

PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS 2018 PERSONERÍA MUNICIPAL DE ITAGÜÍ

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 tienen como finalidad el fortalecimiento de la imagen corporativa y el posicionamiento de la entidad a nivel regional y nacional, a través del cual se busca la materialización de los objetivos misionales.

Al revisar el documento que orienta la ejecución de las directrices, objetivos, estrategia y proyectos que las desarrollan, se hace necesario evaluar desde el aspecto comunicacional, lo relacionado con la misión, visión, valores y principios éticos (publicidad, participación, inclusión) de la Personería Municipal de Itagüí.

En su gran mayoría los proyectos que desarrollan las estrategias planteadas para alcanzar los objetivos que hacen parte de los procesos, están íntimamente ligados con el aspecto comunicacional, siendo especialmente relevante lo referido a la estrategia de Gobierno en Línea, que busca consolidarse como una herramienta efectiva para construir un Estado más eficiente, transparente y participativo gracias a las TIC, brindado a los ciudadanos facilidades para el acceso a la información y al portafolio de servicios de las entidades del sector público.

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 este ente de control.

El punto de partida para la construcción del presente plan, fue el diagnóstico de percepción de la entidad realizado en el año 2017 a través de un sondeo de opinión con público interno y externo, a fin de dinamizar la estrategia. Este documento se constituye entonces en la hoja de ruta para direccionar la gestión de 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 ciudadana.

2. PRINCIPIOS BÁSICOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS

La comunicación pública es un proceso permanente que debe ejecutarse con total profesionalismo y respeto por la comunidad, usando medios 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 formas innovadoras y sencillas.

3.- OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Institucionalizar la comunicación en la Personería Municipal de Itagüí como un proceso estratégico transversal a la estructura organizacional, a su proceso informativo, orientadas al cumplimiento de principios como la participación, la transparencia y la participación ciudadana; difundiendo hechos, programas y noticias de la Personería Municipal de Itagüí en medios internos y externos de comunicación.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Lograr el reconocimiento de la Personería de Itagüí por la gestión que realiza en la protección y guarda de los Derechos Humanos, mediante estrategias de comunicación para consolidar la imagen institucional y el acercamiento a las partes interesadas.
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.
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.
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, oportuna permitiendo que el público permanentemente este interactuando con la Entidad.

4.- 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 un herramienta de apoyo a la gestión estratégica; de conformidad con el MCPOI, 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.

Centro Administrativo Municipal de Itagüí (CAMI)
Cra. 51 No 51-55
Teléfono: +57 (4) 3764884
www.personeriaitagui.gov.co / info@personeriaitagui.gov.co



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 (organizacional e informativo) y asume el paradigma de la comunicación para evaluar una realidad común a todas las entidades, establecer líneas de acción a partir de las cuales se definan los temas críticos de cada entidad y postulen unos imaginarios, también particulares de cada entidad, que puedan llegar a transformar su cultura organizacional.

4.1. OBJETIVO

El objetivo del MCPOI 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.

Planear adecuadamente de acuerdo con un esquema estratégico, el control y seguimiento por objetivos

4.2. FINALIDAD Y PROPOSITO

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.

4.2.1 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.

4.2.2 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.

4.3. Campos o Subprocesos

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: Producto final a la comunidad, ella nos permite analizar el posicionamiento de la entidad y la publicidad que nos ha llevado a tener un reconocimiento.

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.

Centro Administrativo Municipal de Itagüí (CAMI)
Cra. 51 No 51-55
Teléfono: +57 (4) 3764884
www.personeriaitagui.gov.co / info@personeriaitagui.gov.co



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.

5. ALCANCE

La Personería Municipal de Itagüí a través de este plan, precisa y direcciona las comunicaciones de la Entidad en sus dos subprocesos: comunicación organizacional y comunicación informativa, de conformidad con la Política de Calidad y el Plan Estratégico de la Entidad, incluyendo estrategias de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua.

6. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN

DIAGNÓSTICO INICIAL:

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, resaltando que Itagüí cuenta con una población superior a los doscientos setenta (270.000) mil habitantes, a lo que 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.

La Personería Municipal de Itagüí hace presencia en los dos (2) centros penitenciarios ubicados en la localidad (Yarumito y La Paz); así mismo atiende un alto número de víctimas del conflicto quienes en su mayoría son

Centro Administrativo Municipal de Itagüí (CAMI)
Cra. 51 No 51-55
Teléfono: +57 (4) 3764884
www.personeriaitagui.gov.co / info@personeriaitagui.gov.co



desplazados; de igual forma se adelantan jornadas de capacitación tanto a los jóvenes de las instituciones educativas públicas y privadas así como a diferentes sectores sociales del municipio.

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.

Otro insumo con el que se contó para la elaboración del presente Plan de Comunicaciones y Medios, estuvo relacionado con una de las actividades del contrato número 20-2018 suscrito con la empresa FAMA Comunica SAS, donde a través de un estudio diagnóstico de la percepción de imagen corporativa del público externo e interno de la entidad, realizado en el año 2017 y a través de encuestas para ambos públicos, se pudieron detectar algunas falencias comunicacionales que se fortalecerán y mejorarán a través de la implementación del Plan de Comunicaciones y Medios el proceso de comunicación al interior y exterior de la entidad.

6.1 Diagnóstico Interno.

De acuerdo al diagnóstico interno que se realizó en la entidad, se pueden identificar siete (7) puntos importantes sobre los cuales se debe continuar trabajando, para así fortalecer aún más el proceso de comunicaciones, buscando su efectividad al interior de la institución.

1. Promover el uso de medios no convencionales y más creativos para salir de la rutina informativa y motivar a los funcionarios a estar enterados sobre el acontecer noticioso de la entidad, así como para exaltar y felicitar a las personas en fechas especiales a través de tarjetas y menciones por los canales de comunicación internos.
 2. Continuar fortaleciendo los medios digitales, como herramienta informativa.
 3. La elaboración de tips, decálogos o infografías sobre diferentes temas de interés (Uso de redes sociales, salud mental, tolerancia a la frustración).
 4. Fortalecer los medios digitales como herramienta informática, el sitio web y las redes sociales al igual que el boletín y la revista institucional, promoviendo la lectura de estos a través de diferentes actividades.
 5. Mantener y aumentar la percepción entre los funcionarios para mejorar el sentido de pertenencia y la apropiación de los valores institucionales.
 6. Profundizar en las percepciones que se tienen de la entidad y mejorar los procesos de comunicaciones y clima laboral.
- **Diagnóstico Externo.**

A través de este diagnóstico se evidenció que se requiere:

- Fortalecer el posicionamiento de la entidad a través de diferentes actividades que permitan dar a conocer los servicios y el quehacer de la Personería.
- Fortalecer la difusión de videos como herramienta para dar a conocer los hechos y noticias más importantes.
- Definir estrategias para dar a conocer los servicios y el quehacer de la entidad con segmentos poblacionales específicos que sirvan de multiplicadores con la comunidad.
- Trabajar en acciones de posicionamiento divulgando la gestión, actuación y resultados obtenidos para generar impacto en el reconocimiento del Personero con la comunidad y su posicionamiento en la comunidad.

Es de suma importancia para la elaboración del presente documento, así como las metas a establecer en el mediano plazo, haber tenido en cuenta el impacto del plan de comunicaciones del año 2017 para analizar el impacto y las metas cumplidas de este.

Es fundamental que desde el proceso de comunicaciones se haga un seguimiento permanente y constante, no sólo del número de seguidores en las redes sociales, sino también cuál o cuáles son las publicaciones que tienen una mayor relevancia e interacción en la comunidad, para así buscar la manera de intensificar este tipo de informaciones. Es trascendental establecer cuál es el número de personas que acceden a la Personería a través del portal web, para así garantizar esa herramienta de acceso al ciudadano, como parte de la Estrategia de Gobierno en Línea.

Por último y en relación con el material POP, para difundir la imagen de la entidad y que hace parte del componente comunicacional, se logró evidenciar a través de la persona encargada del proceso de Gestión de Bienes, que la Personería cuenta con los siguientes insumos:

➤ 3 dummy

- 2 lonas con slogan de la entidad
- 1 lona Hinchas de Paz
- 1 lona celebración día de los niños
- 2 backing
- 3 pendones araña
- 3 pendones imagen
- 2 lona redes sociales
- 2 lonas imagen
- 2 stand con imagen de la entidad
- 2 inflable con imagen
- 1 disfraz Mascota institucional “Calidoso”

6.2. Público Objetivo (Interno y Externo).

La Personería Municipal de Itagüí cuenta con diecinueve (19) funcionarios, entre los que se encuentran uno (1) de período, seis (6) servidores públicos de libre nombramiento y remoción, cuatro (4) profesionales y ocho (8) funcionarios del nivel asistencial. En la actualidad el número de contratistas asciende a trece (13) personas naturales, por lo que si los servidores de la Entidad se convierten en multiplicadores junto a sus familias y se logra una participación activa del equipo humano de la entidad en las redes sociales y demás canales de comunicación, nos permitirá difundir de manera pronta y oportuna los planes y programas de la entidad, así como la realización de las actividades establecidas en el PEI 2016-2020.

En cuanto al público externo que habitualmente visita la entidad, este se encuentra representado por ciudadanos pertenecientes a los estratos 0, 1, 2 y 3, y que según reportes de la Líder del Proceso de Atención al Ciudadano, acorde con documentación que se viene recopilando y clasificando a partir de 2017, corresponde a personas en un rango de edad entre los 50 y 60 años, seguidos por un segundo grupo igualmente significativo y que oscila entre los 41 y 50 años.

Centro Administrativo Municipal de Itagüí (CAMI)
Cra. 51 No 51-55
Teléfono: +57 (4) 3764884
www.personeriaitagui.gov.co / info@personeriaitagui.gov.co



El acompañamiento y divulgación de los planes de acción, permitirá a la ciudadanía estar a la vanguardia, capacitados en temas de derechos humanos, enterados de la gestión y actividades que se realizarán con la comunidad e interactuar de manera más expedita a través de los medios tecnológicos y en cada una de las actividades y eventos que organice esta Entidad.

Debe tenerse en cuenta, además la población con la cual interactuamos de manera permanente, la referida a las instituciones públicas y privadas del municipio, que acompañan a la Personería en programas como el Concurso de Oratoria, así como las actividades con el Gobierno Escolar, lo que genera interés no sólo para los estudiantes, sino para los demás integrantes de las comunidades educativas (docentes, padres de familia y acudientes).

Los líderes comunales, las organizaciones de base y las personas con un marcado liderazgo e interés por los aspectos relacionados con los derechos humanos, son otro importante segmento al cual debe dirigirse el accionar de la Personería, sin desconocer además que en virtud del principio de colaboración armónica, deben estrecharse lazos no sólo con el ente territorial, sino con las demás autoridades que desarrollan una labor que guarda un estrecho vínculo con el aspecto misional de la Personería.

PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS

DIAGRAMA



Este plan está dirigido al correcto manejo de la información al interior y exterior de la Personería, con el fin de promover la cultura organizacional y lograr el posicionamiento de la imagen institucional a nivel interno y externo.

Para ejecutar exitosamente las actividades de cada una de las dimensiones que propone el plan para el área de comunicaciones se deben desarrollar diversas etapas dentro de la entidad, que incluyen la formulación, adopción, implementación y seguimiento del mismo.

6.3. POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN

Con el propósito de garantizar el logro de los fines misionales y la transparencia de la gestión, la comunicación de la Personería Municipal de Itagüí tendrá carácter estratégico y estará orientada a fortalecer la participación ciudadana y la disposición de sus servidores.

6.4. TIPO DE PÚBLICO

Para la Personería de Itagüí los públicos serán personas a quienes estará dirigida la información, y serán definidos como internos y externos.

PÚBLICO INTERNO: está conformado por las personas que laboran en la entidad: empleados, trabajadores oficiales y contratistas.

PÚBLICO EXTERNO: estará conformado por toda la comunidad en general, organizaciones sociales y comunitarias, asociaciones, instituciones educativas, y todas las personas que tengan alguna relación con la Personería Municipal.

6.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios Internos

La Personería Municipal llegará a los servidores, contratistas, a través de los siguientes medios: carteleras, boletín mensual, reuniones mensuales. Esta debe facilitar y ayudar la construcción y consolidación de la cultura organizacional, por diversos espacios de interlocución, de transmisión de mensajes. La comunicación interna procura colocar en interlocución a los servidores y la circulación de la información.

Medios Externos

Los contenidos de los mensajes en medios externos deben ser claros y de lenguaje sencillo que no queden dudas en el mensaje a transmitir, no deben utilizarse tecnicismos, a menos que sea estrictamente necesario, en este caso debe explicar su significado inmediatamente después, al igual si se requieren utilizar siglas, los términos en idiomas extranjeros deben evitarse. El proceso inicia con la identificar la información a divulgar y la definición del modo de operación con medios de comunicación y redes sociales; luego, extiende con la construcción de las acciones a comunicar mediante la búsqueda, consolidación, desarrollo, producción, envío, acompañamiento y gestión de información a la ciudadanía.

6.6. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

Comunicar y divulgar internamente es pieza fundamental para generar espacios de confianza, transparencia y mejoramiento del clima organizacional. Los mensajes a todos los empleados deben ser claros y oportunos por todos los canales de comunicación.

Carteleras internas: las carteleras son una herramienta que se utiliza para transmitir los mensajes y llegar al público. Debe existir un espacio interno destinado a la ubicación de información visual y escrita que se genere interna y externamente, de interés común. Estas carteleras se alimentarán con información institucional, el Área de Comunicaciones velará por el estado y la efectividad de las carteleras, y estará alimentando y actualizando la información periódicamente.

Campañas de comunicación interna: de acuerdo con las necesidades de cada una de las dependencias, desde la oficina encargada de las comunicaciones se crearán campañas necesarias para llevar los mensajes de forma oportuna, creativa, y pedagógica teniendo en cuenta la formación y recordación.

Boletín Interno: es el medio interno que contiene un bloque informativo y otro educativo, en él se informa sobre novedades de personal (Cumpleaños, celebraciones, etc.), noticias, actividades, programas y hechos para destacar

que ocurren mensualmente, estará dirigido a todo el personal que labora en la entidad. Este informativo se colocará en la cartelera de dependencia y se publicará en la web.

Circulares: documentos que se realizan para comunicar cualquier noticia, información o evento actual, que pueda resultar de interés para la Personería Municipal de Itagüí.

Correo Electrónico: es un servicio de red, de gran acogida en la entidad y que permite a los usuarios recibir y enviar mensajes inmediatos con un gran impacto y efectividad.

Spark (mensajero interno): parte del nuevo desarrollo tecnológico y permite interactuar entre los funcionarios permanentemente.

Boletín interno: se realizará en un formato dinámico y fácil de leer, con una periodicidad mensual. Será la herramienta ideal para bajar la información desde la alta dirección a las delegaturas y funcionarios.

Encuesta satisfacción cliente interno: con el propósito de conocer la percepción del cliente interno, en cuanto a los servicios ofrecidos desde el área de comunicaciones, respecto a los mecanismos de comunicación implementados, se realizará encuesta como instrumento para medir el impacto, la efectividad y toma de decisiones. La evaluación será semestral, de manera directa, con envío de la encuesta a todos los funcionarios y una muestra de por lo menos el

90%. Esto permitirá al Personero Municipal realizar análisis con su equipo Directivo y dar las directrices o tomar las medidas pertinentes

6.7. COMUNICACIÓN INFORMATIVA:

El Área de Comunicaciones es la encargada de Informar y divulgar externamente con el propósito de generar impacto en la ciudadanía y en los diferentes grupos de interés. Así mismo se debe mantener informado a la comunidad con respecto a las acciones que realiza la Personería Municipal de Itagüí en su gestión integral. El proceso de comunicación informativa o externa, debe dar a conocer a través de los medios de comunicación masiva, los pronunciamientos del Personero Municipal; los resultados de la gestión institucional, y a través de estrategias comunicacionales dar a conocer a la ciudadanía los mecanismos dispuestos para la garantía de la defensa y protección de los Derechos Humanos, la participación ciudadana y los procesos pedagógicos, así como el portafolio de servicios que brinda. Las herramientas para el logro de los objetivos son:

Boletines Externo

Medios audiovisuales: producción de material fílmico (videos) con fines educativos e institucionales para la promoción de programas en el área de atención al ciudadano.

Medios masivos de información: (Ruedas de prensa) actividad que amerita realizarse cuando existan noticias de gran impacto, a las cuales habrá de convocarse a los diferentes medios de comunicación regionales.

Boletines de prensa: boletines con información precisa y concreta relacionada con hechos o sucesos noticiosos acontecidos o a realizarse por la Personería en el municipio de Itagüí, y que son enviados a los distintos periodistas a nivel regional.

Página web (www.personeriaitagui.gov.co): es una herramienta fundamental para dar a conocer los resultados de gestión, la cual contiene información de interés, documentos, control interno, Derechos Humanos, Rendición de Cuentas entre otros. Igualmente esta herramienta virtual que permite el contacto permanente con los clientes internos y externos. En el sitio web se publicará siempre toda la información corporativa de conformidad con la normatividad vigente.

Correo Electrónico: es una herramienta que permite enviar o recibir mensajes a cualquiera de los usuarios de la red. Todos los medios que se generen en el Área de Comunicaciones fomentarán el uso masivo tanto interno como externo del Portal Institucional: www.personeriatagui@gov.co, agilizando así, los procedimientos e incrementando los niveles de participación ciudadana y eficiencia de los empleados de la Entidad.

Herramientas interactivas: se cuenta con las redes sociales a fin de compartir contenidos e interactuar con la comunidad.

Informes al Concejo y Rendición de cuentas El Área de Comunicaciones se encarga del adecuado reparto de las publicaciones que se hagan para tal fin con el propósito de llegar al mayor número de personas posible.

Encuesta satisfacción cliente externo: el Área de Comunicaciones, una vez implemente las estrategias de comunicación externa evaluará con el Personero Municipal el dispositivo adecuado para hacer la medición de percepción de posicionamiento de la entidad y conocimiento de la Entidad. Para ello podrá realizar encuestas directas con determinados públicos.

6.8. Área de Comunicaciones

- El área de comunicaciones deberá planear la información a difundir y orientar a las diferentes delegaturas para la correcta aplicación de las políticas y cumplimiento de los planes de acción.
- Garantizar el cumplimiento y la ejecución del Plan de Comunicaciones y Medios, para ello deberá realizar las acciones pertinentes entre ellos para que se apropien de los recursos necesarios cuando así se requiera.
- Asesorar a las diferentes delegaturas y áreas que lo requieran para que sus estrategias de comunicación correspondan con los parámetros y directrices del presente Plan.

ÁREAS ESTRATEGICAS DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PLAZOS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	INDICADORES
COMUNICACIÓN DIGITAL					
ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA	Mantenimiento y publicaciones en administración de las redes sociales con las que cuenta la Personería	Comunicaciones	Permanente	Verificación en línea en las redes sociales oficiales.	Información publicada / Información generada (Meta: 100% - Medición mensual)
	Monitoreo, análisis de resultados y medición de incidencia con gráficos y estadísticas de Facebook, red social con mayor cobertura.	Comunicaciones	Mensual	Informe mensual	Estadísticas realizadas (Mensual)

	Establecer un reporte mensual de los contenidos publicados en Facebook, siendo esta red social con mayor cobertura e impacto	Comunicaciones	Semanal	Reporte de contenidos	Reporte realizado
PRODUCCIÓN MICROPROGRAMA INSTITUCIONAL	Producción de capítulos audiovisuales de dos a tres minutos en formato noticiero, donde se destacarán los hechos y noticias más importantes de la entidad y se generará un vínculo permanente de la Personería con la comunidad.	Comunicaciones	capsulas	Videos incluidos en el informe	Capsulas publicadas / capsulas realizadas (Meta: 100%)
	Gestión de notas de la entidad para dar a conocer noticias, actividades más importantes a través del programa	Comunicaciones	Cada que surja la necesidad de gestionar una nota	Evidencia digital	Notas gestionadas/ Notas publicadas (Meta: 100%)

	institucional de la Administración Municipal "Itagüí Sigue Avanzando"				
PRENSA					
CREACIÓN BOLETINES DE PRENSA	Redacción y envío de boletines de prensa con información noticiosa que sea de interés para los medios, con el fin de generar <i>free press</i> .	Comunicaciones	Cada que se identifique la necesidad	Boletines	Boletines redactados/Boletines enviados (Meta: 100%)
DISEÑO					
	Asesoría y acompañamiento en estrategias creativas y de marketing, actividades de copy y redacción publicitaria y conceptualización de campañas de comunicación publicitaria global para el	Comunicaciones	Permanente	Informe mensual	Asesorías realizadas/asesoría enviadas (Meta: 100%)

	posicionamiento de la Personería Municipal de Itagüí.				
DISEÑO GRAFICO	Diseño y diagramación de piezas publicitarias para redes sociales y/o aplicación en medios digitales o formatos impresos.	Comunicaciones	Permanentemente	Informe mensual	Diseños solicitados/Diseños entregados (Meta: 100%)
FOTOGRAFIA PROFESIONAL Y CREACIÓN DEL BANCO DE IMÁGENES	Realizar sesiones fotográficas las actividades más representativas de la Personería, con el objetivo de construir un banco de imágenes en alta resolución, libre de derechos y actualizado para acompañar cada una de sus publicaciones digitales y/o impresas y contar con el material fotográfico necesario para boletines de prensa, presentaciones,	Comunicaciones	Cada que se requiera	Registros fotográficos	Sesiones fotográficas solicitadas/sesiones fotográficas realizadas (Meta: 100%)

	ponencias, activaciones, etc.				
PROTOCOLO Y EVENTOS					
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	Estructuración de guiones para eventos con el fin de difundir los programas, noticias, servicios y actividades de la entidad.	Comunicaciones	Cada vez que se requiera	Guiones	Guiones solicitados/Guiones presentados (Meta: 100%)
	Presentación de eventos	Comunicaciones	Cada vez que se identifique la necesidad	Evidencias digitales	Presentaciones realizadas/Eventos realizados (Meta: 100%)
COMUNICACIÓN INTERNA					
ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE LA RED OFICIAL DE CARTELERAS	Publicación de información referente a temas institucionales (capacitaciones, campañas, normatividad y temas de interés)	Comunicaciones	Permanente	Evidencias digitales	Carteleras actualizadas/ carteleras existentes en la entidad (Meta: 100%)

REUNIONES	Realizar reuniones con las diferentes delegaturas con el fin de planear diferentes eventos y actividades.	Comunicaciones y áreas que requieran apoyo	Cada que se requiera	Acta de reunión	Reuniones realizadas para planear eventos y actividades.
CREACIÓN Y ENVÍO DE BOLETÍN MENSUAL PARA FUNCIONARIOS	Envío de Boletín Interno.	Comunicaciones	Mensual	Informe mensual con pantallazo del envío.	Boletín mensual.
CREACIÓN REVISTA DIGITAL INSTITUCIONAL PARA FUNCIONARIOS	Definir la temática para la edición mensual de la revista, donde los funcionarios tendrán acceso a información oficial, un espacio propicio para conocer mejor a la institución y a la vez intercambiar experiencias, datos de interés, fechas importantes, etc.	Comunicaciones	Mensual	Informe mensual con pantallazo del envío.	Temática de edición de la revista.

	Incentivar a los funcionarios a través de concursos y campañas a conocer la revista y el boletín interno.	Comunicaciones	Mensual	Correos electrónicos	Socialización de la revista y el boletín interno.
APOYO A LA ESTRATEGIA DE GOBIERNO EN LÍNEA	Apoyar comunicacionalmente la estrategia de Gobierno en Línea, para darle a conocer a la comunidad como la entidad implementa esta estrategia con el fin de prestar servicios eficientes y transparentes a través de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones TIC	Comunicaciones	Cada que se requiera	Evidencias digitales	Estrategia de Gobierno en Línea socializada con la comunidad.
RELACIONES PÚBLICAS					
ACERCAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Realizar acercamiento con los diferentes medios de	Comunicaciones	Cada que se requiera	Acta y registro fotográfico	Comunicaciones remitidas a los medios de

	comunicación a través de diferentes actividades para fortalecer las relaciones y facilitar con ellos las publicaciones importantes que en su momento se requieran.				comunicación para fortalecer las relaciones.
CREACIÓN Y ENVÍO DE BOLETÍN MENSUAL PARA EL PÚBLICO EXTERNO	Envío de Boletín Interno.	Comunicaciones	Mensual	Informe mensual	Boletín mensual.

AGENCIA FAMA COMUNICA S.A.S

Personería Municipal de Itagüí

Centro Administrativo Municipal de Itagüí (CAMI)
Cra. 51 No 51-55
Teléfono: +57 (4) 3764884
www.personeriaitagui.gov.co / info@personeriaitagui.gov.co

