

FORTALECIMIENTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL CENTRO DE
PROYECCIÓN SOCIAL CON LAS ORGANIZACIONES CIVILES DEL MUNICIPIO
DE PIEDECUESTA

SERGIO HERRERA MURILLO



UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
SEPTIEMBRE DE 2013

Fortalecimiento de las Relaciones Públicas del Centro de Proyección Social con
las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta

SERGIO HERRERA MURILLO

TRABAJO DE GRADO:
EN LA MODALIDAD DE PASANTÍA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL
TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL-PERIODISTA

SUPERVISOR:
MG. GIOVANNI BOHÓRQUEZ PEREIRA



UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA

SEPTIEMBRE DE 2013

NOTA DE ACEPTACIÓN: _____

Floridablanca, _____

AGRADECIMIENTOS

Decir gracias sería poco para lo que tengo que decir a mis padres, Lidys María Murillo y Roberto Herrera Duarte por sus esfuerzos para que todo saliera bien y la confianza depositada en mi a pesar de las adversidades y obstáculos. A mis amigos quienes dieron su apoyo y amistad para luchar por esto que se hace realidad a mi hermanas que dieron en su luz el brillo que necesitaba, por ultimo al docente Giovanni Bohórquez que más que un tutor logro ser un amigo y sembrar en mi la confianza para seguir a pesar de las adversidades y las dudas que surgieron en este camino.

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 10 |
| 2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN..... | 13 |
| 2.1 MISIÓN..... | 13 |
| 2.2 VISIÓN..... | 13 |
| 2.3 OBJETIVOS DEL CPS..... | 14 |
| 2.4 VALORES Y PRINCIPIOS..... | 14 |
| 2.5 SERVICIOS..... | 15 |
| 2.6 ESTADÍSTICAS DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL..... | 17 |
| 3. OBJETIVOS..... | 18 |
| 4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS..... | 19 |
| 4.1 FASE1: CONSOLIDACIÓN DE PROPUESTA..... | 19 |
| 4. 2 FASE 2: INDAGACIÓN Y APLICACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 19 |
| 4.3 FASE 3: INVESTIGACIÓN ACCIÓN (IA)..... | 20 |
| 4.4 FASE 4: COMUNICACIÓN (EJECUCIÓN)..... | 24 |

| | |
|--|----|
| 5. RESULTADOS EXPECTATIVA..... | 26 |
| 5.1 RESULTADOS EVALUACIÓN EVENTO..... | 30 |
| 5.2 CONCLUSIONES TALLER INFORMATIVO..... | 39 |
| 6. ACTIVIDADES DEL CPS..... | 41 |
| 7. CONCLUSIONES DEL PROYECTO..... | 43 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA..... | 44 |

RESUMEN DEL PROYECTO

TÍTULO: Fortalecimiento de las relaciones públicas del Centro de Proyección Social con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta

AUTOR: Sergio Herrera Murillo

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Giovanni Bohórquez Pereira

Las relaciones publicas en la entidades ha tomado en los últimos años gran importancia, desde el Centro de Proyección Social de la Universidad Pontificia Bolivariana, el área de comunicaciones ha trabajado un proyecto enfocado a fortalecer las relaciones publicas con las entidades civiles del municipio de Piedecuesta, en su primera etapa el proyecto se enfocó en una estrategia de talleres a líderes comunales, en la cual se fortaleciera o generará un vínculo entre la institución y estos representantes.

Al terminar esta primera etapa se hizo aplica una nueva etapa que busca vincular a otras instituciones civiles para buscar nuevos vínculos para el trabajo y tener una aproximación más directa a los proyectos sociales desarrollados en el municipio, con lo cual se aplica nuevamente la herramienta de talleres dirigidos y se hace necesaria la aplicación de una nueva herramienta sugerida por Lennis Wilcox , la entrevista personal que permite reforzar la retroalimentación y generar vínculos más cercanos con dichas instituciones.

Con la participación de estas organizaciones se logran resultados satisfactorios en asistencia y cadena de contactos pero se hace inminente aplicar una nueva etapa que permita, socializar con dichas instituciones lo encontrado, y dar así otro paso en un ejercicio de relaciones públicas que puede tener efectos positivos para la institución y la población , en este trabajo se evidencias herramientas utilizadas y

los datos registrados durante las reuniones con entidades civiles, Ong, fundaciones y cooperativas junto con los resultados de la reuniones.

PALABRAS CLAVES: Relaciones públicas, organizaciones civiles, talleres informativos, entrevista personal.

ABSTRACT

TÍTULO: FORTALECIMIENTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DEL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL CON LAS ORGANIZACIONES CIVILES DEL MUNICIPIO DE PIEDECUESTA

AUTHOR: Sergio Herrera Murillo

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Giovanni Bohórquez Pereira

Public relations in the entities have taken on great importance in recent years, from the Centro de Proyección Social of the Universidad Pontificia Bolivariana, the Communications has worked a project focused on public relations to strengthen civilian institutions Piedecuesta , in its first phase the project focused on a strategy of workshops with community leaders , in which strengthen or generate a link between the institution and these representatives.

Upon completion of this first stage was applied a new stage that seeks to link to other civil institutions to find new links for work and have a more direct approach to social projects developed in the town , which is again applied workshops Tool directed and requires the application of a new tool Lennis suggested by Wilcox , personal interview feedback to fortify and build closer ties with these institutions.

With the participation of these organizations are achieved satisfactory results in attendance and contacts, but chain is imminent implement a new stage that allows socialize with these Institutions found , and thus give another step in a public relations exercise can have positive effects for the institution and the population, in this paper evidence and tools used data recorded during meetings with civil entities, Ong , foundations and cooperatives together with the results of the meetings.

KEYWORDS: Public relation, civil organizations, community action boards, the informative meetings

1. INTRODUCCIÓN

“La práctica de las relaciones públicas consiste en el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de las organizaciones y aplicar programas planificados de acción que sirvan tanto a la organización como al público” Wilcox 2001¹.

El Centro de Proyección Social nace como un espacio de la universidad dedicado al acercamiento e interacción social entre las poblaciones vulnerables y menos favorecidas que habitan Piedecuesta y entes gubernamentales del orden nacional y local

Este proceso lleva cerca de diez años y por tanto se hace necesario dar a conocer logros, no solo a la comunidad universitaria, si no también, a los propios beneficiarios.

Roger Mauricio Osorio Rojas en su texto “Diseño de Plan Operativo en Comunicaciones para el Centro de Proyección Social UPB- Bucaramanga”² define tres líneas de trabajo para ejecutar al interior del Centro, una de ellas las Relaciones Públicas. Sobre la que se ha estado trabajando para fortalecer y ampliar no solo el conocimiento del CPS en Piedecuesta si no su campo de acción y el apoyo social que necesitará a la hora de ejecutar cualquier proyecto de carácter social dentro del municipio, a través de las buenas relaciones con entidades y la misma población, con lo cual se tendría claro es objetivo de este ejercicio de relaciones públicas, trabajar por el bienestar común a partir de las distintas actividades que se puedan gestar.

¹ Wilcox L, Phillip H, Warren K, Glen T./ “Relaciones públicas estratégicas y tácticas”, 6 edición,/ Addison Wesley/ Madrid 2001./Pág. 4,5

² OSORIO, Roger Mauricio, “Diseño de Plan Operativo en Comunicaciones para el Centro De Proyección Social De La UPB- Bucaramanga”, pág. 12

Por eso en este punto se trabajó con Organizaciones no gubernamentales, organizaciones gubernamentales, asociaciones, agremiaciones y fundaciones, para lograr de esta forma el ejercicio de relaciones públicas deseado.

Los procesos de relaciones públicas deben ser continuos para que los resultados sean los esperados, por quienes aplican distintas estrategias para generar y fortalecerles, por lo cual se retoma el trabajo realizado por el área de comunicaciones para que sus esfuerzos no sean cadenas aisladas si no focos de progreso, con los cuales una acción desenlaza en una cadena de resultados favorables para la institución en este caso desde el campo de las Relaciones Públicas.

Por ello, lo que se pretende al dar continuidad al trabajo titulado **“Fortalecimiento de las Relaciones Públicas del Centro de Proyección Social, CPS, con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta”**, el cual buscara afianzar y fortalecer las relaciones públicas, que planteadas por Dennis L. Wilcox se dividen en 6 niveles, necesarios para obtener un marco cíclico en el que se está en constante evaluación y reestructuración, para mejorar dicho proceso y aumentar la credibilidad e importancia de la institución ante la sociedad.

Esto apoyado por la definición dada por Lawrence W. Long y Vicent Hazelton, “las relaciones públicas son una función directiva de comunicación a través de la cual las organizaciones se adaptan, alteran, o mantienen su entorno con el fin de lograr sus fines como organización³”.

Al desarrollar adecuadamente lo planteado anteriormente, lograremos lo propuesto por Julio Alberto Quintana “permitir que el comunicador social planifique, coordine y organice a través de las RRPP la imagen y la proyección

³ Wilcox L, Phillip H, Warren K, Glen T./ “Relaciones públicas estratégicas y tácticas”, 6 edición,/ Addison Wesley/ Madrid 2001./Pág. 5

que tiene el CPS en el municipio, con la cual se busca posicionar su imagen, y fortalecer su presencia en la Región Santandereana”⁴.

⁴ Quintana J/ Fortalecimiento de las relaciones Públicas del Centro de Proyección Social con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta/Universidad Pontificia Bolivariana/2013/pág.10

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL CPS

El Centro de Proyección Social de Piedecuesta Benedicto XVI, es constituido el 28 de Junio de 2006 mediante la resolución rectoral n. 038 – 06, con el propósito principal de “retribuir a la comunidad Piedecuestana en servicio el haber permitido que la Universidad Pontificia Bolivariana tuviera un espacio para la formación e investigación de la ciencia de los profesionales”. Y con esta labor abrió sus puertas en agosto de 2006 buscando fortalecer y desarrollar proyectos sociales en la región. Su sede está ubicada en la Carrera 7 # 10-40 en el casco urbano del municipio.

Durante sus 7 años de servicio el CPS, y el área de comunicaciones lograron establecer la identidad organizacional dando como productos los siguientes puntos tomados de la página web del Centro de proyección Social⁵ y el proyecto de pasantía de Julio Alberto Quintana⁶.

2.1 MISIÓN.

Orientar y desarrollar procesos de intervención y acompañamiento social a la comunidad de Piedecuesta y sus alrededores, con la fiel convicción de prestar un servicio óptimo para el bienestar de la sociedad.

2. 2 VISIÓN.

Ser punto de referencia donde converja la comunidad Piedecuestana y el perímetro circunvecino, involucrando las facultades de la Universidad para que participen en desarrollo de proyectos sociales, económicos y productivos.

⁵ jimbo., Centro de Proyección Social Upb . Recuperado el día 18 de julio de 2013. En internet <http://centrodeproyeccionsocial.jimdo.com/qui%C3%A9nes-somos/>

⁶ Quintana J/ Fortalecimiento de las relaciones Públicas del Centro de Proyección Social con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta/Universidad Pontificia Bolivariana/2013/pág.10

2.3 OBJETIVOS DEL C.P.S.

- Atender de manera Igualitaria las necesidades de la comunidad.
- Basados en el respeto construir relaciones de confianza, comunicación entre el Centro de Proyección Social y la Comunidad.
- Prestar de manera oportuna los servicios a la comunidad, creando lazos de Cooperación y compromiso.

2.4 VALORES Y PRINCIPIOS DEL C.P.S.

- El compromiso con la sociedad y el desarrollo de las comunidades.
- El reconocimiento y el respeto de los seres humanos.
- La vocación de servicio.
- La honradez.
- La solidaridad.
- La justicia.
- La creatividad e innovación, liderazgo y lealtad.

En su estructura organizacional el C.P.S. según el diseñador del plan operativo de comunicaciones está conformado por las siguientes dependencias distribuidas de la siguiente forma.

| CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL. | |
|-------------------------------------|---------|
| DEPENDENCIA | OFICINA |
| Coordinación C.P.S. | 101 |
| Consultorio Jurídico | 102 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Asesor Consultor Jurídico | 103 |
| Psicología | 104 |
| Área de Comunicaciones | 105 |
| Archivo | 106 |

2.5 SERVICIOS DEL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL

❖ **PSICOLOGÍA**

Brinda acompañamiento psicológico a personas que no tienen acceso a este servicio.

Desarrollo de proyectos psicosociales a los diferentes colegios públicos en el municipio de Piedecuesta y veredas aledañas, realizando talleres a estudiantes, docentes y padres de familia.

❖ **FORMACIÓN HUMANÍSTICA**

Brinda acompañamiento y apoyo al sector educativo, dónde se determinan estrategias pedagógicas, procesos de reconocimiento y confrontación con la realidad social. Además ofrece asesoría en relaciones interpersonales en problemáticas de relación escuela- familia- sociedad.

❖ **CIENCIAS BÁSICAS**

Ofrece la realización de cursos preparativos para la presentación del ICFES a los estudiantes de Piedecuesta y Veredas aledañas que desean reforzar sus conocimientos.

❖ **CONSULTORIO JURÍDICO**

Ofrece a la comunidad de Piedecuesta asesorías, designación de apoderados judiciales, ante las personerías, comisarías de familia e

inspecciones de policía, Fiscalías locales, procuraduría y Juzgados Municipales.

Dentro de los casos que se atienden en el consultorio jurídico de la UPB están:

- ☆ Acciones Populares.
- ☆ Acciones de Tutela.
- ☆ Derechos de Petición.
- ☆ Asesorías Integrales.

❖ **COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO**

Realiza estudios de identificación y posicionamiento del CPS en el Municipio de Piedecuesta. Además, acompaña y realiza registros fotográficos y fílmicos de los diferentes proyectos que se llevan a cabo con las diferentes facultades.

❖ **INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Desarrolla proyectos de productivos hacia los sectores más vulnerables del municipio de Piedecuesta. Además brinda acompañamiento a las famiempresas y dirige a la empresa de confecciones Unik's.

❖ **INGENIERÍA CIVIL**

Realiza acompañamiento y asesoría a la población que requiere la legalización de planos y levantamiento de los mismos en construcciones que deben ser legalizadas ante la oficina de Planeación Municipal.

2.6 ESTADÍSTICAS DE FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL.

Durante estos 7 años el CPS ha logrado distintos logros entre los que podríamos destacar las cifras de atención psicológica con 1150 pacientes atendidos hasta la fecha, sumado a esto los proyectos de Ingeniería industrial junto con el convenio Sena, Alcaldía de Piedecuesta, Universidad Pontificia Bolivariana, en el cual se han logrado desarrollar cerca de 245 proyectos productivos, a través de la figura de las famiempresas, además de servir como lugar para capacitaciones ofrecidas por el Sena que en los últimos 3 años ha tenido 3077 personas en sus instalaciones o lugares gestionados por los funcionarios del CPS.

Aumentando la importancia de esto se suman los proyectos desarrollados por ciencias Básicas, como los son las capacitaciones a instituciones rurales de Piedecuesta, que llevan 6 años de vigencia y que este año se dio nuevamente en el mes de Agosto del 12 al 17, con la participación de 45 alumnos que se suman a los 225 estudiantes que se habían capacitado hasta el año anterior.

Sumado a lo anterior el Departamento de Ciencias Humanas, el cual ha desarrollado distintos proyectos de capacitación en cultura ciudadana, además de formación humanística en distintos colegios a través de talleres charlas y conferencias, apoyado por psicología, mostrando de esta forma la integración de carreras en distintos proyectos para el bienestar social, en donde la atención integral se ha logrado gracias a la interdisciplinariedad de los proyectos gestados por el CPS.

Además de lo anterior el área de comunicaciones ha empezado un proceso de relaciones públicas con la población de Piedecuesta, con el fin de ampliar el campo de acción de las demás materias y el conocimiento del CPS en Piedecuesta, lo que complementa la labor de difusión que había venido realizando en los últimos años, junto a procesos de fortalecimiento de imagen interna de la institución.

3. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

3.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las relaciones públicas del Centro de Proyección Social, CPS, con ONG, Cooperativas y Fundaciones que desarrollen su trabajo de intervención a favor de la población piedecuestana.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Propiciar reuniones de acercamiento y exposición con ONG, Cooperativas y Fundaciones.
- Establecer los contenidos y pautas a cumplir en las reuniones participativas entre la oficina de comunicaciones del CPS con las organizaciones
- Definir el proceso de acercamiento, a las entidades para la realización de los talleres y reuniones.
- Realizar talleres informativos con entidades, ONG, Cooperativas y Fundaciones.
- Mantener el contacto y atención a los requerimientos de los actores sociales miembros de Asojuntas, Piedecuesta.
- Acompañar los procesos de información y comunicación generados desde el CPS
- Realizar cada semana el programa radial “Ventana Social” con temas de interés para la comunidad de Piedecuesta y el Área Metropolitana.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Para la realización del proyecto se realizaron las siguientes fases:

4.1 FASE 1: CONSOLIDACIÓN DE PROPUESTA

Esta fase incluye, el análisis de resultados del proyecto desarrollado por el pasante Julio Quintana, y la propuesta de una segunda fase aprobada por Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la UPB, Bucaramanga, con lo cual se empieza, la formulación del proyecto y la planificación para la aplicación del mismo.

4. 2 FASE 2: INDAGACIÓN Y APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

La aprobación del proyecto, da paso a una fase de investigación y profundización teórica lo cual arrojó que se debía seguir un proceso denominado "IACE"⁷, el cual se plantea como la forma de llevar a cabo una estrategia de relaciones públicas, el IACE son siglas que muestran como desarrollar el proceso siendo cada letra un elemento importante dentro del plan:

Investigación: ¿Cuál es el problema o la situación?

Acción: (Planificación de un programa) ¿qué se va hacer?

Comunicación: (Ejecución): ¿cómo se informará al público?

Evaluación: ¿se logró llegar al público? ¿Cuál fue el efecto?

Después de establecer el plan de investigación, esa referencia se empezó a indagar que parte de las organizaciones civiles de Piedecuesta habían quedado

⁷ Wilcox L, Phillip H, Warren K, Glen T./ "Relaciones públicas estratégicas y tácticas", 6 edición,/ Addison Wesley/ Madrid 2001./Pág. 7

fuera del proyecto, de esta forma se estableció mediante asesoría con el docente, trabajar con ONG, Organizaciones, Asociaciones y Fundaciones, con lo cual se simplifico la búsqueda de dichas instituciones que realizaban intervención en el municipio de Piedecuesta,

4.3 Investigación acción (IA): *“La cual se define como cuál es el problema o la situación a tratar y el ¿qué se va a realizar al respecto de esta situación?”* según Dennis L. obteniendo como situación la ausencia de una base de una base de datos consolidada con organizaciones que realizaban intervención en Piedecuesta, y planteando como acción realizar dos reuniones informativas que tenían como objetivo difundir y posesionar el CPS con las organizaciones civiles, ONG, Asociaciones y fundaciones y juntas de acción comunal faltantes.

Durante esta etapa se lograron definir que entidades pueden llevar este nombre, con lo cual se realizó una búsqueda según lo encontrado en su definición por tanto; además de retomar la definición de organización civil utilizada por Quintana se sumaron otros, dejando organizado los grupos a trabajar según su definición.

- **Organizaciones civiles:** Los ciudadanos y ciudadanas tienen el derecho de participar en el desarrollo de su comunidad, municipio, departamento o nación, para ello es necesario que sea a través de un grupo u organización. Existen esas formas de organización que a nivel comunitario, tienen espacios de participación a través de herramientas y estrategias que otorga el Estado Colombiano. Algunas de ellas son: ASAMBLEA, COMITÉ, COOPERATIVA, GRUPO, ASOCIACIÓN, COMUNIDAD, ONG y FUNDACIÓN
- **Juntas de Acción Comunal (JAC):** Organizaciones civiles sin ánimo de lucro integradas por los vecinos de un sector, quienes se dedican a sumar

esfuerzos y recursos para solucionar las necesidades de la comunidad y promover la participación ciudadana.

ONG: *“En concepto de dicho banco las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), son entidades privadas que se dedican a aliviar sufrimientos, promover los intereses de los pobres, proteger el medio ambiente, proveer servicios sociales fundamentales o fomentar el desarrollo comunitario⁸”.*

Comprenden muchos grupos e instituciones total o parcialmente independientes del gobierno, cuyos objetivos son principalmente de índole humanitaria, más que comercial. Son entidades privadas en países industriales que apoyan el desarrollo internacional; grupos locales organizados en los planos regional o nacional y grupos comunitarios dirigidos por sus propios miembros.

- **Fundación:** “Las fundaciones son personas jurídicas creadas por iniciativa particular para atender, sin ánimo de lucro, servicios de interés social, conforme a la voluntad de los fundadores. (Artículo 5° del Decreto 3130 de 1968) El sustrato de la fundación es la afectación de unos fondos preexistentes a la realización de un fin de beneficencia pública, de utilidad común o de interés social (educativos, científicos, tecnológicos, culturales, deportivos o recreativos)”⁹

Al tener estos conceptos claros para el desarrollo de la estrategia de Relaciones Públicas, se optó por seguir con el modelo de reuniones aplicado por Quintana, sustentándolo teóricamente con la aplicación de tácticas orales, sugeridas por Wilcox L. entre las que se tomó la entrevista personal, con el fin de apoyar la realización de los talleres o reuniones aplicadas con las Junta de acción comunal y

⁸ ELTIEMPO, Qué es una organización, recuperado el 1 de septiembre de 2013 a la 8 am, <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-641424>

⁹ Constitución de una fundación, Recuperado el día 17 de agosto de 2013. En internet http://www.camamed.org.co/Documentos/volantes/Constitucion_fundacion.htm

ahora retomadas para Organización no gubernamental, Organización gubernamental, y fundaciones.

La razón por la cual se escogieron los talleres y las entrevistas personales, está basada en las tácticas orales representadas en el libro, *Relaciones públicas, estrategias y tácticas*, en el cual nos enuncian dos de las practicas a seguir una ya utilizada por Julio Quintana bajo el nombre de taller, y una nueva implementada para obtener mayor campo de acción y efectividad, la entrevista personal.

La **Entrevista personal**, es considerada por los autores, como “uno de los métodos más potentes que puede usar el profesional de las relaciones públicas” esto debido a que el hecho de crear un contacto personalizado, generado por el contacto cara a cara entre dos personas, llamado por ellos la forma más efectiva de comunicación interpersonal.

Al utilizar esta herramienta no se evaden responsabilidades de organización o planeación desarrollada para los talleres si no que se masifican los esfuerzos, puesto se debe llevar una serie de pasos para que el resultado sea el esperado, entre ellos se tiene el agenda la cita, puesto llegar sin previo aviso puede generar un mal ambiente para el desarrollo de la misma por distintas razones.

Tras el paso ejecutado podemos seguir con ajustar un cronograma en el cual se planifiquen nuestra identificación plena y la claridad de nuestro objetivo para con el invitado o la persona visitada, para proseguir con la información que se da que debe ser concisa y sin exageraciones acerca de nuestra institución o de tiempo dispuesto para la misma, lo cual puede llevar una de las mejores herramientas al lastre.

Además de lo anterior se destaca la importancia de entregar material adicional, como lo son folletos, portafolio de servicio, comunicado de prensa, entre otros que sirvan para reforzar lo dicho en la entrevista, utilizando por ultimo una sugerencia

dada por Dennis L. “posteriormente se debería enviar un mensaje de correo o una nota en la cual se agradezca por el tiempo destinado a la reunión, además de resaltar que espera que la información recibida pueda servir de ayuda, puesto es una forma sutil de recordar a la persona implicada que lea el material”¹⁰

Luego de haber expuesto la nueva táctica a utilizar, se utilizará la organización de taller aplicada por Quintana en su proyecto de Pasantía el cual tiene los siguientes pasos

1. Hacer un censo de Juntas de Acción Comunal en Piedecuesta (Contacto con Ong,org, asociaciones y fundaciones).
2. Definir objetivos del taller informativo.
3. Planificar la logística del evento. (Organización, señalización del recorrido por las áreas del CPS).
4. Elaboración de fichas de registro y evaluación.
5. Elaboración y entrega de documentos informativos. (Carpeta informativa a cada líder)

4.4 Comunicación (ejecución) : Se formula la actividad a realizar después de haber seleccionado lo que se iba a realizar en ella a la vez que se tenía la confirmación de asistencia por parte de los participantes de la misma, en la que al igual que Quintana se dispuso “de la hoja de planificación del evento, que se basó siguiendo parámetros establecidos en un esquema adquirido a través de la plataforma virtual de internet del Instituto Gallego de Promoción Económica¹¹. (Ver anexos).

¹⁰ Wilcox L, Phillip H, Warren K, Glen T./ “Relaciones públicas estratégicas y tácticas”, 6 edición,/ Addison Wesley/ Madrid 2001./Pág. 532,533

¹¹ Quintana J/ Fortalecimiento de las relaciones Públicas del Centro de Proyección Social con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta/Universidad Pontificia Bolivariana/2013/pág.21

Cabe destacar que el objetivo de las reuniones es ampliar la información y conocimiento que tiene la sociedad piedecuestana del Centro de Proyección Social; al igual se dirige a que el CPS pueda establecer y fortalecer relaciones con las demás instituciones, al igual que las comunicaciones internas puesto que para la correcta realización de los talleres propuestos por Julio Quintana se necesita el apoyo de todas las áreas vinculadas a la institución, puesto que la planificación “requiere de las mismas estrategias que cualquier otro proyecto y es fundamental para una buena coordinación entre todas las partes que intervienen en la realización de un evento y permite aumentar las posibilidades de tener resultados positivos”¹².

Durante la ejecución del taller se contó con la participación de distintos integrantes del CPS representando su área de acción, es así como los encargados de cada área en esta reunión fueron:

- ❖ **Psicología:** Pasante Luz Dary Pinzón.
- ❖ **Derecho:** Judicante Diana Torres.
- ❖ **Capacitaciones Secretaria convenio Alcaldía-UPB-Sena.** Gloria Patricia Mantilla
- ❖ **Formación Humanística:** Docente Gustavo Quintero.
- ❖ **Comunicaciones:** Docente Giovanni Bohórquez, Pasante Sergio Herrera y Pasante, servicio social: Olman Cuadros Carvajal.

El recorrido utilizó los tiempos sugeridos en el anterior proyecto, aproximadamente 30 minutos, al igual que se aplicaron los dos instrumentos creados, uno orientado

¹² FLEIMAN Jack: Eventos y Exposiciones. Edición MacGranw-Hill. México, 1999.

a conocer expectativas de la actividad y el otro, la evaluación del evento. Se presentan a continuación los resultados de los instrumentos.

La entrevista personalizada genero una retroalimentación directa en la cual a los representantes que participaron de la reunión se les aplico la misma encuesta, realizada en los talleres, el valor agregado de estas entrevista fue el poder establecer de manera concreta un contacto a través de correo electrónico y contar con más tiempo para la solución de dudas, por parte de los representantes en donde se pactaron reuniones con el Coordinador del CPS, Ingeniero Rodrigo Suarez, además de poder ampliar más en los proyectos desarrollados por ellos dentro de la comunidad piedecuestana.

Los datos recolectados en las entrevistas se sumaron a los talleres realizados con lo cual la información que se presentara más adelante será el compendio total, donde se podrán vislumbrar varios aspectos importantes a futuro para el Centro de Proyección Social.

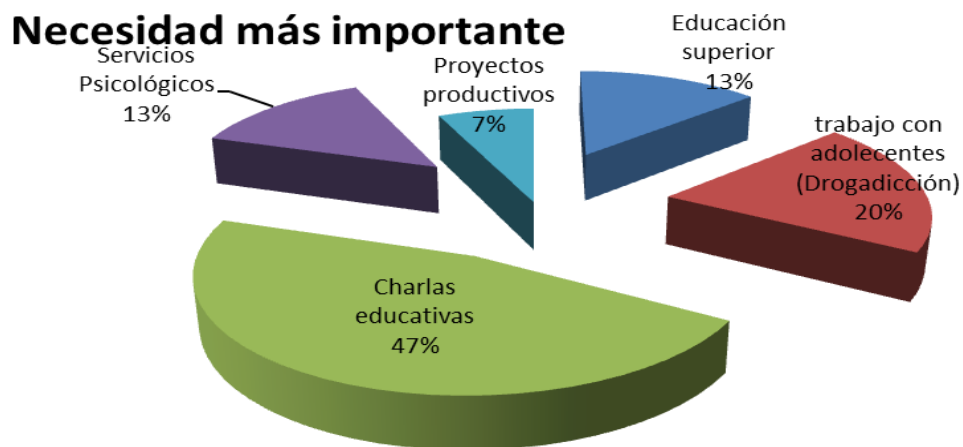
5. Resultados de la Estrategia.

FORMATO DE PREGUNTAS Y RESULTADOS EXPECTATIVA:

1. ¿CUÁL ES LA NECESIDAD MÁS IMPORTANTE QUE TIENE USTED EN SU SECTOR?

| | |
|---|---|
| Educación superior | 2 |
| Trabajo con adolescentes (Drogadicción) | 3 |
| Charlas educativas | 7 |
| Servicios Psicológicos | 2 |
| Proyectos productivos | 1 |

Gráfico 1: Necesidad más importante que tiene usted en su sector

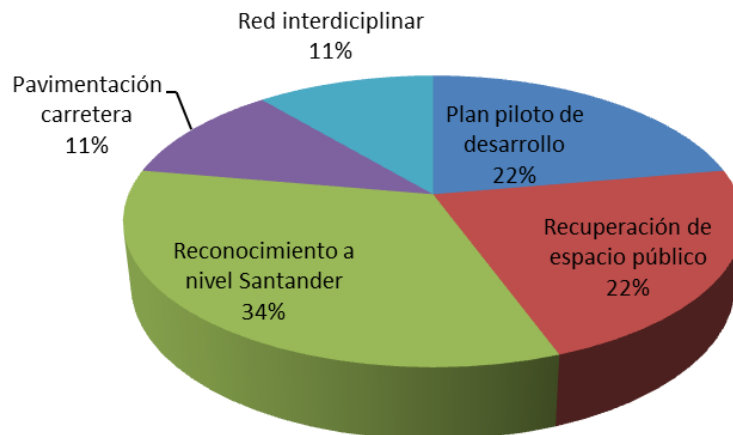


Observamos que la necesidad más importante para la mayoría de las entidades dentro de la comunidad son: la implementación de charlas educativas por parte del CPS, con un 47%, (Ver gráfico 1), trabajo con adolescentes, en drogadicción con un 20%, acceso a la educación superior y atención psicológica con un 13 % y por último la implantación de proyectos productivos con un 7%.

2. ¿CUÁL CREE USTED QUE ES EL MAYOR LOGRO QUE TIENE SU ORGANIZACIÓN?

| | |
|----------------------------------|---|
| Plan piloto de desarrollo | 2 |
| Recuperación de espacio público | 2 |
| Reconocimiento a nivel Santander | 3 |
| Pavimentación carretera | 1 |
| Red interdisciplinar | 1 |

Mayor logro



Las respuestas a esta pregunta reflejan que el mayor logro que las organizaciones tienen es el reconocimiento a nivel Santander con un 34% (Ver gráfico 2), mientras que con el 22% se sitúan, el haber construido un plan de desarrollo con la comunidad que intervienen y la recuperación de espacios de esparcimiento, un 11 % afirman que su mayor logro es haber logrado un red interinstitucional de apoyo para el trabajo por la comunidad y con el mismo porcentaje se encuentra el haber logrado la pavimentación de la carretera de entrada a distintos barrios .

3. ¿HA PRESENTADO PROYECTOS DE SU SECTOR A ENTIDADES MUNICIPALES? SI O NO

Si 5

No 2

Ha presentadoproyectos a entidades municipales

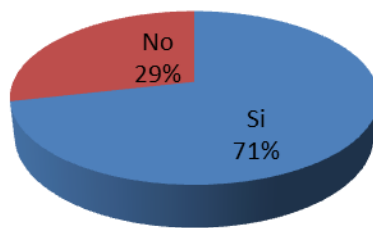


Gráfico 3 ¿Ha pasado proyectos a entidades?

De acuerdo al gráfico 3 el 71% de las entidades afirman que sí han pasado proyectos a las entidades municipales, mientras que el 29% no lo han hecho.

¿Cuáles?

| | |
|--------------------------|---|
| Arreglo de vías | 2 |
| Modalidad familiar | 1 |
| Recuperación de espacios | 1 |
| comedores comunitarios | 1 |
| construcción del Caif | 1 |

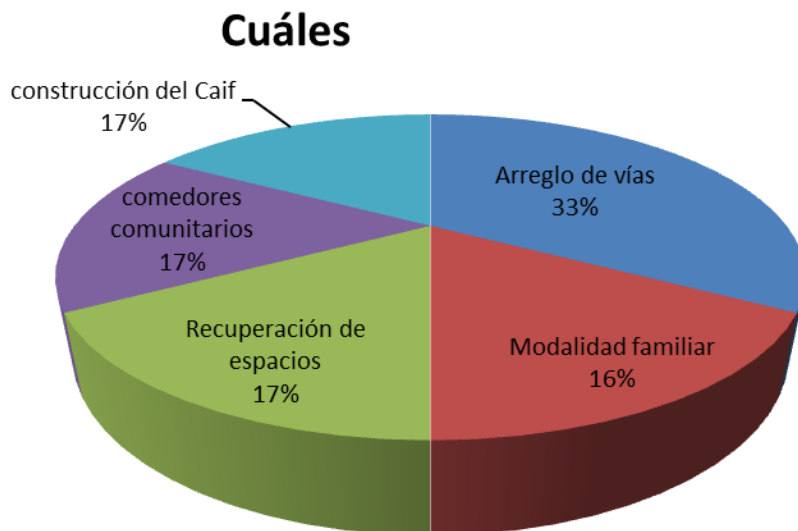


Gráfico 4

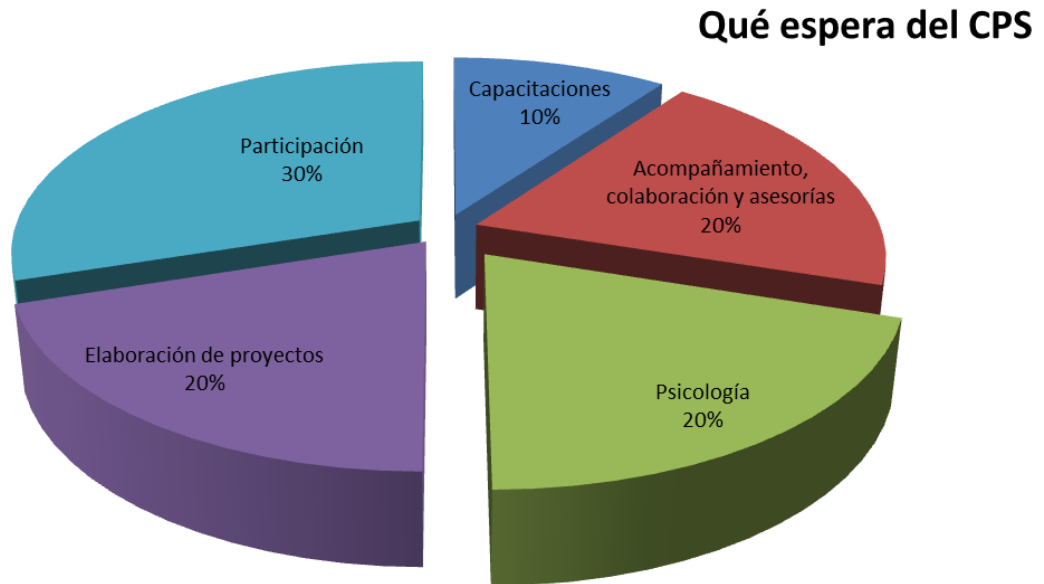
En la tercera pregunta el 33% de las organizaciones afirman (ver gráfico 4) que han pasado proyectos a entidades municipales en arreglos de las vías y con un 17% están, Construcción del Caif, construcción de comedores comunitarios y recuperación del espacio público y un 16% han pasado proyectos de modalidad familiar.

4. ¿QUÉ ESPERA DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ESPECÍFICAMENTE DEL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL?

| | |
|--|---|
| Capacitaciones | 1 |
| Acompañamiento, colaboración y asesorías | 2 |
| Psicología | 2 |
| Elaboración de proyectos | 2 |
| Participación | 3 |

En la pregunta 4 el 30% de las organizaciones requieren la elaboración de proyectos en unión con el CPS Y (Ver gráfico 5), el 20% necesitan acompañamiento, Elaboración de proyectos y el servicio de psicología mientras un 11% solicita acceder a los servicios de capacitación.

Gráfico 5 ¿Qué espera de UPB, en especial el CPS?



5.1 RESULTADOS EVALUACIÓN EVENTO.

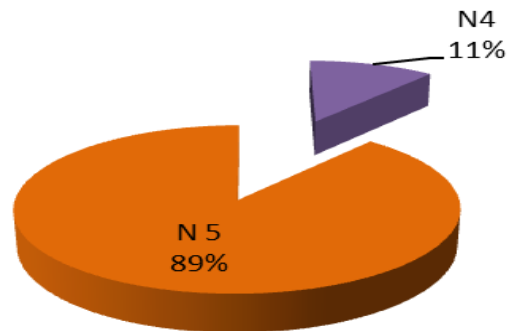
El resultado de esta evaluación permitió conocer las opiniones de las entidades asistentes en el taller informativo. El formato solicitaba calificar los aspectos: presentación, cumplimiento de la agenda, temas desarrollados, recurso, claridad del tema, disposición y actitud, salón principal y mesas de trabajo.

Cada participante asignaba una calificación de 1 a 5 donde 1 es deficiente y 5 es excelente. Además se formularon dos preguntas abiertas, una para conocer qué servicio le gustaría tener en su comunidad del CPS y la otra qué recomendaciones hace para futuras reuniones.

FORMATO DE EVALUACIÓN

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------|---|---|---|---|---|
| I. GUÍAS Y MATERIAL | | | | | |
| 1. Presentación del evento | | | | 1 | 7 |
| 2. Cumplimiento de agenda | | | | | 8 |
| II. EVENTO | | | | | |
| 3. Temas desarrollados | | | | | 8 |
| 4. Recursos usados | | | | | 8 |
| III. CONFERENCISTAS | | | | | |
| 5. Claridad del tema | | | | | 8 |
| 6. Disposición y actitud | | | | | 8 |
| IV. INSTALACIONES | | | | | |
| 7. Salón principal | | | | | 8 |
| 8. Salas informativas | | | | 7 | |
| 9. Mesas de trabajo | | | | 7 | |

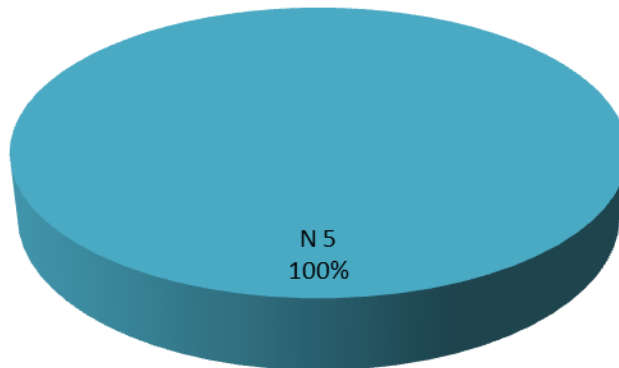
Presentación del evento



En el gráfico 6, el 89% de los asistentes puntuaron la presentación del evento como excelente y el resto voto por la puntuación 4 con un 11%.

Gráfico 7: Cumplimiento de la agenda

Cumplimiento de la agenda

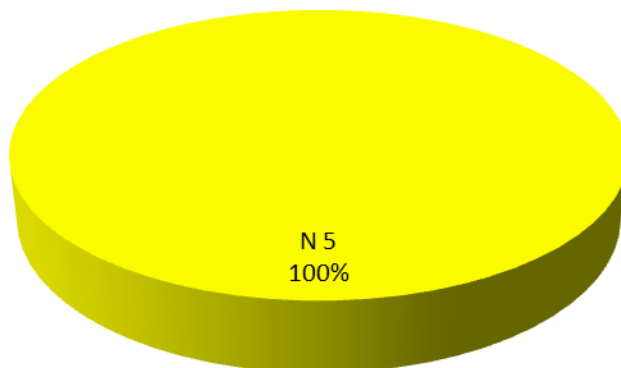


En el gráfico 7, el 100% de los asistentes calificaron el cumplimiento de la agenda como excelente.

II. EVENTO

Gráfico 8: Temas desarrollados

Temas desarrollados



En el gráfico 8, el 100% de los representantes de las instituciones califican los temas desarrollados como excelentes.

Gráfico 9: Recursos utilizados



En el gráfico 9, el 88% de los asistentes dan una puntuación excelente para los recursos utilizados y el 12% restante lo califica como sobresaliente.

III. CONFERENCISTAS

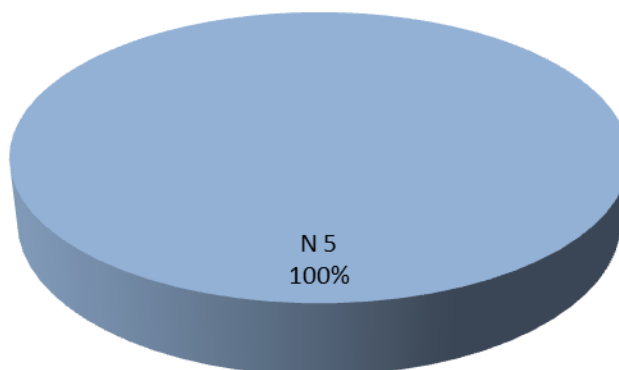
Gráfico 10: Claridad en el tema



En el gráfico 10, el 88% consideran que la claridad en el tema fue excelente con la calificación 5 Y EL 12 % consideran que fue sobresaliente con la puntuación 4.

Gráfico 11: Disposición o actitud para dar respuestas e inquietudes

Disposición

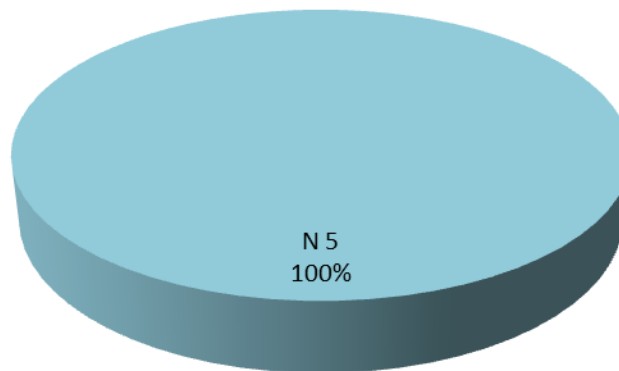


En el gráfico 11, el 100% de los participantes evaluaron la actitud de los realizadores del taller como excelente

IV. INSTALACIONES

Gráfico 12: Salón principal

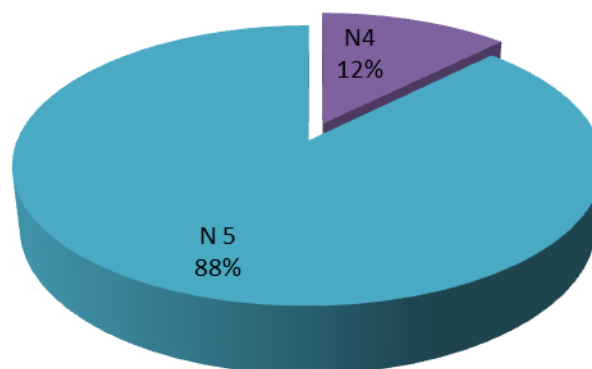
Salón Principal



En el gráfico 12, el 100% afirman que el salón principal donde se realizó el evento fue excelente con la calificación 5.

Gráfico 13: Salas informativas

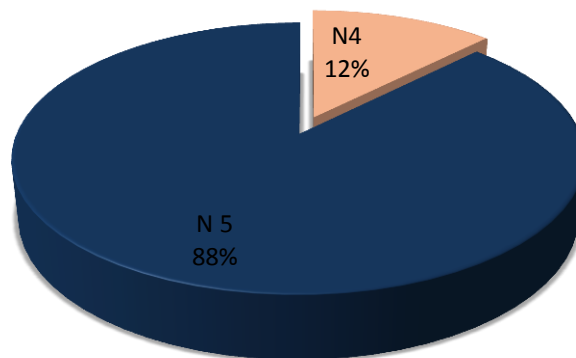
Salas informativas



En el gráfico 13, el 88% calificaron las salas informativas con las que cuentan el CPS fue excelente con la calificación 5, un 12% respondieron que aceptable calificación 4.

Gráfico 14: Mesas de Trabajo

Mesas de trabajo

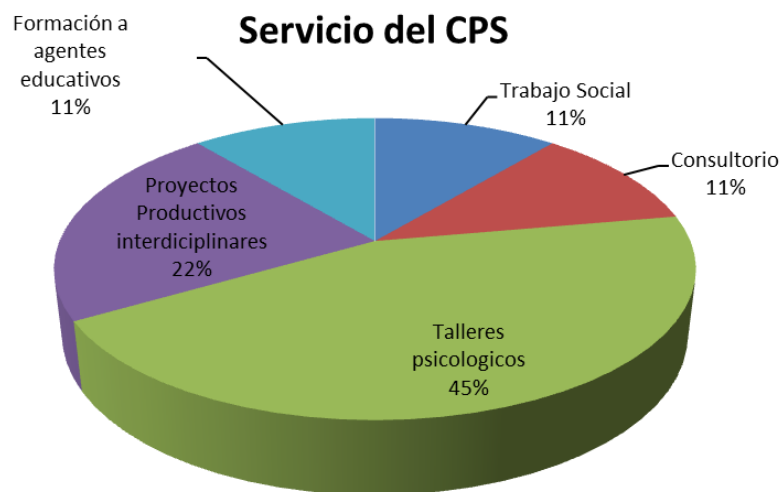


En el gráfico 14, el 88% de los asistentes da una calificación excelente, mientras un 12% la evalúa con un 4.

PREGUNTA

V. QUÉ TIPO DE SERVICIO DEL CPS LE GUSTARÍA PARA SU COMUNIDAD

Gráfico 15: Qué tipo de servicio del CPS le gustaría para su comunidad



En el gráfico 15, el 52% de los líderes les gustaría tener el servicio de capacitaciones por parte del CPS, mientras que el 22% afirman el servicio de psicología y de derecho.

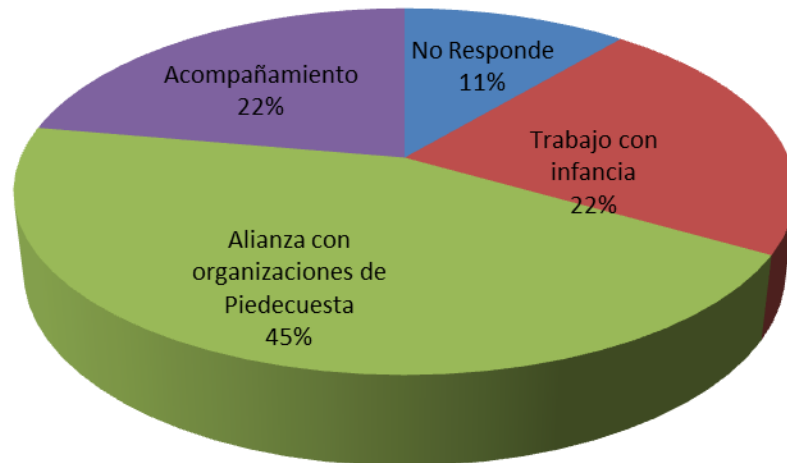
PREGUNTA

VI. ¿QUÉ RECOMENDACIONES SIGIERE PARA EL CENTRO DE PROYECCIÓN SOCIAL?

| | |
|---|---|
| No Responde | 1 |
| Trabajo con infancia | 2 |
| Alianza con organizaciones de Piedecuesta | 4 |
| Acompañamiento | 2 |

Gráfico 16: Recomendaciones

Recomendaciones



En el gráfico 16, el 45% de los líderes recomiendan una alianza entre el CPS y las instituciones, mientras que el 22% se encuentran el aumentar el trabajo con la infancia y el acompañamiento de procesos en los barrios y un 11% de los asistentes no respondieron a esta pregunta.

5.2 CONCLUSIONES TALLER INFORMATIVO

- Los taller informativo es una herramienta que ha permitido al CPS crear vínculos de confianza con los juntas de acción comunal y que en este nuevo punto ha contribuido a la interacción, discusión con las entidades que realizan intervención en Piedecuesta lo cual ayuda a generar nuevos vínculos en favor del trabajo desarrollado en el municipio.
- A pesar de seguir la sugerencia de Julio Quintana de realizar esta actividad con los líderes que no asistieron, no se obtuvo mayor respuesta de su parte, al igual que ciertas organizaciones por lo cual se hizo necesario hacer otro tipo de contacto, entrevista personal.
- Se alimentó la base de datos proporcionada por Quintana con la adhesión de nuevos líderes y algunas organizaciones.
- Se comprobó que el correo electrónico es una herramienta eficiente, pero no es garantía de una comunicación efectiva, por lo cual se recomienda utilizar estrategias de contacto cara a cara y confirmación de recibido de información para evitar rupturas en la comunicación.
- Con el punto anterior además de verificar efectividad del canal se actualiza y modifica según se haga necesario.
- Sobresale el interés de algunas organizaciones en trabajar junto al CPS para el bienestar social
- En cuanto a las recomendaciones dadas por los representantes de las organizaciones, se debe elaborar una estrategia más fuerte de divulgación de actividades y aumentar el campo de acción del CPS en ciertas áreas.

- Aunque los resultados en cuanto a asistencia no fueron masivos como los obtenidos por Quintana, se logró condensar una buena participación y nuevos vínculos importantes, para trabajar a futuro.

6. ACTIVIDADES DEL CPS

Las funciones y actividades del Centro de Proyección Social durante la pasantía fueron las siguientes:

- Se actualizó constantemente la cartelera informativa del CPS, en la cual se exponían los cursos brindados por el Sena y distintas actividades de las distintas áreas, talleres formativos, psicológicos y demás.
- Se realizó difusión de los eventos que se desarrollaron en alianza con el CPS a través de los medios de información con los que cuenta y con los de la UPB.(Ver anexos).
- Se realizó el programa ventana social donde se trabajaron distintas temáticas (Ver anexos).
- Se organizó una reunión con Tv Guane para entrega de resultados de investigación de contenidos realizada por el CPS.(anexos)
- Socialización del informe de Julio Quintana con Asojuntas y Alcaldía de Piedecuesta.
- El Centro de Proyección Social tuvo difusión a través de artículos impresos en los medios Contacto, Brújula y Micronotas y Vanguardia Liberal. (Ver anexos).
- Se mantuvo actualizado el vínculo informativo del CPS través de su página web www.centrodeproyeccion-social.jimdo.com para establecer información actualizada.

- Se creó un sistema virtual de compartimiento de archivos para facilitar el acceso a datos para los funcionarios
- Se actualizó la plataforma de datos implementada en 2012 por comunicación.
- Se realizaron y sugirieron actividades lúdicas que generarán un buen clima laboral para los funcionarios.
- Dentro del marco de estrategias encaminadas a fortalecer las relaciones públicas, se decidió formular y desarrollar el portafolio de servicios del CPS, destinado a la comunidad externa del Centro de Proyección Social.

7. CONCLUSIONES DEL PROYECTO

- El fortalecimiento del Plan Operativo sugerido por Rojas para el Centro de Proyección Social, es de vital importancia para la ampliación de la efectividad de la institución, al haber centrado el esfuerzo en el marco de relaciones públicas, se hace necesario fortalecer las otras estrategias del plan operativo puesto sin un manejo adecuado de comunicaciones internas y externas junto a la investigación y gestión, los entes vinculados simplemente sería un número más.
- Es necesario mantener una estrategia de comunicación para el seguimiento constante con los líderes y las organizaciones, mediante acciones tales como: el envío de información de los eventos y capacitaciones, a través de boletines impresos o email permanentes y se podría sugerir busca un contacto cara a cara para evitar y corregir errores en los canales de comunicación.

Con lo que se mencionó en el punto anterior, se hace necesario aplicar un plan de intervención o evaluar de qué forma se pueden empezar proyectos que vinculen estas entidades en búsqueda del bienestar social de Piedecuesta.

Además de esto las organizaciones y Juntas de Acción Comunal, como lo demuestran en las encuestas tienen identificados los puntos sociales a trabajar y que requieren de intervención, aparte de estar dispuestas a colaborar, lo cual demuestra un gran campo de acción que facilitara el conocimiento y distinción de la institución.

8. BIBLIOGRAFÍA

- CAMPOS, Victoria. (2010, Noviembre). RR.PP indispensables para el fortalecimiento de la imagen. Acontecer Digital. Universidad Estatal a distancia. Recuperado el día 15 de Marzo de 2013. En internet http://www.uned.ac.cr/acontecer/index.php?option=com_content&view=article&id=780:rrpp-indispensables-para-el-fortalecimiento-de-la-imagen&catid=54&Itemid=58
- Bonilla, Carlos, Relaciones públicas, Factor de Competitividad para empresas e instituciones, Guía para directores generales y encargados de la función, Compañía editorial Continental, segunda edición 2004.
- Constitución Política de Colombia: Título II de los derechos, las garantías y los deberes. Capítulo I. De los derechos fundamentales. Artículo 38,. Recuperado el día [20 de Abril de 2013]. En internet <http://web.presidencia.gov.co/constitucion/index.pdf>
- Dennis L Wilcox, Phillip H Ault, Warren k, Glen T, 2001, Relaciones públicas estrategias y tácticas, Addison Wesley 2001
- FERNÁNDEZ COLLADO, C. La Comunicación en las organizaciones. México. Trillas. 1991,
- Instituto Gallego de Promoción Económica. Planificación y organización de eventos. Recuperado el día [20 de Abril de 2013]. En internet http://www.bicgalicia.es/procedimientos/pdf/G-064-01_cast_PLANIFICACION_ORGANIZACION_Eventos.pdf

- FERNÁNDEZ DEL CASTILLO Y DE URZAIZ, Jaime: De las relaciones públicas a la comunicación social integral: Una nueva estrategia comunicativa para las empresas e instituciones. Editorial San Martín, 19997
- FLEIMAN Jack: Eventos y Exposiciones. Edición MacGranw-Hill. México, 1999.
- OSORIO, Roger Mauricio: Diseño de Plan Operativo en Comunicaciones para el Centro de Proyección Social de la UPB- Bucaramanga.,2006, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.
- Quintana, Julio: Fortalecimiento de las relaciones públicas del Centro de Proyección Social con las organizaciones civiles del municipio de Piedecuesta. 2006, Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.