

El uso de la red social Facebook y su herramienta Fanpage, a fin del mejoramiento de la comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders

Wilmer Fabian Perez Pardo

Universidad de Cundinamarca.

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

Facatativá

Mayo 2019

El uso de la red social Facebook y su herramienta Fanpage, a fin del mejoramiento de la comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders

Wilmer Fabian Perez Pardo

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Informe de Pasantía

Oswaldo Vanegas Flórez

(Magister en Administración de organizaciones)

Director de Trabajo

Universidad de Cundinamarca.

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

Facatativá

Mayo 2019

A mi familia, por su apoyo
incondicional, además por
impulsarme a ser mejor cada día.

Agradecimientos

En primer lugar quiero agradecer a Dios y a mi familia, por permitirme ser partícipe de este proceso educativo tan enriquecedor que ha marcado mi vida no solo a nivel profesional sino personal.

En segundo lugar, a la Secretaría de Gobierno del municipio de Facatativá, por brindarme la oportunidad de hacer parte de su equipo de trabajo y brindarme todas las herramientas que estuvieron a sus alcances, permitiendo desarrollar la presente investigación.

Por último, al docente Oswaldo Vanegas Flórez, por brindarme tan excelente asesoría y acompañamiento en el desarrollo de la presente investigación.

Resumen

En el desarrollo del proceso de pasantía en la Secretaría de Gobierno de Facatativá, surgió un desarrollo diagnóstico con el fin de evaluar el proceso de comunicación de la organización y sus Stakeholders, y con base en los resultados se evidenció que este proceso era ineficiente.

Es entonces, donde surge la pregunta de investigación: “¿Cómo mejorar la comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders mediante el uso de una Fanpage?”, la cual fue desarrollada en el transcurso del proceso de pasantía, y con base en lo previo desencadenó en un aprovechamiento de la red social Facebook y de su herramienta Fanpage, a fin del mejoramiento de la comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders, para el segundo semestre del año 2018, lo anterior planteado como el objetivo general del proyecto.

En consecuencia, para el desarrollo de la investigación se utilizó un enfoque mixto de la metodología, puesto que para resolver la pregunta se deben abordar aspectos cuantitativos y cualitativos, los cuales arrojaron como resultado un serie de deficiencias en el proceso de comunicación, y es entonces donde surgió el aprovechamiento de la red social Facebook y de su herramienta Fanpage a fin del mejoramiento de la comunicación, ya que se adopta como una solución de bajo costo y de rápida implementación.

Finalmente, se recomienda en futuras investigaciones abordar otras redes sociales tales como Twitter y LinkedIn, esto con el fin de ampliar el rango de acción de los mensajes que se transmiten desde esta organización.

Palabras clave: Stakeholders, Comunicación, Red Social, Fanpage, Facebook, Diagnóstico

Abstract

In the development of the internship process in the Government Secretariat of Facatativá, a diagnostic development arose with the purpose of evaluating the communication process of the organization and its stakeholders, and based on the results it was evidenced that this process was inefficient.

It is then, where the research question arises: "How to improve communication between the Government Secretariat of Facatativá and its Stakeholders through the use of a Fanpage?", Which was developed during the course of the internship process, and based on in the previous, I unleash an advantage of the social network Facebook and its Fanpage tool, in order to improve communication between the Government Secretariat of Facatativá and its Stakeholders, for the second semester of 2018, the aforementioned as the objective general of the project.

Consequently, a mixed approach to the methodology was used for the development of the research, since to solve the question, quantitative and qualitative aspects must be addressed, which resulted in a series of deficiencies in the communication process, and it is then where the use of the social network Facebook and its Fanpage tool arose in order to improve communication, since it is adopted as a low-cost solution with rapid implementation.

Finally, it is recommended in future research to address other social networks such as Twitter and LinkedIn, this in order to expand the range of action of the messages that are transmitted from this organization.

Keywords: Stakeholders, Communication, Social network, Fanpage, Facebook, Diagnosis

Tabla de Contenido

	Pág.
1. Introducción	9
2. Formulación del Problema	10
2.1 Sistematización del problema	10
3. Justificación	11
4. Objetivo General	13
5. Objetivos Específicos.....	14
6. Metodología de la Investigación.....	15
6.1 Diseño de la Investigación	15
6.1.1 Enfoque de la investigación	15
6.1.2 Alcance de la investigación	16
6.1.3 Método de investigación	16
7. Marco de Referencia	18
7.1 Marco Conceptual.....	18
7.1.1 Stakeholders	18
7.1.2 Redes sociales	18
7.1.3 DOFA.....	19
7.1.4 Diagnostico empresarial.....	19
7.1.5 Comunicación	20
7.1.6 Canal de comunicación	20
7.1.7 Fanpage de Facebook.....	21
7.2 Marco Legal	22
7.2.1 Municipio.....	22
7.2.2 Régimen de Propiedad Horizontal	22
8. Descripción de la organización.....	24
9. Resultados	26
Conclusiones.....	44
Recomendaciones	45
Referencias.....	46

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Lista de chequeo proceso de comunicación, Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders	26
Figura 2. Matriz DOFA.....	29
Figura 3. Logotipo Secretaría de Gobierno de Facatativá	33
Figura 4. Perfil de Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá.....	34
Figura 5. Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	35
Figura 6. Primera publicación Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	36
Figura 7. Estadísticas publicaciones Secretaría de Gobierno de Facatativá	37
Figura 8. Número de seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá.....	38
Figura 9. Personas que siguen la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	39
Figura 10. Estadísticas por lugar de origen e idioma de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	40
Figura 11. Estadísticas de conexión de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	41
Figura 12. Estadísticas de acciones de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá	42
Figura 13. Alcance de las publicaciones de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá ...	42

1. Introducción

La Secretaría de Gobierno de Facatativà es una dependencia de la administración municipal encargada de varios procesos de diferente índole del municipio, es entonces donde la presente investigación se desarrolló desde la base del método inductivo-deductivo, puesto que se realizó una observación directa del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders, posteriormente con base en esté se desarrolla un proceso diagnostico.

Por lo tanto, se evidencian varias fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en relación con este proceso, es entonces donde al analizar con mesura y detenimiento esta situación surgen diversas posibilidades para solucionar el problema encontrado en el proceso diagnostico.

Puesto que, teniendo presente la situación financiera de la Secretaría de Gobierno, la solución a adoptar debe ser condicionada a un bajo costo y una rápida implementación, así que, la tecnología y las red social Facebook surge como la base y las alternativa más efectiva para dar solución a esta problemática que los aqueja.

Es entonces, donde el aprovechamiento de la red social Facebook y su herramienta Fanpage surge como una alternativa factible y viable desde las diferentes perspectivas administrativas, debido a la inmediatez y costo bajo de implementación.

2. Formulación del Problema

¿Cómo mejorar la comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders, mediante el uso de una Fanpage?

2.1 Sistematización del problema

¿Por qué es necesario diagnosticar la situación del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders?

¿ Para qué desarrollar una Fanpage a la Secretaría de Gobierno de Facatativá en la red social Facebook?

¿Qué utilidad tiene Poner en marcha la Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá en la red social Facebook?

¿De qué sirve analizar las estadísticas arrojadas por Facebook sobre Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá?

3. Justificación

La Secretaría de Gobierno de Facatativá es la encargada actualmente de planear y ejecutar diferentes actividades, en las áreas de Seguridad y Convivencia ciudadana, Gestión de la propiedad horizontal en el municipio, Barras por la Paz, Enlace de Víctimas del Conflicto, Centro Temporal por Protección y Centro Temporal de Protección Animal.

Por consiguiente, son diversas las actividades que se realizan semanalmente en sus diferentes áreas, actividades que principalmente se ejecutan en pro de los habitantes del municipio.

Sin embargo, la mayoría de las acciones que la Secretaría de Gobierno del municipio realizaba no se estaban dando a conocer a sus Stakeholders (Habitantes del municipio de Facatativá, Entes de control, Autoridades y demás dependencias de la administración pública del municipio de Facatativá), lo que generaba una sensación de ineficiencia por parte de la misma.

Además, la administración municipal cuenta con una Oficina de Prensa la cual cuenta con un amplio personal de diversas disciplinas, estos concentraban su atención y gestión en otras dependencias de la administración, sumado a inconvenientes de diversos tipos que hacían imposible la coordinación de la Secretaría de Gobierno con esta dependencia.

De igual modo, los Stakeholders debían dirigirse a las instalaciones físicas de la Secretaría de Gobierno para resolver sus inquietudes de cualquier índole, lo que puede ser ineficiente puesto que el municipio tiene una extensión considerable y trasladarse puede traducirse en un costo de tiempo y dinero.

Por ende, se evidenció la necesidad de buscar una manera de conectar a la Secretaría de Gobierno y sus Stakeholders, teniendo en cuenta que esta misma contaba con un presupuesto limitado para el desarrollo de sus funciones.

Es entonces, donde surge la red social Facebook como una solución de amplio espectro y de bajo costo en comparación con otras alternativas convencionales, esto debido a la tendencia global existente actualmente de comunicarse masivamente por redes sociales y dedicar gran parte del tiempo de cada día a navegar en estos sitios, además, es evidente que el proceso de comunicación es vital para las organizaciones ya que de nada sirve tener productos que sean innovadores, un excelente servicio al cliente y otros más atractivos, si no son capaces de comunicar el mensaje de manera asertiva a sus Stakeholders.

4. Objetivo General

Proponer el aprovechamiento de la red social Facebook y su herramienta Fanpage, a fin del mejoramiento de la comunicación entre la Secretaría de Gobierno y sus Stakeholders, para el segundo semestre del año 2018.

5. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders.
- Desarrollar la Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá en la red social Facebook, mediante el aprovechamiento de herramientas tecnológicas.
- Poner en marcha la Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá en la red social Facebook, para su posterior valoración.

6. Metodología de la Investigación

6.1 Diseño de la Investigación

6.1.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación denota un enfoque mixto, debido a que se encuentran variables y datos que para facilitar su interpretación se deben abordar tanto desde el enfoque cualitativo como cuantitativo.

Por ende, desde el enfoque cualitativo de acuerdo con Cadena-Iñiguez, P., & Rendón-Medel, R., & Aguilar-Ávila, J., & Salinas-Cruz, E., & de la Cruz-Morales, F., & Sangerman-Jarquín, D. (2017) quienes afirman:

Los estudios cualitativos son investigaciones intensivas a muy pequeña escala, en las cuales se explora la experiencia cotidiana de la gente y sus comunidades en diferentes tiempos y espacios. En estos trabajos, la posición del investigador, las experiencias, perspectivas y prejuicios son aspectos significativos en el desarrollo y resultados de la investigación. (p.1607)

Por consiguiente, el diagnóstico del proceso de comunicación es entendido desde el enfoque cualitativo de la investigación, puesto que para el mismo surgen opiniones desde la perspectiva subjetiva y en general valorando variables cualitativas.

En relación, el enfoque cuantitativo de acuerdo con Ramírez A., Hernando F., Villegas y Marie A. (2012) quienes afirman:

La investigación cuantitativa busca la objetividad, bajo la perspectiva de que la realidad es una y que se la puede observar sin afectarla. La metáfora de este tipo de

epistemológico de la investigación científica es que la ciencia es como un espejo se reflejan las cosas como son. (p.103)

Debido a esto, es necesario tener presente dicho enfoque puesto que los datos de la retroalimentación posterior a la puesta en marcha de la Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá en la red social Facebook, se muestran de manera numérica y estadística.

6.1.2 Alcance de la investigación

El alcance pertinente para la presente investigación se basa en una investigación descriptiva, la cual de acuerdo con Ramirez A., Hernando F., Villegas y Marie A. (2012) quienes afirman:

La investigación descriptiva consiste en la organización de información en forma útil y comprensible vía indicadores que faciliten la interpretación del fenómeno; los análisis multivariados permiten describir a las estructuras más complejas. Los estudios descriptivos bien conducidos terminan alcanzando algún grado de predicción o prospectiva, aunque inicialmente no estén diseñados para este propósito. (p.107)

En consecuencia, en relación con la fase de diagnóstico se integra una investigación descriptiva debido a que el principal insumo del proceso se basa en el criterio del investigador mediante la percepción del entorno del proceso a diagnosticar, en este caso la comunicación.

6.1.3 Método de investigación

Para la presente investigación el método utilizado fue el inductivo-deductivo, el cual de acuerdo con Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. (2017), quienes afirman:

Mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios casos, luego a partir de esa generalización se deducen varias conclusiones lógicas, que mediante la inducción se traducen en generalizaciones enriquecidas, por lo que forman una unidad dialéctica. De esta manera, el empleo del método inductivo-deductivo tiene muchas potencialidades como método de construcción de conocimientos en un primer nivel, relacionado con regularidades externas del objeto de investigación. (p.10)

Por ende, el método utilizado en la investigación fue el inductivo-deductivo, puesto que se realizó una observación directa de las condiciones del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders, para crear un diagnóstico general del mismo.

7. Marco de Referencia

7.1 Marco Conceptual

En relación con la investigación se generan varios conceptos que deben conocerse para obtener una fácil comprensión, es entonces donde a continuación se abordan los siguientes:

7.1.1 Stakeholders

De acuerdo con Fernández, J.L. y Bajo, A. (2012) firman:

Se entiende por stakeholder cualquier individuo o grupo de interés que, de alguna manera —explícita o implícita; voluntaria o involuntaria— tenga alguna apuesta hecha —to stake, poner algo en juego— en la marcha de la empresa; y que si, por un lado, se ven condicionados, de manera más o menos directa, por la actividad de aquélla, pueden, a su vez, condicionarla. En resumidas cuentas, cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales. (p.134)

En relación con la presente investigación, los Stakeholders de la Secretaría de Gobierno de Facatativá, son los habitantes del municipio de Facatativá, Entes de control, Autoridades y demás dependencias de la administración pública del municipio.

7.1.2 Redes sociales

En relación al término de redes sociales Hutt (2012) afirma. “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos des-conocidos” (p.123).

Asimismo, en concordancia con la presente investigación la red social base para el proyecto es Facebook, la cual fue escogida a concepto propio del investigador debido a su popularidad, bajo costo, alcance y fácil uso.

7.1.3 DOFA

La Universidad Nacional de Colombia (2012) afirma:

El análisis DOFA es una herramienta de diagnóstico y análisis para la generación creativa de posibles estrategias a partir de la identificación de los factores internos y externos de la organización, dada su actual situación y contexto. Se identifican las áreas y actividades que tienen el mayor potencial para un mayor desarrollo y mejora y que permiten minimizar los impactos negativos del contexto. (p.1)

Ahora bien, para efectos de la presente investigación la DOFA surge como elemento central en la base del desarrollo del diagnóstico del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders, la elección de esta herramienta está basada en la facilidad en la aplicación y la adaptabilidad de la misma.

7.1.4 Diagnostico empresarial

En relación con este término Asencio L., Caiche W. y Medina V. (2017) afirman:

Constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo. Es un proceso de varios estudios realizados en las empresas de producción,

servicios y de comercio. Nos permite identificar y conocer una serie de problemas para plantear un plan de acción que oriente el porvenir de la organización. (p.2)

En relación con la presente investigación, el diagnóstico sirve de base para entender la situación del proceso de comunicación entre la Secretaría de Facatativá y sus Stakeholders, puesto que el diagnóstico también se puede aplicar en pequeñas porciones o procesos en una organización no necesariamente de manera general.

7.1.5 Comunicación

Yang, Y., Saladrigas Medina, H., y Torres Ponjuán, D. (2016) afirman:

La comunicación es una interacción social, a través de la cual se hace el intercambio y creación de conocimiento, máxime cuando este es organizacional, considerado por muchos investigadores, como un proceso, un flujo, un almacén o una colección de información; consideraciones válidas y no excluyentes, toda vez que el mismo es el depósito y resultado que queda y se graba en la memoria corporativa. (p.166)

Contextualizando, en relación con la presente investigación la comunicación es una variable vital para el desarrollo de la misma, puesto que es el proceso sobre el cual se tiene una incidencia directa y las decisiones tomadas en función de esta variable puede afectar negativa o positivamente a la organización.

7.1.6 Canal de comunicación

En relación con Santos García D. (2012) quien afirma:

El término se refiere al “medio por el cual los mensajes se transmiten a otra persona”. Al hablar de comunicación masiva, entendemos que los canales pueden llegar a un

número grande, a veces indeterminado de personas cuyas interpretaciones dependerán de la cultura, el medio socioeconómico, la experiencia y múltiples factores que no son estáticos, sino que conforman el contexto. Los libros, la prensa, el cine, la radio, la televisión, y más recientemente internet, son ejemplos de medios masivos de comunicación. En algunos de ellos es posible observar una transición en la que un medio supera las carencias de otro, de acuerdo con el criterio de una época y la tecnología disponible. (p.17)

Por ende, al momento de abordar la presente investigación es necesario tener presente que el canal de comunicación principal se basa en internet, más específicamente en la red social Facebook.

7.1.7 Fanpage de Facebook

En relación con dicho término Barrenengoa H. (2016) afirma:

Las Fanpage de Facebook nacieron con el objetivo de conectar a grupos de gente con inquietudes e intereses comunes¹⁹. Sirven como punto de encuentro de publicaciones relacionadas con alguna temática concreta. Al igual que en el uso habitual de Facebook en las Fanpage se pueden añadir fotos, videos, mensajes y utilizar multitud de aplicaciones y herramientas TIC compatibles con Facebook. Además se puede dar libertad de publicación, previo filtro de la información, a otros usuarios de la comunidad de la Fanpage por lo que supone un lugar colaborativo muy amplio. (p.11)

Puesto que, el proyecto se apoya en la herramienta tecnológica Fanpage de la red social Facebook, en relación con el mismo se debe mencionar que es elegida para ser el puente que comunique a la Secretaría de Gobierno de Facatativá con sus Stakeholders, esto debido a su

popularidad y amplio rango de acción lo que supone un canal efectivo para lograr una comunicación asertiva.

7.2 Marco Legal

7.2.1 Municipio

Para el conocimiento detallado del significado de esta palabra de gran relevancia para el presente se debe hacer un énfasis en lo consignado en la Constitución Política de Colombia es entonces donde. Congreso de la Republica de Colombia (1991) afirma:

Al municipio como entidad fundamental de la división político-administrativa del Estado le corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes. (p.110)

La Secretaría de Gobierno siendo la organización objeto de estudio hace parte de la administración y jurisdicción del municipio de Facatativá, es entonces donde las variables de la investigación girar en torno a esta ubicación geográfica específicamente.

7.2.2 Régimen de Propiedad Horizontal

La Secretaría de Gobierno lidera este proceso en el municipio de Facatativá y es por esto que el Congreso de la Republica de Colombia (2001) afirma. “Sistema jurídico que regula el sometimiento a propiedad horizontal de un edificio o conjunto, construido o por construirse.”(p.1)

Debido a esto, en el proceso relacionado con la gestión de la propiedad horizontal en el municipio de Facatativá, surgen diversas actualizaciones normativas las cuales deben ser ajustadas en cada copropiedad, y la Secretaría de Gobierno de Facatativá sirve de puente para direccionar la información emitida por el gobierno nacional a las diferentes propiedades regidas por esta figura en el municipio por ende radica la importancia de lograr una comunicación asertiva.

8. Descripción de la organización

La Secretaría de Gobierno de Facatativá es una entidad de carácter público la cual hace parte de la estructura organizacional de la administración municipal de Facatativá, se encuentra ubicada en la Calle 13 #6^a -31, Facatativá, Cundinamarca.

Además, actualmente hace parte de la Administración del Alcalde Pablo Malo García, para el periodo (2016-2019); encabezada actualmente por Javier Francisco Beltrán Bustos quien ejerce como Secretario de Gobierno desde el año 2017.

Así mismo, la Secretaría de Gobierno de Facatativá lidera procesos de alta relevancia para la administración municipal, enmarcados en Seguridad y Convivencia Ciudadana el cual es el encargado de la planeación y puesta en marcha de estrategias que busquen reducir los índices de delincuencia, seguido de la promoción de actividades que promuevan el buen trato entre sus habitantes, además de la intervención en procura de garantizar el respeto por el espacio público en el municipio.

De la misma manera, el proceso de Gestión de la propiedad horizontal en donde principalmente se lleva el registro de todas las propiedades privadas que hagan parte de la figura de propiedad horizontal y sus posteriores modificaciones en relación con sus representantes y las decisiones tomadas en sus asambleas.

De igual modo, el proceso de Barras por la Paz se encamina en la planeación y ejecución de actividades que promuevan el buen trato entre los integrantes de las diversas barras de equipos de fútbol presentes en el municipio.

Además, el proceso de Enlace de Víctimas del Conflicto se centra en ser un medio por el cual el gobierno nacional realiza la atención a la población víctima del conflicto armado en el país.

Por otra parte, el proceso Centro Temporal por Protección tiene como principal función velar por la custodia y garantizar los derechos de forma transitoria, de los ciudadanos mayores de edad que incurren en comportamientos contrarios a la convivencia en el municipio de Facatativá.

También el proceso Centro Temporal de Protección Animal, se enmarca bajo la preservación del bienestar y la rehabilitación de animales que han sido rescatados en condiciones difíciles principalmente de maltrato.

9. Resultados

En la segunda semana del mes de agosto de 2018, se realizó un consejo de seguridad en el municipio de Facatativá, presidido por las principales autoridades, en el cual surgió la preocupación sobre el proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno y sus Stakeholders.

Debido a esto, surgió la necesidad de realizar un diagnóstico del mismo con el fin de tomar decisiones con base en información veraz, debido a esto, se acordó realizar este proceso mediante la utilización de un instrumento lista de chequeo y posterior matriz de DOFA.

De manera que, en respuesta a dicho requerimiento se abordó la siguiente lista de chequeo como instrumento de recolección de información mediante el proceso de observación directa.

Figura 1. Lista de chequeo proceso de comunicación, Secretaría de Gobierno de Facatativá y sus Stakeholders

LISTA DE CHEQUEO PROCESO DE COMUNICACIÓN, SECRETARÍA DE GOBIERNO DE FACATATIVÁ Y SUS STAKEHOLDERS				
No.	CRITERIO	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	Se evidencia la existencia de un canal de comunicación diferente al personal, entre proceso de Seguridad y Convivencia Ciudadana y sus Stakeholders		X	
2	Se evidencia un canal de comunicación diferente al personal, entre proceso de Gestión de la Propiedad Horizontal y sus Stakeholders		X	

3	Se evidencia un canal de comunicación diferente al personal, entre proceso de Barras por la Paz y sus Stakeholders		X	Se debe implementar al menos un canal de comunicación diferente al personal que sirva de puente entre las dos partes
4	Se evidencia un canal de comunicación diferente al personal, entre la Oficina de Enlace de Víctimas y sus Stakeholders		X	
5	Se evidencia un canal de comunicación diferente al personal, entre proceso de Centro Temporal por Protección y sus Stakeholders		X	
6	Se evidencia un canal de comunicación diferente al personal, entre proceso de Centro Temporal por Protección Animal y sus Stakeholders		X	
7	Existencia de un canal de comunicación digital en el proceso de Seguridad y Convivencia Ciudadana		X	Se debe establecer cuando menos un canal de comunicación digital, se sugiere optar por las redes sociales
8	Existencia de un canal de comunicación digital en el proceso de Gestión de la Propiedad Horizontal		X	
9	Existencia de un canal de comunicación digital en el proceso de Barras por la Paz		X	
10	Existencia de un canal de comunicación digital en la Oficina de Enlace de Víctimas		X	
11	Existencia de un canal de comunicación digital en el proceso Centro Temporal por Protección		X	
12	Existencia de un canal de comunicación digital proceso Centro Temporal por Protección Animal		X	

Fuente: Elaboración propia.

Es claro que, al observar la figura 1, se puede establecer que actualmente ninguno de los procesos llevados a cabo en la Secretaría de Gobierno cuenta con un canal de comunicación diferente al personal (el cual para el presente es entendida de manera en que sus Stakeholders deben dirigirse a la oficina física de la misma para realizar el intercambio comunicativo).

Asimismo, se puede identificar que ninguno de los procesos llevados a cabo por la Secretaría de Gobierno cuenta con un canal de comunicación digital, dejando todo este a el canal de comunicación personal, lo cual significa un atraso significativo teniendo presente la infinidad de herramientas tecnológicas a disposición.

Por lo tanto, al realizar un minucioso análisis de la lista de chequeo, se pueden identificar diversos resultados que sirvieron de base para la elaboración de la matriz DOFA, en la cual se evidenciaran las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del proceso de comunicación de la Secretaría de Gobierno de Facatativá, la cual se presenta a continuación.

Figura 2. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA				
Análisis del entorno	Oportunidades		Amenazas	
	O1	Alianzas estratégicas con empresas de diferentes industrias radicadas en el municipio, algunos ejemplos son Alimentos Polar, en relación con la donación de alimentos para el desarrollo de programas de población vulnerable en la oficina de víctimas; y Concentrados Raza, de acuerdo con la donación de alimento concentrado para los animales del Centro Temporal de Protección Animal.	A1	Aumento de problemáticas sociales a nivel municipal, tales como, Invasión en el espacio público, drogadicción, intolerancia, habitantes de calle e inseguridad en general.
	O2	Fácil acceso a plataformas de redes sociales sin la necesidad de conocimientos avanzados en sistemas de información además de un bajo costo.	A2	Pronta terminación del periodo de la actual administración municipal.
	Fortalezas		Debilidades	
Análisis interno	F1	Disposición de un talento humano multidisciplinario, presto a proporcionar sus competencias en el mejoramiento de los procesos llevados a cabo por la Secretaría de Gobierno.	D1	Aumento de la percepción de inseguridad debido al desconocimiento de las acciones que buscan mejorar la seguridad en el municipio, por parte del proceso de Seguridad y Convivencia Ciudadana.
	F2	Solida cultura organizacional enmarcada en un fuerte compromiso de los colaboradores con la Secretaría de Gobierno.	D2	Baja participación en las actividades del proceso Barras por la paz.
			D3	Baja efectividad en las jornadas de adopción de mascotas por parte del proceso de Centro Temporal de Protección Animal.
			D4	Disminución de la participación en las actividades del proceso de Enlace de Víctimas del Conflicto.

	F3	Fácil acceso a la información de las actividades programadas y ejecutadas por cada proceso.	D5	Escaso alcance de las actualizaciones normativas en relación con las propiedades horizontales radicadas en el municipio.
D6			Escasos recursos financieros disponibles para la ejecución de proyectos a nivel de la administración municipal.	

Fuente: Elaboración propia

En la anterior figura se puede evidenciar las perspectivas internas y externas de la Secretaría de Gobierno en relación con el proceso de comunicación, en donde se abordan debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Por consiguiente, al abordar las debilidades de la organización se evidencia que en primer lugar, existe un aumento de la percepción de inseguridad debido al desconocimiento de las acciones que buscan mejorar la seguridad en el municipio, por parte del proceso de Seguridad y Convivencia Ciudadana. Lo cual es entendible debido a que los Stakeholders de la Secretaría de Gobierno al desconocer estas acciones sienten que se encuentran desprotegidos frente a la problemática de la inseguridad del municipio y no se toman medidas para mitigar la misma.

En segundo lugar, se presenta una baja participación en las actividades del proceso Barras por la paz, esto debido a que no se comunican de manera efectiva para que sus Stakeholders recepan la información y mantengan una participación activa.

En tercer lugar, se evidencia una baja efectividad en las jornadas de adopción de mascotas por parte del proceso de Centro Temporal de Protección Animal, lo cual es ocasionado por el bajo alcance del mensaje transmitido a sus Stakeholders ocasionando sobrepoblación en las instalaciones del proceso.

En cuarto lugar, se observa una disminución de la participación en las actividades del proceso de Enlace de Víctimas del Conflicto, debido a que se realizan constantes actividades para atender a esta población y estas son comunicadas por medio de carteles en las instalaciones de la misma, lo cual no permite que su mensaje sea eficaz.

En quinto lugar, se percibe un escaso alcance de las actualizaciones normativas en relación con las propiedades horizontales radicadas en el municipio, debido a que los representantes de cada propiedad sometida a esta figura deben acercarse a las instalaciones de la Secretaría de Gobierno para mantenerse actualizados de las modificaciones y actualizaciones que se han generado para estas propiedades, lo cual es bastante ineficaz.

Por último, se evidencian escasos recursos financieros disponibles para la ejecución de proyectos a nivel de la administración municipal, lo cual limita las nuevas ideas que se puedan presentar y condicionan a las actuales, debido a que el municipio ha reducido notablemente su presupuesto lo cual hace que la solución a implementar sea de bajo costo.

Por otra parte, al abordar las fortalezas de la organización se identificaron tres principales factores.

En primer lugar, se observa una disposición de un talento humano multidisciplinario, presto a proporcionar sus competencias en el mejoramiento de los procesos llevados a cabo por la Secretaría de Gobierno, lo cual se puede traducir en un asesoramiento continuo desde diferentes perspectivas profesionales lo cual puede significar soluciones creativas y sólidas para inconvenientes presentados en cada proceso.

En segundo lugar, se percibe una sólida cultura organizacional enmarcada en un fuerte compromiso de los colaboradores con la Secretaría de Gobierno, la cual es una fortaleza

importante debido a que los colaboradores al tener un gran sentido de pertenencia por la organización demuestran un desempeño superior al esperado.

Por último, es evidente un fácil acceso a la información de las actividades programadas y ejecutadas por cada proceso, lo cual es relevante a la hora de buscar un mensaje atractivo para los Stakeholders.

Asimismo, al abordar las oportunidades se evidenciaron dos principales.

En primer lugar, surge la posibilidad de generar alianzas estratégicas con organizaciones privadas, esto con el fin de conseguir recursos para aumentar el alcance de las actividades organizadas en cada proceso debido a los escasos recursos financieros de la administración para ejecutarlas.

Por último, se observa un fácil acceso a plataformas de redes sociales sin la necesidad de conocimientos avanzados en sistemas de información además de un bajo costo, lo cual aumenta las posibilidades dado que la solución a implementar sea mediante este tipo de tecnología.

Finalmente, al abordar las amenazas se observaron dos principales.

En primer lugar, es evidente el aumento de problemáticas sociales a nivel municipal, enmarcadas en la inseguridad, falta de intervención al espacio público, falta de atención a poblaciones vulnerables entre otras, lo cual en general son competencia de la Secretaría de Gobierno y al no tener una solución eficaz para dar un mayor alcance al mensaje de sus actividades dichas problemáticas para sus Stakeholders aún no son atendidas.

En segundo lugar, es innegable la pronta terminación del periodo de la actual administración municipal, el cual se da por terminado al finalizar el año 2019, lo que representa

una amenaza relevante puesto que es corto el tiempo que se dispone para la implementación de nuevos proyectos y la ejecución de actividades por cada proceso.

Por consiguiente, luego de analizar detenidamente los resultados obtenidos en el proceso diagnóstico se decide diseñar una Fanpage en la red social Facebook para intercomunicar a la Secretaría de Gobierno con sus Stakeholders, puesto que es una solución que implica bajo costo y tiene un alcance mayor en comparación a los canales tradicionales utilizados para difundir información.

De este modo se procede al diseño de la Fanpage, iniciando por crear una imagen que diera identidad a la organización y la distinguiera, de manera que generara una fácil recordación para los Stakeholders.

Figura 3. Logotipo Secretaría de Gobierno de Facatativá.



Fuente: Elaboración propia con base en el logo de la administración municipal.

Por lo tanto, surgió una imagen que combinaba las palabras Secretaría de Gobierno y Recuperemos a Facatativá (Slogan y logotipo de la actual administración municipal), acompañada de una figura superior de color verde que en conjunto con una flecha de color roja encierran los anteriores dando una imagen de solidez, además los colores de estas figuras están

basados en la bandera del municipio creando así mejor recordación y un mayor sentido de pertenencia con el municipio.

Asimismo, se procedió a crear un perfil en la red social Facebook con el fin de tener una base para enviar solicitudes de amistad y jalonar estos amigos a ser seguidores de la Fanpage de la Secretaría de Gobierno.

Figura 4. Perfil de Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá.



Fuente: Perfil Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

De ahí que, el perfil de Facebook surgió como una herramienta para lograr captar la mayor cantidad de amigos, concentrando la estrategia de enviar solicitudes de amistad a personas residentes en el municipio de Facatativá para luego invitarlas a ser seguidores de la Fanpage la cual da un carácter más oficial y corporativo a la organización.

Así que, luego de tener una importante suma de amigos en el perfil de Facebook se procedió a la creación del Fanpage de la Secretaría de Gobierno de Facatativá.

Figura 5. Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Enseguida, se procedió a realizar la primera publicación el día 25 de agosto del año 2018, relacionada con una actividad de caracterización de población víctima del municipio por parte del proceso de Enlace Municipal de Víctimas.

Figura 6. Primera publicación Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Entonces, luego de esta primera publicación se realizaron treinta y seis publicaciones más, en donde a continuación se resaltarán las últimas siete en la figura 7, donde se puede observar las estadísticas que Facebook genera automáticamente para cada una de las publicaciones, en donde se evidencia la fecha de la publicación, el título de la publicación, el tipo de publicación (imagen, video), la segmentación de la publicación entendida como el tipo de privacidad que se quiere en cada publicación la cual para el caso de todas las publicaciones fue de carácter público para ser consultada por cualquier persona en la red, seguidamente se muestra el alcance de la publicación lo cual se traduce en el número de personas que vieron la publicación, y por último el número de interacciones entendida como los clics que tuvo la publicación en relación con las reacciones y la consulta a cada una.

Figura 7. Estadísticas publicaciones Secretaría de Gobierno de Facatativá

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción
07/11/2018 15:45	#EnFacatativáSeConviveMejor La Secretaría de	📄	🌐	1,3K	89 27
30/10/2018 20:32	#FacatativáSegura	📺	🌐	118	38 12
30/10/2018 20:29	#DíaDeLosDulces Recomendaciones de la	📄	🌐	1,2K	30 15
30/10/2018 16:10	#GestiónDelRiesgo Desde tempranas horas de	📄	🌐	1,6K	224 28
30/10/2018 7:08	#MartesDeSeguridad Entérese de los últimos	📄	🌐	460	5 5
15/10/2018 11:46	#FacatativáSolidaria Debido a la fuerte lluvia que se	📄	🌐	4,9K	1,6K 73
13/10/2018 18:31	#BarrasPorLaPaz A esta hora finaliza la jordana de	📄	🌐	2,6K	395 84

Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Por consiguiente, es necesario realizar un análisis del número de seguidores que ha conseguido la página desde el momento de la entrada en funcionamiento el día 25 de agosto de 2018, en donde en relación con la figura 8. Se puede evidenciar que hasta el día 30 de noviembre de 2018 se han obtenido 1457 seguidores, en donde el punto más alto de Seguidores se evidencia entre el 26 de agosto de 2018 hasta el 30 de octubre de 2018 y desde entonces muestra una tendencia estable en consecución de seguidores.

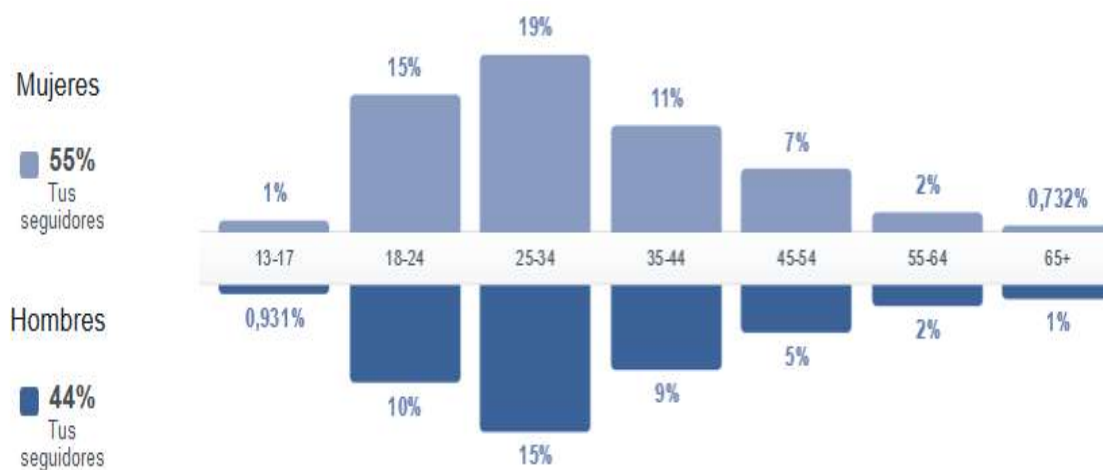
Figura 8. Número de seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

No obstante, al evidenciar los seguidores de la Fanpage en relación con la figura 9. Se puede observar un grupo predominante en donde el 55% de los seguidores son mujeres de las cuales el 19% se encuentran en un rango de edades entre los 25 y los 34 años de edad, el otro grupo se puede identificar en el 44% de seguidores hombres de los cuales el 15% se encuentran en un rango de edades de entre 25 y 34 años de edad.

Figura 9. Personas que siguen la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Sin embargo, cabe resaltar que en la figura 10. Se evidencia que la mayoría de seguidores se encuentran radicados en Colombia principalmente, seguido de Estados Unidos, es necesario hacer un énfasis puesto que se evidencian seguidores desde otros países del mundo debido a que tienen intereses en el municipio sin embargo se encuentran radicados en otros países, asimismo, se encuentran distribuidos en las ciudades de Facatativá y Bogotá principalmente, además se puede identificar que la mayoría de los seguidores tienen al español y al inglés como su idioma predominante.

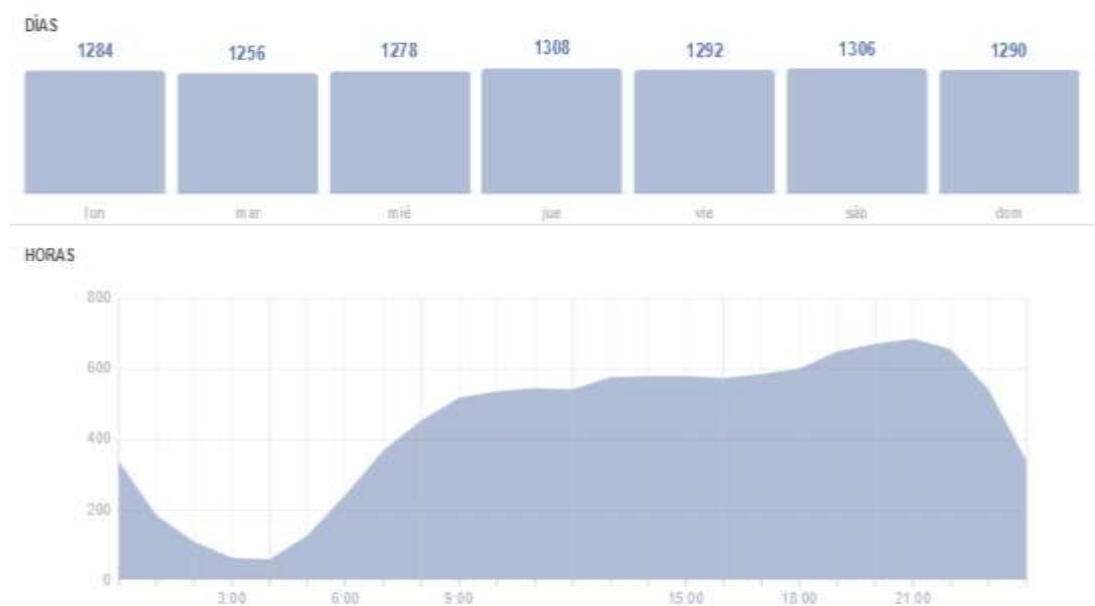
Figura 10. Estadísticas por lugar de origen e idioma de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá

Pais	Tus seguidores	Ciudad	Tus seguidores	Idioma	Tus seguidores
Colombia	1465	Facatativá, Colombia	849	Español	1159
Estados Unidos de Am...	10	Bogotá, Colombia	291	Español (España)	316
México	9	Madrid (Cundinamarca)...	36	Inglés (EE.UU.)	16
Brasil	4	Mosquera, Colombia	33	Francés (Francia)	3
Perú	3	Funza, Colombia	23	Portugués (Brasil)	3
Canadá	2	Albán, Colombia	21	Árabe	2
Venezuela	2	El Rosal (Cundinamarca...	18	Español (México)	2
Chile	1	Ibagué, Colombia	8	Alemán	1
Costa Rica	1	Barranquilla, Colombia	6	Español (Colombia)	1
Argelia	1	Bojacá, Colombia	6		

Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Puesto que, ya se ha definido un perfil del seguidor de la Fanpage, ahora en relación con la figura 11. Se puede observar en qué momento se encuentran conectados, en donde en promedio la mayoría de las conexiones se producen los jueves con 1308 conectados, pero además de evidenciar el día en que más se generan conexiones también se puede observar el horario del día en que más permanecen activos el cual se encuentra entre las 20:00 horas y las 22:00 horas.

Figura 11. Estadísticas de conexión de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá.



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Ahora bien, al analizar las interacciones de los seguidores en relación con la figura 12, se evidencia que el rango más alto de reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me asombra, me entristece y me enoja) se evidencia entre el 26 de agosto y el 2 de septiembre del año 2018, además la mayor cantidad de comentarios surgió entre el 2 y 9 de septiembre del año 2018, asimismo, entre este mismo rango de fechas se encuentra la mayor cantidad de veces que se compartió una publicación.

Figura 12. Estadísticas de acciones de los seguidores de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Más aun, es relevante analizar el alcance que han tenido las publicaciones a lo largo del periodo en donde al observar la figura 13.

Figura 13. Alcance de las publicaciones de la Fanpage Secretaría de Gobierno de Facatativá



Fuente: Fanpage Facebook Secretaría de Gobierno de Facatativá

Se observa que los picos más altos de alcance se encuentran el 14 de octubre del año 2018 con aproximadamente 3300 personas alcanzadas y entre el 2 y 9 de septiembre del año 2018 con un aproximado de 2300 personas alcanzadas.

Conclusiones

Es evidente que con base en el diagnóstico del proceso de comunicación de la Secretaría de Gobierno de Facatativá , se observa un alcance precario mediante la utilización del canal de comunicación directo como su única opción para dar a conocer sus actividades a los Stakeholders, lo que ocasiona que disminuya la efectividad de los procesos llevados a cabo puesto que muchos de ellos dependen de la participación masiva de los mismos, y es entonces donde a pesar que muchas de las ideas procesadas en los procesos tienen potencial, estas se quedan estancadas debido a la ineffectividad en la difusión del mensaje.

Asimismo, es notorio que usar la herramienta Fanpage de la red social Facebook es fácil y practico incluso para quienes no tienen conocimiento amplio en sistemas de información y redes sociales, además debido a la misma facilidad muchas personas del común sin importar la edad manejan cuentas de redes sociales, lo que hace que utilizar este medio para la comunicación de una organización sea bastante eficiente en términos de la inmediatez del mensaje y su bajo costo.

En conclusión, el uso de una Fanpage de la red social Facebook como solución tecnológica para el mejoramiento del proceso de comunicación entre la Secretaría de Gobierno y sus Stakeholders fue efectiva puesto que como es evidente en los resultados, los mensajes que fueron transmitidos tuvieron un alcance bastante importante en relación con el canal tradicional utilizado por la Secretaría de Gobierno de Facatativá, lo cual hizo más eficiente el proceso de comunicación, además surge como una herramienta que acerca más a la organización a sus Stakeholders puesto que pueden mantenerse informados de los temas que se relacionan con ellos y también de los cuales en anteriores medidas no tenían conocimiento ni tampoco interés.

Recomendaciones

Inicialmente, se recomienda a la Secretaría de Gobierno de Facatativá delegar a una persona idónea para la administración de la herramienta Fanpage de la red social Facebook, puesto que esta solución tuvo un alcance efectivo y no se deben descuidar a los seguidores que actualmente se han conseguido, quienes tienen la necesidad de mantenerse informados.

Adicionalmente, se recomienda que cada proceso contribuya con la información a transmitir de una manera oportuna, puesto que en algunas ocasiones se publicaron tiempo después de realizadas las actividades lo que genera un atraso para el tema de la inmediatez que exige una red social.

Asimismo, se sugiere realizar un backup (copia de seguridad) de toda la información compartida en las publicaciones y en general en la Fanpage, ya que la información en línea puede ser en algún momento afectada debido a la inestabilidad de internet.

Además, se recomienda trabajar de manera mancomunada con la Oficina de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía de Facatativá, puesto que en conjunto se pueden desarrollar proyectos que contribuyan a mejorar aun más el proceso de comunicación de la Secretaría de Gobierno y de la administración municipal en general con sus Stakeholders.

Finalmente, en relación con el impacto positivo que ha mostrado la Fanpage en la red social Facebook, se recomienda ampliar el uso a redes sociales tales como Twitter y LinkedIn, debido a que las personas han aumentado la participación en estas redes y no es conveniente adoptar la red social Facebook como única opción.

Referencias

- Asencio L., Caiche W. y Medina V. (2017). *El diagnóstico organizacional, contextualizado en los negocios fabriles de la provincia de Santa Elena-Ecuador 2015-2016*. INNOVA Research Journal 2017. 2. (5), 137-147. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=2ahUKEwioh7ikxLHhAhWBjFkKHZXNB5gQFjAEegQIABAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5994739.pdf&usg=AOvVaw0ctMBRDyRgSqQoDqQO_tMO
- Barrenengoa H. (2016). *UTILIDAD DE UNA FANPAGE DE FACEBOOK EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN ENFERMERÍA*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Valladolid, Valladolid, España.
- Cadena-Iñiguez, P., & Rendón-Medel, R., & Aguilar-Ávila, J., & Salinas-Cruz, E., & de la Cruz-Morales, F., & Sangerman-Jarquín, D. (2017). *Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8 (7), 1603-1617. Recuperado de file:///C:/Users/prueba/Downloads/art%3ADculo_redalyc_263153520009.pdf
- Congreso de la Republica de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia (110)*. Bogotá: Legis.
- Congreso de la Republica de Colombia. (2001) *Ley 675 de 2001*. Recuperado de http://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_675_2001.pdf

- Fernández, J.L. y Bajo, A. (2012). *La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación*. aDResearch ESIC.6 (6), p.130-143. Recuperado de http://adresearch.esic.edu/files/2012/06/aDR6-07-teoria_stakeholder.pdf
- Hütt Herrera, H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. *Reflexiones*, 91 (2), p. 121-128. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Ramírez Atehortúa, F., & Zwerg-Villegas, A. (2012). *-Metodología de la investigación: más que una receta*. *AD-minister*, (20), 91-111.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (82), 1-26. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Santos García D. (2012) *Fundamentos de la comunicación*, Tlalnepantla, México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Universidad Nacional de Colombia. (2012) *GUIA ANALISIS DOFA*. Recuperado de http://www.odontologia.unal.edu.co/docs/claustros-colegiaturas_2013-2015/Guia_Analisis_DOFA.pdf
- Yang, Y., Saladrigas Medina, H., y Torres Ponjuán, D. (2016). *El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos*. *Revista Universidad y Sociedad [seriada en línea]*, 8 (2). pp. 165-173. Recuperado de <http://rus.uc>