

## Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

**BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA**  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
Chía - Cundinamarca

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE CONTRIBUYA A  
LA SOCIALIZACIÓN DE LA CULTURA DE SERVICIO DE LA ALCALDÍA DE  
IBAGUÉ.**

**AUTORA: ANGÉLICA MARÍA MORALES RUBIO**

**UNIVERSIDAD DE LA SÁBANA  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA  
IBAGUE  
2015**

## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCION	3
2.	PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3.	PLAN ESTRATEGICO ALCALDIA DE IBAGUE	4
4.	PLANTEAMIENTO PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN	5
5.	MISION INSTITUCIONAL	7
6.	VISION INSTITUCIONAL	7
7.	VALORES Y CULTURA ORGANIZACIONAL ALCALDIA DE IBAGUE	8
8.	ANALISIS MACROENTORNO	9
9.	ANALISIS DEL MICROENTORNO	10
10.	DOFA INSTITUCIONAL	15
11.	DOFA COMUNICACIONAL	17
12.	DOFA. FORMULACION ESTRATEGICA	18
13.	OBGETIVO GENERAL	22
14.	OBGETIVOS ESPECÍFICOS	22
15.	PLANTAMIENTO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CLIENTE INTERNO	23
16.	FORMATO PLANEACION ESTRATEGICA	26
17.	CONCLUSIONES	27
18.	BIBLIOGRAFIA	29

## 1. INTRODUCCION

La alcaldía como organización del sector público tiene como fundamento dentro de los pilares que sostienen sus estrategias el **servicio** como prioridad, en su funcionalidad buscan soluciones para convertir a Ibagué en una mejor ciudad, focalizando cada día satisfacer las necesidades más profundas de justicia social, económica y medioambiental, mediante la resolución de los problemas e introduciéndolo en su misión, visión y valores. Así la institución se preocupa por el desarrollo de sus ciudadanos involucrándolos en su plan de gobierno de corazón, mente y espíritu mediante la creación y la participación comunitaria del desarrollo del plan de ordenamiento territorial y el plan de gobierno de la alcaldía. Estas características van en total sinfonía con el **talento humano** y la **excelencia operativa** en donde lo más importante es el cliente interno y externo en este caso los funcionarios públicos y la población de Ibagué.

En el cumplimiento de la misión institucional, del Municipio de Ibagué, presenta problemas de tipo organizacional, como es la baja capacidad de respuesta ante las solicitudes de la comunidad, reflejando ante esta situación la necesidad de implementar un Plan Estratégico de Comunicación Interna que contribuya a la socialización de la Cultura de Servicio de la Alcaldía de Ibagué, con el propósito de iniciar una reestructuración cognoscitiva que contribuya al buen manejo y dirección de los aspectos públicos, a fin de que las acciones en el manejo del talento humano, recursos físicos, sistemas de información y procesos administrativos en general, conduzcan a optimizar la relación de los recursos públicos en beneficio de una eficiente prestación del servicio a la comunidad.

## **2. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Municipio de Ibagué, presenta problemas de tipo organizacional, como es la baja capacidad de respuesta ante las solicitudes de la comunidad, debido a una visión fraccionada de la Administración Pública por parte de los funcionarios, la existencia de una cultura burocrática organizacional deficiente, la falta de compromiso Institucional para la búsqueda del bien común, el desconocimiento de los programas que desarrollan las diferentes dependencias, que conllevan a la repetición de algunos procesos, la baja cultura del autocontrol, y el manejo deficiente de la información, que inciden en la falta de credibilidad de la comunidad, en la gestión de la Administración Municipal.

## **3. PLAN ESTRATEGICO ALCALDIA DE IBAGUE**

Para las empresas públicas en especial la Alcaldía de Ibagué hay factores importantes dentro de su funcionamiento que son el desarrollo humano, social, económico y territorial; la protección de los principios, derechos y deberes para mejorar el bienestar y calidad de vida de la población y el uso eficiente y transparente de los recursos públicos en alianza con la iniciativa privada.

El gobierno que rige desde el 2012 – 2015 es “IBAGUE CAMINO A LA SEGURIDAD HUMANA” el cual involucra un programa de gobierno con un fin social muy importante y reconocimiento en los ciudadanos. En el gobierno vigente se vislumbra cuatro estrategias que sostienen el plan estratégico de la Alcaldía de Ibagué:

### **Primera Estrategia: Gobierno Cercano.**

Esta estrategia busca fortalecer las relaciones entre la Administración Municipal y la Ciudadanía, facilitando el acceso de los ciudadanos a los servicios que presta la

Alcaldía y a los entes descentralizados, mediante mecanismos de divulgación masiva y oportuna.

### **Segunda Estrategia: Planeación y Presupuestos Participativos.**

Articula el proceso de planeación del municipio con los ejercicios de planeación en las comunas y corregimientos en el marco del Sistema de Planeación Participativa Municipal, fortaleciendo la capacidad técnica de los actores locales para la formulación de los planes de desarrollo y la interlocución con las distintas instancias de participación ciudadana.

### **Tercera Estrategia: Fortalecimiento Institucional y Buen Gobierno.**

Fortalecimiento institucional por el camino de la eficacia, la calidad y la buena orientación de la intervención del estado. El buen gobierno contiene ocho características principales: participación, legalidad, transparencia, responsabilidad, consenso, equidad, sensibilidad, eficacia y eficiencia.

El buen gobierno asegura una corrupción mínima, en la toma de decisiones se tiene en cuenta la minoría y sus peticiones, trabajando para las necesidades presentes y futuras de la sociedad.

### **Cuarta Estrategia: Política Pública Responsable.**

Las prácticas públicas responsables son una herramienta de diseño de planes de gobierno, de política social integral, que contribuye a lograr objetivos políticos que demanda la ciudadanía tales como la defensa del medio ambiente, el crecimiento económico con cohesión social, la integración de personas con minusvalías, la lucha contra la discriminación en el trabajo y derechos humanos entre otros.

Se hace necesario diseñar un plan de política pública responsable que permita guiar desde la responsabilidad social cada una de las seguridades planteadas y a

su vez permitan socializar a nivel interno de la administración la importancia de trabajar este enfoque.

<b>POLITICA</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>PROGRAMA</b>
	<b>Gobierno Cercano.</b>	Gobierno en línea: Hacia una Ibagué digital.
		Comunicación pública: Gobierno visible.
		Gobierno al barrio.
		Red de atención P.A.S: Puntos de atención y servicio.
	<b>Planeación y Presupuestos Participativos</b>	Mi comuna, mi corregimiento, nuestro plan.
		Presupuestos participativos
		Reingeniería de las secretarías
		Dinamización de los entes descentralizados
	<b>Fortalecimiento Institucional y Buen Gobierno</b>	Gestores y unidades de negocios municipales.
<b>Política Pública Responsable</b>	Política pública responsable.	

#### **4. PLANTEAMIENTO PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN.**

Un personal con valor de servicio permite que la organización sea exitosa en el logro de sus objetivos, por tal razón el pilar al que se apuesta es el de servicio proponiendo como proyecto: **un plan estratégico de comunicación interna que**

**contribuya a la socialización de la cultura de servicio de la alcaldía de Ibagué.** Este plan estratégico de comunicación apunta a mejorar el nivel de desempeño grupal e individual de todos los integrantes del equipo de trabajo, siendo fundamental así que la parte estructural debe estar en la capacidad de identificar los puntos comunes sobre los cuales debe trabajar, para hacer que la Alcaldía de Ibagué funcione como un sistema único, compuesto por empleados con valor de Servicio que apunten al crecimiento de la institución.

## **5. MISION INSTITUCIONAL**

La alcaldía de Ibagué como entidad pública territorial, garantiza el desarrollo humano, social, económico y cultural de la ciudadanía, en armonía con el medio ambiente, a través de la implementación de planes y programas que promueven de manera eficaz, eficiente y efectiva la gestión transparente de los recursos públicos.

## **6. VISION INSTITUCIONAL**

El municipio de Ibagué en el año 2019 será una ciudad más amable para todos sus habitantes, con una Administración incluyente, comprometida con el desarrollo y bienestar integral de la ciudadanía, con amplia participación comunitaria, pionera en la exaltación del folclor y afianzada como territorio digital. Reconocida como una Ciudad Intermedia líder en la Región Centro de nuestro País, generando excelentes condiciones para la inversión foránea y con alto grado de compromiso por parte de sus instituciones Públicas y Privadas.



## **7. VALORES Y CULTURA ORGANIZACIONAL ALCALDIA DE IBAGUE**

En la institución los valores son pieza fundamental y son base de ejemplo ante una sociedad que está en constante vigilancia frente a lo público, por esto es fundamental para la organización forjar valores serios a sus empleados que generen cambios en su vida y en los demás, la imagen del empleado público es ejemplo para una sociedad, por tal razón buenos valores atraen a personas buenas y contribuyen a cambios positivos para la sociedad.

La institución y la opinión pública vela por personas idóneas para las actividades claves que puedan conducir a desempeños sobresalientes en cuanto a la competencia de valor como una característica propia con respecto a un núcleo social, que le permite tener un mejor desempeño laboral según la actividad asignada, normalmente no se detecta fácilmente pero se hace evidente el comportamiento ante situaciones específicas.

En la Alcaldía de Ibagué en su parte de cultura organizacional se debe entender como primera medida la existencia de distintos tipos de áreas funcionales, que integralmente coordinadas deben cumplir con las acciones requeridas para el normal desempeño de las mismas; estas áreas se encuentran en la oficina de prensa y en la percepción de cliente interno y externo, donde se integran diariamente mediante la difusión de comunicados informativos de gestión que llegan directamente a la población Ibaguereña, de esta manera en conjunto la comunidad es como una red y recae en manos de la población las noticias que van pasando por dicha red comentando diariamente la gestión administrativa, puede ser en relaciones uno a uno, una persona con muchas otras, o muchas que se relacionen entre sí, influyendo de manera positiva o negativa ante la percepción que tenga el ciudadano de la gestión pública que se esté haciendo en su momento.

En la institución las buenas críticas favorecen la aceptación de la gestión, pero estas conversaciones también pueden resultar nefastas y ante esto la institución no influye nunca en las críticas porque se puede considerar manipulación.

Para concluir lo más importante en la implementación del plan estrategia de comunicación en su parte organizacional es hacer que la institución realice sus actividades de una manera eficaz y eficiente, con el objetivo de cumplir con las metas propuestas, para lo anterior debe tener el suficiente conocimiento formal sobre procesos organizacionales, y para complementarlo unas habilidades personales que lo hagan flexible a los cambios que lo afecten.

## **8. ANALISIS MACROENTORNO**

La ciudad de Ibagué tiene una posición geográfica estratégica, es un importante eje económico de Colombia, tiene su propia Policía Metropolitana y las instalaciones de la Quinta División del Ejército Nacional, la presencia de estas instalaciones hacen que sea segura, tiene sede del Banco de la Republica de Colombia y de la Casa de la Moneda, siendo este el único lugar en Colombia donde se fabrica monedas, la economía de Ibagué se concentra en el sector industrial, comercio, ganadería, agricultura, minería, sobresale el cultivo de arroz y algodón, es productor y exportador de café, se destaca la industria textil a tal nivel que en el mes de agosto se celebra el evento “Ibagué Maquila y Moda”.

Ibagué es una ciudad que se ha transformado en los últimos años mostrando un desarrollo competitivo a nivel nacional e internacional, generando nueva industria e infraestructura, tomando posición el comercio como una de las principales actividades económicas de la ciudad con la llegada de almacenes de cadena regionales, nacionales y extranjeros como: almacenes Exito, Makro, Homecenter, Metro Cencosud, SAO, Panamericana, Flamingo, YEP, Mercacetro, el centro comercial la Estación, el centro comercial Multicentro empieza remodelación en abril del 2016 y cambiara su nombre a Unicentro, en diciembre de 2014 se

inauguró el centro comercial ACQUA el cual cuenta con centro comercial, un hotel internacional, una clínica y el World Trade Center, otros centros comerciales con los que cuenta la ciudad son el centro comercial Arkacentro, el centro comercial de la quinta, el centro comercial Combeima, el Pasaje Comercial la Doce y el Pasaje Comercial la Catorce.

Ibagué es catalogada como la segunda ciudad con más perspectiva de crecimiento y desarrollo en Colombia, todos estos factores y su privilegiada ubicación geográfica, hacen de Ibagué un importante centro de inversión gracias a la gran cantidad de proyectos que se han realizado últimamente en la ciudad, los cuales están generando empleo y aumento de la confianza por parte de los inversionistas extranjeros.

## 9. ANALISIS DEL MICROENTORNO

Imagen. Mapa Ibagué por comunas



Fuente: Planeación municipal

El municipio de Ibagué está ubicado en la zona centro-occidental de Colombia, entre el valle del Magdalena y el pie de monte de la cordillera central, su área total equivale a 140.589 hectáreas, de la cuales el 97% pertenece a la zona rural y el 3% a la urbana que se encuentra distribuida en las 13 comunas.

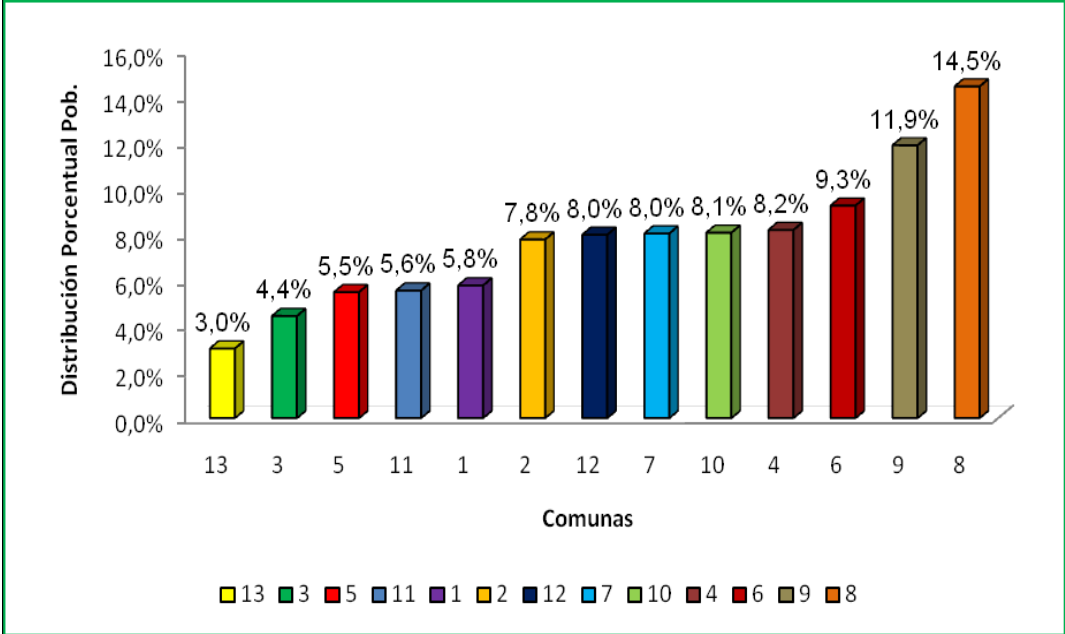
**Gráfico. Población de Ibagué por edades.**

<b>GRUPOS DE EDAD</b>	<b>2014</b>	<b>2014</b>	<b>2014</b>
<b>NACIONAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJER</b>
<b>TOTAL</b>	<b>548.209</b>	<b>266.329</b>	<b>281.880</b>
0-4	43.586	22.331	21.255
5-9	45.886	23.358	22.528
10-14	49.344	25.231	24.113
15-19	50.693	26.051	24.642
20-24	48.631	25.165	23.466
25-29	43.912	22.253	21.659
30-34	35.680	16.557	19.123
35-39	33.268	16.074	17.194
40-44	31.410	14.482	16.928
45-49	34.342	15.470	18.872
50-54	34.361	15.569	18.792
55-59	27.358	12.380	14.978
60-64	22.206	10.345	11.861
65-69	16.736	7.571	9.165
70-74	12.470	5.542	6.928
75-79	9.217	4.004	5.213
80 Y MÁS	9.109	3.946	3.946

Fuente: Con base en proyecciones DANE 2014

La ciudad en los últimos años, ha venido desarrollando un fuerte crecimiento comercial, variedad de importantes marcas internacionales y nacionales han llegado. Así mismo, vale la pena destacar que los estratos socio-económicos 4 - 5 y 6 de la población de Ibagué viven en la zona urbana y se encuentran distribuidos en las 13 comunas.

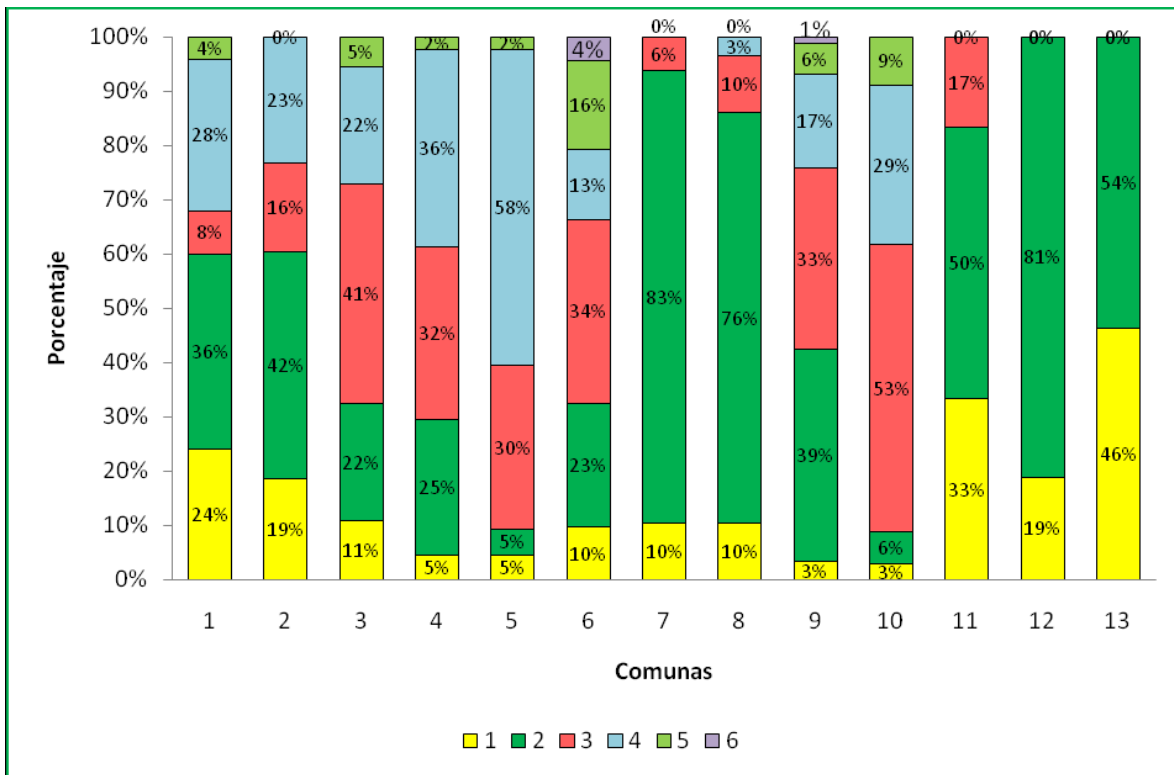
**Gráfico. Distribución porcentual de la ciudad de Ibagué por comunas.**



Fuente: Planeación municipal, con base en proyecciones DANE 2011.

Así mismo, vale la pena destacar que el 94% de la población de Ibagué vive en la zona urbana y se encuentra distribuida en las 13 comunas en donde se destaca la concentración poblacional de las comunas ocho, nueve y seis con el 14,5%, 11,9% y 9,3% respectivamente. Así mismo, las comunas con menor grado de concentración poblacional son la trece, tres y cinco.

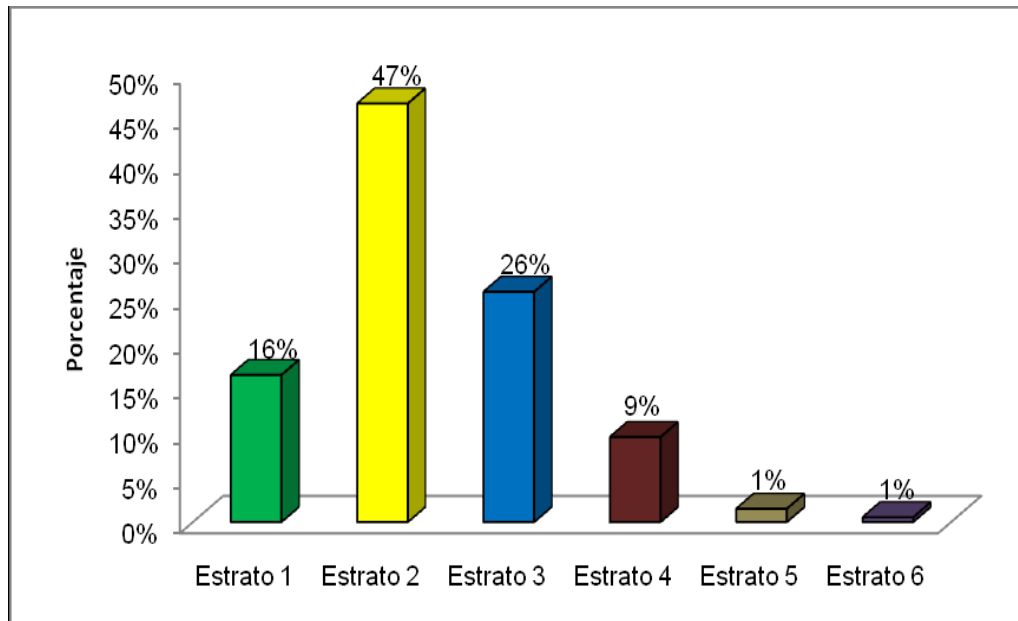
**Gráfica. Distribución porcentual de los barrios por comuna según su estrato socio-económico.**



Fuente. Ibagué en cifras 2008-2011

En cuanto a la distribución y ubicación de los barrios que pertenecen a los estratos socioeconómicos más altos, se encontró que estos se ubican en la comuna cinco en donde el 60% de los barrios pertenecen a los estratos 4, 5 y 6, seguida de la diez con un porcentaje de participación del 38% y la nueve en dónde los estratos más altos representan el 33% de los barrios.

**Gráfico. Porcentaje de la población de Ibagué por estrato socio-económico.**



Fuente: Planeación municipal, con base en proyecciones DANE 2011.

La ciudad de Ibagué en 2014 tiene 548.209 habitantes (Proyección DANE 2014), el 63% de los habitantes de Ibagué pertenece a los estratos 1 y 2, el 26% al estrato 3 y tan solo el 11% a los altos estratos, registrando así que Ibagué es la cuarta ciudad con menos pobreza del país según el Dane.

En base a la población económicamente activa (PEA), se puede inferir, que del total de ocupados de la ciudad unos 249 mil, solo alrededor de 100 mil son formales, teniendo en cuenta que la informalidad es cercana al 60 por ciento. Según cifras del Dane.

## 10. DOFA INSTITUCIONAL

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>1. Suficiente personal altamente calificado y con experiencia.</p> <p>2. Estabilidad económica por Saneamiento Fiscal.</p> <p>3. Existencia de gran cantidad de área potencialmente utilizable para el desarrollo urbanístico e industrial de la ciudad.</p> <p>4. Buena Cultura de diálogo entre los funcionarios de la administración municipal.</p> <p>5. Municipio de Ibagué ubicado en primera categoría.</p> <p>6. Buenas relaciones de las Entidades Financieras con el Municipio de Ibagué.</p>	<p>1. Falta de pertenencia de algunos funcionarios vinculados por prestación de servicios.</p> <p>2. Falta de trabajo en equipo, cada secretaria un mundo independiente.</p> <p>3. Falta de política Institucional para el bienestar y ocupación de los funcionarios y sus familias.</p> <p>4. Asignación salarial que no está acorde con el perfil profesional del funcionario.</p> <p>5. Pocas oportunidades de los funcionarios preparados académicamente para ascender y Desarrollarse profesionalmente.</p> <p>6. Inadecuada distribución física de las oficinas.</p> <p>7. Deficiente servicio de vigilancia y control para los visitantes.</p>



<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1. Disponibilidad de centros educativos técnicos y superiores para la capacitación de sus funcionarios.</p> <p>2. Ciudad multipropósito que permite la capacitación generación y de nuevos recursos.</p> <p>3. Ubicación geográfica estratégica.</p> <p>4. Creciente interés de la ciudadanía para participar en decisiones del Municipio.</p> <p>5. Inclusión dentro del programa de transparencia con el Gobierno Nacional.</p> <p>6. Simpatía de la comunidad frente al Gobierno local actual.</p>	<p>1. Pérdida de credibilidad de entidades particulares sobre la gestión pública local.</p> <p>2. Fallos Judiciales desfavorables contra el Municipio.</p> <p>3. Política restrictiva del Gobierno Nacional en la ejecución del gasto público.</p> <p>4. Pérdida de la integración familiar de los servidores públicos.</p> <p>5. Altos costos educativos que impiden la capacitación de los funcionarios.</p> <p>6. Restricciones para la modificación de la planta de personal por falta de recursos.</p>

## 11 .DOFA COMUNICACIONAL

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>1. Interés de los Directivos y tomadores de decisiones por llegar a todas partes del Municipio con la información acerca de la gestión realizada.</p> <p>2. Personal capacitado para manejar el área de comunicaciones.</p> <p>3. Impacto positivo en la construcción de la Reputación.</p> <p>4. Accesibilidad a todos los medios de comunicación.</p> <p>5. Alineación estrategia de los mensajes a la estrategia de la alcaldía.</p>	<p>1. El sistema de Información Municipal (no integrado).</p> <p>3. Falta de recursos económicos.</p> <p>2. Carencia de una cultura la información, los colaboradores no se motivan a leer.</p> <p>3. Enemigos políticos que influyen para manejar la información y afectar la imagen del manejo de la institución.</p> <p>4. Deficiencia en los sistemas de información e insuficiente suministro de equipos y elementos de trabajo.</p> <p>5. Deficiencia en los canales de comunicación al interior de la Administración.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1. Existencia de Tecnologías abiertas que pueden adaptarse a los cambios.</p>	<p>1. Las políticas gubernamentales.</p>

<p>2. Las alianzas estratégicas con los Sectores.</p> <p>3. Política del gobierno Nacional sobre la Agenda e Conectividad, Ciencia y Tecnología (agenda de conectividad).</p> <p>4. Necesidad de los medios de comunicación de conocer la gestión para difundir a la población de Ibagué.</p> <p>5. Se cuenta con un plan estratégico de comunicación completo para enviar información a todo el Municipio.</p>	<p>2. Altos costos de las conexiones.</p> <p>3. Cambios constantes de la tecnología.</p> <p>4. La inseguridad en las plataformas Tecnológicas.</p> <p>5. No contar unas políticas de comunicación.</p> <p>6. Impacto negativo en las comunicaciones que afecte la reputación e imagen de la institucionalidad.</p> <p>7. Desinformación a través de los medios de comunicación sobre la gestión.</p>
---	--

## 12. DOFA. FORMULACION ESTRATEGICA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p>1. Suficiente personal altamente calificado y con experiencia.</p> <p>2. Estabilidad económica por Saneamiento Fiscal.</p> <p>3. Existencia de gran cantidad de área</p>	<p>1. Falta de pertenencia de algunos funcionarios vinculados por prestación de servicios.</p> <p>2. Falta de trabajo en equipo, cada secretaria un mundo independiente.</p>

	<p>potencialmente utilizable para el desarrollo urbanístico e industrial de la ciudad.</p> <p>4. Buena Cultura de diálogo entre los funcionarios de la administración municipal.</p> <p>5. Municipio de Ibagué ubicado en primera categoría.</p> <p>6. Buenas relaciones de las Entidades Financieras con el Municipio de Ibagué.</p>	<p>3. Falta de política Institucional para el bienestar y ocupación de los funcionarios y sus familias.</p> <p>4. Asignación salarial que no está acorde con el perfil profesional del funcionario.</p> <p>5. Pocas oportunidades de los funcionarios preparados académicamente para ascender y desarrollarse profesionalmente.</p> <p>6. Inadecuada distribución física de las oficinas.</p> <p>7. Deficiente servicio de vigilancia y control para los visitantes.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA F. O.</b>	<b>ESTRATEGIA D. O.</b>
1. Disponibilidad de centros educativos técnicos y superiores para la capacitación de	F1.O1. Celebrar convenios con Centro Educativo para capacitar personal.	D1.O1. Realizar evaluaciones del desempeño del personal.

<p>sus funcionarios.</p> <p>2. Ciudad multipropósito que permite la capacitación generación y de nuevos recursos.</p> <p>3. Ubicación geográfica estratégica.</p> <p>4. Creciente interés de la ciudadanía para participar en decisiones del Municipio.</p> <p>5. Inclusión dentro del programa de transparencia con el Gobierno Nacional.</p> <p>6. Simpatía de la comunidad frente al Gobierno local actual.</p>	<p>F2.O2. Gestionar Financiación.</p> <p>F3.O3. Reactivación del desarrollo económico y social.</p> <p>F4.O4. Fomentar canales de comunicación entre la comunidad, las veedurías ciudadanas y la Administración Municipal.</p> <p>F5.O5. Vinculación de inversionistas a la ciudad.</p>	<p>D2.O2. Trabajo en equipo para realizar proyectos de inversión para la consecución de recursos</p> <p>D3.O3. Institucionalizar políticas para rescatar la integración y convivencia familiar de los servidores públicos.</p> <p>D4.O4. Incrementar la participación de los servidores públicos y la comunidad en la toma de decisiones del Municipio.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA F. A.</b>	<b>ESTRATEGIA D. A.</b>
1. Las políticas	F1.A1. Construir sentido	D1.A1. Incentivar y

gubernamentales.	de pertenencia en los servidores públicos.	motivar al servidor público mediante la participación en la toma de decisiones.
2. Altos costos de las conexiones.	F2.A2. Aprovechar la asignación de recursos para subsidiar la capacitación de los servidores públicos	
3. Cambios constantes de la tecnología.		D3.A3. Crear sistemas de información confiable, veraz y hacer uso racional de los elementos de trabajo.
4. La inseguridad en las plataformas Tecnológicas.		D4.A4. Optimizar los canales de comunicación para ser más competitivos.
5. No contar unas políticas de comunicación.		D5.A5. facilitar los espacios de formación académica de los servidores públicos mediante la realización de convenios con entidades educativas.
6. Impacto negativo en	F6.A6. Implementar la	D6.A6. Motivar y

<p>las comunicaciones que afecte la reputación e imagen de la institucionalidad.</p> <p>7. Desinformación a través de los medios de comunicación sobre la gestión.</p>	<p>cultura organizacional en todos los niveles.</p>	<p>comprender a los servidores públicos para mejorar el servicio a la comunidad</p>
--	---	---

### **13. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar estrategias de comunicación interna, que contribuya a la socialización de la Cultura de Servicio de la Alcaldía de Ibagué.

### **14. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Elaborar actividades de capacitación con convenio con instituciones educativas relacionadas que establezca la cultura de servicio en la Alcaldía de Ibagué.
2. Organizar, Coordinar y Generar concurso por secretarias al mejor Servicio.
3. Certificar, Premiar y Apropiar la cultura de Servicio en la Alcaldía de Ibagué.

## 15. PLANTAMIENTO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA CLIENTE INTERNO

Para desempeñar el rol institucional, el Municipio de Ibagué cuenta con una estructura organizacional constituida por 13 secretarías y una planta de personal global de 331 servidores públicos, distribuidos de la siguiente manera: 162 servidores de carrera administrativa, 79 de libre nombramiento y remoción, 81 servidores en provisionalidad y 9 trabajadores oficiales. Adicional se cuenta con 900 funcionarios contratados por prestación de servicio.

Nace la necesidad de implementar una estrategia de comunicación para cliente interno se fundamenta en el servicio teniendo como proyecto: **un plan estratégico de comunicación interna que contribuya a la socialización de la cultura de servicio de la alcaldía de Ibagué.** Este plan estratégico de comunicación apunta a mejorar el nivel de desempeño grupal e individual de todos los integrantes del equipo de trabajo, se implementara capacitando a los servidores públicos en temas de servicio por áreas tomando las 13 secretarías que conforman la Alcaldía para llegar a todos los clientes internos. Mediante convenios con las instituciones educativas se implementara la capacitación con el propósito de iniciar una reestructuración cognoscitiva que contribuya al buen manejo y dirección de los aspectos públicos, a través del fortalecimiento de habilidades administrativas, técnicas y de gerencia, la implementación de métodos de evaluación y control de todos los procesos, a fin de que las acciones en el manejo del talento humano, recursos físicos, sistemas de información y procesos administrativos en general, conduzcan a optimizar la relación de los recursos públicos en beneficio de una eficiente prestación del servicio a la comunidad.

Teniendo en cuenta los siguientes aspectos después de socializar y desarrollar la capacitación se implementara un concurso por secretarías en donde los ciudadanos votaran a la salida de la Alcaldía de Ibagué durante 30 días la



prestación del servicio, seleccionando la secretaria que considere el votante como la mejor en “servicio”; para la votación se tendrá en cuenta valores fundamentales, a través de la socialización y desarrollo de los temas sujetos a las capacitaciones.

Temática propuesta:

- Servicio al cliente, etiqueta y protocolo
- Cultura y servicio
- Desarrollo empresarial e innovación
- Conciencia regional
- Identidad

En la alcaldía de Ibagué es prioritaria la participación y la comunicación, se cuenta con herramientas de expresión donde se pueden tratar temas personales, opiniones o ser utilizados para que los funcionarios públicos se expresen. Estos canales serán utilizados para difundir las características del concurso por secretarías ya que tienen más facilidad para expresarse y la influencia de estos medios sociales aumenta, estos canales facilitan la divulgación de la misión, visión, plan de desarrollo y plan estratégico territorial y a su vez el lema del gobierno, obteniendo fuerza propia para la organización logrando que la comunidad y los miembros de la organización asuman estos medios de comunicación como propios.

<b>PLAN DE MEDIOS</b>	<b>ALCALDIA DE IBAGUE</b>
Página web	Es clara, concisa y precisa, suministra información y servicios.
Redes sociales	Brinda informes diarios de la gestión y sirve como medio de expresión de los usuarios internos y externos, por medio de blogs, Facebook, twitter, intranet.
Notas de radio	Se usan para divulgar proyectos que se están desarrollando en el ente territorial como campañas

	sociales y ambientales, capacitaciones, eventos, etc.
Notas de televisión	La alcaldía cuenta con un espacio de 20 min diarios en el canal regional donde se informa la gestión por un noti-boletín informativo.
Afiches	Se usan y cambian según el proceso que se esté difundiendo.
Video institucional	Cuenta con su video institucional el cual se pasa todos los días por dos televisores que están en los pasillos de la institución.
Boletín de prensa interno	Todos los días se realiza y los difunden por correos electrónicos.
Envío de correos electrónicos	Los correos se envían desde sitios institucionales con todos los logos.
Notas en cartelera	Se utilizan en toda la Alcaldía.
Campañas sociales.	Se hacen campañas todo el año y varían según las fechas y las celebraciones que competen a cada mes.
Fondos de pantalla	En el fondo de pantalla esta todos los logos e imágenes corporativas de la organización.
Memorandos, circulares y oficios.	Todo documento que emite el ente territorial contiene todas las indicaciones de identidad visual en cuanto al manejo de la información, expresión, redacción diseño y colores institucionales.

## 16. FORMATO PLANEACION ESTRATEGICA

ACTIVIDAD	RECURSO			TIEMPO			RESPONSABLE		EVIDENCIA	INDICADOR	COSTOS
	TECNICO	FISICO	HUMANOS	INICIO	TERMINA	ENTREGA	DIRECTOS	INDIRECTOS			
1. Capacitación con convenio de instituciones educativas en servicio.	Computador	Salón de clases adecuado para capacitaciones.	Personal de talento humano. Conferencistas convenio Institución Educativa.	10/08/2015	26/08/2015	26/08/2015	Personal de talento humano.	Conferencistas convenio Institución Educativa.	Certificados de capacitación en servicio. Asistencia.	Costos de capacitación: costos total recursos utilizados / total personas capacitadas. \$3.900.000/ 1.3000 = 3.000	Refrigerios: 1.300 clientes internos x \$3.000 pesos. Total: \$3.900.000
2. Concurso por secretarias al mejor servicio.	Máquina para votar	Salida Alcaldía de Ibagué.	Personal del área de Sistemas. Personal de atención al cliente. Servicio de vigilancia.	27/08/2015	07/10/2015	08/10/2015	Personal del área de Sistemas. Personal de atención al cliente.	Servicio de vigilancia.	Sistematización de votos.	Costos de sistematización: costos total recursos utilizados / total personas que votaron. \$4.000.000/ 50.000 = 30	Máquina para votar: \$4.000.000
3. Premio: Bonos Sodexo.y almuerzo de la secretaria ganadora con el Alcalde Municipal de Ibagué.		Almuerzo Bonos de Sodexo.	Personal de talento humano. Alcalde. Secretaria ganadora.	08/10/2015	09/10/2015	09/10/2015	Personal de talento humano.	Alcalde. Secretaria ganadora.	Almuerzo y bonos sodexo.	Costos de premio: costos total recursos utilizados / total personas premiadas. \$5.000.000/ 100 = 50.000	Almuerzo y bonos Sodexo: \$5.000.000

## 17. CONCLUSIONES

La Alcaldía de Ibagué requiere implantar Plan Estratégico de Comunicación Interna, con el fin de institucionalizar y brindar a la comunidad un mejor Servicio.

El desarrollo del Plan Estratégico de Comunicación Interna requiere del compromiso total de la alta dirección.

Se contempla valores fundamentales, a través de la socialización y desarrollo del Plan Estratégico de Comunicación Interna, ya que en estos elementos está la esencia del servicio, rescatando que para la alcaldía la comunidad es lo más importante.

Los problemas de la comunidad son variables hay que sensibilizarse al cambio y a la transformación.

La comunidad es diferente, hay que dirigirse a los líderes que velan por los problemas de la comunidad en busca de un beneficio mutuo.

Los recursos públicos se invierten en obras públicas para el mejoramiento del conglomerado social con estándares de calidad.

La gestión pública se muestra diariamente mediante canales de comunicación y expresión.

La buena gestión repercute positivamente en la sociedad influyendo de manera positiva ante la percepción del ciudadano, en el sector público las buenas críticas favorecen la aceptación de la gestión.

La participación y el servicio son la base de la gestión pública.

Los recursos se invierten de manera idónea para el progreso de la ciudad.

Las decisiones son tomadas por el Alcalde en consenso con la comunidad.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

**ALCALDIA DE IBAGUE.** Plan de Desarrollo por Comunas 2012. Recuperado de:  
<http://www.alcaldiadeibague.gov.co/portal/index.php/126-presupuesto-participativo/549-presupuesto-participativo>.

**IBAGUE COMO VAMOS.** Ibagué Como Vamos, Informe de calidad de vida por comunas de Ibagué 2009 – 2010. Recuperado de:  
<http://www.ibaguecomovamos.org/documentos/biblioteca/Informe%20de%20calidad%20de%20vida%20por%20comunas%20Ibagué%202009.pdf>

**DANE.** Proyecciones de población municipales 2005 – 20020. Recuperado de:  
[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/MProyeccionesMunicipalesedadsexo.pdf)