteamiento del problema																				
3	Formulación																				
4	Sistematización																				
5	Objetivos																				
6	Justificación																				
7	Primera pre- sustentación																				
8	Marcos referenciales																				
9	Segunda pre- sustentación																				
10	Aspectos metodológicos																				
11	Tipos de estudio																				
12	Fuentes y técnicas																				
13	Encuesta																				
14	Plan de acción																				
15	Tercera pre- sustentación																				
16	Entrega y sustentación final																				

Fuente: Elaboración propia.

12.9.2 Cronograma actividades proyecto - Fase constructiva.

Así se llevaron a cabo las actividades para consolidar el plan de comunicaciones con cada una de las estrategias y tácticas propuestas plasmadas en la gráfica de resultados, en la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco, en donde cada una de ellas se consolidó con éxito que llevaron a cumplir cada uno de los objetivos propuestos.

Figura 21. Cronograma actividades proyecto - Fase Constructiva

Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Socialización proyecto							
Aplicación de encuestas							
Aplicación de entrevistas							
Socialización estrategias							
Trabajo revista institucional							
Consolidación estrategias							
Resultado plan de comunicaciones							

Fuente: Elaboración propia.

12.10 Recursos y presupuesto.

En el siguiente cuadro se establece el costo que va tener el desarrollo del proyecto y el cual se construye a partir de los gastos de personal, materiales y económicos que se necesitan para la consolidación del mismo.

Figura 22. Presupuesto para proyecto de investigación.

Ítem	Cantidad	Descripción	Costo unidad	Costo total
<i>Comunicaciones</i>	Por 1 año	Celular con plan de internet y minutos	\$ 61.900	\$742.800
<i>Asesorías</i>	-	dependiendo de la materia a ser consultada	\$	
<i>Viáticos</i>	2 viajes mensuales	corresponden a viajes intermunicipales desde Villavicencio a san Juan de Rioseco, Alimentación y hospedaje	\$ 200.000	\$4'800.000
<i>Papelería</i>	1 por cada elemento	Resma de papel, implementos de oficina	\$ 150.000	\$150.000
<i>Salidas de campo</i>	1 por cada visita al municipio	Respectan a las salidas en las veredas del municipio, para realizar trabajo de campo	\$ 50.000	\$1'000.000
<i>Publicación de ejemplares</i>	3.000	ejemplares de la primera edición del medio escrito	\$ 2.500	\$7'500.000
<i>alimentación</i>	por días	tres comidas por cada día en el municipio	\$ 300.000	\$1'600.000
TOTAL			\$ 714.000	\$15.892.800

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V

“Conclusiones y lecciones aprendidas”

13. Conclusiones.

El proyecto ‘Diseño de un plan de comunicaciones para la divulgación de información de la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca’, es un planteamiento de tipo social en donde se encuentran involucradas las principales variables que son determinantes, en cuanto a las necesidades de comunicación. Es por esto que la Administración Municipal y conforme a la Constitución Política, pretende dar cumplimiento según el artículo 74 el cual establece ‘Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley’.

Para el caso de San Juan de Rioseco, se observa que el municipio, ha tenido en los últimos años un incremento en la población y por esto ha sido necesario mejorar los canales de información con los que actualmente se tiene, es por esto que la alcaldía quiso consolidar un plan de medios pertinente, para llegar al máximo de pobladores posibles.

Este trabajo se constituye como una herramienta fundamental, en cuanto tiene que ver con las proyecciones a corto y mediano plazo, las cuales se deben emprender desde todas las áreas administrativas y principalmente desde el Despacho y la Secretaria de Gobierno en la planeación, y control de las estrategias que se han formulado en el plan de comunicaciones y que han de ejecutarse.

Para construir soluciones que se enmarquen en el desarrollo del plan de gobierno ‘Todos por un mejor San Juan’, se pretende incursionar en todos los ámbitos de la sociedad sanjuanera, estudiando y analizando y proponiendo las estrategias de

comunicación que sean alcanzables desde lo financiero y administrativo para que se logren estructurar y finalmente puedan objetivarse.

Es necesario que el Municipio lidere procesos comunicativos a través de los cuales se puedan implementar en todos los programas que estén orientados externamente tales como el manejo de la información, comunicados, manejo de imagen, y además crear esos mismos procesos internamente que se lleven frente a los funcionarios, de tal manera que puedan implementarse y fortalecerse las redes de apoyo en torno a programas de carácter social cuyo fundamento sea la construcción de capital humano.

Por otro lado las redes sociales pueden determinar un camino por el cuales los actores del contexto municipal se involucren para la publicación de la gestión que se realiza, dando dinamismo y capacidad de comunicación a través de medios y llegando a todas las audiencias.

14. Recomendaciones.

De acuerdo a la información obtenida en la anterior investigación, me permito realizar las siguientes recomendaciones a la Administración Municipal de San Juan de Rioseco, a fin que se haga operativo se pueda cumplir el Plan de comunicaciones.

- Presentar los programas dirigidos a la población del Municipio, en cuanto a temas relacionados con salud, educación, recreación y prevención principalmente, al área de comunicaciones, con el fin de que se puedan publicar a tiempo la invitación para la asistencia de los eventos programados.
- Estudiar y dar aplicabilidad a las estrategias de comunicación
- Crear nuevas políticas de comunicación e incentivarlas frente a los funcionarios.
- Es necesario que nivel informativo, se reproduzca material impreso y audiovisual, en cuanto a los temas que se desarrollen dentro del Administración y que requieran utilizar estas herramientas de divulgación.
- De acuerdo a lo estudiado en la anterior investigación, se propone crear un plan de medios, con el fin de hacer uso de todos los recursos en cuanto a los medios de comunicación que están en el municipio y que se encuentran inmersos como la emisora y el canal comunitario.
- Si existe estudiar, revisar y analizar las políticas de comunicación y así mismo mejorarlas, y así mismo implementarlas.
- Crear políticas de comunicación e incentivarlas frente a los funcionarios.
- Generar un espacio de consolidación de divulgación de información para la comunidad.
- Contar con una persona que desarrolle las funciones inherentes del manejo de información en un staff de comunicación.

- Concientizar a los pobladores sanjuaneros, sobre el derecho de realizar las veedurías ciudadanas con el fin de acatar la ley conforme al Decreto 2693 de 2012 ‘Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas’. Del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones y el artículo 34, de la Constitución Política de Colombia, el cual explica que “Cuando los ciudadanos deciden construir mecanismos de control social de la administración, en particular mediante la creación de veedurías ciudadanas, la administración está obligada a brindar todo el apoyo requerido para el ejercicio de dicho control”.

REFERENCIAS

- Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco. (2008). Plan de Desarrollo Municipal.
Recuperado de http://sanjuanderioseco-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30376535393262366632373761303634/ACUERDO_012_DE_2008_PLAN_DE_DESARROLLO_DE_SAN_JUAN_DE RIOSECO.pdf .
- Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco de Cundinamarca/ Oficina de planeación.
- Ancizar, Manuel, (1852). Peregrinación de alpha
Bogotá, Biblioteca de la presidencia de la República.
- Baéz, Carlos, (2000). La comunicación efectiva
Santo Domingo. Editorial: Editor BÚHO.
- Barbero, Martín, (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía
México: Editorial Gustavo Gili S.A
- Béltran, Ramiro, (1979). Adiós Aristóteles, Comunicación Horizontal.
Estados Unidos.
- Castells, Manuel, (1996). La sociedad de la información.
Buenos Aires.
- Chávez, Sandra, (2006). Una mirada a las oficinas de prensa. Material elaborada por la Unidad de Investigación y generación de contenidos de Táctica y Estratégica para el portal.
- Colombia, (1991). Constitución política de Colombia, Bogotá
- Diccionario LAROUSSE, (2007). Séptima edición.
- Dávila, L, (1989). Teorías de las organizaciones administrativas.
Bogotá: Editorial: ediciones Mc Graw Hill.

- Díaz, Berenguer, (2004). Evaluación de la comunicación interna en el hotel Kawama. Su relación con el sentido de pertenencia, la motivación y el clima organizacional. Tesis de grado. Universidad de Matanzas, Cuba.
- Díez, Sara, (2006). Técnicas de la comunicación.
España: Editorial : Ideaspropias.
- El Tiempo, (2000). Colombia Viva
Bogotá: Editorial El Tiempo
- Gelb, I, (1976). A study of writing.
España: Alianza editorial
- Gutiérrez, Martha & Pedroza, Amparo, (1995). Comunicación y producción de medios, micromedios.
Bogotá: editorial UNISUR.
- Hoyos, A, Ramírez, H, & Losada, J,D, (2013). Usos y prácticas de comunicación estratégica en las organizaciones.
Bogotá: Editorial: Universidad de La Sabana.
- Horkheimer, Max, (1937). Las funciones de las ideologías.
- K. Berlo, David, (1960). El proceso de comunicación
New York: Rineharte and Wiston
- Murguía, E.G, Melgoza, V.O. & Medina, E.C. (2006). Teoría de las organizaciones
México: Umbral Editorial S.A de C.V.
- Otero, Gustavo, (1936). Historia del periodismo en Colombia.
Bogotá: Biblioteca Aldeana de Colombia.
- Paredes, L.M. (1993). Teoría social de la comunicación.
Bogotá, Colombia: Editorial UNISUR
- Pietro, Daniel, (1970). Armand Mattelart y Ariel Dorfman Para leer al Pato Donald

Argentina. Siglo veintiuno

- Prada, Antonio, (1968). Historia del periodismo colombiano.

Bogotá

- Ministerio de Administración Pública, (2002). Profesionalización de la función pública e iberoamérica

España. Institución Nacional de Administración Pública

- Negrin, E, & Vega, v, (2013). Teoría del conflictos, asignatura Comunicación y conflictos

España: Editorial: FUNIBER.

- Rodríguez, Molina, (2006). Mejoramiento del proceso de Comunicación Interna y las operaciones en el complejo hotelero Kawama. Tesis en opción de grado de Mester en Ciencias de la comunicación.

Universidad de La Habana. Cuba.

- Rodríguez. Trelles,(2001). Compilación de textos de comunicación organizacional.

La Habana: Editorial: Félix Varela.

- Sains, Dolores & Seoane (1990). Historia del periodismo en España

Madrid, Alianza Universidad Madrid.

- Schamm, W, (1969). Responsibility in Mass Communication.
- Shannon, C.E.,& Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication.

Estados Unidos: Urbana, IL:University of Illionois Press.

- Schein, Edgar, (1982). Psicología de la organización.

México, Prentice Hall Hispanoamérica S.A.

- Timoteo, Jesús, (1985). Restauración y prensa de masas.

Pamplona, Ediciones dela Universidad de Navara S.A

- Vattimo, G, (1990), En torno a la posmodernidad

Barcelona: Editorial Anthropos.

- Watzlawick, Paul, (1993). La comunicación humana. Formas, trastornos, paradojas.

Barcelona. Editor Herder.

- Younes, Diego, (2004). Panorama de las reformas del Estado y de la Administración Pública.

Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.

ANEXOS

1. Diseño formato de publicaciones para las carteleras institucionales..... 102
2. Diseño del formato de actividades para las dependencias.....103
3. Diseño del calendario de actividades para las zonas y sectores rurales.....104
4. Acta del comité Interno de comunicaciones.....105

ANEXO 1: DISEÑO FORMATO DE PUBLICACIONES PARA LAS CARTELERAS INSTITUCIONALES

SECRETARÍA GENERAL Y DE GOBIERNO

EDUCACIÓN

ACCESO A LAS TIC



Con el programa "Computadores Para Educar", se firmó una alianza con la cual se dotaron a los planteles educativos que carecen de acceso a las nuevas tecnologías con 160 ordenadores, 110 de ellos los aportara el programa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y los 50 restantes se entregaran por parte de la Alcaldía Municipal, a 2013 se entregaron computadores en las escuelas rurales de:

- I.E.D San Juan de Rioseco (20 pc)
- Concentración Urbana Diana Turbay (20 pc)
- Escuela Rural La Mesita (5 pc)
- Escuela Rural Paramito (5pc)
- Escuela Rural El Hato (5pc)
- Escuela Rural Varsovia (5pc)
- Escuela Rural Olivos Alto (5pc)
- Escuela Rural La Magdalena (5pc)
- Escuela Rural Dos Ríos (5pc)
- Escuela Rural San Marino (5pc)



00000000

ESTAMOS DEJANDO HUELLA

ANEXO 2: DISEÑO DEL FORMATO DE ACTIVIDADES PARA LAS DEPENDENCIAS



Alcaldía Municipal de
SAN JUAN DE RIOSECO
Unión, Compromiso y Dedicación


FORMATO DE ACTIVIDADES




DEPENDENCIA:					
FECHA			ACTIVIDAD	LUGAR (Centros poblados, veredas, sectores)	ZONA (Parques, hospitales, calles etc.)
Día	Mes	Hora			
			Título: _____ _____ Descripción: _____ _____ _____		
			Título: _____ _____ Descripción: _____ _____ _____		

¡ESTAMOS DEJANDO HUELLA!

ANEXO 3: DISEÑO DEL CALENDARIO DE ACTIVIDADES PARA LAS ZONAS Y SECTORES RURALES.



Alcaldía Municipal de
SAN JUAN DE RIOSECO
Unión, Compromiso y Dedicación





MES 2014

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

¡ESTAMOS DEJANDO HUELLA!

ANEXO 4: ACTA DEL COMITÉ INTERNO DE COMUNICACIONES.

 <p>Alcaldía Municipal de SAN JUAN DE RIOSECO <i>Unión, Compromiso y Dedicación</i></p>	<p>ACTA DE REUNIÓN</p>	
<p>TIPO DE REUNIÓN: _____ LUGAR _____ FECHA: _____</p> <p>ACTA N° _____ PÁG _____ DE _____ HORA DE INICIO: _____ HORA DE FINALIZACIÓN: _____</p>		
<p>EXPOSITORES: _____</p>		
<p>OBJETIVO REUNIÓN: _____</p>		
<p>TEMAS A TRATAR: A. _____ B. _____ C. _____ D. _____</p>		
<p>DESARROLLO DE LA REUNIÓN</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>ACUERDOS Y COMPROMISOS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>		
<p>NOMBRES Y APELLIDOS</p>	<p>CARGO</p>	<p>FIRMA</p>

"TODOS CONSTRUYENDO UN MEJOR SAN JUAN"
 Casa de Gobierno Municipal - Calle 4 N° 6 -06 Telefax: 846 5052
 E-mail: alcaldia@sanjuanderioseco-cundinamarca.gov.co

GLOSARIO

- ✓ Código: sistemas de signos y de reglas que permiten formular y comprender un mensaje. 2) Conjunto de reglas que permiten cambiar de sistema de símbolos sin modificar la información que expresa.
- ✓ Comunicación: transmisión de la información en el seno de un grupo, considerada en sus relaciones con la estructura de este grupo.
- ✓ Emisor: es aquel individuo que envía las señales para difundir un mensaje por medio de un texto, una palabra o un gesto.
- ✓ Escritura: representación del pensamiento por signos gráficos convencionales, que expresan un enunciado.
- ✓ Información: es un conjunto de datos procesados y ordenados que forman un mensaje y que cambia el estado de conocimiento del sujeto que recibe.
- ✓ Mensaje: es el sentido de una información transmitida por sus interlocutores, expresado a través de un código.
- ✓ Métodos: obra destinada a enseñar los elementos de una ciencia o un arte.
- ✓ Organización: conjunto de elementos estructurales de la sociedad.
- ✓ Prensa: conjunto de publicaciones diarias y periódicas y que se designa a la actividad de los periodistas.
- ✓ Proceso Comunicativo: conjunto de actividades vinculadas al intercambio de datos.
- ✓ Receptor: es aquel individuo que recibe el mensaje lo interpreta y lo decodifica.
- ✓ Semiótica: ciencia de los modos de producción, funcionamiento y recepción de los diferentes sistemas de signos de comunicación en los individuos o colectividades.

- ✓ Signos: asociación arbitraria de un significado o contenido semántico y de un significante o expresión.
- ✓ Sociedad: reunión permanente de personas, pueblos o naciones que conviven y se relacionan bajo unas leyes comunes.

LISTA DE GRÁFICOS

	Página
1. Población total de San Juan de Rioseco.....	44
2. Población femenina de San Juan de Rioseco.....	45
3. Población masculina de San Juan de Rioseco.....	45
4. Población sanjuanera por estrato social.....	46
5. Medios de comunicación.....	56
6. Medios de comunicación suficientes.....	57
7. Medidas que se han tomado.....	58
8. Medios de comunicación para la zona rural	58
9. Estrategias de comunicación a implementar	59
10. Importancia de la comunicación	60
11. Políticas de comunicación en la Administración Municipal.....	60
12. Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación –perifoneo.....	61
13. Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – carteleras institucionales.....	62
14. Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación –redes sociales.....	63
15. Encuesta de impacto de comunicación, imagen y reputación – Gobierno En Línea.....	63
16. Información.....	64
17. Medios de información.....	65
18. Motivos de desinformación.....	65
19. Pobladores beneficiados.....	66
20. Oficinas de prensa.....	66
21. Medios de comunicación.....	67
22. Tipos de medios de comunicación.....	68
23. Tipo de información.....	68