

De la calle a lo digital: las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín y su aporte a
la cultura vial en la ciudad

Autores

Cindy Johana Rivera López

Juan Andrés Sierra Rosas

Pablo Andrés Rendón Vásquez

Universidad Católica Luis Amigó
Especialización Mercadeo Estratégico
Medellín

2017

Contenido

Lista de gráficos	4
Introducción	6
1. Descripción del problema.....	7
2. Delimitación	9
2.1 Espacial	9
2.2 Temporal	9
3. Justificación.....	10
3.1 Social.....	10
3.2 Empresarial.....	10
3.3 Personal	11
4. Objetivos	12
4.1 Objetivo General	12
4.2 Objetivos específicos.....	12
5. Alcance de la investigación.....	13
6. Marco Teórico	14
6.1 Movilidad	17
6.2 Información	18
6.3 Redes sociales	20
6.4 Contenidos.....	22
6.5 Interacción.....	23
6.5.1 La interacción en las redes sociales.....	23
6.5.2 La interacción en la movilidad.....	24

6.6 Sociedad	24
6.7 Discurso.....	25
6.8 Internet	26
6.9 Glosario de términos	27
7. Metodología general del trabajo.....	29
7.1 Enfoque de la investigación.....	29
7.2 Método de investigación.....	29
7.3 Fuentes y técnicas de recolección de información.....	29
8. Recursos de la investigación	30
8.1 Cronograma de actividades	31
8.2 Población y muestra	32
8.3 Encuesta sobre redes sociales y movilidad	32
8.1.1 Análisis y tabulación de la encuesta.....	37
9. Conclusiones	63
10. Recomendaciones y estrategias	64
Referencias bibliográficas	67

Lista de gráficos

Gráfico 1. Encuesta: Sexo.....	37
Gráfico 2. Encuesta: edad.....	37
Gráfico 3. Encuesta: Estrato.....	38
Gráfico 4. Encuesta: ¿Conduce algún tipo de vehículo?.....	39
Gráfico 5. Encuesta: ¿Qué vehículo conduce?.....	39
Gráfico 6. Encuesta: ¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	40
Gráfico 7. Encuesta: ¿Conoce alguna de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad?	40
Gráfico 8. Encuesta: ¿Cuáles redes sociales de sttmed conoce?.....	41
Gráfico 9. Encuesta: de las siguientes redes sociales de Sttmed, ¿cuáles sigue o ve alguno de sus contenidos?.....	41
Gráfico 10. Encuesta: Califique la gestión de las redes sociales de sttmed.	42
Gráfico 11. Encuesta: Califique la calidad del contenido entregado por sttmed en los siguientes formatos.....	43
Gráfico 12. Encuesta: calidad de imágenes.....	44
Gráfico 13. Encuesta: Calidad gif.	45
Gráfico 14. Encuesta: Calidad videos.	46
Gráfico 15. Encuesta: Contenido novedades en las vías.....	47
Gráfico 16. Encuesta: Contenido información de trámites.	48
Gráfico 17. Encuesta: contenido normatividad del Código Nacional de Tránsito.....	49
Gráfico 18. Encuesta: Contenido consejos para moverse mejor en la ciudad.....	50
Gráfico 19. Encuesta: Contenido tipos para una movilidad segura.	51
Gráfico 20. Encuesta: Contenido información de gestión de la Secretaría.....	52
Gráfico 21. Encuesta: ¿Qué tipo de servicio quisiera que ofreciera Sttmed a través de sus redes sociales?	53
Gráfico 22. Encuesta: ¿Le gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales de sttmed, que no estén relacionados con la movilidad?	54
Gráfico 23. Encuesta: ¿Por qué le gustaría encontrar otro tipo de contenido?	55

Gráfico 24. Encuesta: ¿Qué aplicaciones o redes sociales usa para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad?.....56

Gráfico 25. Encuesta: ¿Cómo me parece el tiempo que tardan en responder?57

Gráfico 26. Encuesta: ¿Cómo me parece el tono usado en redes sociales?58

Gráfico 27. Encuesta: Justifique la respuesta al tono usado en redes sociales.....59

Gráfico 28. Encuesta: ¿Considera que la Secretaría de Movilidad de Medellín debería tener presencia en otras redes sociales?60

Gráfico 29. Encuesta: ¿En cuál red social debería tener presencia la Secretaría de Movilidad? ...61

Gráfico 30. Encuesta: ¿En qué aspectos cree que pueden mejorar las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín?62

Introducción

Para el Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín (SIMM) es importante conocer la percepción de los ciudadanos para participar activamente en los procesos de construcción de ciudad y su necesidad de estar informados permanentemente en cuanto a aspectos relevantes para su vida diaria se refiere.

Debido a esto, este tema es elegido por el interés de conocer cuál es la influencia de las redes sociales en la cultura ciudadana y en la movilidad de Medellín, con el fin de proponer mejoras a la estrategia que ejecuta la dependencia responsable de este tipo de temas, es decir la Secretaría de Movilidad de la ciudad.

Para esto se medirá el impacto de las redes sociales del SIMM, con el fin de formular estrategias que sirvan para potencializar y mejorar su alcance.

Título de la Investigación

De la calle a lo digital: las redes sociales de la Secretaría de Movilidad y su aporte a la cultura de la movilidad en la ciudad de Medellín

1. Descripción del problema

Las redes sociales son herramientas que a lo largo de su existencia se han vuelto vitales en diferentes aspectos para los ciudadanos como, investigar, resolver dudas, conocer marcas, lugares, personas, interactuar con otros individuos y empresas, desarrollar conocimiento, generar polémica e informarse sobre lo que pasa en tiempo real. Todo esto funciona de manera bidireccional, es decir, de la misma manera que las personas pueden conocer toda esta información, las empresas también pueden entrar a investigar públicos, competidores, tendencias, e identificar las necesidades de sus seguidores. Es por esto que el SIMM ha decidido utilizar esta herramienta para informar y responder inquietudes de manera eficaz, y dar a conocer oportunamente datos relevantes sobre la movilidad; sin embargo, el mundo de las redes sociales es muy amplio y aún hay mucho por conocer, motivo por el cual, toda estrategia que se diseñe para utilizar en este medio de comunicación, siempre será susceptible de ser mejorada.

La percepción de los públicos es fundamental cuando de redes sociales se trata, es por esto que para el SIMM se vuelve necesario conocer cuál es el interés de participación de los ciudadanos con respecto a sus estrategias y formas de operar.

Por este motivo se busca conocer, evaluar y analizar la opinión de los usuarios de las redes sociales del SIMM, con intereses en temas de movilidad; para identificar aspectos que permitan proponer mejoras de orden técnico, manejo de contenido y formatos a utilizar en este medio de comunicación.

En la actualidad, el SIMM tiene presencia en cuatro redes sociales: Twitter, Facebook, YouTube y Flickr:

La primera de ellas, @sttmed, tiene más de 458.000 seguidores y más de 490.000 tweets y es una de las cuentas con más reconocimiento entre las cuentas institucionales de la ciudad.

Facebook, cuenta actualmente con un poco más de 70.000 seguidores, quienes reciben información principalmente pedagógica para promover la seguridad vial.

El canal de YouTube tiene a la fecha más de 2.575.687 reproducciones en 3.400 videos, en los que se aclaran dudas sobre trámites, normatividad y se anuncian las intervenciones implementadas para mejorar la movilidad.

La cuenta en Flickr tiene más de 24.000 fotos que dan cuenta de los diferentes operativos que realizan los agentes de tránsito gracias a las denuncias de los ciudadanos.

2. Delimitación

2.1 Espacial

La Secretaría de Movilidad de Medellín tiene su sede principal en el barrio Caribe, al norte de la capital del departamento de Antioquia. Está ubicada en una vía de principal y se encuentra cercana a la Terminal de Transportes del norte, empresas de servicio de mensajería, empresas de alimentos y la Fiscalía General de la Nación.

Desde allí es operado el Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín, SIMM.

2.2 Temporal

Desde el año 2011 existen las redes sociales de la Secretaría de Movilidad, uno de los componentes del Sistema Inteligente de Movilidad. Con este servicio se busca que los ciudadanos tomen decisiones inteligentes con reportes en tiempo real sobre el estado de las vías.

La Secretaría de Movilidad cuenta con una estrategia de redes sociales reconocida en sus diferentes cuentas de Twitter, Facebook, YouTube y Flickr.

Su cuenta en Twitter @sttmed cuenta actualmente con más de 458.000 seguidores, esta cuenta fue reconocida como Mejor Cuenta de Atención al Ciudadano, por el 3° Congreso Iberoamericano de Social Media de 2014.

En Facebook, informa a los ciudadanos de una manera oportuna y directa en temas como trámites, normatividad y campañas de Educación Vial. Actualmente cuenta con un poco más de 70.000 seguidores.

Su canal de YouTube funciona como repositorio de videos, allí los ciudadanos pueden aclarar dudas sobre trámites y normatividad.

Y en Flickr se pueden conocer los operativos realizados por los Agentes de Tránsito, las participaciones de la Secretaría en eventos y los mapas de los cierres viales de la ciudad.

3. Justificación

3.1 Social

Para el SIMM es importante conocer la percepción de los ciudadanos para participar activamente en los procesos de construcción de ciudad y su necesidad de estar informados permanentemente en cuanto a aspectos relevantes para su vida diaria se refiere.

Debido a esto, este tema es elegido por el interés de conocer cuál es la influencia de las redes sociales en la cultura ciudadana y en la movilidad de Medellín, con el fin de proponer mejoras a la estrategia que ejecuta la dependencia responsable de este tipo de temas, es decir la Secretaría de Movilidad de la ciudad.

Para esto se medirá el impacto de las redes sociales del Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín, SIMM, con el fin de formular estrategias que sirvan para repotencializarlo.

3.2 Empresarial

El Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín (SIMM) surge como una respuesta a la necesidad de optimizar la red vial de la ciudad. En los últimos años esta ha desbordado su capacidad ante la creciente oferta del parque automotor.

Este sistema está adscrito a la Secretaría de Movilidad de Medellín, y sus funciones son: “definir las políticas de Movilidad, planeación, diseño, coordinación, ejecución y evaluación de estrategias de carácter informativo, corporativo, institucional y de movilización de la Administración Municipal”. (Secretaria de Movilidad, 2017, párr. 1).

Las redes sociales, hacen parte de los componentes del *Sistema Inteligente de Movilidad*, y estas son determinantes para que los ciudadanos tomen decisiones inteligentes, basados en reportes en tiempo real sobre el estado de las vías y las novedades que ocurren en la ciudad.

3.3 Personal

El equipo investigador de este trabajo está compuesto por un publicista y dos comunicadores, quienes a lo largo de su trayectoria profesional han tenido contacto con el sector público y específicamente con la administración municipal, motivo por el cual, el tema de la movilidad de Medellín se ha convertido en un tema de interés particular en el que de una u otra manera se han visto involucrados.

Adicionalmente, el gusto y el interés por las TIC's ha despertado la curiosidad y la necesidad de saber mucho más sobre cómo funciona el componente digital en la administración pública y más exactamente en la Secretaría de Movilidad de Medellín, entidad que en años recientes ha sido reconocida a nivel local, nacional e incluso internacional por su gestión en el medio digital de las redes sociales.

De esta manera la unión de temáticas como la movilidad de la ciudad de Medellín y la gestión digital se suman, para proponer y realizar la presente investigación, no solo como un requisito de grado, sino también como interés en común que redundará en la generación de conocimientos para los investigadores y en una serie de propuestas y recomendaciones para la Secretaría de Movilidad de Medellín.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Generar un plan para repotencializar las redes sociales del SIMM en el 2018, con el fin de impactar la cultura vial en la ciudad.

4.2 Objetivos específicos

- Conocer la percepción ciudadana sobre las redes sociales del SIMM.
- Identificar los públicos de las redes sociales del SIMM.
- Reconocer las necesidades de información sobre movilidad de los ciudadanos de Medellín.
- Definir las plataformas apropiadas para la estrategia de redes sociales del SIMM.
- Plantear las estrategias apropiadas para la repotencialización de las redes sociales del SIMM.

5. Alcance de la investigación

El alcance del estudio es exploratorio y descriptivo, el objetivo se centra en conocer una situación en particular para hacer propuestas de mejoramiento sin la necesidad de formular hipótesis y describir sus dimensiones (variables) con precisión.

En caso tal de que la Secretaría de Movilidad de Medellín adopte las estrategias de mejoramiento, resultado de esta investigación, este proyecto tendrá como beneficio la repotencialización de su componente digital y afectará de manera positiva la movilidad de la ciudad.

6. Marco Teórico

Movilidad e interacciones sociales son dos temas que a simple a vista no tienen mucho en común, sin embargo, gracias a la aparición de las nuevas tecnologías en información y comunicación (TIC) se han desarrollado herramientas que permiten al hombre conocer de primera mano y en tiempo real, información de utilidad para realizar recorridos y desplazamientos en ciudades que cada vez son más complejas en cuanto al transporte urbano se refiere.

Por definición, según la Ley N. 1341 (2009), en su artículo 6, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), “son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e imágenes”. (p. 6).

Para efectos de la presente investigación, las TIC son reconocidas, entre muchas otras funciones, como medios útiles para facilitar los procesos informativos de la normatividad y regulación existente en materia de tránsito y transporte y la aplicación de campañas educativas que sensibilicen a los ciudadanos sobre su comportamiento en las vías.

A todo lo anterior se suma el hecho de que ahora los gobiernos tienen un canal de comunicación directo con sus electores y detractores, quienes cada vez son más activos en el mundo digital llevando su activismo al plano presencial para así generar mayor presión en la gestión de los gobernantes.

En Colombia, estos procesos de comunicación y participación son apoyados por la estrategia denominada Gobierno en Línea, la cual, según el Decreto 1078 (2015), “tiene como propósito lograr que los ciudadanos cuenten con servicios en línea de alta calidad, impulsar el empoderamiento y la colaboración de los ciudadanos con el Gobierno, encontrar diferentes formas para que la gestión en las entidades públicas sea óptima gracias al uso estratégico de la tecnología, y garantizar la seguridad y la privacidad de la información”.

Actualmente las redes de interacción social o mejor conocidas como redes sociales se encuentran en un periodo de madurez, son herramientas que se han transformado logrando ser útiles en muchos aspectos, ayudándole a las empresas a crecer y a ser reconocidas, a vender y a comprar

mercancía, a interactuar con los consumidores, analizar mercados, difundir información, contar historias, alertar sobre fenómenos naturales y estado del clima, entre otros.

Aunque las redes parecieran haber surgido hace muy poco, realmente algunas como Facebook y Twitter ya tienen más de diez años, la primera nace en 2004 y se convierte en líder 4 años más adelante dejando atrás a su principal competencia MySpace; y la segunda, la red de microblogging más reconocida, nació en 2006, brindándole a los usuarios 140 caracteres para difundir opiniones de manera pública y se convierte en una de las redes preferidas por los consumidores; en 2017, tras varios estudios que realiza Twitter, se amplía la extensión de los mensajes a 280 caracteres y según explica Aliza Rosen directora de producto de Twitter la razón es que lenguas como el coreano, el chino y el japonés pueden contener el doble del significado en 140 caracteres que otros idiomas como el español, francés y portugués.

Por otro lado, la movilidad es un fenómeno complejo que se compone por diferentes factores, entre los vehículos se encuentran automóviles, motocicletas, vehículos de transporte público como taxis, buses, microbuses, carros de servicio especial, entre otros. Otros factores determinantes son los peatones y los ciclistas, para los cuales también se genera una gran red de infraestructura que cumple con condiciones especiales.

También es importante conocer la historia de la entidad motivo de estudio en esta investigación:

En la década de los años 70, la Alcaldía de Medellín detecta la necesidad de crear una entidad encargada de resolver los problemas de movilidad de la ciudad, en el año 1971 se presenta un proyecto de ordenanza para que el dinero recaudado por concepto de multas de tránsito, que para el momento era atesorado por el Departamento de Antioquia, fuera cedido al municipio de Medellín, para que este asumiera la dirección de tránsito de la ciudad; ese mismo año, mediante acuerdo, se crea como dependencia directa de la Alcaldía la Secretaría de Movilidad de Medellín. En 1972 se empieza a estructurar con la creación de las diferentes unidades: Junta de Transportes y Tránsito, Despacho del Secretario, sección de Servicios Generales, Departamento de Inspecciones, Departamento de Matrículas, Traspasos y Licencias, y Departamento Técnico; e inicia labores el 24 de enero de este mismo año y en 1988 se generan reestructuraciones a nivel interno, ahora los agentes se agrupan en la División de Control de la que hace parte la Sección de Regulación, Servicios Especiales, y de Radicación y Guardia. En 1997 se crea la Unidad de Soporte de Informática mediante el decreto 1530 del 4 de diciembre, por medio de esta dependencia se

pretende garantizar el desarrollo informático de la secretaría, de acuerdo con el plan de informática del Municipio y es hasta 1999 cuando la Secretaría de Movilidad Medellín se reestructuró mediante el Acuerdo 0097 del 16 de febrero de 1999, a partir de entonces las divisiones pasan a ser subsecretarías.

Para efectos de este trabajo académico, es importante entender el objetivo de la Secretaría de Movilidad de Medellín: según el Plan de Desarrollo de Medellín (2016 – 2019) que contiene 7 dimensiones estratégicas, 25 retos, 98 programas y 402 proyectos, en la dimensión número 5, aparece la Movilidad sostenible, la cual se concentra en proporcionar a los ciudadanos, una movilidad accesible, segura y confortable, que aporte al mejoramiento de la calidad de vida, de una manera coherente con los principios de sostenibilidad ambiental y salud pública; además dentro de la misma se encuentran 5 retos: Medellín se integra con la región, el Área Metropolitana y la Nación; Medellín por una mejor movilidad y Medellín gestiona sus sistemas de movilidad.

Gracias a lo anterior se reconoce la importancia de todo el ecosistema, haciendo un zoom en lo más relevante para este caso; por medio del SIMM (Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín) se ejecuta un ítem determinante como son las redes sociales, cuyo objetivo es brindar información al instante en temas de movilidad, educación vial, interacción con los usuarios, entre otros; siendo este el puente directo y accesible entre la ciudadanía y la Administración en este aspecto, es aquí donde se identifica el valor de la comunicación bidireccional que tiene este sistema y por esta razón se pone en marcha este proyecto que pretende “conocer la percepción de los ciudadanos para participar activamente en los procesos de construcción de ciudad y su necesidad de estar informados permanentemente en cuanto a aspectos relevantes para su vida diaria se refiere” y generar propuestas de mejoramiento para el crecimiento y mejor posicionamiento de este componente digital del SIMM.

Esta investigación tiene un sustento teórico en autores como Estevan, Sanz (1996), Nieto, Iglesias (2000), Castells (2001), Lozares (1996), Cuadra (2003), Van Dijk (2000), con el fin de respaldar no solo el análisis de los hallazgos, sino también las propuestas y recomendaciones que tiene lugar el presente trabajo académico.

Para contextualizar el proceso se tomaron diferentes conceptos clave, en los cuales gira el discurso de movilidad, redes sociales y ciudadanía y se abordaron desde una perspectiva general que permita dar entendimiento a la temática que aquí se analiza y que pretende formular un plan

de mejoramiento que redunde en el beneficio de los habitantes de la ciudad de Medellín y demás que por allí transitan.

6.1 Movilidad

Cuando varias personas de una urbe se trasladan desde un punto A a un B en un espacio físico y en un determinado tiempo, sin importar el medio de transporte utilizado para ello nace el concepto de movilidad. Estos desplazamientos se realizan con un sinnúmero de objetivos como llegar a un lugar de estudio, de trabajo, para realizar una diligencia, acudir a una reunión, realizar compras o cualquier otra necesidad inherente al ser humano.

Pero para profundizar en este concepto es necesario acercarse a la idea de accesibilidad a los diferentes medios y usos que se dan en una ciudad al método elegido por el ciudadano para cumplir con este objetivo, es decir, el hecho de usar el transporte público, que para el caso de Medellín está compuesto por buses, colectivos, metro, metrocable, tranvía, buses articulados, sistema público de bicicletas, y taxis, adicionalmente existen otros medios como el vehículo particular, las motocicletas, bicicletas e incluso la movilidad humana.

Es decir, según Estevan y Sanz (1996) en *Hacia la reconversión ecológica del transporte*,

La movilidad es un parámetro o variable cuantitativa que mide simplemente la cantidad de desplazamientos que las personas o las mercancías efectúan en un determinado sistema o ámbito socioeconómico. Se puede expresar en términos individuales (por ejemplo, número de viajes o kilómetros recorridos por persona), o en términos agregados (por ejemplo, total de viajes - kilómetros desplazados o de toneladas - kilómetro transportada). (Estevan y Sanz, 1996).

Con el crecimiento de la ciudad, la movilidad urbana ha venido experimentando cambios que cada vez hacen que desplazarse por las calles de Medellín sea más complejo y en este sentido, los ciudadanos han empezado a demandar no solo mayor calidad en el transporte, sino también mayor información que permita tomar decisiones estratégicas al momento de querer moverse por la capital de Antioquia.

Para entender el concepto de calidad en la movilidad, los usuarios del transporte público del Valle de Aburrá respondieron la Encuesta de Calidad y Satisfacción al Usuario de Transporte Público, elaborada por el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, una entidad administrativa

pública en la que están asociados los 10 municipios del Valle de Aburrá y que tiene a Medellín como principal eje.

En dicha encuesta, que se puede consultar en <http://www.metropol.gov.co/encuestasatisfaccionmovilidad/index.html#/> los usuarios manifestaron que la calidad de transporte público está regida por tres atributos: disponibilidad, tiempo y tarifa.

Disponibilidad: tener fácil acceso a diferentes medios de transporte.

Tiempo: cantidad de minutos invertidos en viaje y espera.

Tarifa: valor pagado por desplazamiento.

Si bien el concepto de movilidad contempla a todos los actores de las vías, la mayoría de ciudadanos de Medellín se desplazan en un 71%, en algún vehículo de servicio público, en bicicleta o a pie, según la encuesta *Medellín cómo vamos del 2016*. (Alcaldía de Medellín, 2017).

Los atributos anteriormente mencionados también aplican para los usuarios de los vehículos particulares, ya que son variables que los afectan directamente según la interpretación que se haga de dichos conceptos y hacen referencia a la idea de transporte como medio, cobijando el concepto general de movilidad.

6.2 Información

Uno de los principales servicios de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín es proveer información de calidad y lo suficientemente útil a los ciudadanos que las consultan con el objetivo de tomar las mejores decisiones al momento de desplazarse por la ciudad, con el fin de invertir la menor cantidad de tiempo en llegar de un punto A o a un punto B; así como conocer la normatividad en cuanto a reglamentación de transporte se refiere, y tener la posibilidad de comunicarse con este ente administrativo para realizar denuncias, consultar procedimientos de trámites y servicios o ejercer el derecho de auditor del gobierno local al que todo ciudadano tiene la posibilidad de acceder.

Las redes sociales son un medio de comunicación bidireccional, motivo por el cual también sirven para que los ciudadanos suministren información a la Secretaría de Movilidad, como el reporte de accidentes de tránsito, lo cual resulta beneficioso para esta dependencia de la Alcaldía de Medellín, ya que en muchas ocasiones los reportes a través de otros medios pueden tardar en llegar.

Nieto e Iglesias (2000) en *La Empresa Informativa*, definen la información como:

El resultado del trabajo de la inteligencia humana que penetra en la realidad existente para darle adecuada forma de expresión y difundirla a número más o menos determinado de personas. El ser humano necesita adquirir conocimientos, incrementar los saberes, transmitir experiencias, y dedicar tiempo al ocio y al entretenimiento. La información es oferta que puede satisfacer alguna de esas necesidades humanas y, en tanto en cuanto tiene virtualidad para satisfacerlas, merece la consideración de *bien*. (Nieto e Iglesias, 2000).

Por eso, para circunscribir el concepto de información en el ámbito virtual de las redes sociales como un bien, en el libro *Comunicación Empresarial, Plan estratégico como herramienta gerencial*, del Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional (2011), se indica que los medios digitales:

Corresponden a los modos de informáticos en que distintas personas de una organización pueden dialogar. Estos medios ofrecen flujos muy eficientes de mensajes de doble vía basados en distintos lenguajes (textuales, hipertextuales y multimediales) que potencian y complementan la comunicación humana. Su principal objetivo es agilizar el proceso de comunicación asociado a toda actividad de la organización que lo requiera. Como todo medio de comunicación se trata de un sustituto de la comunicación directa cuando esta última no es posible, y por tratarse de medios digitales, su potencial interactivo es considerable, con lo cual compiten de manera muy eficiente frente a medios convencionales como los medios impresos y los audiovisuales. (Comunicación Corporativa Organizacional, 2011).

6.3 Redes sociales

Las redes sociales son el eje fundamental de esta investigación, es allí donde se concentra el intercambio de información y el interés de los usuarios beneficiados con este proyecto de comunicación digital que lleva a cabo la Secretaría de Movilidad de Medellín.

En la actualidad y gracias a la penetración mundial de la Internet, las redes sociales se han convertido en un punto de encuentro del ser humano, no solo entre familiares y amigos, sino también entre ciudadanos y Estado. Es por esta razón que a nivel local, el Gobierno ha elegido este medio como uno de los principales vehículos de comunicación para dar a conocer su gestión y facilitar procesos de interacción con la comunidad de Medellín.

Según lo define la Secretaría de Movilidad de Medellín (s.f.) en su sitio web,

Circular por las vías de Medellín ahora es más fácil gracias a la información que ofrece la Secretaría de Movilidad de Medellín a través de las redes sociales. El servicio que se presta durante las 24 horas del día, es uno de los componentes del Sistema Inteligente de Movilidad y busca que los ciudadanos tomen decisiones inteligentes con reportes en tiempo real sobre el estado de las vías. (Secretaría de Movilidad de Medellín, s.f., párr.1).

De esta manera se cumple con el enunciado anterior, en donde se plantea el interés de la administración por comunicarse de manera ágil y efectiva con los ciudadanos que así lo requieran, “la interactividad permite a los ciudadanos solicitar información, expresar su opinión y pedir una respuesta personalizada a sus representantes”. (Castells, 2001, p. 177).

Por eso, del concepto de redes sociales se expande el de comunidades virtuales, las cuales, según Castells (2001), se basan en dos características culturales compartidas:

El valor de la comunicación horizontal y libre: la actividad de las comunidades virtuales encarna la práctica de la libertad de expresión a nivel global, en una era dominada por grandes grupos mediáticos y censuradoras burocracias gubernamentales (...) Esta libertad de expresión de muchos a muchos es algo que los usuarios de la red han defendido desde las primeras etapas de la comunicación on line y se ha convertido en uno de los valores generales de Internet El segundo valor compartido surgido desde las comunidades virtuales es la conectividad autodirigida, o sea, la capacidad de cualquier persona para encontrar su propio destino en la red y, si no lo encuentra, para

crear y publicar su propia información, suscitando así la creación de una nueva red. (Castells, 2001, p. 177).

Estas son las cuatro redes sociales que utiliza la Secretaría de Movilidad de Medellín para comunicarse con sus públicos y así las utiliza, según se encuentra en su sitio web:

Twitter: La cuenta de Twitter @sttmed, de la Secretaría de Movilidad de Medellín, cuenta con más de 457.000 seguidores (actualmente ya supera los 500.00 seguidores) y registra 490.000 trinos con un promedio de 1.600 mensajes mensuales, que se convierten en soluciones de movilidad para los ciudadanos que se desplazan por la ciudad. Actualmente, nuestra cuenta en twitter cuenta con el reconocimiento como Mejor Cuenta de Atención al Ciudadano, otorgado en el 3° Congreso Iberoamericano de Social Media de 2014. Nuestra cuenta participó con otras estrategias de reconocidas marcas como L’Oreal de Argentina, Avianca de Colombia, Banesco Banco Universal de Venezuela y Movistar de México.

Facebook: En Facebook, la entidad mantiene un diálogo permanente con 69.000 ciudadanos y refuerza en su comunicación un fuerte componente pedagógico para promover la seguridad vial. A través de esta red social los ciudadanos reciben información oportuna y directa sobre trámites, normatividad, actividades y campañas realizadas por su equipo de Educación Vial.

YouTube: En su canal de YouTube los ciudadanos pueden consultar 3.566 videos, en los que se aclaran dudas sobre trámites, normatividad y se anuncian las intervenciones implementadas para mejorar la movilidad. 2.704.277 reproducciones muestran el posicionamiento de la cuenta.

Flickr: En Flickr, la Secretaría de Movilidad de Medellín le muestra a Colombia y al mundo el trabajo que realiza para mejorar la movilidad, con 24.463 fotos. Las galerías de imágenes cuentan con más de 3 millones 800 mil vistas.

6.4 Contenidos

Así como las redes sociales son el eje principal de esta investigación, los contenidos son el centro de las redes sociales ya que depende de estos el éxito y la calidad de la información suministrada por la Secretaría de Movilidad de Medellín en este medio de comunicación.

Los contenidos digitales que se comparten en las redes sociales son presentados en diferentes formatos, cada uno de ellos con fines específicos o con utilidades puntuales, según lo que se quiera comunicar.

Estos contenidos son: textos, imágenes (estáticas y animada: gif), videos, audios, enlaces hipertextuales y encuestas virtuales.

Texto: es el formato tradicional por excelencia y en la actualidad, con la ayuda de los buscadores, es el que permite posicionar en los primeros lugares de los rankings, los sitios web.

Imagen: ayudan a captar más fácilmente la atención de los usuarios y permiten explicar dinámicamente el mensaje que se desea comunicar.

Video: similares a las imágenes, pero con componentes adicionales como el audio, su contenido suele ser más completo.

Audio: sirven para transmitir información de manera ligera sin que el usuario tenga que dedicar total atención a la pantalla de los dispositivos móviles o computadores de escritorio.

Enlaces: llevan al usuario de un sitio web a otro para encontrar información o contenido adicional, es una de las razones de ser de Internet al permitir consumir contenido hipertextual, es decir, navegar a través de la red.

Encuesta: dinamiza el concepto de democracia, permitiendo al usuario elegir una opción y participar así de manera activa en una discusión a través del voto.

En *La teoría de redes sociales* de Lozares (1996),

El contenido es la materia, la sustancia relacional - afecto, información, dinero, etc.- que (fluye), a través de las unidades por medio de las relaciones que se dan entre ellas a partir del intercambio de dicho contenido. Constituye la materialidad sociológica de la relación. Evidentemente implica, y es lo que realmente interesa, un tipo de comportamiento o acción, e incluso percepción de tal relación, entre dos unidades". (p. 109).

Aunque en los nuevos libros y textos sobre comunicación digital y redes sociales se hace mención constante al término “contenido”, no se encuentran referencias teóricas específicas sobre este tema, sin embargo en la mayoría de blogs que se encuentran en Internet hay una concordancia en cuanto a este concepto se refiere y es que “el contenido es el rey”, ya que este es el principal activo de la red, pues lo que se busca es información, entretenimiento y expresarse, todo a través de contenido.

6.5 Interacción

Tratar temas como este es de vital importancia para esta investigación ya que se convierte en un eje transversal debido a su relación directa con los dos factores fundamentales, la movilidad y las redes sociales. El autor Cuadra (2003) en su libro *De la ciudad letrada a la ciudad virtual* utiliza un término que bien podemos adoptar en busca de la correcta definición “Los transcontextos” y con esto se refiere a la interacción entre lo real y lo virtual, de esta manera nos remite a una idea que tiene como fundamento el hecho de que no podemos hablar solamente de contextos “reales” en una era digital, sino que también es vital entender que existen contextos virtuales y cada uno de estos está construido por las interacciones entre los diversos mundos que habitamos. Ahora poniendo en contexto esta definición podemos hablar de interacción real cuando hablamos de movilidad y de interacción virtual cuando hablamos de redes sociales.

El contacto físico, el diálogo, el lenguaje de señas, las señales luminosas en las calles, los avisos informativos, los sonidos, los olores, los colores y cada una de las cosas que están presentes a nuestro alrededor son formas de interacción cuya única regla es que exista más de un elemento, que genere respuesta o retroalimentación.

6.5.1 La interacción en las redes sociales

Las redes sociales nacen a partir de una necesidad de interacción, este elemento es la base fundamental, es la manera “moderna” de relacionarse con el mundo, desde leer una noticia hasta tener una conversación con una persona al otro lado del mundo.

Como ya lo hemos mencionado anteriormente existen muchas maneras de interactuar y es por esta razón que existen diferentes tipos de redes sociales, algunas como Instagram están enfocadas en la fotografía y videos cortos, por medio de esta las personas logran transmitir vivencias, experiencias

mensajes basándose principalmente en estos recursos; por otro lado nos encontramos con una red social como Twitter una red más enfocada en la transmisión de mensajes escritos con una característica única que es la limitante de caracteres. YouTube por su parte es una red social dedicada al formato de video y por último encontramos a Facebook que reúne un poco de todas las anteriores, es una red multiformato, capaz de reproducir videos, gif, imágenes, texto y audio.

6.5.2 La interacción en la movilidad

El SIMM está compuesto por diferentes estructuras, todas estas con el objetivo de controlar todo lo relacionado con la movilidad de Medellín, a continuación, citamos la definición que nos brinda Secretaría de movilidad de Medellín (s.f.) por medio de su página web.

El Sistema Inteligente de Movilidad de Medellín (SIMM) surge como una respuesta a la necesidad de optimización de la red vial de la ciudad, que en los últimos años ha desbordado su capacidad ante la creciente demanda del parque automotor (actualmente cerca de un millón de vehículos circula por las vías de Medellín. (párr. 1).

Este sistema está compuesto por 6 componentes: Cámaras de Fotodetección, Circuito cerrado de tv, Paneles informativos, web 2.0, optimización de semáforos y software gestor, y es por medio de estos componentes que los ciudadanos y la secretaría de movilidad interactúan, llevando información en dos vías, información pertinente para el ciudadano y para la entidad.

6.6 Sociedad

Para hablar de este término inicialmente queremos citar a la Real Academia de la Lengua Española (s.f.) que nos brinda la siguiente definición: “Conjunto de personas, pueblos o naciones que conviven bajo normas comunes” (párr. 1). Ya con esto claro y ubicándonos en lo que nos compete es importante entender que todas las sociedades son diferentes, y eso se debe a temas culturales, geográficos, etc. Pero tenemos que destacar que de manera similar el mundo ha venido fortaleciéndose en un tema en específico que hemos llamado a lo largo de los años globalización, un mundo que cada día tiene menos fronteras, mejor comunicación, mejores medios de transporte y crece a nivel intelectual a una velocidad que casi no entendemos. Esto ha causado que nuestra

sociedad se haya convertido en “la sociedad de la información” como bien la llama el autor español Castells (2003) en su libro *La era de la información*, además es en este mismo libro nos da una definición que nos lleva a entender la importancia de la educación en la sociedad, una educación que en temas de movilidad en Medellín se ha venido trabajando a partir de una buena gestión de la Secretaría de Movilidad por medio de su sistema integrado el cual ya hemos mencionado anteriormente.

“Las sociedades de la información se caracterizan por basarse en el conocimiento y en los esfuerzos por convertir la información en conocimiento. Cuanto mayor es la información generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento”. (Ortiz, 1995, p. 114).

Es nuestro deber entender a la sociedad digital, una sociedad que ha pasado de interactuar en las calles a interactuar en las redes sociales, donde ha ganado confianza y ahora se expresa con mayor facilidad y de manera más efectiva, es a esa sociedad a la que le apuntamos con estrategias creadas a su medida. Educar, informar y aprender son las maneras más efectivas de generar cercanía y lograr interacción.

6.7 Discurso

Este es un término que puede ser muy amplio en su definición y por esto nos remitimos a un autor que ha estudiado el tema y que lo define a partir de diferentes variables, Van Dijk (2000) autor holandés, en su texto *El discurso como interacción social* divide este término en dos categorías, el análisis crítico del discurso y el análisis social del discurso, pero además asegura que el discurso es una acción netamente social.

“Se trata del hecho de que el discurso es, también, un fenómeno práctico, social y cultural” (Van Dijk, 2000).

Este hace parte del lenguaje, debe tener coherencia y sentido, para de esta manera lograr transmitir un mensaje de manera adecuada y con la intención apropiada. Para el caso que nos compete es importante que haya claridad en el discurso que se quiere transmitir, adaptarlo a los formatos de las diferentes redes sociales es una tarea difícil, pero depende de hacerlo correctamente que el receptor reciba la información pertinente y de una manera práctica.

Es muy importante conocer bien al receptor, entender claramente la sociedad a la que pertenece, hacer un análisis sociocultural que permita que se pueda generar un vínculo entre el

emisor, en este caso la Secretaría de Movilidad y el receptor, la ciudadanía, para que el discurso sea efectivo, así es como lo plantea Van Dijk (2000):

Analizar nociones que son necesarias para establecer vínculos teóricos entre el discurso y la sociedad. Por supuesto podemos simplemente seguir al sentido común y conjeturar que el discurso es una forma de acción e interacción y, por lo tanto, declarar que el discurso es social. (Van Dijk, 2000).

Es por esta razón que es de vital importancia revisar y analizar el discurso actual de la Secretaría de Movilidad de Medellín a través de sus redes sociales y generar estrategias para lograr un discurso efectivo y por ende una interacción óptima entre estado y ciudadanía.

6.8 Internet

Esta es la herramienta que ha generado el hecho de que hoy tengamos información a la mano y al instante, nos permite interactuar con el mundo, conocer culturas, estudiar sobre cualquier tema, ha facilitado las comunicaciones y engrandecido el conocimiento global. Esta herramienta nos ha permitido explorar diferentes formatos y proponer diferentes maneras de expresar una idea; el autor Cuadra (2003) en su libro *De la ciudad letrada a la ciudad virtual* expone su pensamiento acerca del internet y nos hace detener y pensar que lo que hoy conocemos apenas es un poco de tanto que esta herramienta nos va a brindar.

La expansión de Internet no alcanza todavía la importancia que, sin duda, tendrá. Sin embargo, hasta hoy, en *tanto modo de significación*, Internet se mantiene en los límites de la comunicación audiovisual; así por ejemplo formatos de video 3D o de sonido MP3 perfeccionan lo existente, aunque agregando dos elementos nuevos, *disponibilidad e interactividad*. Internet ha ampliado hasta el infinito el volumen de ofertas discursivas, convirtiéndose en los hechos en un medio de medios, poniendo a un costo mínimo diversos formatos al alcance del usuario; además permite que el usuario interactúe y personalice los mensajes. (Cuadra, 2003, p.100).

Lo citado anteriormente nos permite ratificar que con la exploración de diferentes formatos se puede seguir un buen camino para lograr el objetivo de la Secretaría de Movilidad de Medellín

utilizando al Internet como un gran aliado, este nos permite conocer información al instante y del mismo modo entregarla al usuario siendo esta transformada de tal manera que sea útil en su cotidianidad.

Por otro lado, es importante analizar el tema de la educación por este medio, siendo esta una excelente herramienta para tener en cuenta en este sentido, como bien lo mencionan Cartagena y León (s.f.):

Otra implicación que existe en la problemática del uso del internet, es rescatar las posibilidades que brinda para la Educación, en este sentido se habla de comunicación efectiva por los medios. Es aprovechar las características que ofrece el medio, para desarrollar las habilidades y tener acceso al conocimiento. (Cartagena y León, s.f.).

6.9 Glosario de términos

Comunicación: Es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Información: es un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Inmediatez: es algo que sucede enseguida, sin ningún tipo de tardanza.

Interacción: acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más personas, agentes, fuerzas, funciones, etc.

Movilidad: es el conjunto de desplazamientos, de personas y mercancías, que se producen en un entorno físico. Cuando hablamos de movilidad urbana nos referimos a la totalidad de desplazamientos que se realizan en la ciudad.

Percepción: tener la capacidad para recibir mediante los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas, o comprender y conocer algo.

Públicos: Es una palabra que engloba todo lo relacionado con la gestión de masas de población, entiéndase esto, como todo lo que la sociedad utiliza como parte de la ciudad, o del ambiente que lo rodea.

Red social: estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden ser amistosas, sexuales, comerciales o de otra índole.

Satisfacción: Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria.

7. Metodología general del trabajo

7.1 Enfoque de la investigación: Mixto

La razón para escoger este enfoque es que con la investigación se quiere conocer la opinión de los ciudadanos sobre el uso de las redes sociales y medir el impacto de estas en la movilidad de la ciudad.

7.2 Método de investigación (exploratorio-descriptivo-causal)

El alcance del estudio es exploratorio y descriptivo, el objetivo se centra en conocer una situación en particular para hacer propuestas de mejoramiento sin la necesidad de formular hipótesis y describir sus dimensiones (variables) con precisión.

7.3 Fuentes y técnicas de recolección de información

Fuentes primarias:

Como fuente primaria se utilizó el método de encuestas, y aprovechando los recursos tecnológicos, ésta fue aplicada de manera virtual, asegurando así poder llegar a las personas adecuadas para recolectar la información de manera confiable y organizada.

Fuentes secundarias:

En cuanto a las fuentes secundarias se utilizaron diferentes recursos que permitieron el análisis y la interpretación de términos y conceptos que se aplicaron a lo largo de este trabajo.

Las fuentes utilizadas fueron: revistas especializadas, artículos de prensa, libros teóricos, documentos en Internet, bases de datos, e información de la misma Secretaría de Movilidad de Medellín.

8. Recursos de la investigación

Para realizar esta investigación se necesitan recursos de tipo económico, humanos y materiales, los cuales serán aportados por el equipo de trabajo. La información para poder realizar esta investigación es susceptible de ser conseguida, actualmente el tema de análisis concentra la atención de diferentes públicos.

8.1 Cronograma de actividades

Tabla 1. Cronograma de actividades.

Actividad	Evidencia	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Inscripción del grupo de trabajo y temática	Conformación del grupo de trabajo y tema	■	■							
Formulación de Objetivos Generales y Específicos	Avance 1 del proyecto de investigación		■	■						
El marco de referencia - El conceptual - El teórico - El legal	Avance 2 del proyecto de investigación		■	■						
El marco de referencia - Demográfico - Geográfico - Otros marcos	Avance 3 del proyecto de investigación		■	■						
El diseño metodológico - Investigación mixta	Avance 4 del proyecto de investigación			■	■					
Diseño metodológico Investigación cualitativa	Avance 5 del proyecto de investigación			■	■					
Socialización del trabajo Certificación	Socialización del trabajo				■	■				
Construcción del marco teórico	Marco teórico					■	■	■		
Diseño del instrumento	Formato de encuesta						■	■		
Ensayo de la encuesta	Prueba piloto							■	■	
Aplicación de la encuesta	Encuestas realizadas							■	■	■
Tabulación de la encuesta	Resultados								■	
Análisis	Conclusiones finales									■
Resultados	Trabajo final									■

Fuente. Elaboración propia.

8.2 Población y muestra

a. Población

Seguidores de la cuenta en Twitter de la Secretaría de Movilidad de Medellín, que cuenta con 490.000 followers en @sttmed.

b. Muestra

- Encuesta: 625
- Nivel de confianza del 96% y error del 4%.
- Se realizó con una muestra de 442 encuestas por ser un trabajo académico.

c. Instrumento

8.3 Encuesta sobre redes sociales y movilidad

Sexo:	Femenino			Masculino		
Edad: _____						
Estrato:	1	2	3	4	5	6

1. ¿Conduce algún tipo de vehículo?

- Sí
- No

2. ¿Qué vehículo conduce?

- Particular (vehículo de uso personal)
- Motocicleta
- Bicicleta
- Público (vehículos tipo bus, buseta, taxi)
- Servicio especial (vehículos como ambulancias, carros de bomberos, de turismo, coches fúnebres, etc.)
- Oficial (vehículos que trabajan con el gobierno)

Carga (vehículos pesados como volquetas, tractocamiones, etc.)

Otro ¿Cuál? _____

2. ¿Cuál de estas redes sociales utiliza?

Facebook

Twitter

YouTube

Flickr

3. ¿Conoce alguna de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín?

Sí

No

4. ¿Cuáles?

Secretaría de Movilidad de Medellín en Facebook

@sttmed en Twitter

Secretaría de Movilidad de Medellín en Youtube

Secretaría de Movilidad de Medellín en Flickr

6. De las siguientes redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín, ¿cuáles sigue o ve alguno de sus contenidos?

Secretaría de Movilidad de Medellín en Facebook

@sttmed en Twitter

Secretaría de Movilidad de Medellín en Youtube

Secretaría de Movilidad de Medellín en Flickr

Ninguna

7. Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, la gestión de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín



8. Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, la calidad del contenido entregado por la Secretaría de Movilidad, en los siguientes formatos:

Texto:



Imágenes:



Gif:



Videos:



9. Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, los siguientes contenidos publicados en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín, según su preferencia.

Novedades en las vías



Información de trámites



Normatividad del Código nacional de tránsito



Consejos para moverse mejor en la ciudad



Tips para una movilidad segura



Información de gestión



10. Seleccione el tipo de servicio que quisiera que ofreciera la Secretaría de Movilidad a través de sus redes sociales. (Puede seleccionar más de una opción)

- Hacer denuncias ciudadanas
- Reportar accidentes de tránsito
- Reportar vehículos mal estacionados.
- Otro ¿Cuál? _____

11. ¿Le gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín, que no estén directamente relacionados con la movilidad de la ciudad?

- Sí
- No
- ¿Por qué? _____

12. ¿Qué aplicaciones o redes sociales usa para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad?

- Waze
- Google Maps
- Twitter

___ Otra ¿Cuál? _____

13. ¿Cuándo consulta las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín?

- ___ Cuando me aparece en mi perfil.
- ___ Cuando voy a salir en mi vehículo.
- ___ Cuando tengo una inquietud particular.
- ___ Cuando estoy en un trancón y quiero saber qué pasa.

14. El tiempo que tarda en responderme en redes sociales la Secretaría de Movilidad de Medellín me parece:

- ___ Rápido
- ___ Justo
- ___ Lento

15. El lenguaje y el tono utilizado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín me parece:

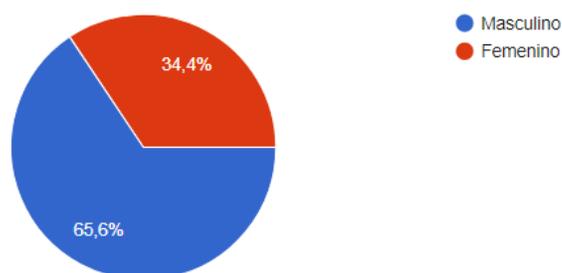
- ___ Adecuado
- ___ Muy formal
- ___ Muy relajado
- ___ Justifique su respuesta:

16. ¿Considera que la Secretaría de Movilidad de Medellín debería tener presencia en otras redes sociales? ¿Cuáles?

17. ¿En qué aspectos cree que pueden mejorar las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín? _____

8.1.1 Análisis y tabulación de la encuesta

Gráfico 1. Encuesta: Sexo.

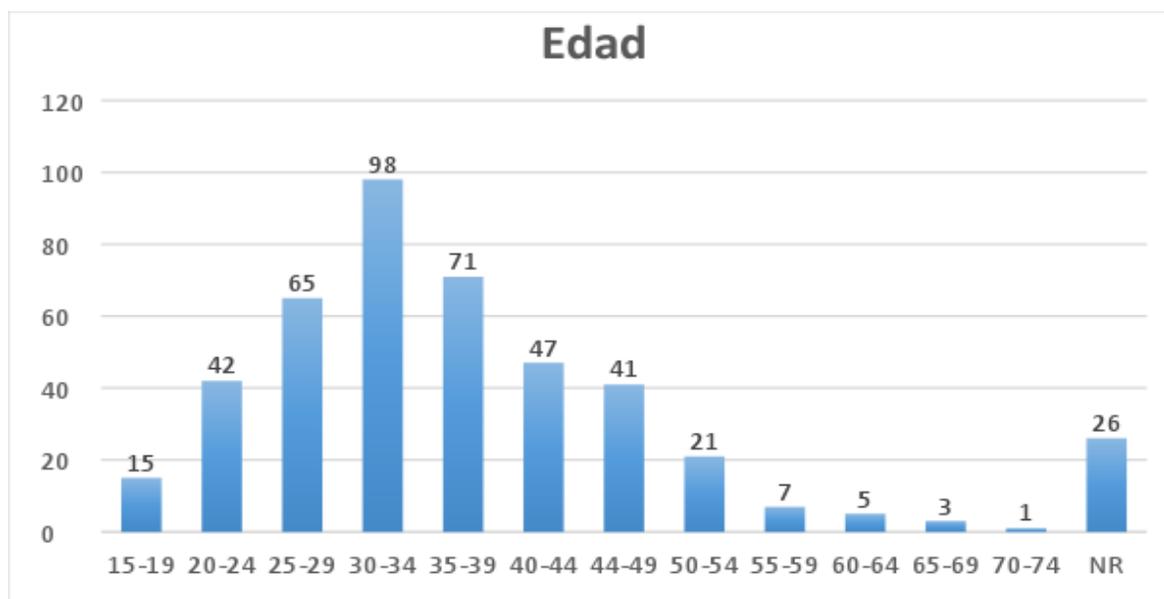


Fuente. Elaboración propia.

*El 65.6% de las personas encuestadas son de género masculino.

*El 34.4% de las personas encuestadas son de género femenino.

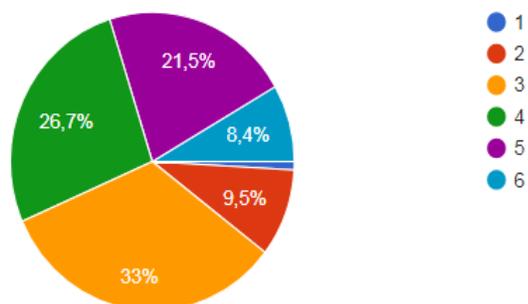
Gráfico 2. Encuesta: edad.



Fuente. Elaboración propia.

- *El 22% de los encuestados tienen entre 30 y 34 años de edad.
- *El 16% de los encuestados tienen entre 35 y 39 años de edad.
- *El 14% de los encuestados tienen entre 25 y 29 años de edad.
- *El 10.6% de los encuestados tienen entre 40 y 44 años de edad.
- *El 9.5% de los encuestados tienen entre 20 y 24 años de edad.
- *El 9.3% de los encuestados tienen entre 44 y 49 años de edad.
- *El 5.9% de los encuestados no respondieron a esta pregunta.
- *El 4.8% de los encuestados tienen entre 50 y 54 años de edad.
- *El 3.4% de los encuestados tienen entre 15 y 19 años de edad.
- *El 1.6% de los encuestados tienen entre 55 y 59 años de edad.
- *El 1.1% de los encuestados tienen entre 60 y 64 años de edad.
- *El 0.7% de los encuestados tienen entre 65 y 69 años de edad.
- *El 0.2% de los encuestados tienen entre 70 y 74 años de edad.

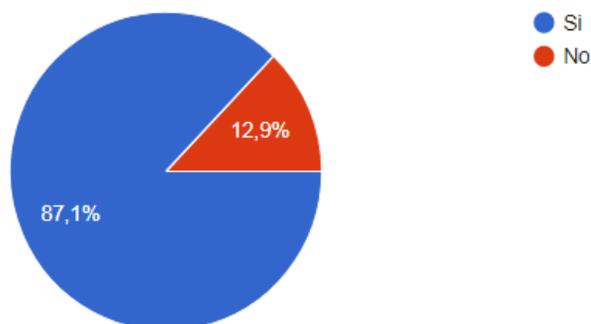
Gráfico 3. Encuesta: Estrato.



Fuente. Elaboración propia.

- *El 33% de los encuestados pertenecen al estrato 3.
- *El 26,7% de los encuestados pertenecen al estrato 4.
- *El 21.5% de los encuestados pertenecen al estrato 5.
- *El 9.5% de los encuestados pertenecen al estrato 2.
- *El 8.4% de los encuestados pertenecen al estrato 6.
- *El 0.9% de los encuestados pertenecen al estrato 1.

Gráfico 4. Encuesta: ¿Conduce algún tipo de vehículo?

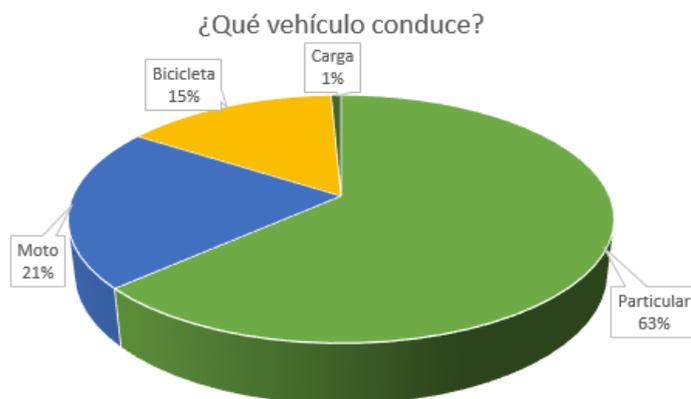


Fuente. Elaboración propia.

*El 87.1% de los encuestados conduce algún tipo de vehículo.

*El 12.9% de los encuestados no conduce ningún tipo de vehículo.

Gráfico 5. Encuesta: ¿Qué vehículo conduce?



Fuente. Elaboración propia.

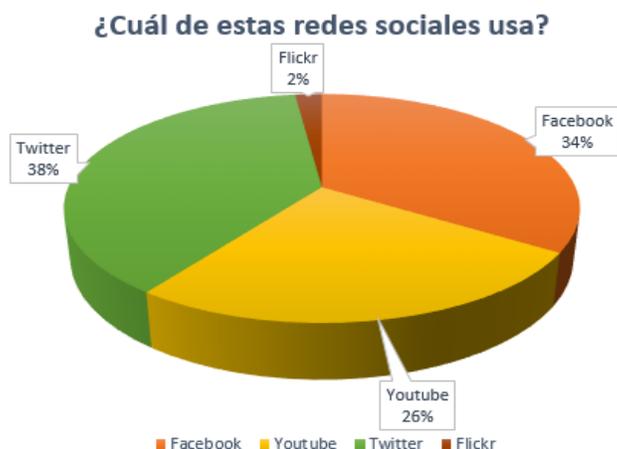
*El 63% de los encuestados conduce vehículo particular.

*El 21% de los encuestados conduce moto.

*El 15% de los encuestados conduce una bicicleta.

*El 1% de los encuestados conduce vehículos de carga.

Gráfico 6. Encuesta: ¿Cuál de estas redes sociales utiliza?



Fuente. Elaboración propia.

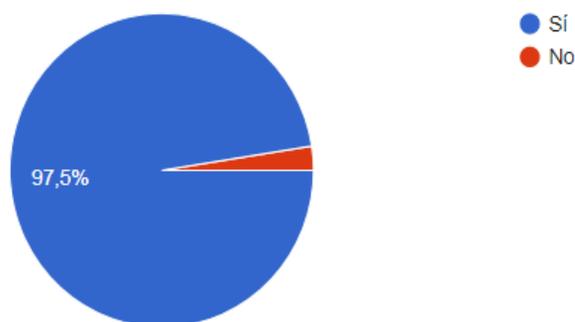
*El 38% de los encuestados usa Twitter.

*El 34% de los encuestados usa Facebook.

*El 26% de los encuestados usa Youtube.

*El 2% de los encuestados usa Flickr.

Gráfico 7. Encuesta: ¿Conoce alguna de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad?

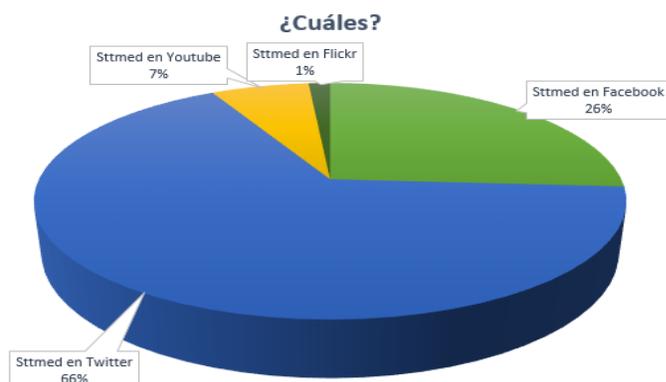


Fuente. Elaboración propia.

*El 97.5% de los encuestados sí conoce alguna de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín.

*El 2.5% de los encuestados no conoce alguna de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín.

Gráfico 8. Encuesta: ¿Cuáles redes sociales de sttmed conoce?



Fuente. Elaboración propia.

*El 66% de los encuestados conoce la cuenta en Twitter de la Secretaría de Movilidad

*El 26% de los encuestados conoce la cuenta en Facebook de la Secretaría de Movilidad.

*El 7% de los encuestados conoce la cuenta en Youtube de la Secretaría de Movilidad.

*El 1% de los encuestados conoce la cuenta en Flickr de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 9. Encuesta: de las siguientes redes sociales de Sttmed, ¿cuáles sigue o ve alguno de sus contenidos?



Fuente. Elaboración propia.

*El 71% de los encuestados ve o sigue alguno de los contenidos de la Secretaría de Movilidad en Twitter.

*El 21% de los encuestados ve o sigue alguno de los contenidos de la Secretaría de Movilidad en Facebook.

*El 3% de los encuestados ve o sigue alguno de los contenidos de la Secretaría de Movilidad en Youtube.

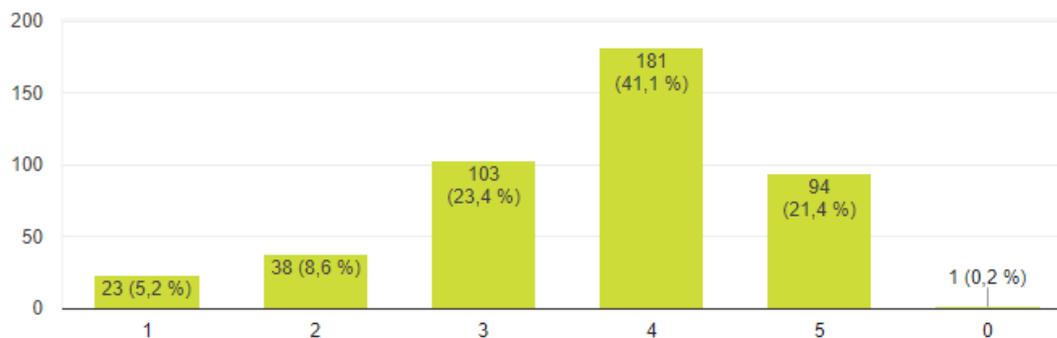
*El 3% de los encuestados no ve o sigue alguno de los contenidos de la Secretaría de Movilidad en redes sociales.

*El 3% de los encuestados ve o sigue alguno de los contenidos de la Secretaría de Movilidad en Flickr.

Gráfico 10. Encuesta: Califique la gestión de las redes sociales de sttmed.

7. Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, la gestión de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín

440 respuestas



Fuente. Elaboración propia.

*El 41,1% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 4.

*El 23,4% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 3.

*El 21,4% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 5.

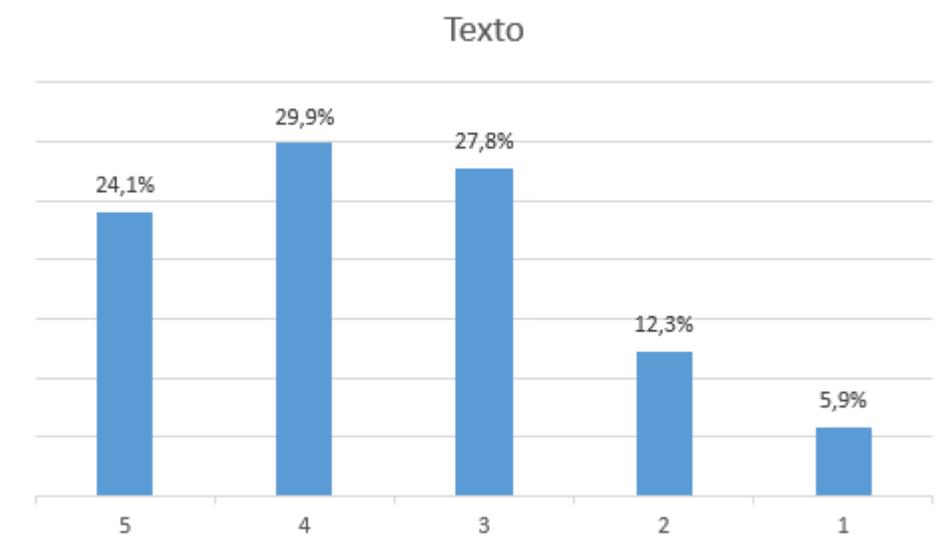
*El 8,6% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 2.

*El 5,2% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 1.

*El 0,2% de los encuestados califica la gestión de la Secretaría de Movilidad en redes sociales con un 0.

Gráfico 11. Encuesta: Califique la calidad del contenido entregado por sttmed en los siguientes formatos.

Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, la calidad del contenido entregado por la Secretaría de Movilidad, en los siguientes formatos:



Fuente. Elaboración propia.

*El 29,9% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los textos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

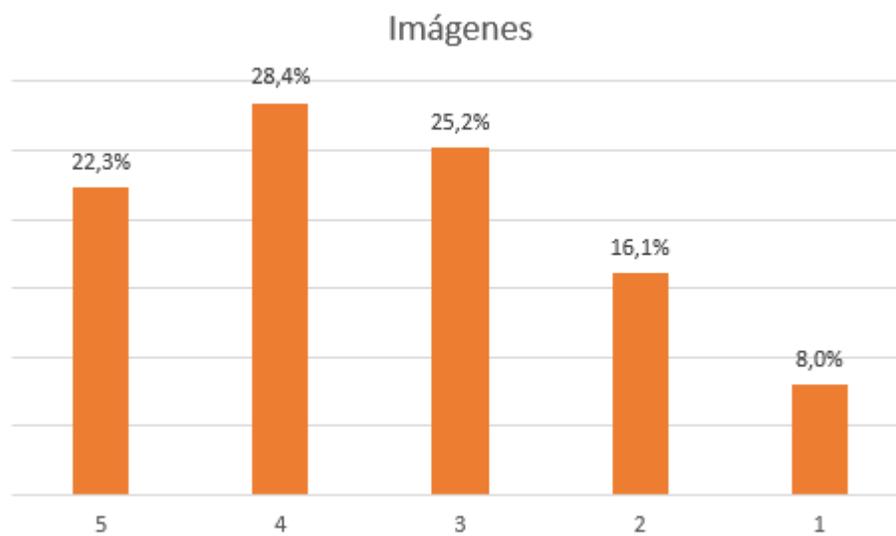
*El 27,8% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los textos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 24,1% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los textos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 12,3% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los textos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 5,9% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los textos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 12. Encuesta: calidad de imágenes.



Fuente. Elaboración propia.

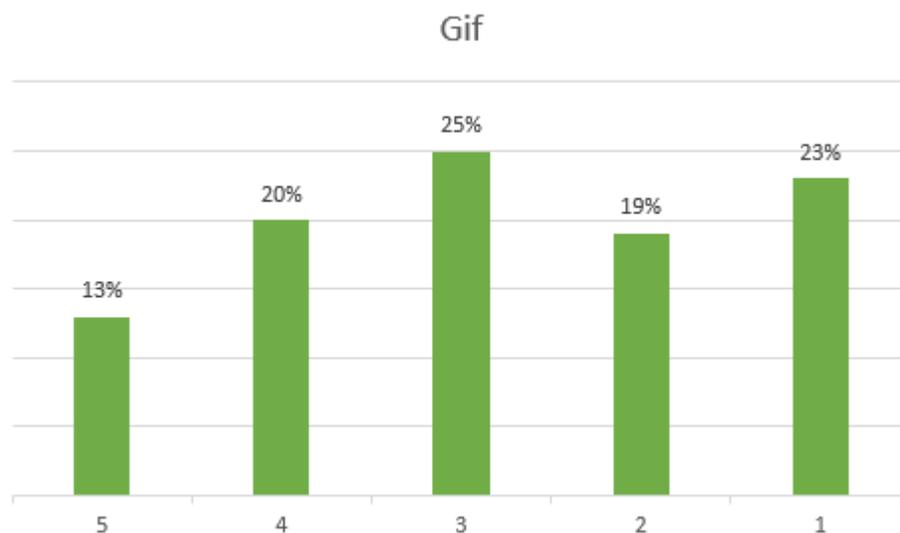
*El 28,4% de los encuestados calificó con 4 la calidad de las imágenes de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 25,2% de los encuestados calificó con 3 la calidad de las imágenes de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 22,3% de los encuestados calificó con 5 la calidad de las imágenes de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 16,1% de los encuestados calificó con 2 la calidad de las imágenes de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 8% de los encuestados calificó con 1 la calidad de las imágenes de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 13. Encuesta: Calidad gif.

Fuente. Elaboración propia.

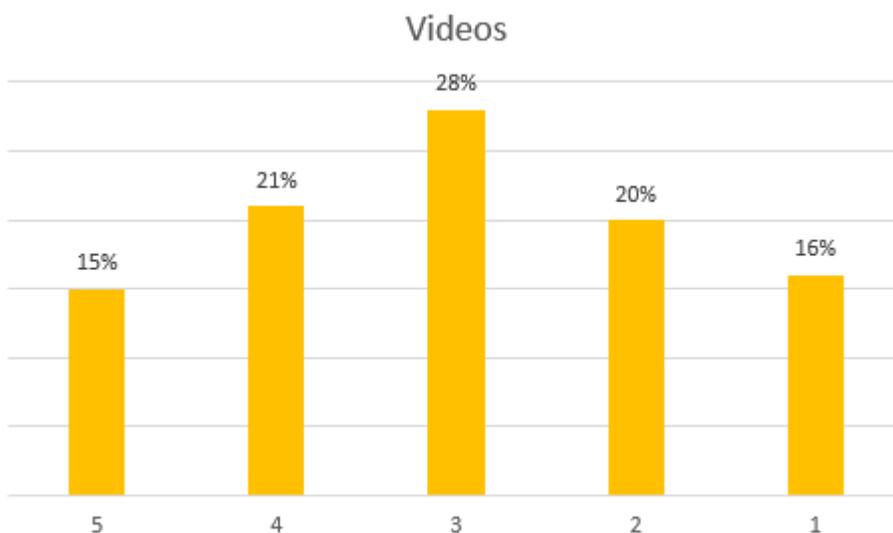
*El 25% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los gifs de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 23% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los gifs de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 20% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los gifs de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 19% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los gifs de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 13% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los gifs de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 14. Encuesta: Calidad videos.

Fuente. Elaboración propia.

*El 28% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los videos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 21% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los videos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

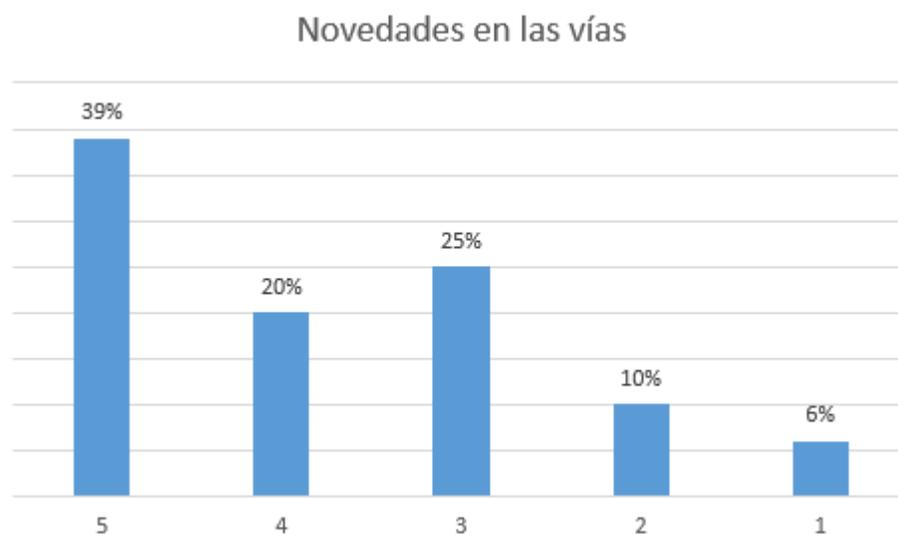
*El 20% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los videos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 16% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los videos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 15% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los videos de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 15. Encuesta: Contenido novedades en las vías.

Califique de 1 a 5, siendo 1 la menor calificación y 5 la máxima calificación, los siguientes contenidos publicados en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín, según su preferencia.



Fuente. Elaboración propia.

*El 39% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con novedades en las vías de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

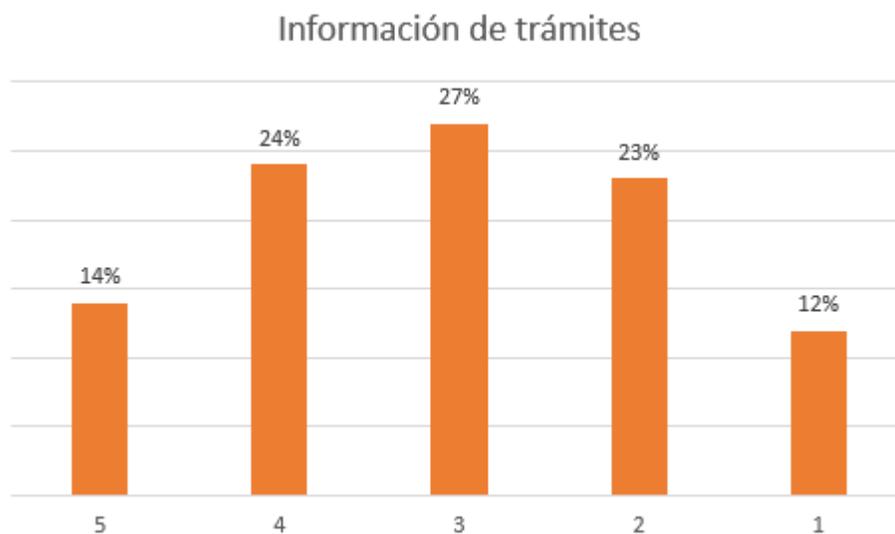
*El 25% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con novedades en las vías de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 20% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con novedades en las vías de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 10% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con novedades en las vías de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 6% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con novedades en las vías de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 16. Encuesta: Contenido información de trámites.



Fuente. Elaboración propia.

*El 27% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con información de trámites de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

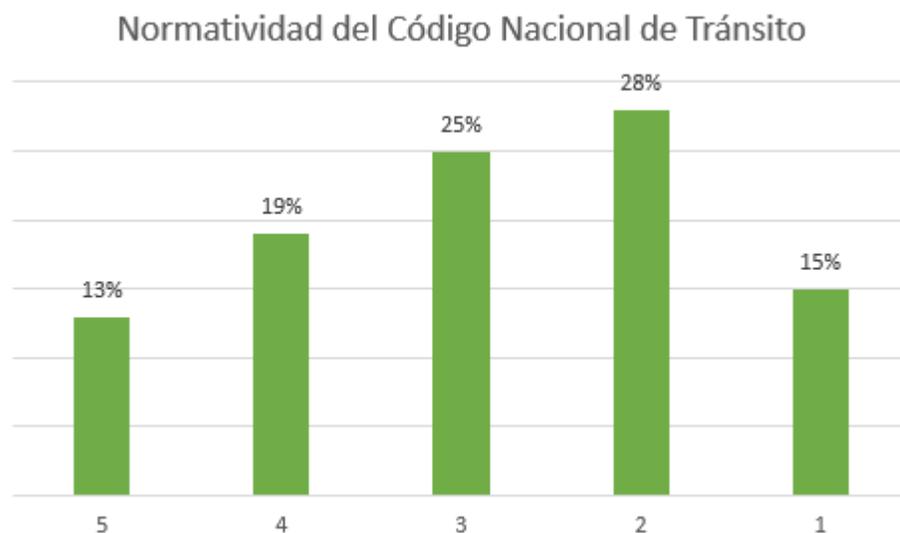
*El 24% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con información de trámites de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 23% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con información de trámites de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 14% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con información de trámites de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 12% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con información de trámites de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 17. Encuesta: contenido normatividad del Código Nacional de Tránsito.



Fuente. Elaboración propia.

*El 28% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con normatividad del Código Nacional de Tránsito, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

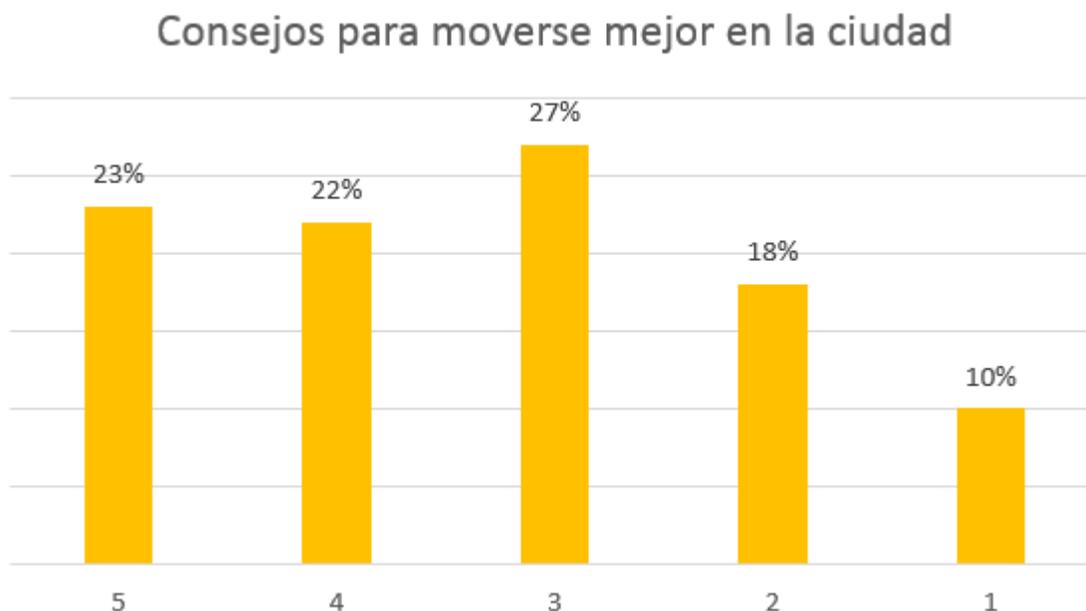
*El 25% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con normatividad del Código Nacional de Tránsito, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 19% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con normatividad del Código Nacional de Tránsito, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 15% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con normatividad del Código Nacional de Tránsito, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 13% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con normatividad del Código Nacional de Tránsito, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 18. Encuesta: Contenido consejos para moverse mejor en la ciudad.



Fuente. Elaboración propia.

*El 27% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con consejos para moverse mejor en la ciudad, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

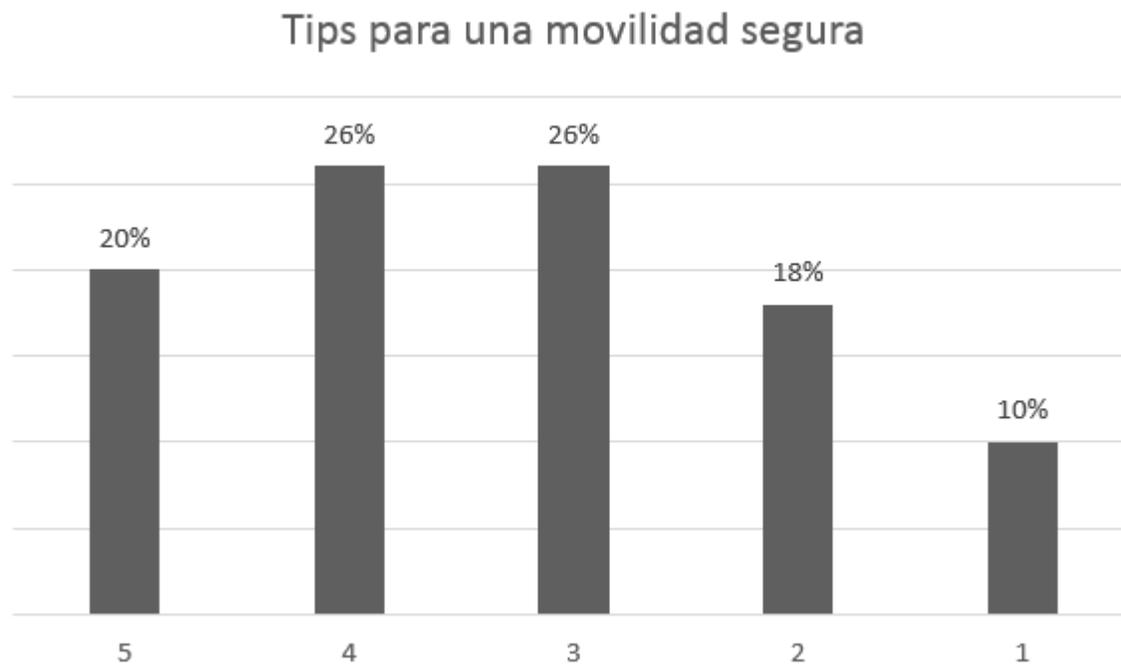
*El 23% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con consejos para moverse mejor en la ciudad, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 22% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con consejos para moverse mejor en la ciudad, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 18% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con consejos para moverse mejor en la ciudad, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 10% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con consejos para moverse mejor en la ciudad, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 19. Encuesta: Contenido tips para una movilidad segura.



Fuente. Elaboración propia.

*El 26% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con tips para una movilidad segura, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

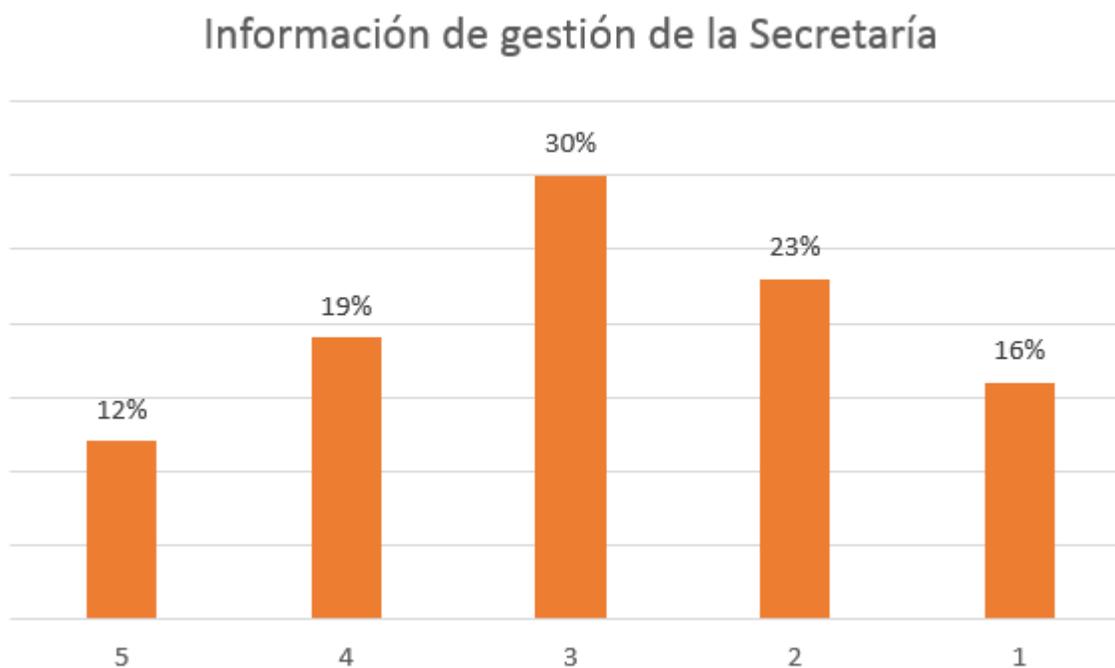
*El 26% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con tips para una movilidad segura, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 20% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con tips para una movilidad segura, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 18% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con tips para una movilidad segura, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 10% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con tips para una movilidad segura, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 20. Encuesta: Contenido información de gestión de la Secretaría.



Fuente. Elaboración propia.

*El 30% de los encuestados calificó con 3 la calidad de los contenidos con información de gestión de la Secretaría, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 23% de los encuestados calificó con 2 la calidad de los contenidos con información de gestión de la Secretaría, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

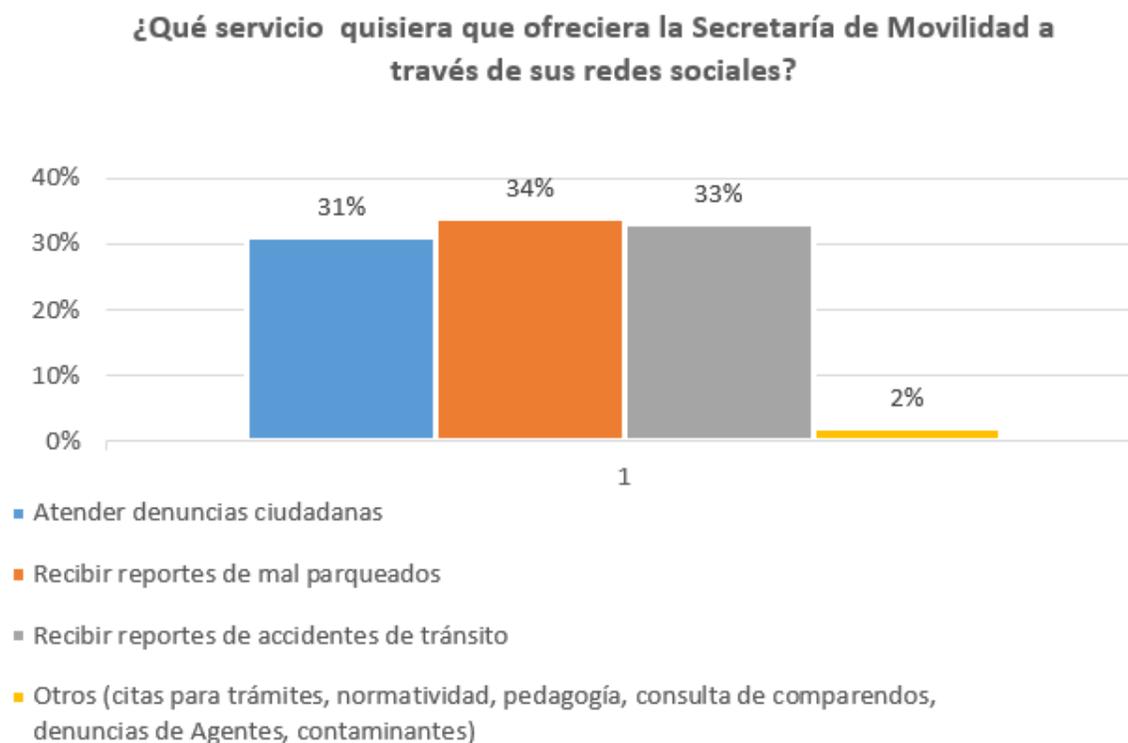
*El 19% de los encuestados calificó con 4 la calidad de los contenidos con información de gestión de la Secretaría, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 16% de los encuestados calificó con 1 la calidad de los contenidos con información de gestión de la Secretaría, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 12% de los encuestados calificó con 5 la calidad de los contenidos con información de gestión de la Secretaría, de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Seleccione el tipo de servicio que quisiera que ofreciera la Secretaría de Movilidad a través de sus redes sociales.

Gráfico 21. Encuesta: ¿Qué tipo de servicio quisiera que ofreciera Sttmed a través de sus redes sociales?



Fuente. Elaboración propia.

*El 34% de los encuestados quiere que a través de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad se reciban reportes de mal parqueo

*El 33% de los encuestados quiere que a través de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad se reciban reportes de accidentes de tránsito.

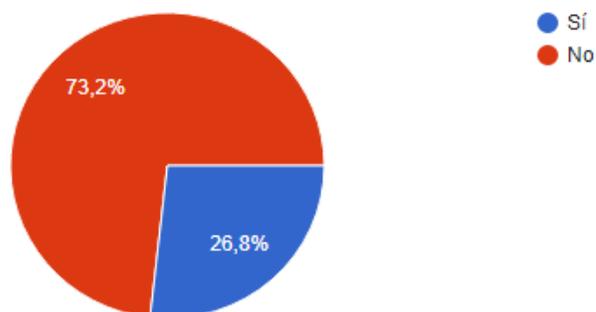
*El 31% de los encuestados quiere que a través de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad se atiendan todo tipo de denuncias ciudadanas.

*El 2% de los encuestados quiere que a través de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad se agenden citas para trámites, se difunda normatividad, se consulten comparendos, se reciban denuncias de Agentes de tránsito y se atiendan denuncias de vehículos contaminantes.

Gráfico 22. Encuesta: ¿Le gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales de sttmed, que no estén relacionados con la movilidad?

11. ¿Le gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín, que no estén directamente relacionados con la movilidad de la ciudad?

441 respuestas



Fuente. Elaboración propia.

*El 73.2% de los encuestados respondieron que no les gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad.

*El 26.8% de los encuestados respondieron que si les gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad.

Gráfico 23. Encuesta: ¿Por qué le gustaría encontrar otro tipo de contenido?



Fuente. Elaboración propia.

*El 74% de los encuestados no saben o no responden a la pregunta de por qué si/no les gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad.

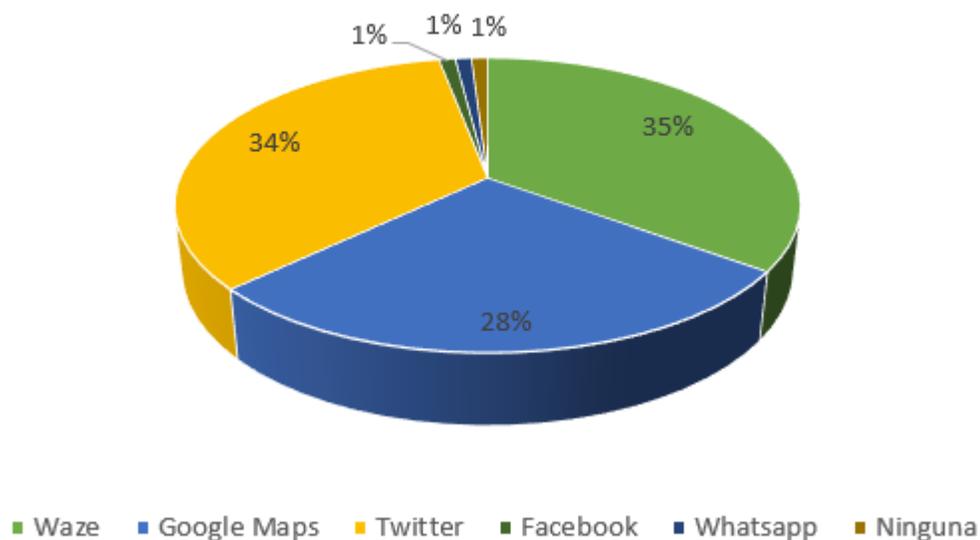
*El 19% de los encuestados consideran que no es necesario encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad.

*El 5% de los encuestados sí les gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad, para tener más información.

*El 2% de los encuestados sí les gustaría encontrar otro tipo de contenidos en las redes sociales, que no esté relacionado con la movilidad de la ciudad, para humanizar a los Agentes de tránsito.

Gráfico 24. Encuesta: ¿Qué aplicaciones o redes sociales usa para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad?

¿Qué aplicaciones o redes sociales usa para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad?



Fuente. Elaboración propia.

*El 35% de los encuestados respondieron que usan Waze para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

*El 34% de los encuestados respondieron que usan Twitter para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

*El 28% de los encuestados respondieron que usan Google Maps para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

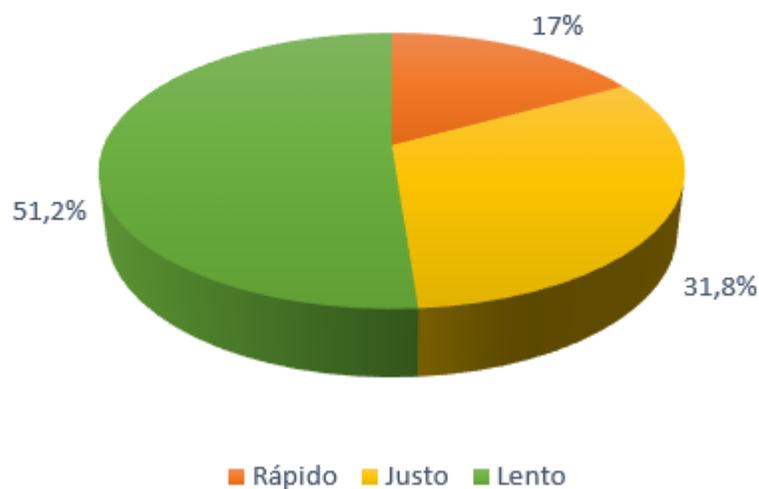
*El 1% de los encuestados respondieron que usan Facebook para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

*El 1% de los encuestados respondieron que usan WhatsApp para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

*El 1% de los encuestados respondieron que no usan nada para enterarse del estado de la movilidad de la ciudad.

Gráfico 25. Encuesta: ¿Cómo me parece el tiempo que tardan en responder?

El tiempo que tardan en responder me parece:



Fuente. Elaboración propia.

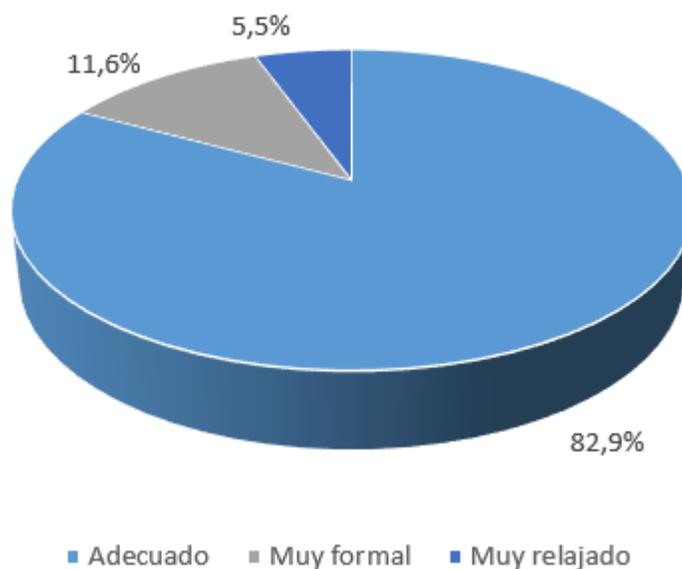
*El 51.2% de los encuestados respondieron que les parece lento el tiempo de respuesta de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 31.8% de los encuestados respondieron que les parece justo el tiempo de respuesta de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 17% de los encuestados respondieron que les parece rápido el tiempo de respuesta de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 26. Encuesta: ¿Cómo me parece el tono usado en redes sociales?

El tono usado en redes sociales me parece:



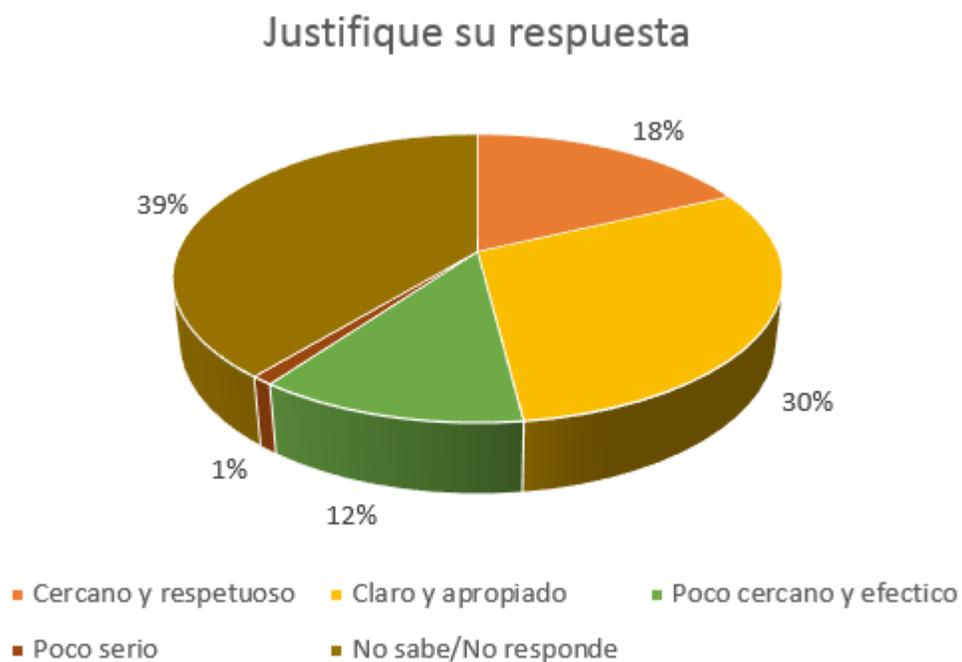
Fuente. Elaboración propia.

*El 82.9% de los encuestados respondieron que les parece adecuado el tono usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 11.6% de los encuestados respondieron que les parece muy formal el tono usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 5.5% de los encuestados respondieron que les parece muy relajado el tono usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

Gráfico 27. Encuesta: Justifique la respuesta al tono usado en redes sociales.



Fuente. Elaboración propia.

*El 39% de los encuestados no saben o no responden a esta pregunta.

*El 30% de los encuestados consideran que el tono y el lenguaje usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad es claro y apropiado.

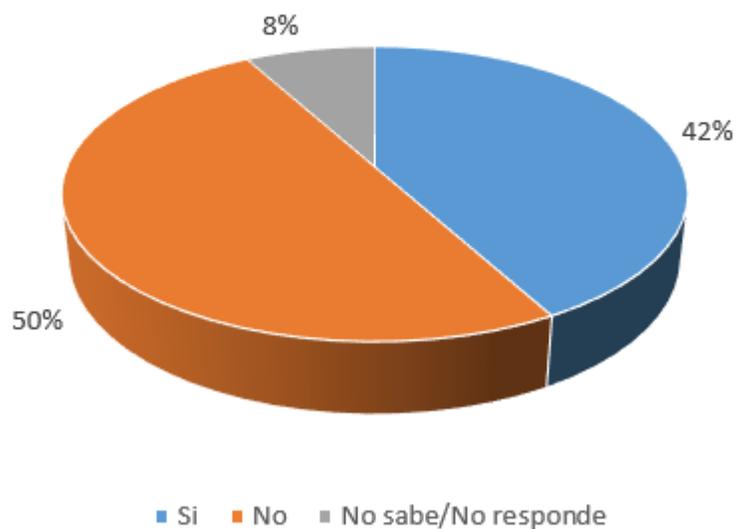
*El 18% de los encuestados consideran que el tono y el lenguaje usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad es cercano y respetuoso.

*El 12% de los encuestados consideran que el tono y el lenguaje usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad es poco cercano y efectivo.

*El 1% de los encuestados consideran que el tono y el lenguaje usado en las redes sociales de la Secretaría de Movilidad es poco serio.

Gráfico 28. Encuesta: ¿Considera que la Secretaría de Movilidad de Medellín debería tener presencia en otras redes sociales?

¿Considera que la Secretaría de Movilidad de Medellín debería tener presencia en otras redes sociales?



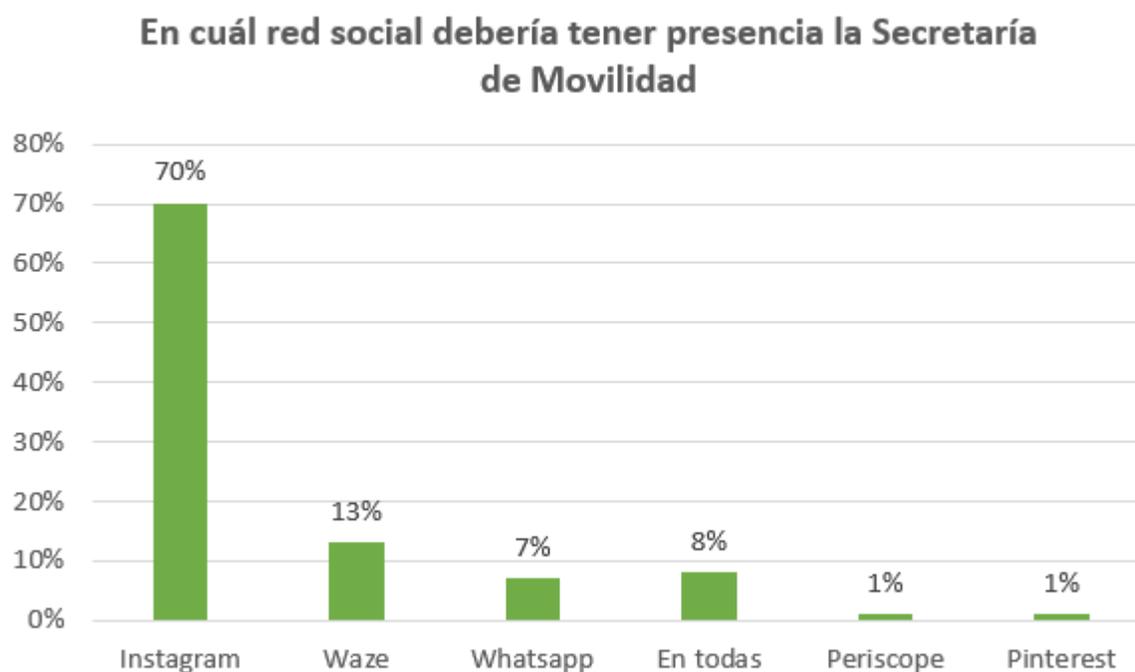
Fuente. Elaboración propia.

*El 50% de los encuestados consideran que la Secretaría de Movilidad de Medellín no debería tener presencia en otras redes sociales.

*El 42% de los encuestados consideran que la Secretaría de Movilidad de Medellín sí debería tener presencia en otras redes sociales.

*El 8% de los encuestados no saben o no responden a esta pregunta.

Gráfico 29. Encuesta: ¿En cuál red social debería tener presencia la Secretaría de Movilidad?



Fuente. Elaboración propia.

*El 70% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en Instagram.

*El 13% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en Waze.

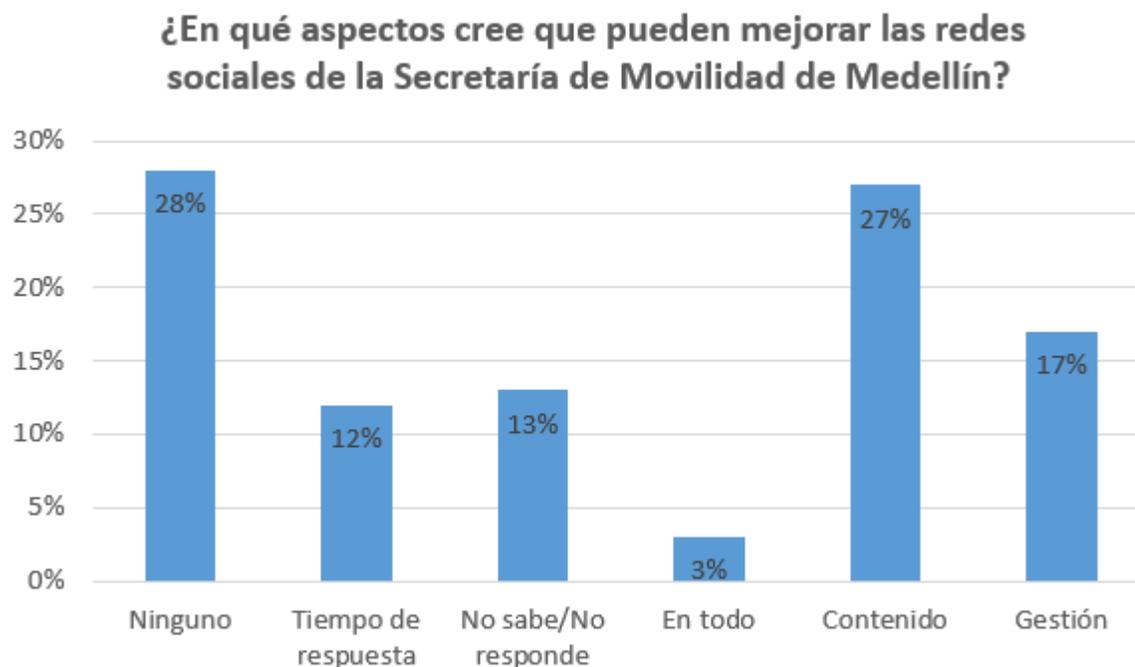
*El 8% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en todas las redes sociales.

*El 7% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en WhatsApp.

*El 1% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en Periscope.

*El 1% de los encuestados que respondieron esta pregunta, piensan que la Secretaría de Movilidad debería tener presencia en Pinterest

Gráfico 30. Encuesta: ¿En qué aspectos cree que pueden mejorar las redes sociales de la Secretaría de Movilidad de Medellín?



Fuente. Elaboración propia.

*El 28% de los encuestados que respondieron esta pregunta consideran que las redes sociales de la Secretaría de Movilidad no tienen que mejorar en ningún aspecto.

*El 27% de los encuestados que respondieron esta pregunta consideran que las redes sociales de la Secretaría de Movilidad deben mejorar su contenido.

*El 17% de los encuestados que respondieron esta pregunta consideran que las redes sociales de la Secretaría de Movilidad deben mejorar en su gestión.

*El 13% de los encuestados que respondieron esta pregunta no saben en qué deben mejorar las redes sociales de la Secretaría de Movilidad.

*El 12% de los encuestados que respondieron esta pregunta consideran que las redes sociales de la Secretaría de Movilidad deben mejorar en tiempos de respuesta.

*El 3% de los encuestados que respondieron esta pregunta consideran que las redes sociales de la Secretaría de Movilidad deben mejorar en todo.

9. Conclusiones

1. El 63% de los seguidores de las redes sociales de la Secretaría de Movilidad conducen vehículo particular, por lo tanto, el contenido de estas debe ser enfocado principalmente en este tipo de público.
2. El 38% de los usuarios utiliza Twitter como su principal red social para enterarse de la movilidad de la ciudad, seguida de Facebook que se posiciona con el 34%.
3. El 34% de los seguidores dicen que les gustaría que la Secretaría de Movilidad de Medellín atendiera reportes ciudadanos, principalmente de “mal parqueados”.
4. El uso de aplicaciones y redes sociales para enterarse del estado de la movilidad ha crecido considerablemente, el 35% de los usuarios expresa que la app Waze es su principal fuente de información.
5. En las redes sociales el tiempo juega un papel fundamental a la hora de solucionar una duda y el 51,2% de los usuarios expone que el tiempo de respuesta de la Secretaría es lento, por lo cual se propone revisar este factor y tomar medidas determinantes.
6. Uno de los formatos preferidos en la actualidad son las imágenes diseñadas y las fotografías, razón por la cual Instagram ha aumentado recientemente su número de usuarios, por eso el 70% de los seguidores de las redes de la Secretaría respondieron que la dependencia debería tener presencia en redes como esta.
7. Solo el 27% de los usuarios de las redes de la Secretaría de Movilidad considera que se debería mejorar en cuanto a contenido, sin embargo, es importante hacer una permanente exploración de nuevos formatos para llamar la atención y marcar tendencias en este sentido.
8. Las mujeres ocupan la menor parte de los seguidores de las redes de la Secretaría con el 34.4%, este es un índice que debe aumentar, motivo por el cual se recomienda desarrollar acciones que atraigan a este público y que generen fidelización.

10. Recomendaciones y estrategias

De acuerdo al trabajo de investigación realizado, bajo la sustentación teórica, con la herramienta de la encuesta como referencia, y luego de realizar una serie de conclusiones, se plantean las siguientes estrategias con el fin de cumplir el objetivo principal y los objetivos secundarios propuestos al inicio de este proyecto:

Captar nuevos públicos

Buscar diferentes espacios para hacerse conocer por colectivos, clubes o agremiaciones que hay en la ciudad.

Los usuarios de bicicletas tienen diferentes grupos organizados, con líderes y eventos que realizan semana a semana, como el Colectivo Siclas, que cuenta actualmente con más de 24.000 seguidores en Facebook y cada miércoles reúne aproximadamente a 500 ciclistas con los que hacen recorridos por diferentes zonas de la ciudad, este grupo promueve temas de cultura ciudadana como el cuidado del medio ambiente y la educación vial. Generar alianzas con este tipo de colectivos es vital para abordar públicos que actualmente no representan una cifra considerable, pero juegan un papel fundamental en la pirámide de la movilidad.

Los clubes de motos son otro nicho importante para explorar: grupos que se reúnen en puntos definidos para realizar salidas, actividades y obras sociales, también son grupos organizados que cuentan con líderes y una programación definida, por lo cual resulta positivo abordar de manera adecuada para propiciar alianzas determinantes.

Otro público importante son las empresas transportadoras, con las cuales es necesario generar cercanía y mostrar la institucionalidad como un aliado y no como un enemigo.

Las redes sociales son un universo cambiante, todos los días nace una con características diferentes, es por esto que es necesario que la Secretaría de Movilidad de Medellín abra su espectro digital e incursione en nuevas redes sociales.

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada, podemos decir que es necesario crear cuenta en Instagram, con el fin de fidelizar al público que allí se encuentra.

Por otra parte, es importante reconocer que Waze es la app más posicionada en el tema de movilidad, por esto se debe fortalecer su alianza y crear un usuario dentro de esta que le permita a la Secretaría de Movilidad enviar reportes a quienes tienen descargado Waze, con el fin de entregar información más oportuna e inmediata a los ciudadanos a través de sus móviles.

Atender oportunamente denuncias en redes sociales

Responder positivamente a las denuncias ciudadanas a través de las redes sociales le permitirá a la Secretaría de Movilidad de Medellín mejorar su imagen y reputación en la ciudad, puesto que es fundamental para una entidad pública mostrar gestión y dar valor a los aportes ciudadanos. Para esto, es necesario el apoyo de los Agentes de tránsito.

Actualmente la Secretaría cuenta con un poco más de 560 Agentes de tránsito, ésta debe crear grupos de WhatsApp con ellos, con el fin de que funcionen como reporteros de su trabajo, que envíen insumos para redes sociales, fotografías, textos, testimonios o videos de lo que ocurre en las calles, para así generar mayor cercanía a través de las redes sociales con la ciudadanía.

Incrementar la cantidad de personas del equipo digital de la Secretaría de Movilidad, para así dar respuestas más oportunas y certeras a las inquietudes planteadas a través de éstas.

Curación de contenido

Incrementar la frecuencia de publicación de contenidos relacionados con temas de movilidad segura, consejos para moverse mejor en la ciudad, normatividad del Código Nacional de Tránsito e información de trámites, es necesario, pues teniendo en cuenta los resultados obtenidos gracias a la investigación son ítems en los cuales hay oportunidades de mejora y para la ciudadanía son muy valiosos. Para esto es necesario explorar formatos nuevos y crear contenido específico abordando estos temas de manera interactiva y llamativa.

Validadores

Seleccionar grupos de seguidores en redes sociales de la Secretaría, que han demostrado interés por las problemáticas de la ciudad en cuanto a movilidad se refiere, con el fin de convertirlos en

aliados, invitándolos a eventos oficiales como ruedas de prensa, y operativos de control en los que se atiendan sus principales denuncias, con el ánimo de visibilizar la gestión de esta dependencia de la Alcaldía de Medellín y con el objetivo de convertirlos en multiplicadores de la información.

En conclusión, podemos afirmar que explorar nuevos formatos digitales y llamativos para estos nuevos públicos, y crearlos con la ayuda de los mismos, permitirá generar empatía y cercanía, sin olvidar que la cultura antioqueña se caracteriza por querer a su ciudad, un elemento clave dentro de esta estrategia, que garantizará llamar la atención de manera positiva a usuarios nuevos y refrescar a los antiguos.

Apoyarse en plataformas tecnológicas es otra estrategia para solucionar temas de interacción inmediata, Fortalecer la capacidad de respuesta se traduce en generar confianza y cercanía con el usuario, convertir las redes en una solución rápida para los usuarios es vital ya que de esta manera las redes de la Secretaría de Movilidad se convertirán en la principal fuente de información en cuanto a movilidad para los usuarios, generando además retroalimentación en tiempo real y permitiendo reaccionar con una mayor velocidad a cualquier incidente.

Referencias bibliográficas

Alcaldía de Medellín. (2017). *Secretaría de Movilidad de Medellín*. Recuperado de <https://www.medellin.gov.co/movilidad/>

Alcaldía de Medellín. (s.f.). *Sistema inteligente de Movilidad de Medellín*. Secretaría de Movilidad de Medellín. Recuperado de <https://www.medellin.gov.co/simm/web>

Alcaldía de Medellín. (s.f.). *Sistema inteligente de Movilidad de Medellín*. Secretaría de Movilidad de Medellín. Recuperado de <https://www.medellin.gov.co/simm/11-sistema-inteligente-de-movilidad/3-sistema-inteligente-de-movilidad>

Alcaldía de Medellín. (2016). *Plan de desarrollo Medellín cuenta con vos 2016 – 2019*. Recuperado de https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2016/Proyecto%20de%20Acuerdo%20Plan%20de%20Desarrollo.pdf

Alcaldía de Medellín. (2017). *Encuesta de percepción ciudadana: Medellín Cómo Vamos 2016*. Recuperado de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/encuesta%20percepcion%20ciudadana.pdf>

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Madrid: Areté.

Centro de investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional de la Universidad de la Sabana (2011). *Comunicación Empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial*. Bogotá: María Cristina Ocampo Villegas. Recuperado de <http://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Comunicaci%C3%B3n-empresarial-Vista-preliminar-del-libro.pdf>

Cuadra, A. (2003). *De la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Santiago de Chile: Libros Arces- Lom.

Definiciones (2017). *Definiciones de*. Recuperado de <https://definicion.de>

Estevan, A. Y Sanz, A. (1996). *Hacia la reconversión ecológica del transporte en España*. Bilbao: Bakeaz.

Lozares, C. (1996). *La teoría de redes sociales*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Nieto, A. Y Iglesias, F. (2000). *La empresa informativa*. Barcelona: Ariel.

Ortiz, F. (1995). *La sociedad de la información*. Madrid: Fundesco.

Real Academia Española (s.f.). *Sociedad*. Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=YCB6UHV>

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como interacción social: estudios sobre el discurso, introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.

Norma

Congreso de Colombia (30 de julio de 2009). *Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones – TIC- se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones*. [Ley N° 1341]. DO: 47.426.

Presidencia de la Republica de Colombia (26 de mayo de 2015). *Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la información y de las Comunicaciones*. [Decreto N° 1078]. DO: 49.523.