

Trabajo de grado

Diagnóstico e implementación de estrategias de comunicación en el
Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello

Andrés Felipe Jaramillo Echeverri

Asesora

Elina Londoño Alurralde

Especialización Relaciones Públicas
Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño
Universidad Católica Luis Amigó

Medellín

2023

Por y para mis padres.

Contenido

Tiempo y escenario	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Formulación de la pregunta problema.....	5
Diseño Metodológico	5
Metodologías de cubrimiento de los eventos.....	11
Conocimientos básicos sobre montajes de eventos.....	13
Conocimientos técnicos en comunicaciones por parte de empleados y contratistas	14
Iniciativa de las áreas para suplir necesidades.....	16
Ruta de solicitudes internas	17
Recepción de solicitudes externas	18
Importancia de la trazabilidad de los eventos	21
Creatividad	21
Conclusiones	31
Anexos	35

Delimitación

El estudio se realizó en las oficinas del INDER Bello ubicadas en la Unidad Deportiva Tulio Ospina de Bello, en cada una de las dependencias que conforman esta entidad deportiva y recreativa, sin embargo, se hizo directamente con las 3 subgerencias que componen el INDER Bello, subgerencia de escenarios deportivos, subgerencia administrativa y financiera y subgerencia de fomento del deporte y la recreación.

Con esta delimitación se logró identificar algunas coordinaciones que son las que mayor cantidad de acciones realizan en beneficio de la población bellanita y por ende las que mayor cantidad de información generan.

Mediante esta identificación se comenzó a investigar las formas en las que las personas que componen estas subsecretarías y líderes de procesos como se comunican y cuáles son los canales de comunicación que utilizan.

Se desean evidenciar las falencias comunicacionales que tiene el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello en la actualidad, los cuales se analizarán mediante una técnica de investigación cualitativa que pueda arrojar un diagnóstico certero y permita generar acciones de mejora en beneficio de la Oficina de Comunicaciones y esta a su vez, fortalezca su funcionamiento al interior y exterior de la entidad.

Tiempo y escenario

1 año, Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello

Objetivo general

Analizar las estrategias de comunicación que se desarrollan en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello

Objetivos específicos

- Examinar falencias en el proceso comunicativo entre las áreas de trabajo en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello
- Generar un diagnóstico con procesos comunicativos asertivos que faciliten y mejoren la comunicación con la comunidad en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello
- Proponer estrategias comunicativas y de relacionamiento entre los públicos objetivos internos y externos del Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello.

Formulación de la pregunta problema

¿Cuáles han sido las estrategias de comunicación con el público objetivo en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello?

Introducción

El Instituto Municipal de Deporte y Recreación de Bello - INDER Bello fue creado con el decreto Nro. 2020004000410 del 06 de agosto del 2020, aprobado por el Concejo de Bello

y facultado por el alcalde Óscar Andrés Pérez en uno de sus proyectos más ambiciosos dentro de su plan de gobierno “Por el Bello que Queremos 2020 - 2023”.

Sin embargo, el Instituto entra en pleno funcionamiento el 06 de enero del año 2021 y con esto se suprime en su totalidad la Secretaría de Deportes de Bello. En su primera etapa el INDER Bello fue dirigido por Yulieth Andrea Sánchez Carreño, quien desempeñaba labores en el INDER Medellín y logró replicar un modelo adaptado a la ciudad de Bello teniendo como referente a su vecino y con esto logró garantizar una cobertura descentralizada del deporte, la recreación y la actividad física en el segundo municipio más importante (por demografía) del departamento de Antioquia.

En el mes de marzo de 2021, Yulieth Andrea Sánchez Carreño decide dar un paso al costado con lo que el subgerente de fomento del deporte y la recreación, toma el lugar de gerente (e) y posteriormente es nombrado en posesión como gerente de la entidad por parte del alcalde de Bello.

Desde entonces y a la fecha el INDER Bello ha logrado consolidarse y expandirse por todo el territorio bellanita logrando impactar a más de 50 mil personas durante los dos años que lleva de funcionamiento, teniendo acciones para todo tipo de públicos que brinda bienestar y hábitos de vida saludable que benefician a toda la comunidad.

Debido a esta expansión el INDER Bello se ha permitido potenciar su oferta institucional a una escala mayor a la que se presentaba con su predecesora la Secretaría de Deportes y con esto se han generado nuevas necesidades comunicativas que la Oficina de Comunicaciones del INDER Bello no ha identificado, pues, los vicios anteriores permanecen en algunos funcionarios de la entidad.

Aunque esta oficina ha fomentado las buenas prácticas comunicativas al interior de la entidad, aún persisten faltas que no permiten la llegada de la información a tiempo y completa (no envían correos institucionales, fallas en la entrega de la información para graficar, voz a voz

persiste, no quedan evidencias de las reuniones, poco tiempo para organizar eventos, entre otros) para lograr una buena comunicación con el público externo beneficiario de las diferentes actividades realizadas por el INDER Bello.

Por ende, este estudio de caso pretende analizar las diferentes estrategias comunicativas que se adelantan al interior del Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello, con esto se podrá generar un diagnóstico que permita encontrar falencias en el proceso y de esta manera proponer soluciones que le permitan a la Oficina de Comunicaciones de la entidad conocer de primera mano y en primera instancia las actividades a desarrollar en beneficio del público externo de la entidad.

Diseño Metodológico

Este trabajo de grado se realizó mediante una investigación cualitativa que permitió centrarse en el estudio de este fenómeno y así, generar una hipótesis que solucionar el problema comunicativo con el que cuenta el interior de la entidad y afecta el correcto desempeño de la actividad informativa de la Oficina de Comunicaciones de la misma.

A la fecha el INDER Bello se compone de 3 subgerencias que lideran el deporte, la recreación, la actividad física y administran los escenarios deportivos de la ciudad, a su vez estas subgerencias se dividen en 30 áreas:

- Gestión comunal
- Operación logística
- Escenarios deportivos
- Parques recreativos
- Área financiera

- Área jurídica
- Talento humano
- Almacén
- Archivo
- Ventanilla Única
- Seguridad y Salud en el Trabajo
- Tics
- ECAD
- SPD
- OAED
- Adulto Mayor
- Discapacidad
- Recreación
- Juegotecas
- e-Sports Center
- V.A.S.
- Ciclovías
- A jugar en mi Barrio
- Vías barriales recreativas
- Caminadas
- Gente Activa
- Aeróbicos
- C.I.F.D.
- Deportes para todos
- Seleccionados

- Gimnasio
- Planeación
- Control Interno
- Comunicaciones

Esta última área está compuesta por un equipo conformado de una líder de área, un comunicador social, dos diseñadores gráficos, dos audiovisuales que se encargan de los eventos representativos del INDER Bello, sin embargo, es evidente que la cantidad de personas del área resulta insuficiente para cubrir las necesidades de las 33 áreas que componen la entidad.

Esta oficina logra trabajar priorizando los eventos a desarrollar durante el año que permitan al Instituto de Deportes y Recreación de Bello, resaltar en el ámbito público y de esta manera lograr un mayor impacto en la comunidad, sin embargo, hay otro tipo de eventos en apoyo a comunidades, que, aunque no son de la misma envergadura, por diferentes motivos, pueden alcanzar ser de mayor viralidad en redes sociales y ante la opinión pública.

La reputación es basada en percepciones de las características, actuaciones y comportamiento de una organización. Esencialmente, la reputación es el reflejo bueno o malo que los grupos de interés ven en un nombre comercial –marca-. Implica un juicio de valor acerca de los atributos de la organización y generalmente se establece con el tiempo. (Larkin, 2003, como se citó en Aranzazu, 2018)

La autora refuerza con este concepto que, pese a que el INDER Bello ha tratado mitigar a través de la estipulación de un proceso de solicitudes y con esto evitar la fuga de información y la protección de la imagen institucional, es evidente que esto no es suficiente al entender la capacidad y el alcance que necesita tener un instituto descentralizado para el deporte y

la recreación de la ciudad de Bello.

Por ende, reconocer las falencias con las que cuenta la entidad para avanzar y evitar al máximo las malinterpretaciones comunicacionales y la fuga de información que no permite afianzar el proceso del área en beneficio del INDER Bello.

Este problema ha sido identificado en el área de comunicaciones, por este motivo, se han implementado algunas dinámicas para organizar el ingreso y el tratamiento de la información, tales como:

- Formato de solicitud de piezas gráficas
- Participación del área en el comité de eventos de la entidad
- Control y diligencia de los suvenires para eventos y reuniones
- Formato de préstamo de publicidad física para apoyar eventos
- Manejo de correo electrónico institucional

Entre otras opciones que han permitido canalizar la información y evitar la malversación de la información en la entidad.

Para analizar las estrategias de comunicación que se desarrollan en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello como objetivo general de este trabajo se evaluaron las estrategias comunicativas y de relacionamiento entre los públicos objetivos internos y externos del Instituto, lo que también acude al tercer objetivo específico de este trabajo.

A raíz de lo anterior se hizo un análisis, a los resultados de una encuesta hecha a empleados y contratistas de la entidad en la que se diagnosticó la dinámica de los procesos comunicacionales de los eventos que no tuvieron injerencia estricta de la oficina de comunicaciones. A continuación, se analizarán los siguientes elementos.

1. Metodologías de cubrimiento de los eventos
2. Conocimientos básicos sobre montajes de eventos
3. Conocimientos técnicos en comunicaciones por parte de empleados y contratistas
4. Iniciativa de las áreas para suplir necesidades
5. Ruta de solicitudes internas
6. Recepción de solicitudes externas

Estos elementos fueron recolectados mediante una encuesta realizada a 14 personas entre contratistas y funcionarios del INDER Bello de varios rangos laborales a través de un formulario en línea, esta herramienta se gestionó con el propósito de obtener información sobre actitudes, opiniones, comportamientos o características alusiva a la vinculación de los encuestados en labores alusivas a la operación de eventos, lo que proporcionó una visión cuantitativa y cualitativa, permitiendo analizar y evaluar los datos de manera objetiva.

Metodologías de cubrimiento de los eventos

Es importante en este punto mencionar que por el reducido número de personas que hacen parte de la oficina de comunicaciones de la entidad, algunos eventos con comunidad y con envergadura son cubiertos por el personal que asiste del Instituto al lugar.

Este personal no cuenta con equipos especializados, ni con la técnica, ni con la experiencia necesaria para tener buenos resultados y calidad en los procesos comunicativos, sin embargo, por iniciativa propia tratan de obtener la mejor y mayor cantidad de evidencia posible para sustentar sus procesos y con estos, publicar en sus redes sociales personales, donde se evidencia el trabajo como instituto.

Ante estas situaciones es fundamental reconocer que el material obtenido en nombre

del INDER Bello por parte de personal que no hace parte de la oficina de comunicaciones carece de objetividad y en la mayoría de los casos no es funcional para la calidad que se requiere para ser publicada en las redes sociales de la entidad

A pesar de esto, el 92,9% de las 14 personas entre contratistas y funcionarios encuestados en línea para entender su participación en la operación de eventos institucionales, aseguran que cubrir los eventos con fotos y videos tomados desde su teléfono celular. Este proceso empírico, le permite al INDER Bello justificar su accionar y evidenciar el impacto que tiene en las diferentes comunidades de la ciudad, sin embargo, no es posible compartir por lo anteriormente mencionado.

Algunos de los videos tomados en los eventos son utilizados para nutrir las redes sociales personales de contratistas o vinculados que quieren resaltar sus procesos, sin embargo, sucede que se evidencia el manejo incorrecto de la marca INDER Bello, la soltura en el manejo de imagen es algo que la oficina de comunicaciones de la entidad ha trabajado con capacitaciones semestrales, a pesar de esto, el mal manejo de los colores, del logo y de la publicidad del ente sigue siendo un punto a trabajar.

Esta falta de control sobre la difusión de material audiovisual compromete la integridad de la identidad visual del INDER Bello y puede resultar en una pérdida de credibilidad y confianza por parte de stakeholders, de la comunidad y de diferentes patrocinadores de eventos específicos.

Ante este panorama, el 7,1% restante de los encuestados en este sentido afirma tomar evidencia únicamente fotográfica de los eventos que acompañan, esto con el fin de tener tomarevidencia únicamente fotográfica de los eventos que acompañan, esto con el fin de tener pruebas suficientes para justificar su presencia en los lugares del evento.

Estas personas que actúan de manera independiente y sin seguir los protocolos establecidos para la difusión de contenido relacionado con el INDER Bello, están poniendo en

riesgo la coherencia y la consistencia de la identidad visual de la institución. Al hacerlo, transmiten mensajes inconsistentes y confusos que pueden perjudicar la percepción que el público tiene de la entidad como organización seria y confiable.

Conocimientos básicos sobre montajes de eventos

Para entender sobre montajes de eventos debemostener en cuenta que, los eventos responden al proceso de la información, el que existe un emisor (organizador del evento) y receptor (stakeholders) y cuyo fin es transmitir un mensaje a través de una serie de medios, teniendo que ser codificados por el receptor. (López, 2016, p. 7)

La intención ha sido que el evento cumpla con algunos criterios en torno a las comunicaciones como son: ser claro, verse atractivo y adicional ser conciso, todo o anterior para que a audiencia a quien va relacionada o que va a impactar directamente pueda recibir un mensaje y actúe de acuerdo a las necesidades del programa; sumado a lo anterior, es importante tener en cuenta que el mensaje que se transmite en cualquier acto público debe estar siempre correlacionado con el entorno, la cultura y los receptores a los que se quiere y se está impactando tanto directa como indirectamente.

En este caso, y respondiendo a lo que dice López, (2016), sobre los criterios a tener en cuenta en torno a la preparación de un evento, para el INDER Bello es urgente la sistematización de procesos comunicativos que permitan generar hermetismo en las estrategias informativas y así poder cumplir con los requisitos mínimos para toma de herramientas que permitan visualizar los eventos comunales y externos que apoya el Instituto con claridad,

consistencia y que cumplan objetivos tanto de la entidad como con lo que se desea compartir con el público externo.

Según el estudio, es llamativo la intención en que el 42,9% de las 14 personas entre contratistas y funcionarios encuestados en línea para entender su participación en la operación de eventos institucionales, reconocen no saber realizar un montaje de eventos, esto implica una falta de profesionalismo y cuidado en la planificación y ejecución de las actividades promovidas por el INDER Bello.

Este panorama podría desencadenar en una experiencia negativa para los participantes, quienes podrían percibir una falta de organización y seriedad por parte de la entidad. Además, la colocación no autorizada de material publicitario puede generar confusión y contradicción en los mensajes que se transmiten, lo que compromete la coherencia de la imagen que el INDER Bello busca proyectar.

Conocimientos técnicos en comunicaciones por parte de empleados y contratistas

Teniendo en cuenta la encuesta realizada a 14 personas entre contratistas y funcionarios encuestados en línea para entender su participación en la operación de eventos institucionales, reconocen no saber realizar un montaje de eventos, se denota que en la mayoría de los casos el personal que hace parte del INDER Bello no cuenta con bases para diseñar piezas gráficas, y esto se evidencia en los diseños que se encuentran como promociones del Instituto y que no son realizadas o aprobadas por la oficina de comunicaciones.

En la mayoría de los casos estas faltas son reconocidas por sus autores, sin embargo, en otros casos no se encuentra la persona que realiza estos malos procedimientos afectando de gran manera la imagen del Instituto de Deporte y Recreación de Bello INDER Bello.

Esta problemática debe entonces afrontarse por parte de la oficina de comunicaciones

quienes tienen la potestad de proteger y velar por el cuidado de la imagen de la entidad en beneficio del ideal que desean proyectar.

El hecho de que los empleados y contratistas del INDER Bello no tengan conocimientos básicos técnicos y sociales en comunicaciones perjudica a la institución de varias maneras.

A continuación, se enumeran los cinco problemas principales.

1. **Mensajes inconsistentes:** puede llevar a que los empleados transmitan mensajes inconsistentes sobre los valores, objetivos y actividades del INDER Bello. Esto puede generar confusión y una percepción negativa por parte del público.
2. **Mala gestión de la imagen institucional:** Los empleados pueden no entender cómo proyectar de manera efectiva la identidad visual y los valores de la organización, lo que puede afectar su reputación.
3. **Errores en la comunicación externa:** La carencia de conocimientos básicos en comunicaciones puede conducir a errores en la comunicación externa, como malas redacciones, falta de claridad en los mensajes o una elección inadecuada de canales de comunicación.
4. **Pérdida de oportunidades de promoción:** Puede suceder que los empleados y contratistas aprovechen oportunidades para promover las actividades del INDER Bello de manera efectiva. Sin una comprensión básica de cómo utilizar los medios de comunicación y las herramientas de promoción, pueden perderse valiosas oportunidades de difusión.

- 5. Falta de involucramiento de la comunidad:** La falta de conocimientos en comunicaciones puede dificultar el involucramiento y la participación de la comunidad en las iniciativas del INDER Bello. Los empleados y contratistas necesitan habilidades para comunicarse de manera efectiva con diferentes grupos y fomentar la participación activa.

Considerando este panorama, es importante empezar a gestionar espacios y maneras en las que la Oficina de Comunicaciones del INDER Bello pueda garantizar el buen manejo de la imagen institucional en beneficio de la entidad, a su vez, es importante empezar a cuestionar a contratistas y empleados sobre la manera en cómo están recolectando evidencias y mostrar soluciones ante posibles problemas que puedan acarrear estos malos manejos de piezas gráficas, material promocional mal ubicado y malas técnicas comunicativas para con el público externo de la organización.

Iniciativa de las áreas para suplir necesidades

Aunque la muestra tomada de las encuestas no denota una gran relevancia en el dato es importante precisar que el 16,7% de las 14 personas entre contratistas y funcionarios encuestados en línea para entender su participación en la operación de eventos institucionales, reconocen no saber realizar un montaje de eventos, concluyen que sí han diseñado piezas gráficas no autorizadas para promocionar eventos del INDER Bello, sin aprobación previa, ni custodia por parte de la Oficina de Comunicaciones de la entidad, en este punto es importante enfocarnos en lo que Schlemenson (1990, como se citó en Hepner, 2019) menciona que:

La cultura del talento humano en las organizaciones es uno de los

propósitos principales de las compañías es la posibilidad de tomar decisiones a través de sus colaboradores. Es necesaria a la hora de acompañar a una cultura de agilidad poder abordar la instalación de dispositivos de cambio y aprendizaje, como por ejemplo la posibilidad de diseñar espacios comunes de trabajo en equipo con foco en el liderazgo de proyectos, lo que posiblemente modele el contexto para habilitar esos logros. (pp. 16-17)

Es decir, la organización como es percibida en el INDER Bello tiene la posibilidad de diseñar espacios que le permitan a todos los colaboradores generar habilidades básicas que permitan la buena constitución de las comunicaciones por fuera de la oficina de comunicaciones.

Sin embargo, estas acciones deben ir cobijadas bajo estrategias claras y contundentes de que es lo que se quiere y como se quieren lograr diferentes metas comunicacionales que permitan a la entidad canalizar el flujo de información y de esta manera generen buenas relaciones tanto con el público interno como externo.

Mientras no haya estos espacios de formación y de capacitación para los colaboradores seguirán sucediendo los fallos que hemos descrito en las comunicaciones de la entidad y con esto puede resultar en una pérdida de credibilidad y confianza del público objetivo con las acciones desarrolladas por el INDER Bello.

Ruta de solicitudes internas

Debido a los errores cometidos por parte de los colaboradores del INDER Bello, fue necesario preguntar si se conocen los procedimientos para solicitar alguna necesidad ante la oficina de comunicaciones, algo que en su mayoría respondieron bien, sin embargo, es

importante enfocarse en el 21,4% de las 14 personas entre contratistas y funcionarios encuestados en línea para entender su participación en la operación de eventos institucionales, reconocen no saber realizar un montaje de eventos, respondió negativamente.

Este número puede ser un indicador sobre las falencias que está cometiendo el área e invita a replantear algunas estrategias para que puedan ser entendidas y abordadas por cada uno de los colaboradores del INDER Bello.

Estas falencias pueden ser identificadas en la comunicación interna de la entidad, en la poca capacitación al personal INDER Bello, a la baja promoción de las comunicaciones en la entidad, en la falta de transmisión de la información por parte de superiores a sus funcionarios y al no estar claros cuales son los diferentes canales de comunicación.

Recepción de solicitudes externas

Para finalizar la encuesta, se evidencia un problema mayor y donde radica el inicio de los problemas comunicacionales en la entidad, no se tiene claro cuál es el canal principal para la recepción de información por parte de la comunidad hacia el INDER Bello.

Existen varias formas en las que el público externo se comunica con la entidad entre las que tenemos:

- Ventanilla única
- Vía Whatsapp
- Correo electrónico
- Voz a voz - RRPP
- Mediante el comité de eventos

- Instrucciones de superiores

El hecho de que el INDER Bello reciba más de 5 ingresos de información diferentes y que estas no sean canalizadas a través de un único canal tiene varios efectos negativos para la organización. A continuación, se describen algunas de las consecuencias más importantes:

1. Dificultad en la gestión y organización de la información: el INDER Bello se enfrenta a un desafío en la gestión y organización de dicha información. La falta de un sistema unificado dificulta la identificación, clasificación y almacenamiento eficiente de los datos, lo que puede generar confusiones, pérdida de información importante y demoras en su acceso.
2. Riesgo de información fragmentada y desactualizada: existe un mayor riesgo de que esta sea fragmentada, incompleta o desactualizada. Cada canal puede recibir información de manera independiente y sin una sincronización adecuada, lo que puede llevar a que diferentes partes del INDER Bello tengan acceso a datos inconsistentes o incompletos. Esto puede afectar la toma de decisiones y generar falta de confianza en la calidad de la información disponible.
3. Falta de uniformidad en la comunicación: existe la posibilidad de que la comunicación hacia y desde el INDER Bello no sea uniforme. Cada canal puede tener su propio tono, estilo y formato, lo que puede generar confusión y una imagen inconsistente de la institución. Esto dificulta la transmisión de mensajes claros y coherentes hacia el público y los stakeholders del INDER Bello.

4. Incremento de la carga de trabajo y posibilidad de errores: La recepción de información a través de múltiples canales aumenta la carga de trabajo del personal encargado de procesar y gestionar esos datos. Cada canal puede requerir un proceso de revisión y respuesta individual, lo que lleva a un aumento en la carga de trabajo y la posibilidad de cometer errores o pasar por alto información importante.

Teniendo claro estos panoramas es necesario entonces evaluar las estrategias comunicativas y de relacionamiento entre los públicos objetivos internos y externos para encontrar canales fijos de comunicación que agilicen la toma de decisiones y el apoyo por parte de la oficina de comunicaciones.

Abordada esta primera parte de la encuesta a colaboradores del INDER Bello, se le dará desarrollo a la segunda herramienta de recolección de datos la cual fue aplicada al gerente de la entidad en la presente vigencia, Sergio Rodolfo Blandón Betancur, quien a través de una entrevista visualizó los siguientes puntos:

- Creatividad
- Falta de personal
- Responsabilidad de la percepción de la imagen por parte de la oficina de comunicaciones
- Consciencia de los esfuerzos de la gente vs profesionalismo e idoneidad de la oficina de comunicaciones
- Importancia de la trazabilidad de los eventos

Creatividad

Para definir lo que es la creatividad en las organizaciones, acudimos a qué,

Woodman, Sawyer, y Griffin (1993) plantean que:

La creatividad organizacional es la creación de un producto, servicio, idea, procedimiento o proceso nuevos, útiles y con valor, por individuos trabajando en conjunto dentro de un complejo sistema social. Y que, por lo tanto, es la definición comúnmente aceptada de comportamiento creativo, o de los productos de este tipo de comportamiento colocados dentro de un contexto organizacional.
(p. 3)

En este orden de ideas, Sergio Rodolfo Blandón Betancur, gerente del INDER Bello, señala que las personas que hacen parte de la oficina de comunicaciones son personas idóneas, calificadas y creativas en el momento de abordar espacios para la toma de contenido.

Esta definición se suma a la importancia de que cada uno de los funcionarios que hacen parte de la oficina de comunicaciones debe tener una mirada relacionista en torno al fortalecimiento de lazos y conocimiento de personal de las diferentes áreas de trabajo del INDER Bello, es parte fundamental que permita generar confianza en los procesos adelantados por la oficina.

Falta de personal

Sergio Rodolfo Blandón Betancur, gerente del INDER Bello, en su relato señala que es consciente de la falta de personal en la oficina de comunicaciones y conoce de primera mano lo que esto significa, sin embargo, resalta la entrega del equipo en beneficio del instituto, a pesar de esto, es claro que el capital humano limitado genera dificultades en el desarrollo de las actividades por parte del área.

En primer lugar, la carga de trabajo excesiva puede generar un deterioro en la calidad del servicio. Los miembros del equipo de comunicaciones pueden encontrarse abrumados por la cantidad de tareas y responsabilidades que deben cumplir, lo que puede llevar a una disminución en la atención a los detalles, retrasos en la respuesta a las solicitudes y una menor capacidad para generar contenido creativo y atractivo.

Además, la falta de personal puede limitar la capacidad de la oficina de comunicaciones para abordar de manera oportuna y eficiente las necesidades de comunicación de otras áreas del INDER Bello. Esto puede generar demoras en la creación de materiales promocionales, la difusión de información relevante y la gestión de eventos, lo que a su vez puede afectar la participación y el interés del público en las actividades del INDER Bello.

Asimismo, la falta de personal puede limitar la capacidad de la oficina de comunicaciones para realizar un seguimiento adecuado de los resultados y evaluar el impacto de las estrategias de comunicación implementadas. La recolección de datos, el análisis de métricas y la elaboración de informes son actividades importantes para medir el éxito de las iniciativas de comunicación y realizar ajustes necesarios. La falta de personal puede dificultar la dedicación de tiempo y recursos necesarios para llevar a cabo estas tareas de manera efectiva.

Responsabilidad de la percepción de la imagen por parte de la oficina de comunicaciones

En las respuestas compartidas por Sergio Rodolfo Blandón Betancur, Gerente del INDER Bello, señala que la responsabilidad de la imagen y el cuidado de la marca INDER Bello, recae en la jefatura de comunicaciones y las indicaciones que la persona que asume este rol debe de brindar a sus dirigidos.

Sin dudas, esta persona tiene una responsabilidad importante para generar estrategias que permitan visibilizar de la mejor manera el INDER Bello, sin embargo, es

compromiso de los miembros de esta oficina ser proactivos en torno al cuidado de la imagen de marca en el exterior de la entidad.

Este trabajo es complejo, sin embargo, debe hacerse realidad para evitar desviar la atención en otras situaciones externas a la entidad.

La imagen pública de una organización es la impresión general que el público tiene de ella, y es crucial para establecer la reputación, la confianza y la credibilidad de la entidad.

La oficina de comunicaciones desempeña un papel fundamental en la gestión de esta imagen y tiene la responsabilidad de garantizar que la percepción del público sea positiva y coherente con los valores y objetivos del INDER Bello.

Consciencia de los esfuerzos de la gente vs profesionalismo e idoneidad de la oficina de comunicaciones

Este es uno de los puntos que pone en discusión el gerente de la entidad y es algo que hemos desarrollado a lo largo del documento y aunque las buenas intenciones del personal INDER Bello que no pertenece a la oficina de comunicaciones se valora, es evidente que la falta de calidad en los procesos puede perjudicar el nombre de la entidad.

La oficina de comunicaciones debe asegurarse de que los materiales promocionales, las campañas publicitarias y las actividades de relaciones públicas reflejen la identidad y los objetivos del INDER Bello de manera precisa y efectiva

Y por esta razón, es necesario la idoneidad de los profesionales en el proceso de manejo de información y cuidado de la imagen, su tecnificación y experticia es fundamental para sostener un proceso de confianza ante la comunidad y de fortalecimiento institucional ante los colaboradores.

Además, la oficina de comunicaciones tiene la responsabilidad de establecer y

mantener relaciones sólidas con los medios de comunicación y otros actores externos clave. Esto implica facilitar el acceso a la información, proporcionar declaraciones y respuestas a consultas de los medios, y coordinar entrevistas y eventos de prensa. Estas acciones permiten influir en la forma en que el INDER Bello es presentado en los medios y garantizar una cobertura equilibrada y precisa de sus actividades.

Sin dudas, los esfuerzos de las personas por querer evidenciar los procesos son válidos, pero son muchas más las responsabilidades del proceso comunicacional del INDER Bello que necesitan de buenas herramientas, procesos establecidos y buen manejo de la imagen.

Importancia de la trazabilidad de los eventos

Por último, la trazabilidad de los eventos permite tener un control y seguimiento detallado de todas las actividades y acciones llevadas a cabo. Esto incluye información sobre fechas, lugares, participantes, recursos utilizados, resultados obtenidos, entre otros aspectos relevantes. Tener esta trazabilidad brinda la capacidad de evaluar la efectividad de cada evento, identificar áreas de mejora y realizar un análisis retrospectivo para futuras planificaciones.

En cuanto a la comunicación externa, la trazabilidad de los eventos permite generar contenido y materiales promocionales basados en eventos pasados exitosos, destacando logros, testimonios y resultados obtenidos. Esto contribuye a fortalecer la imagen y el posicionamiento del INDER Bello en el público externo, generando confianza y credibilidad.

La trazabilidad de los eventos permite, además, evaluar el costo-beneficio de cada evento y optimizar el uso de los recursos disponibles. Al tener información detallada sobre los recursos utilizados en eventos anteriores, la oficina de comunicaciones puede realizar presupuestos más precisos, identificar oportunidades de ahorro y garantizar un uso efectivo de

los recursos financieros y logísticos.

Propuestas de solución a necesidades

Luego de conocer las necesidades en torno al manejo de la información, y a las fallas identificadas en la estrategia comunicativa, se presentan algunas opciones que pueden ser tenidas en cuenta como mejoras para afianzar las labores realizadas por la oficina de comunicaciones del Instituto de Deporte y Recreación de Bello - INDER Bello.

Generar capacitaciones para empleados

Se deben realizar acciones de capacitación y sensibilización para que los colaboradores comprendan la importancia de mantener altos estándares de calidad en los eventos y respetar los lineamientos establecidos para la promoción y difusión de la marca del INDER Bello. Solo así se podrá asegurar una presentación coherente y profesional que fortalezca la reputación de la entidad.

Es esencial proporcionar capacitación en comunicación interna, gestión de la imagen corporativa, redacción y habilidades de comunicación, estrategias de promoción y RRPP, así como habilidades de comunicación interpersonal y trabajo en comunidad. Esto permitirá que el personal del INDER Bello se comunique de manera efectiva, proyecte una imagen coherente y maximice las oportunidades de promoción y participación de la comunidad.

Manejo fotografía y videos

Al capacitar al personal en el manejo de fotografía y video, se asegura que los

registros visuales de los eventos cumplan con estándares de calidad y estética establecidos. Esto incluye aspectos como la composición, la iluminación, el encuadre y la captura de momentos clave

Esto facilita la generación de contenido actualizado y relevante para su uso inmediato en las estrategias de comunicación. La disponibilidad de material visual fresco y de calidad permite una respuesta ágil a las necesidades de comunicación y una mayor interacción con el público.

La capacitación del personal del INDER Bello en el manejo de fotografía y video tiene múltiples beneficios, incluyendo la reducción de costos y dependencia externa, la flexibilidad en la generación de contenido, la comunicación interna efectiva y la difusión de las actividades. Esto contribuye a fortalecer la imagen y la comunicación del INDER Bello, brindando una experiencia más completa en beneficio del público objetivo de la entidad.

Manejo de diseño básico en Canva

Se propone crear desde la oficina de comunicaciones una capacitación en diseño gráfico básico con manejo de la plataforma virtual Canva.

En esta plataforma, los funcionarios seleccionados para apoyar algunas funciones de la oficina de comunicaciones, tendrán la capacidad de diseñar piezas gráficas básicas con posterior aprobación en las que puedan resaltar cumpleaños, eventos especiales, y reconocimientos a las labores de los contratistas y personal INDER Bello.

Se propone que en la plataforma se cree un usuario para dichos diseños que contengan plantillas prediseñadas y las cuales se puedan editar en banners, logos, colores y

demás piezas que el diseñador gráfico de la entidad crea necesarias para el buen uso de dicha plataforma.

Con este aporte, se asegura el cumplimiento del manejo de manual de identidad corporativa y el buen uso de la marca INDER Bello en piezas publicitarias en beneficio de la comunidad, información a la mano y con el beneplácito de la oficina, algo que ahorraría tiempos de entrega y la protección de la visual institucional.

Generar horario de asesorías para eventos

Se propone la apertura por parte del jefe de la oficina de comunicaciones a que tenga un espacio para recibir personal INDER Bello que requiera asesoría en temas comunicacionales, en relacionamiento público y en uso de la imagen corporativa, que sea un espacio de crecimiento profesional para los implicados y de igual manera de fortalecimiento de los lazos entre funcionarios de la misma entidad.

En este espacio, se podrán definir estrategias y compartir herramientas útiles que beneficien el manejo de la información en el INDER Bello y que permitan darle un buen uso a la marca para evitar malos tratos por parte del público externo.

Socialización de formatos para solicitud de piezas gráficas y acompañamiento para eventos

Aunque es evidente que se han socializado los formatos que tiene la oficina de comunicaciones para solicitud de piezas gráficas y préstamo de material publicitario, esto es insuficiente, toda vez, que periódicamente ingresa nuevo personal al Instituto, hay nuevas directrices por parte de los superiores y suceden otras dinámicas que obligan a modificar las instrucciones anteriormente compartidas, por esta razón, se deben socializar los formatos de

solicitud de piezas gráficas para promover una mayor eficiencia y fluidez en los procesos de comunicación interna.

Las otras áreas del INDER Bello conocerán los canales adecuados y los requisitos necesarios para solicitar piezas gráficas, lo que agiliza la comunicación y evita malentendidos o demoras innecesarias. Esto permite un manejo más efectivo de los recursos y una respuesta más rápida por parte de la oficina de comunicaciones.

Al tener claridad sobre las solicitudes recibidas y contar con la información y los materiales necesarios, la oficina de comunicaciones puede responder de manera más efectiva y brindar un servicio de calidad a las demás áreas. Esto permite una mejor planificación y organización interna, así como una asignación adecuada de tiempo y recursos para la creación de piezas gráficas.

Rigurosidad en el manejo de formato (matriz del comité de eventos)

Al examinar las falencias en el proceso comunicativo entre las áreas de trabajo en el Instituto de Deportes y Recreación de Bello - INDER Bello, es importante evaluar los resultados que generan el comité de eventos en la entidad, se destaca la importancia de estos, sin embargo, no hay claridad en las especificaciones en cada una de las solicitudes, para esto, se propone tener mayor rigurosidad con el manejo de la información que en este espacio se genera y darle mayor seguimiento a la matriz que existe y que en ocasiones está incompleta, no se conocen responsables, entre otras falencias que generan traumatismos en la agilidad del espacio.

Esto se propone para que la oficina de comunicaciones de la entidad pueda tener mayor agilidad en la creación de estrategias que permitan tener un cubrimiento preciso y coherente con las políticas de la entidad y les permitan a los públicos objetivos conocer de

manera contundente la información que se genera desde el INDER Bello.

Creación de grupos de apoyo o grupo colaborativo

Para finalizar, se propone a la oficina de comunicaciones buscar aliados estratégicos al interior de la entidad, quienes podrán recibir capacitaciones más frecuentes en temas digitales, de manejo de imagen, tendrán capacitaciones en conceptos básicos del diseño, en ser guardas de la imagen corporativa y otros temas comunicacionales que ayudarán a la oficina de comunicaciones.

Estos agentes externos a la oficina, pero que también hacen parte del INDER Bello tienen ventajas significativas, como el conocimiento interno de la entidad y el vínculo y credibilidad con el público. Al involucrar a estos miembros del equipo, se fomenta una comunicación más efectiva y auténtica, lo que contribuye a fortalecer la relación con la comunidad y promover los objetivos del INDER Bello.

Este personal de apoyo, servirá entonces para aliviar las cargas de consultas por parte de externos a los miembros de la oficina y les permitirá apoyarse en cuidado de la imagen y canalización de la información en beneficio del Instituto.

Checklist para que funcionarios tengan una guía de cómo realizar un evento sin el apoyo de la oficina de comunicaciones

Puede suceder que se realice un evento comunitario en el que el INDER Bello haga presencia, sin embargo, no se pueda cubrir por parte de la oficina de comunicaciones de la entidad, para esto propongo el siguiente checklist que servirá como guía para el buen manejo y cuidado de la imagen institucional.

1. **Instalaciones adecuadas:** verificar que las instalaciones tengan la silletería requerida.

2. **Equipamiento técnico:** velar por la ubicación correcta del sonido, micrófonos, mesas principales, banderas, ubicación de invitados, entre otros.
3. **Comunicación y señalización:** asegurarse de contar con una adecuada comunicación interna y externa durante el evento, mediante la colocación de carteles informativos, pendones de la entidad, arañas, roll up, dummies y señalización de áreas importantes.
4. **Comunicación con los participantes:** mantener una comunicación fluida y clara con los participantes, proporcionando información relevante sobre horarios, reglamentos, instrucciones y cualquier cambio o actualización necesaria.
5. **Evaluación y retroalimentación:** establecer mecanismos para recopilar retroalimentación de los participantes y asistentes al evento

Conclusiones

En resumen, la responsabilidad de la percepción de la imagen por parte de la oficina de comunicaciones del INDER Bello ante el público externo implica la creación de una imagen positiva y coherente, la gestión proactiva de la reputación, la respuesta efectiva a inquietudes y críticas, y el establecimiento de relaciones sólidas con los medios y otros actores clave. Al asumir esta responsabilidad de manera adecuada, la oficina de comunicaciones contribuye a fortalecer la imagen y el posicionamiento del INDER Bello en la opinión pública.

La trazabilidad de cada evento realizado por el INDER Bello brinda control, seguimiento, evaluación de impacto, comunicación interna y externa efectiva, y gestión eficiente

de recursos. Estos aspectos son fundamentales para el desarrollo de eventos exitosos, la mejora continua de las actividades y el fortalecimiento de la imagen y reputación del INDER Bello.

Buscar personal de apoyo o talentos al interior de la entidad para ayudar en el proceso comunicacional tiene ventajas significativas, como el conocimiento interno de la entidad y el vínculo y credibilidad con el público. Al involucrar a estos miembros del equipo, se fomenta una comunicación más efectiva y auténtica, lo que contribuye a fortalecer la relación con la comunidad y promover los objetivos del INDER Bello.

Finalmente, las relaciones públicas son esenciales en el trabajo de la oficina de comunicaciones del INDER Bello. Contribuyen al fortalecimiento de la imagen institucional, la construcción de alianzas estratégicas, la comunicación efectiva con el público objetivo y el manejo de crisis. Una adecuada gestión de las relaciones públicas permite promover los valores, programas y actividades del INDER Bello de manera efectiva, generando confianza, participación y apoyo en la comunidad y en otros actores relevantes.

Bibliografía:

Aranzazu, S. (2018). “*Reputación corporativa. Estudio del concepto y metodologías para su medición. Propuesta de un concepto y metodología de consenso*”. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/47772/1/T39956.pdf>

García, M. (2013). *Los eventos como herramientas de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales. Estudio de caso: Eventos de la Fundació Fòrum Ambiental*. Universidad de Sevilla. Recuperado de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/48294/CorderoLopez_Lucia_TFG_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hepner, L (2019) *La perspectiva ética en el análisis organizacional*. Universidad de San Andrés. Recuperado de <https://repositorio.udes.a.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16765/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Rec.%20Hum.%20Hepner%2C%20Lionel.pdf>

Woodman, W. R., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). *Toward a Theory of Organizational Creativity*. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de https://www.redalyc.org/journal/5116/511653788006/html/#redalyc_511653788006_ref2

Anexos

Encuesta virtual

Tipo de encuesta: descriptiva

Forma de aplicación: online

Tipo de encuesta según frecuencia: Transversal

(En los estudios transversales, las encuestas se administran a una pequeña muestra de una población más amplia en un marco temporal reducido. Este tipo de encuesta ofrece al investigador un resumen rápido de lo que piensan los encuestados en ese momento, son cortas y están listas para responder y medir la opinión en una situación concreta).

Tipo de respuesta: cerrada

Objetivo: identificar los conocimientos básicos en comunicaciones y en proceso de solicitud de piezas gráficas y apoyo a eventos en el INDER Bello por parte de los coordinadores de área y líderes de procesos.

Si un evento en el que participa tu área no tiene cubrimiento por parte de la oficina de comunicaciones, ¿cómo lo cubres?

 Copiar

14 respuestas

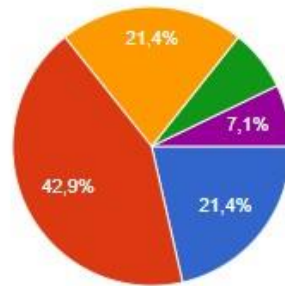


- Fotos y videos con celular
- Solo fotos con celular
- solo videos con celular
- Tengo mi propia cámara

En el momento de realizar un evento sin el acompañamiento de la oficina de comunicaciones, ¿sé ubicar el material publicitario (pendones, dummies, arañas, banderines) de la manera correcta?

 Copiar

14 respuestas

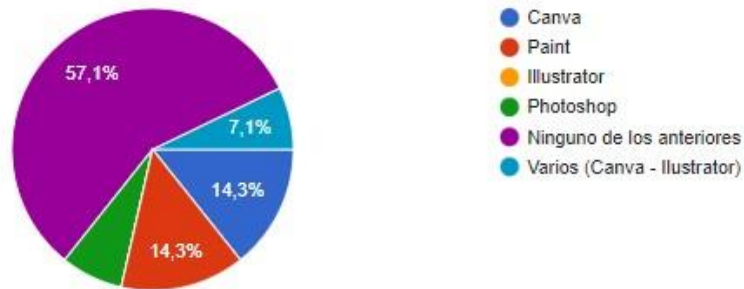


- Sí
- No
- No sé
- Lo ubicaría como considero que es, pero no sabría si es la forma correcta o no.
- Algunos

¿Manejas algún programa de diseño gráfico?

 Copiar

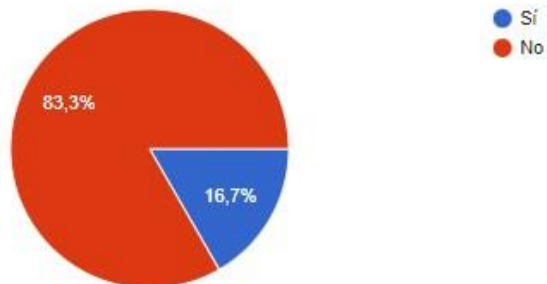
14 respuestas



Si la respuesta a la pregunta anterior fue afirmativa, ¿en algún momento ha diseñado piezas promocionales del INDER Bello por su cuenta?

 Copiar

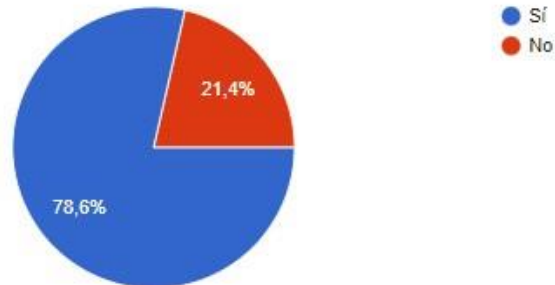
12 respuestas



¿Conoce los mecanismos para solicitud de piezas, videos o material comunicativo a la oficina de comunicaciones del INDER Bello?

 Copiar

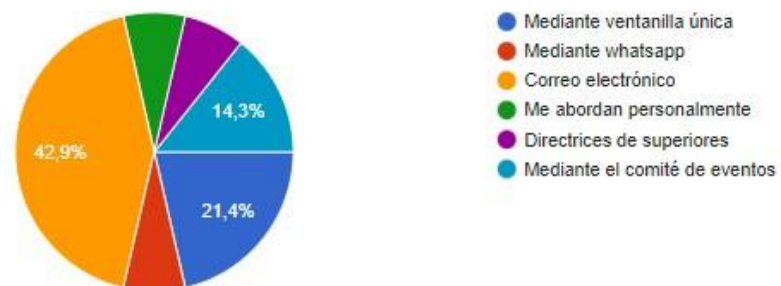
14 respuestas



¿Cómo llegan las solicitudes a su área de trabajo para apoyar o realizar eventos en nombre del INDER Bello?

 Copiar

14 respuestas



ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

TIPO DE ENTREVISTA ELEGIDA: SEMI ESTRUCTURADA

OBJETIVO: Evidenciar la percepción sobre las dinámicas comunicativas en los eventos del INDER Bello por parte del gerente de la entidad

PREGUNTAS PARA GERENTE DEL INDER BELLO

PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS	
1. ¿Cuál es tu profesión?	
2. ¿Qué cargo desempeñas en el INDER Bello?	
3. ¿Cuánto llevas en la entidad?	
CUERPO DE LA ENTREVISTA	
PREGUNTA	OBJETIVO
4- La oficina de comunicaciones se encarga de acompañar y asesorar el uso de la imagen de la entidad en los eventos de los cuales hace parte el INDER Bello, desde el tema logístico, la imagen corporativa y el cubrimiento de diferentes actividades desarrolladas en los mismos.	Entender qué valora el gerente de la entidad del área de comunicaciones

<p>¿Qué crees que hace la diferencia en el cubrimiento de eventos por parte del área de comunicaciones del INDER Bello?</p>	
<p>5- Debido a la cantidad de tareas que maneja el instituto de deportes y recreación de Bello, existen algunas falencias en el proceso comunicativo de las que seguramente eres consciente en el desarrollo de los eventos</p> <p>¿Qué mejoraría de ese cubrimiento de eventos por parte de la oficina de comunicaciones?</p>	<p>Conocer percepciones sobre el accionar del área de comunicaciones y diagnosticar posibles fallas en las que incurre la oficina en los eventos.</p>
<p>6- El área de comunicaciones hace un esfuerzo por custodiar la imagen de la entidad desde múltiples esferas, uno de estos, los eventos.</p> <p>¿Cree usted que la labor del área de comunicaciones en los eventos hace alguna diferencia en la percepción que tiene la comunidad del INDER Bello?</p>	<p>Evidenciar el impacto que la opinión pública tiene para el gerente del INDER Bello y como interviene el accionar de la oficina de comunicaciones en ésta.</p>

<p>7- Conociendo la problemática y debido a la alta demanda de acompañamiento en múltiples eventos de todas las áreas</p> <p>¿Usted cómo percibe el cubrimiento que realizan otras áreas en diferentes eventos que apoyan y realizan el INDER Bello, sin la intervención de la oficina de comunicaciones?</p> <p>¿Qué destaca y qué mejoraría?</p>	<p>Valorar la percepción que tiene el gerente del INDER Bello sobre el cubrimiento de eventos con o sin el accionar de la oficina de comunicaciones</p>
<p>8- Conociendo las falencias de otras áreas en el cubrimiento de eventos</p> <p>¿En qué casos o en qué tipo de espacios considera usted que sería estratégica la intervención de la oficina de comunicaciones del INDER Bello para garantizar el desarrollo efectivo del evento dada su condición?</p>	<p>Salvaguardar la imagen y recuperar la visión del INDER Bello ante comunidades inconformes con el accionar de la administración municipal y sus entidades.</p>

<p>9- La problemática hoy y el motivo al desarrollar este trabajo es el hecho de que hoy no pasan por la oficina de comunicaciones muchos eventos que apoyan y realizan otras áreas</p> <p>¿Considera usted que es importante que la oficina de comunicaciones tenga la trazabilidad y el conocimiento de cada uno de los eventos realizados y apoyados por parte de las diferentes áreas del INDER Bello?</p>	<p>Validar las funciones que cumple la oficina de comunicaciones y la importancia que tiene dentro de la entidad.</p>
--	---