

Hechos para tus derechos



PLAN DE COMUNICACIONES

PERSONERÍA MUNICIPAL DE ITAGÜÍ

2020

Contenido

PRESENTACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
ANTECEDENTES.....	10
FINALIDAD Y PROPÓSITO.....	13
Finalidad:	13
Propósito:.....	13
Campos o Subprocesos del Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa (MCPOI)	14
Comunicación Organizacional:	14
Comunicación Informativa:	14
Rendición de cuentas:	14
Receptividad:	15
Actitud de servicio:.....	15
DIAGNÓSTICO INICIAL	15
Público Objetivo (Interno y Externo).....	24

Hechos para tus derechos

Diagnóstico Interno.....	37
Diagnóstico Externo.....	38
Material POP (Implementos de la personería)	40
PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN.....	43
Diagrama.....	43
Alcance	44
Tipo de público	45
Público Interno:.....	45
Público Externo:.....	45
Medios de comunicación	45
Medios Internos	45
Medios Externos.....	46
Comunicación organizacional:.....	47
Carteleras internas:	47
Campañas de comunicación interna:.....	48
Boletín Interno:	48
Circulares:.....	48
Correo Electrónico:	48
Spark:	48

Hechos para tus derechos

Encuesta satisfacción cliente interno:.....	49
Comunicación externa o informativa	49
Boletín externo:.....	50
Medios audiovisuales	50
Boletines de prensa	50
Página web	50
Correo Electrónico	51
Herramientas interactivas	51
Informes al Concejo y Rendición de cuentas.....	51
Encuesta satisfacción cliente externo:.....	51
Área de Comunicaciones	52

PRESENTACIÓN

La Personería Municipal de Itagüí en su Plan Estratégico Institucional (2016 – 2020), - PEI -, que fuera aprobado mediante Resolución número 119 del 31 de agosto de 2016; incluyó la gestión de la comunicación como un proceso estratégico en el mapa institucional de la entidad, lo cual tiene como finalidad el fortalecimiento de la imagen corporativa y el posicionamiento de la Personería, a través del cual se busca la materialización de los objetivos misionales.

Al revisar el documento que orienta la ejecución de las directrices, objetivos, estrategias y proyectos que las desarrollan, se hace necesario evaluar la transversalidad comunicacional, relacionado a la misión, visión, valores y principios éticos. Teniendo en cuenta que la comunicación pública es un proceso permanente que debe ejecutarse con total profesionalismo y respeto por la comunidad, usando medios participativos e incluyentes a los que puedan acceder todos los ciudadanos, la participación se fomenta desde el vínculo comunicativo entre la entidad y los ciudadanos, a través de diferentes formas innovadoras que permitan una interacción oportuna y sencilla.

Hechos para tus derechos



En su gran mayoría los proyectos desarrollados en la Personería Municipal de Itagüí están íntimamente ligados con el aspecto comunicacional, siendo especialmente relevante lo referido a la estrategia de política de Gobierno Digital, que busca consolidarse como una herramienta que integre al estado y los diferentes actores de la sociedad buscando un desarrollo integral del Gobierno en Colombia y en donde las necesidades y problemáticas del contexto determinan el uso de la tecnología y la forma como ésta puede aportar en la generación de valor público.

La estrategia comunicacional, apoyada en la estrategia de gobierno digital, debe propender porque la oferta institucional sea ampliamente conocida entre todos los actores y partes interesadas, de acuerdo a edades, niveles socio económicos y culturales, condiciones sociales, entre otros. Debe generar condiciones para que los ciudadanos participen en la toma de decisiones de la entidad y se generen espacios de interacción directa con los actores sociales. Para ello la Personería debe mejorar la herramienta de caracterización de usuarios, como la guía para el direccionamiento focalizado de las comunicaciones y la oferta institucional.

Hechos para tus derechos

Para tal fin, es importante establecer unos canales de comunicación al interior y exterior de la entidad, que permitan dar a conocer el Plan Estratégico Institucional y las actividades propias de las distintas dependencias de la entidad, con el fin de promocionar la gestión y dar a conocer las funciones que le competen a este ente de control.

Este documento se constituye entonces en la hoja de ruta para direccionar la gestión de las comunicaciones ofreciendo una información clara, oportuna, veraz y garantizando que haya fluidez y eficacia en las comunicaciones con los usuarios, que se mejore el servicio a la comunidad y se promueva la participación ciudadanía.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la comunicación en la Personería Municipal de Itagüí como un proceso estratégico y transversal a la estructura organizacional, orientado al cumplimiento los objetivos misionales desde principios como la transparencia y la participación ciudadana; difundiendo actividades, noticas y hechos de la Personería en los diferentes medios internos y externos de comunicación. Tener en cuenta la emergencia generada por la covid-19.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Visibilizar la gestión de la Personería en la protección y guarda de los derechos humanos, mediante estrategias de comunicación para consolidar la imagen institucional y lograr el reconocimiento de la entidad, teniendo en cuenta la pandemia.
2. Hacer de las estrategias de comunicación un elemento relevante en el proceso de consolidación de la imagen institucional y de acercamiento con los diversos públicos y partes interesadas, de acuerdo a la caracterización de usuarios institucional de la política de planeación institucional, dimensión de direccionamiento estratégico y planeación del modelo integrado de planeación y gestión MIPG.
3. Difundir directrices y estrategias que reconozcan las políticas de las comunicaciones internas y externas suscitando información de interés para la comunidad a través de los diferentes medios de comunicación para generar el reconocimiento y confiabilidad, además de tener en cuenta la información relevante a comunicar sobre la pandemia.
4. Fortalecer la comunicación interna y externa para generar un impacto positivo en la opinión pública con el objetivo de fomentar el sentido de pertenencia al interior y exterior de la entidad mediante la apropiación de mensajes institucionales optimistas e incluyentes, entregando información precisa,

Hechos para tus derechos

oportuna permitiendo que el público permanentemente este interactuando con la Entidad, teniendo en cuenta la pandemia.

ANTECEDENTES

El Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades Del Estado (MCPOI), aparece de la necesidad detectada en el proceso de implementación del Modelo de Control Interno; de cimentar un instrumento conceptual y metodológico para el diseño de planes de comunicación estratégica.

El MCPOI brinda herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para direccionar la comunicación en las entidades del Estado, como una herramienta de apoyo a la gestión estratégica; de conformidad con el modelo, los problemas de comunicación comunes de las entidades pueden clasificarse en dos grandes grupos: los que tienen que ver con la manera como se articula en ellas la comunicación a la cultura organizacional y los que se reúnen en el manejo de la información y en su interacción comunicativa con la sociedad a través de los medios.

Hechos para tus derechos



El primer conjunto de problemas es de carácter estrictamente organizacional, es decir, se desenvuelve en el escenario de las interacciones comunicativas entre los servidores públicos y la alta dirección y se expresa en prácticas existentes que conllevan a modelos mentales como los que imaginan los estilos de autoridad, la noción del trabajo y la gestión de los funcionarios encaminada al proyecto misional.

El segundo grupo es de carácter informativo, es decir, apunta a resolver las interacciones informativas de las entidades con sus públicos de interés, lo cual, inevitablemente supone abordar el tema de la rendición de cuentas a la sociedad, que es la acción comunicativa que resume la intención de transparencia, posicionamiento y visibilidad del Estado.

De esta manera, el modelo delimita los campos de acción en los cuales busca intervenir (comunicación interna - organizacional e comunicación externa -informativo) y asume el paradigma de la comunicación para evaluar una realidad común a todas las entidades, establecer líneas de acción a partir de los cuales se

Hechos para tus derechos

definan los temas críticos de cada entidad y postulen unos imaginarios, también particulares de cada entidad, que puedan llegar a transformar su cultura organizacional.

El objetivo de MCPO es institucionalizar la comunicación en las entidades del Estado como un eje estratégico y por consiguiente transversal a su estructura organizacional, a la manera como dan cumplimiento al principio constitucional de publicidad y a la rendición de cuentas a la comunidad.

El modelo integrado de planeación y gestión, MIPG, creado por el decreto 2482 de 2012 y actualizado por el decreto 1499 de 2017, integra el Sistema de Desarrollo Administrativo (SISTEDA) con el sistema de gestión de la calidad en un solo “Sistema de Gestión” el cual, a su vez, se articula con el sistema de control interno.

El MIPG en su quinta dimensión denominada “Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción”, considera el ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información, consagrado en la ley 1712 de 2014, como eje fundamental del manejo de las comunicaciones institucionales en armonía con la política de gobierno digital. Así las cosas, la entidad tiene la obligación de continuar con el fortalecimiento

Hechos para tus derechos

de los medios a través de los cuales los ciudadanos y partes interesadas acceden a la oferta institucional y contribuyen a su mejoramiento continuo.

FINALIDAD Y PROPÓSITO

La finalidad y el propósito del MCPOI se derivan de la naturaleza misma del Estado, que es en últimas, la naturaleza de sus entidades y se incluyen en el fortalecimiento de lo público como vocación y razón de ser del Estado Social de Derecho.

Finalidad: Ella está encaminada a introducir en la cultura organizacional de las entidades, la noción de que administrar lo público significa generar confianza en el Estado.

Propósito: El MCPOI tiene como propósito edificar en la cultura organizacional de las entidades el imaginario del sentido de lo público y de la función del Estado como administrador de lo público.

Campos o Subprocesos del MCPOI

Comunicación Organizacional: Campo de acción de la comunicación que busca garantizar la organización y coherencia de las entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de principios y acciones para lograr el propósito misional, por ello es fundamental en este campo la actitud de servicio y la receptividad.

Comunicación Informativa: Campo de actuación de la comunicación que busca garantizar que las entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su gestión, aquí encontramos principalmente la sistematización y la socialización de la información.

Rendición de cuentas: Es un espacio de interlocución entre los servidores públicos y la ciudadanía, tiene como finalidad generar transparencia, condiciones de confianza entre gobernantes y ciudadanos, en ella se permite analizar el reconocimiento y posicionamiento de la entidad.

Hechos para tus derechos



Receptividad: las entidades deben desarrollar mecanismos para estar abiertas a la comunidad, a través de acciones comunicativas concretas; es decir, que no simplemente deben escuchar, sino que deben ser receptivas.

Actitud de servicio: Concebir que la entidad existe para el servicio, que tiene que asumirse como prestador de servicios, ello se traduce en una relación con la comunidad en términos de amabilidad, respeto y calidez y en el hecho de que tanto la actitud institucional como de las personas que la representan no sea de superioridad sino de disposición y servicio.

DIAGNÓSTICO INICIAL

¿QUÉ ES UN DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN?

“Un diagnóstico de comunicación organizacional es el análisis que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles. Examina también los productos comunicacionales de una organización y puede contemplar las formas de distorsión de la comunicación como los rumores y ruidos que generan las estructuras de poder en una

Hechos para tus derechos

organización” (Diagnóstico Organizacional de las Comunicaciones. Tesis Digitales UNMSM. 2001. [En línea] http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/diaz_gy/Cap3.PDF)

¿QUÉ Y CÓMO MEDIR?

Si bien no existe una guía estándar de medición y diagnóstico para evaluar las condiciones de las áreas de comunicaciones, es claro que todos los aspectos de la gestión son susceptibles de ser medidos: “prácticamente todos los aspectos del área se pueden medir; sin embargo, para conseguir resultados que sean realmente relevantes dentro de la gestión de comunicaciones, se deben seleccionar muy bien aquellas variables y atributos que nos permiten lograr un diagnóstico claro. Si caemos en la tentación de medir todos los aspectos que involucra la comunicación, nuestro resultado será un mapa indescifrable por lo complejo, que muy poco contribuirá a lograr el mejoramiento continuo.

PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

Funcionalista Interpretativa Crítica: desde esta perspectiva, la comunicación organizacional es una actividad objetiva que examina principalmente estructuras formales e informales de comunicación. Con ella, el objetivo del diagnóstico es detectar y corregir las prácticas de comunicación que impiden la producción y eficiencia de la organización.

Interpretativa: contempla la organización como una cultura que posee un conjunto de ritos, valores, símbolos y creencias. Así, la organización es un fenómeno subjetivo por ser una realidad socialmente construida mediante la comunicación. Desde esta perspectiva, se interpreta la vida organizacional sin imponer conceptos preestablecidos.

Hechos para tus derechos

Crítica: refiere las prácticas de comunicación que se distorsionan con el fin de servir exclusivamente a quienes tienen el poder al interior de la organización.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DEL DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

Si bien no existe un estándar de métodos y técnicas aplicables a la realización del diagnóstico en general, los medios que se presentan a continuación se sugieren dada su calidad en la obtención de resultados contundentes que orienten la proposición de medidas correctivas:

Entrevista: la entrevista junto con el cuestionario, son los dos métodos básicos para un diagnóstico. Permite recoger información que puede ser investigada en sus mínimos detalles en una conversación personal con los miembros de la organización. Ofrece una oportunidad única para que el comunicador se familiarice con los miembros de la entidad.

Cuestionario: permite recoger mayor cantidad de información en una muestra más amplia y de forma ágil y económica. El análisis realizado a partir del cuestionario puede ser más objetivo y rápido.

Análisis de las redes de comunicación: permite el análisis de la estructura de la comunicación de una organización y su efectividad. Evalúa a su vez los bloqueos que experimenta la difusión de la información, el contenido de la comunicación y la cantidad de mensajes difundidos.

Entrevista grupal: esta es a su vez una técnica reciente en la auditoría de la comunicación. Se suele centrar en aspectos críticos de la comunicación organizacional que necesitan mayor discusión y análisis, o en aspectos relacionados con cambios en la comunicación organizacional. Permite conseguir una perspectiva más objetiva de los problemas y cambios que pueden realizarse en el ámbito empresarial.

Hechos para tus derechos

Observación directa: genera mayor acercamiento a la comunicación organizacional. Le permite al analista familiarizarse con la vida organizacional, ambiente y prácticas comunicacionales en todos sus niveles.

Análisis de las producciones comunicacionales: recolección y análisis de las producciones de comunicación en una organización

ACERCAMIENTO A LA ENTIDAD

La Personería Municipal de Itagüí es una institución defensora de los derechos humanos en el plano local, lo que permite una serie de intervenciones en los distintos sectores urbanos y rurales, a todos los habitantes, a esto se suma el hecho de que por su ubicación geográfica es un lugar de tránsito obligado hacia los municipios ubicados en el suroeste, para ingresar o salir de Medellín, capital del departamento de Antioquia. Su alta vocación comercial, industrial y de servicios, así como su densidad poblacional, hacen que a diario se genere un alto número de situaciones que requieren de la presencia de los funcionarios de las diferentes delegaturas de la entidad.

Además la Personería de Itagüí hace presencia en los dos (2) centros penitenciarios ubicados en la localidad (Yarumito y La Paz) y los calabozos de la Subestación Los Gómez y El Centro de Atención Penitenciario

Hechos para tus derechos

Integral (CAPI) así mismo atiende un alto número de víctimas del conflicto quienes en su mayoría son desplazados.

Los habitantes de Itagüí no escapan a las dificultades en salud y seguridad social, por lo que se convierten en una comunidad que habitualmente visita nuestras instalaciones, buscando asesoría o la respuesta efectiva a sus demandas en cuanto a la reivindicación de sus derechos; ello teniendo en cuenta que un alto porcentaje de los residentes del municipio pertenecen a los estratos 0, 1, 2 y 3, en donde se concentran las mayores necesidades básicas insatisfechas.

Según información que reposa en la entidad y que hace parte del seguimiento que se viene realizando desde el proceso de atención al ciudadano, se ha podido establecer que las personas que hacen presencia en las instalaciones de la Personería, en un alto porcentaje pertenecen a un rango de edad entre los 50 – 60 años (En su mayoría mujeres), además de hacer alusión a que tuvieron conocimiento de los servicios de la entidad a través de un referido; se observa desconocimiento por parte de los usuarios de las nuevas tecnologías, lo que dificulta llevarles un mensaje a través de estos medios, por las enormes barreras económicas para acceder a estos beneficios.

Hechos para tus derechos



Manejo de la covid -19 desde Comunicaciones de la Personería de Itagüí

A todos los hechos y datos sociodemográficos se suma la llegada del covid-19 a la ciudad, obligando a la entidad a replantear su forma de comunicar y de atender a los ciudadanos, logrando el objetivo de llegar a los más necesitados para salvaguardar sus derechos.

Bajo esta premisa el área ha orientado las comunicaciones hacia una relación virtual y/o digital, llegando con herramientas como página web, WhatsApp, correos electrónicos y llamadas telefónicas, orientando la toma de decisiones en la innovación, la adopción de tecnologías de la comunicación y la comunicación en tiempos de crisis.

8 de las recomendaciones entregadas se basan en:

1. Trabajar sobre el miedo para modificar conductas.
2. No es necesario que la transmisión de información oficial la concentre una sola persona.
3. Más que un vocero o vocera, se requiere una orquestación de la vocería.
4. Centralizar la información en una cuenta oficial y mantenerla actualizada.

Hechos para tus derechos

5. La información debe ser clara, amigable, ordenada y pedagógica.
6. No dar entrevistas en exclusiva.
7. No anticipar medidas antes de que sean anunciadas.
8. Ante todo, sobriedad.

El departamento de comunicaciones en vista de esta situación, y entendiendo la formulación que debe realizar del plan de comunicaciones ha decidido implementar una guía rápida de gestión de crisis del COVID-19 para la entidad, la cual apunta a todos los públicos de la organización.

Guía rápida de gestión de crisis del COVID-19 para Gobiernos Salud pública, tecnologías y comunicación

Extraída de Asuntos del Sur

Hechos para tus derechos

El COVID-19 trajo consigo a uno de los mayores desafíos de gestión pública nunca antes vistos para autoridades y funcionarios/as de gobierno. De acuerdo a las proyecciones, si los gobiernos no intervienen, en promedio, el 60% de la población podría llegar a infectarse. La economía y la vida de las personas se verán severamente afectadas por medidas como la interrupción de actividades, el cierre de fronteras, la cantidad de recursos que se destinarán al control de la emergencia, así como por el estrés psicoemocional. Por ende, la crisis del COVID-19 no solo interpela al sistema sanitario, sino a toda la gestión de gobierno en su conjunto. Los liderazgos de gobiernos, autoridades y gestores/as públicos en general, deben poder estar preparados para afrontar esta crisis.

¿Cómo orientar la toma de decisiones en crisis?

Los liderazgos ejecutivos y quienes se desempeñan como agentes o funcionarios públicos de cada provincia, municipio y/o territorio deben poder adoptar una visión de crisis. Esto implica tomar rápidamente decisiones que se basen en evidencia y que tengan alta capacidad de impacto. En relación con el COVID-19, las determinaciones básicas sugeridas que deben adoptar son: priorización de la agenda, establecimiento de medidas de distanciamiento social, direccionamiento de los servicios públicos

Hechos para tus derechos

a la atención de ciudadanía en alto riesgo, fortalecimiento de la capacidad de testeo de la enfermedad y generación de un mecanismo de comunicación de crisis permanente.

Visión de resolución de problemas en crisis

El manejo de las crisis requiere de tres aspectos:

Identificar en qué momento de la crisis del COVID-19 se encuentra la provincia o municipio. Para esto se sugiere establecer una línea de tiempo para situar el análisis de expansión de la infección e identificar cuál es la siguiente etapa, tomando en cuenta la experiencia de lo suscitado en otros países y lugares. Existen seis etapas que la persona encargada del análisis debe poder identificar: protección, prevención, crisis, respuesta, recuperación y resiliencia.



Generar un proceso de toma de decisiones de emergencia que integre el acceso rápido a la información y al personal de ejecución.

Para esto es necesario crear un equipo de crisis y respuesta rápida que entienda el problema, que pueda ayudar a tomar las decisiones sin una excesiva deliberación y, sobre todo, que ayude en la ejecución y designación de las vías de resolución de problemas a otros equipos. Las personas ideales para este equipo

Hechos para tus derechos

deben ser expertas en la temática, tener conocimiento de toda la estructura del gobierno y capacidad para abrir canales de diálogo con miembros de la comunidad/sociedad civil.

Secuencia de toma de decisiones sugerida:

Etapa	Acción
<ul style="list-style-type: none">• Establecer objetivos y prioridades• Entender la situación• Desarrollar opciones • Proyecciones y escenarios • Tomar decisiones• Ejecutar	<ul style="list-style-type: none">• Razonamiento ético • Análisis situacional descriptivo• Proceso creativo a nivel experto• Análisis e integración de toda la información posible• Decisión ejecutiva• Distribución de tareas

Fuente: Bloomberg Harvard