

RESOLUCIÓN No 075

Itagüí, veinte seis (26) de agosto de dos mil veinte (2020)

**POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN DE ESTRATÉGICO DE LAS
COMUNICACIONES PARA EL PERIODO 2020 2024**

La Personería Municipal de Itagüí en uso de sus facultades legales y constitucionales y en especial las conferidas por la ley 136 de 1994 y el decreto 2145 de 1999 y

CONSIDERANDO

Que tal como lo establece el Decreto 2145 de 1999 en su artículo 13, es responsabilidad de los organismos de la Administración pública que todos los niveles y áreas de la organización en ejercicio de autocontrol, documentar y aplicar los métodos, metodologías, procesos y procedimientos y validarlos constantemente con el propósito de realizar los ajustes y actualizaciones necesarias de tal manera que sean soporte orientador fundamental, no solo para el cumplimiento de sus funciones asignadas, sino para las metas y objetivos establecidos tanto para el plan indicativo como en los planes de acción.

Que la Personería tiene el deber de informar a los habitantes del Municipio de Itagüí acerca de las acciones que adelanta en desarrollo de su trabajo en los ejes misionales que le impone la ley y la constitución.

Que el Modelo Estándar de Control Interno MECI- 2014, en su eje transversal información y comunicación, establece que las instituciones deben contar con un proceso o procedimiento con el cual se pueda fortalecer las comunicaciones internas y externas.

Que la Personería Municipal de Itagüí se encuentra certificada bajo la norma NTC ISO 9001: 2015 que en el numeral 7.4. Afirma: la organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad.

Que el Plan Estratégico de la Personería Municipal de Itagüí PEI 2016 _ 2020. Está orientado a desarrollar los componentes de información y comunicación.

Que el Decreto 1083 de 2015, artículo 2.2.35.3. Establece como "Objetivo del fortalecimiento institucional, liderar la gestión estratégica con tecnologías de la información y las comunicaciones mediante la definición, implementación, ejecución, seguimiento y divulgación de un Plan Estratégico de Tecnología y Sistemas de Información. Debido a las nuevas tecnologías de la información.

Que como establece el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, en su dimensión quinta, Dimensión de Información y Comunicación la Personería considera que debe tener un Plan de Comunicaciones el cual cuente con las directrices para el manejo de las comunicaciones internas y externas.

En consecuencia, la Personería de Itagüí, adopta un plan estratégico de las comunicaciones el cual se adjunta a la presente esta Resolución con el fin de consolidar la imagen institucional como órgano defensor de los derechos humanos, veedor ciudadano y agente del ministerio público.

Por lo anteriormente expuesto, el Personero Municipal de Itagüí.

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar el Plan Estratégico de las Comunicaciones de la Personería Municipal de Itagüí para el periodo 2020- 2024, de la cual hace parte el documento que se anexa con la presente resolución.

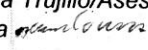
ARTÍCULO SEGUNDO: La presente resolución y sus anexos serán de obligatorio cumplimiento para los servidores públicos y contratistas de la Personería Municipal de Itagüí.

La presente Resolución rige a partir de la fecha de expedición.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE



JHON JAIR CHICA SALGADO
Personero Municipal

Proyectó: Paula Andrea Trujillo/Asesora/ 
Revisó: Alexander Mira 

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, noticias 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.

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
• Establecer objetivos y prioridades • Entender la situación • Desarrollar opciones • Proyecciones y escenarios • Tomar decisiones • Ejecutar	• 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

Identificar los riesgos poblacionales y gestionarlos

Cada crisis genera una serie de consecuencias que pueden llegar a afectar las decisiones del ministerio público en lo económico y social. En ese sentido, resulta fundamental poder generar respaldo de la población a cada una de estas decisiones para poder asegurar su máximo cumplimiento. Esto es, que los liderazgos de las organizaciones y/o comunidades afectadas, puedan estar al tanto de las decisiones y en lo posible, sean partícipes de las mismas. El equipo de respuesta rápida debe incluir estructuras de respuesta directa con organizaciones y asociaciones de la sociedad civil, comunicación pública, resolución de conflictos y, evaluación de riesgos, entre otros.

Etapas actual de la covid-19 en la ciudad de Itagüí



¿Cómo orientar la salud pública?

Cada brote de enfermedad que se convierte en epidemia se comporta de manera particular de acuerdo a sus características y contexto. La covid-19 ya tiene antecedentes previos de otros virus de la misma familia como el SARS-Cov y el MERS-Cov; por tanto, las lecciones aprendidas de las epidemias previas del 2002 y 2012 de infecciones respiratorias agudas para poder contener la epidemia en algunos países, están siendo utilizadas de manera efectiva. A continuación, se presentan algunas de esas lecciones aplicadas a la contención de la covid-19.

Estrategias de contención de la covid-19

Intervención	Objetivo	Efectividad	Justificación
Cierre de establecimientos educativos.	Evitar contagio en niños, niñas y adolescentes	Baja	Esta población no presenta síntomas y hay un número bajo de casos. No se ha demostrado con suficiente evidencia que esta medida impacta en la cantidad de contagios.
Promoción de hábitos saludables (lavado de manos, limpieza de superficies, tapar tos con el codo, etc.)	Evitar contagio a través de las gotículas con el virus, por aspiración directa o indirecta	Alta	Intervención sostenible en el tiempo al modificar patrones de comportamiento no saludables para futuras epidemias.

Hechos para tus derechos

Restricción de viajes nacionales	Evitar la expansión del virus a diferentes regiones del país (y áreas rurales)	Media	Medida efectiva hasta el primer caso en otras regiones, después es necesario complementar con otras intervenciones
Cierre de fronteras	Evitar importación de casos de COVID-19 de otros países	Media	Medida efectiva al inicio, pues se genera un brote interno y es necesario complementar con otras intervenciones
Cierre de lugares públicos (bares, restaurantes, discotecas, etc) y eventos sociales (mayor a 100 personas).	Evitar contagios masivos de personas	Media	Si bien el riesgo de exposición masivo al virus disminuye, no lo elimina
Distanciamiento social parcial	Evitar contagios de personas que no presentan síntomas al disminuir principales interacciones sociales	Media-alta	Si bien el riesgo de exposición al virus disminuye, no lo elimina

Intervención	Objetivo	Efectividad	Justificación
Trazabilidad y testeo (A).	Detección temprana de casos contagiados y prevención de casos nuevos	Alta	Recomendación principal de la OMS al ser fundamental conocer el movimiento del virus en la población, evitar nuevos casos, identificar poblaciones vulnerables y evitar rebrotes
Cuarentena total	Evitar contagios de personas que no presentan síntomas	Alta	Elimina el tiempo de exposición al virus, por lo que el contagio disminuye
Combinaciones todos los anteriores, menos cuarentena total.	Todos los anteriores	Alta	Elimina los factores de riesgo de contagio y expansión del virus, pero existe aún el riesgo de contagio de persona a persona

Dado que el impacto de una epidemia de esta magnitud es de largo plazo, las medidas que se tomen durante la crisis tienen que ir más allá de la epidemiología. Caso contrario, al levantarse las medidas específicas para combatir la covid-19, se puede tener un rebrote del virus y estar expuestos a otras epidemias. De esta manera, es fundamental considerar una respuesta rápida para la covid-19 teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Considerar las desigualdades en la sociedad: Una emergencia de salud resalta y perpetúa las desigualdades existentes dentro de la sociedad. Para la difusión de información, se debe considerar los roles de los grupos poblacionales dentro de la cultura y la sociedad, considerando las desigualdades en nivel educativo, de género y socio-económico.

No dejar de lado otras enfermedades y causas de mortalidad: Algunas patologías pre-existentes en la sociedad pueden ser dejadas de lado al atender la emergencia y por redireccionar el financiamiento. Por ejemplo, durante anteriores emergencias, incrementó la malaria, VIH e ITS, embarazos adolescentes y la mortalidad materna.

Inclusión de la comunidad en la respuesta rápida y toma de decisiones: Tanto la emergencia de Ébola y de Zika, demostraron que la inclusión de la comunidad es esencial para que la información adecuada llegue a las poblaciones vulnerables y las políticas aplicadas sean sostenibles.

Consecuencias del aislamiento social: Se debe prever el incremento de embarazos no deseados, enfermedades de transmisión sexual y VBG, casos de enfermedades mentales, crisis económicas de ciertos sectores de la población, y agotamiento moral y psicológico de la población en general.

Hechos para tus derechos

Detección de fallas del sistema de salud de manera intersectorial: La crisis saca a luz las deficiencias en el sistema de salud en relación a capacidades del personal, infraestructura, y equipamiento, así como en otros sectores como el sistema educativo, infraestructura de agua, electricidad y carreteras, y gobernanza.

Establecer un sistema de información estadística sólido y datos abiertos durante la emergencia: Esto permitirá realizar investigación y monitoreo de la epidemia, y contar con una rendición de cuentas transparente y aprender de las lecciones para la mejora continua del sistema.

Comunicación para el riesgo y la crisis

Estamos ante una situación inédita y excepcional. Por eso, es importante reconocer que aún no contamos con todas las herramientas para comprender cabalmente este momento. Si bien la pandemia de la covid-19 se presenta socialmente como una crisis, en América Latina de lo que realmente se trata es de un riesgo. Nos referimos a un riesgo potencial (la expansión de la pandemia) que es alto o muy alto. El posicionamiento comunicacional de los gobiernos latinoamericanos debería ser el de la comunicación de riesgo. Distinto resulta para los gobiernos europeos, por ejemplo, a quienes el riesgo potencial ya se les ha materializado y transitan una crisis sanitaria. Para esta sección, nos basamos en "Comunicando el riesgo. Estrategias comunicativas frente al riesgo de desastres", de Silvia Fontana y Valeria Maurizi y "La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas, de Riorda, M., Pedemonte y D. Elizalde, L.

¿Qué es la comunicación de riesgo?

Hechos para tus derechos

Es un tipo de comunicación que pretende generar percepción y valoración del riesgo en la ciudadanía. Está centrada en la pedagogía de las políticas públicas de gestión del riesgo. El objetivo central es prevenir situaciones y/o modificar conductas. La comunicación de riesgo actúa entre riesgos máximos y mínimos, los cuales no son los mismos para todas las sociedades ni en todos los tiempos. El riesgo máximo casi siempre es perder la vida. El riesgo mínimo puede variar según el contexto. Por ejemplo, en una cuarentena, como han determinado varios gobiernos de la región, podría ser la pérdida transitoria de libertad (cárcel), una sanción monetaria (multa) o una sanción social (exposición pública/mediática)

La emoción central para persuadir la modificación de conductas es el miedo. Sobre esa emoción, asociada a los riesgos máximos y mínimos, es sobre la que los gobiernos deben actuar. A veces, el temor a perder la vida es lo más importante, pero muchas personas pueden pensar “a mí no me va a suceder”. Entonces, los gobiernos deberán trabajar sobre los riesgos mínimos/egoísta, por ejemplo, exponiendo públicamente el castigo que reciben quienes no cumplen las decisiones gubernamentales.

A estas medidas se suman la campañas y demás iniciativas, relacionadas con la bioseguridad de todos los colaboradores y del público en general, que buscan salvaguardar la vida y la salud de todos durante esta pandemia.

Las actividades actualmente realizadas, tienen relación con los protocolos de bioseguridad (uso obligatorio del tapabocas, protocolo de lavado de manos, distanciamiento social, manejo de síntomas, uso de gel y alcohol, entre otros elementos).

Público Objetivo (Interno y Externo)

Hechos para tus derechos

La Personería Municipal de Itagüí cuenta con diecinueve (19) funcionarios de planta, entre los que se encuentra un (1) Personero Municipal, (cuatro) 4 Personeros delegados, un (1) secretario general, un (1) jefe de control interno, cuatro (4) profesionales universitarios, seis (6) auxiliares administrativos, un (1) conductor y un (1) ayudante. 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.

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

Hechos para tus derechos

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.

Diagnóstico Interno

De acuerdo al diagnóstico interno que se realizó en la entidad, se pueden identificar seis (6) 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 llegar a la población, sobre todo en tiempo de pandemia 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. Fortalecer los medios digitales, como herramienta informativa de la situación de covid-19 y otras situaciones inherentes a la organización y a la opinión pública.
3. La elaboración de tips, decálogos o infografías sobre diferentes temas de interés (Uso de redes sociales, teletrabajo, prevención y propagación de covid, temas ecológicos, pedagógicos, etc.).

Hechos para tus derechos

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 en cumplimiento de la ley de transparencia y acceso a la información de la ley 1712 de 2014 y la política de gobierno digital (MIPG).
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 contribuir a mejorar el clima laboral.

Diagnóstico Externo

De acuerdo al diagnóstico externo que se realizó en la entidad, se evidenció que se debe fortalecer el proceso de comunicación externa con el fin de mejorar la percepción de la imagen, esto se puede lograr a través.

Hechos para tus derechos



1. Fortalecer el posicionamiento de la entidad a través de diferentes actividades que permitan dar a conocer los servicios y el quehacer de la Personería. Sobre todo, con el Personero actual Jhon Jairo Chica Salgado, quien busca descentralizar la entidad. Muchas de estas actividades se deben llevar a cabo mediante la virtualidad, debido a la pandemia, sin embargo es importante ser cercanos con la comunidad y llegar con nuestra oferta institucional a todos los itagüiseños.
2. Fortalecer la difusión de contenidos audiovisuales como herramienta para dar a conocer los hechos y noticias más importantes.
3. 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.
4. 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.

Hechos para tus derechos

5. Fortalecer la relación con las Instituciones Educativas del municipio.
6. Conocer a profundidad los planes de acción de cada Delegatura para promocionar de manera asertiva las diferentes actividades que se tengan establecidas, así como campañas y fechas especiales.

Material POP (Implementos de la personería)

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:

- 2 estructuras de carpa

Hechos para tus derechos

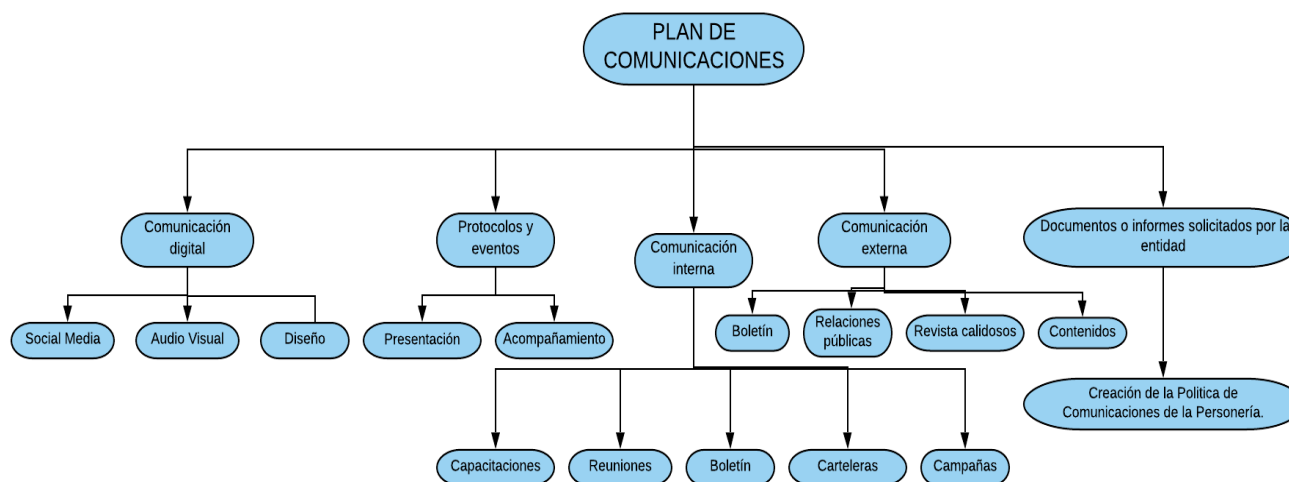
- 4 banderas (1 banderas de la Personería con imagen antigua, 1 bandera de Itagüí, 1 bandera de Antioquia y 1 bandera de Colombia)
- 1 dummy vela con imagen antigua
- 1 dummy horizontal con imagen antigua
- 1 pasacalle “Hinchas de Paz”
- 2 stand
- 1 vestuario de Calidoso (ex mascota institucional)
- 690 bombas
- 80 informes de derechos humanos 2015
- 1 estructura backing en mal estado
- 2 lonas baking en mal estado
- 2 estructuras para pendón araña
- 3 estructuras para pendón araña en mal estado
- 1 pantalla video beam
- 1 video beam
- 1 sonido
- 1 inflador de bombas

Hechos para tus derechos

- 400 carpetas de archivo

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN

Diagrama



Alcance

La Personería Municipal de Itagüí a través de este plan, precisa y direcciona las comunicaciones de la Entidad a través de la comunicación interna y comunicación externa, de conformidad con el modelo integrado de Planeación y Gestión (MIPG), incluyendo estrategias de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua. De esta forma se busca 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.

Además de manejar una comunicación coherente y consciente durante la pandemia del covid -19.

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.

Hechos para tus derechos

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, organizaciones privadas, asociaciones, instituciones educativas, medios de comunicación y todas las personas que tengan alguna relación con la Personería Municipal.

Medios de comunicación

Medios Internos

La comunicación interna procura colocar en interlocución a los servidores y la información por lo cual la Personería Municipal de Itagüí llegará a los servidores y contratistas a través de los siguientes medios:

- Carteleros
- Boletín mensual
- Reuniones mensuales

Hechos para tus derechos

- WhatsApp
- Mail

La utilización de estos medios debe facilitar la construcción y consolidación de la cultura organizacional, por diversos espacios de interlocución y de transmisión de mensajes.

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 identificando 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.

Comunicación organizacional:

La comunicación organizacional se encargará de utilizar diferentes canales comunicativos con el fin de divulgar internamente procesos por medio de mensajes claros y oportunos, además es fundamental para desarrollar procedimientos que generen espacios de confianza, transparencia y mejoramiento del clima organizacional para así alcanzar los objetivos estratégicos que contribuyen a la formación de la identidad como parte de la cultura y el clima de la Personería Municipal de Itagüí.

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.

Hechos para tus derechos



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.

Hechos para tus derechos

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

Comunicación externa o 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

Hechos para tus derechos

participación ciudadana y los procesos pedagógicos, así como el portafolio de servicios que brinda. Las herramientas para el logro de los objetivos son:

Boletín externo: se realizará en un formato dinámico y fácil de leer, con una periodicidad mensual. Será la herramienta

ideal para mostrar el trabajo que realiza la personería.

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

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.personeria-itagui.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.

Hechos para tus derechos



Correo Electrónico: es una herramienta que permite enviar o recibir mensajes a cualquiera de los usuarios de la red.

Herramientas interactivas: se cuenta con las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) a fin de compartir contenidos e interactuar con la comunidad.

Informes al Concejo y Rendición de cuentas: el Área de Comunicaciones se encargará de la adecuada difusión 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.

Todos los medios que se generen en el área de Comunicaciones fomentarán el uso masivo tanto interno como externo del Portal Institucional: www.personeriaitagui@gov.co, agilizando así, los procedimientos e incrementando los niveles de participación ciudadana y eficiencia de los empleados de la Entidad.

Hechos para tus derechos

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.

AGENCIA YA TENEMOS TUS IDEAS