

Fecha de Inicio del Plan: 20 diciembre, 2011

PLAN DE DESARROLLO LOCAL CHICOANA – EL CARRIL



desarrollo sustentable y sostenido



Plan Consultor Comunicación

Natalia Jayat

Informe Final



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.

Secretaría de Planificación.



ÍNDICE

1-OBJETIVOS DE TERCERA ETAPA	3
1.1.- INTRODUCCIÓN	3
2- CONTENIDOS Y PAUTAS DEL DOCUMENTO FINAL	3
2.1.- PRESUPUESTO IMPRESION	4
2.2.- PRESUPUESTO DISEÑO	5
3- REUNIONES	6
3.1.- PARTE DE PRENSA	8
3.2.- CLIPPING DE MEDIOS	10
4- TALLERES DE VALIDACIÓN	14
4.1.- DIFUSIÓN	14
4.2.- CLIPPING DE MEDIOS	16
4.3.- RESULTADOS DE CONVOCATORIA	18
5-PARTE DE PRENSA	21
6- INSTRUCTIVO COMUNICACIONAL DEL PLAN	22
6- CONCLUSIÓN	29
ANEXO	31

1-OBJETIVOS DE TERCERA ETAPA

1.1.- INTRODUCCIÓN

En el informe final desarrollaremos los objetivos planteados para la tercera etapa: la de diseño y definición del plan.

Para esta etapa se planteó:

Definición de los contenidos y pautas del diseño del documento final del plan.

Revisión de los productos de cada eje temático, adecuando las pautas definitivas de diseño y edición del Documento Final.

Organización de los talleres de validación de proyectos

Preparación de material e instructivo comunicacional del plan.

Análisis del proceso de comunicación desarrollado a lo largo del Plan.

Conclusiones.

2- CONTENIDOS Y PAUTAS DEL DOCUMENTO FINAL

Junto con la coordinador del Plan, se definieron las pautas con las que se regirá el desarrollo del documento final. En base a dichas pautas se solicitaron presupuestos de diseño e impresión.

El documento final no debe superar las 100 páginas. Debe ser ilustrativo, sintético y bien claro. El diseño del libro, poseerá una estética similar a la utilizada para el Plan de 30 municipios, para continuar con la misma línea. Los DVD que se grabarán contendrán el documento completo con toda la información relevada.

A continuación, se detallan presupuesto solicitados.

2.1.- PRESUPUESTO IMPRESION

CARTOON

Lunes, 18 de junio de 2012

NATALIA JAYAT

Presupuesto N° 122828

De nuestra consideración:

Conforme a lo solicitado, remitimos a vuestra consideración el siguiente:

PRESUPUESTO

MANUAL DE 100 PÁG. MAS TAPAS

Tapas con polipropileno brillante 1/0
Encuadernación Binder Cosido a hilo según ISO 11800
Con Termo Contraído Individual

Tapa

Formato: 23x46 Cm
Tipo de papel: Ilustracion brillante
Gramaje: 300
Tintas: 4+0

Interior (100 Págs.)

Formato: 23x28 Cm
Tipo de papel: Ilustracion brillante
Gramaje: 150
Tintas: 4+4

Ejemplares	Importe	Precio unitario
200	15.368,79\$	76,844\$
300	16.450,44\$	54,8348\$
600	18.768,82\$	37,5378\$
1.000	24.009,67\$	24,9096\$

OBS: Ante la aceptación del presupuesto, se deberá remitir la confirmación vía e-mail o firmando al pie de la misma.

LOS PRECIOS NO INCLUYEN IMPUESTOS.

El cliente deberá proveer:

Los originales del trabajo para impresión más Printer.

Plazo de Entrega: A convenir

Forma de Pago: 50 % cuando encarga el trabajo y 50 % al retirar.

En el proceso productivo pueden producirse variaciones del 3 % sobre la cantidad solicitada.

2.2.- PRESUPUESTO DISEÑO

presupuesto

negráfica
diseño gráfico

negrificagmail.com



Salta, 19 de junio de 2012

Sra. Natalia Jayat
PRESENTE

Por la presente envío cotización para diseño y diagramación de LIBRO.
Tema: PLAN DE DESARROLLO LOCAL CHICOANA Y EL CARRIL

● 1 - HONORARIOS DE DISEÑO, DIAGRAMACION Y PROCESO DE PREIMPRESION

PRIMERA ETAPA: Abarca lo referente al génesis de la publicación. Los colores, tipografías, grilla y estética general que van a identificarla. Su normalización y todas aquellas aplicaciones que son fundamentales para crear una imagen homogénea. Se definirán las líneas básicas y fundamentales del diseño editorial en relación al uso de la grilla estructural, columnas, tratamiento de todos los materiales (títulos, copetes, destacados, epígrafes, fotografías, cuadros, mapas, gráficas estadísticas, infografías, etc). Si bien la estética del mismo estará basada en la primer publicación, la misma deberá poseer su propia identidad dentro de un sistema.

SEGUNDA ETAPA: Comprende la resolución gráfica de todas aquellas variables que componen el libro y que demandan una especial diferenciación como ser:

- Tapa y contratapa: Formal y conceptualmente
- Portada: Contiene la misma información literal de la tapa; corresponde siempre a página impar.
- Índice
- Capítulos: diferenciando las distintas temáticas de manera organizativa.
- Mapas, cuadros y gráficas estadísticas son un ítem a tener en cuenta especialmente por que requiere la creación de cada uno en forma individual dentro de un sistema estético pre establecido.

● TERCERA ETAPA : Preparación de archivos para imprenta. Imposición de páginas, creación , control de vínculos, control de preimpresión en imprenta. Retoque y ajuste fotográfico.

HONORARIOS

Diseño y diagramación del libro

Formato: 23 X 23cm. (Cerrado) de 100 páginas internas

SON: \$6000 (\$60 por página) + DISEÑO DE TAPA Y CONTRATAPA: \$500

TOTAL: \$6500

NECESIDADES: MATERIAL COMPLETO Q INCLUYE: TEXTOS EN WORD CORREGIDOS, FOTOGRAFIAS, GRAFICOS, MAPAS

nota: la corrección de los textos al finalizar el diseño corre por cuenta del cliente.

M. Laura Tillano
diseño gráfico y editorial
0387 154 546838

3- REUNIONES

La consultora en comunicación estuvo a cargo de la organización de las reuniones con funcionarios del gobierno estatal y municipal. El objetivo de los encuentros fue el que cada consultor con la supervisión de la coordinación presentará los gráficos de tendencias y potencialidades y FODA que conforman el diagnóstico de la etapa de diseño y definición.

- ✓ Fecha: 7 de junio
- ✓ Horario: 16 horas
- ✓ Lugar: Hotel Stelares

Participantes:

Coordinadora y Consultores del Plan de Desarrollo Local

Intendentes, senador y coordinador: Esteban Ivetich, Esteban D'Andrea, Luis D'Andrea, Sebastián Singh Caro y el Secretario de Planeamiento, Guillermo López Mirau

Durante la reunión se tomaron fotos y notas ya que posteriormente se emitió un parte de prensa que luego se procedió a difundir.

Asimismo, se organizó otra reunión con el objetivo de que los consultores presentaran los proyectos propuestos para analizar con los funcionarios la factibilidad de los mismos.

- ✓ Fecha: viernes 15 de junio
- ✓ Horario: 16 horas
- ✓ Lugar: Hotel Stelares

Participaron de la misma, los mismos funcionarios que en la reunión anterior.



El equipo de trabajo también se reunió con representantes del INTA y de la Subsecretaría de Agricultura familiar delegación Salta. El encuentro tuvo como fin fundamentalmente propiciar la articulación a la hora de desarrollar las propuestas del Plan. Se invitó a representantes del INTA para intercambiar información acerca de los Proyectos en los que ellos están trabajando y cuales tienen a futuro.

- ✓ Fecha: 13-06-12
- ✓ Hora de Inicio: 10.00 Hs
- ✓ Hora de Finalización: 13.30 Hs

Participaron de la misma, los miembros del equipo del Plan con su coordinadora y representantes del INTA y de la SSAF

Representantes del INTA y de la SSAF:

- ✓ Carlos Fittipaldi - INTA (economía y sociología)
- ✓ Diana Durante - INTA AER Valles Templados
- ✓ Adriana López - SSAF Delegación Salta
- ✓ Diego Martín - SSAF Delegación Salta
- ✓ Claudia Flores - SSAF Delegación Salta
- ✓ Francisco Alonso - SSAF Delegación Salta
- ✓ Lorena Cortezzi - SSAF Delegación Salta
- ✓ Horacio Pellegrini - INTA (economía y sociología)
- ✓ Rene Yanse - Prohuerta
- ✓ Adriana Ortega - INTA Coord. Proyecto Tabaco-Nutrición vegetal



3.1.- PARTE DE PRENSA

EL PLAN DE DESARROLLO LOCAL CHICOANA Y EL CARRIL SE ENCUENTRA EN SU ULTIMA ETAPA

El Equipo de profesionales que se encuentra trabajando en la confección del plan, mantuvo una reunión con el Secretario de Planificación, Dr. Guillermo López Mirau, el intendente de Chicoana, Esteban Ivetich, el intendente del Carril, Esteban D'Andrea, el senador de Chicoana, Luis D'Andrea y Sebastián Singh Caro, Coordinador de proyectos del Departamento.

El objetivo de la misma fue presentar el gráfico de tendencias y potencialidades y FODA que conforman el diagnóstico de la etapa de diseño y definición. En la reunión, la Coordinadora del Plan, Estela Operti realizó la presentación y cada consultor se encargó de informar sobre las características destacables de cada sector, turístico, ambiental, sociocultural, urbanístico y productivo. A partir de ello, se generarán unidades de desarrollo y gestión. Estas unidades serán ideas abarcativas en cada eje estratégico y a partir de las mismas se desprenderán: programas, subprogramas, proyectos y acciones.

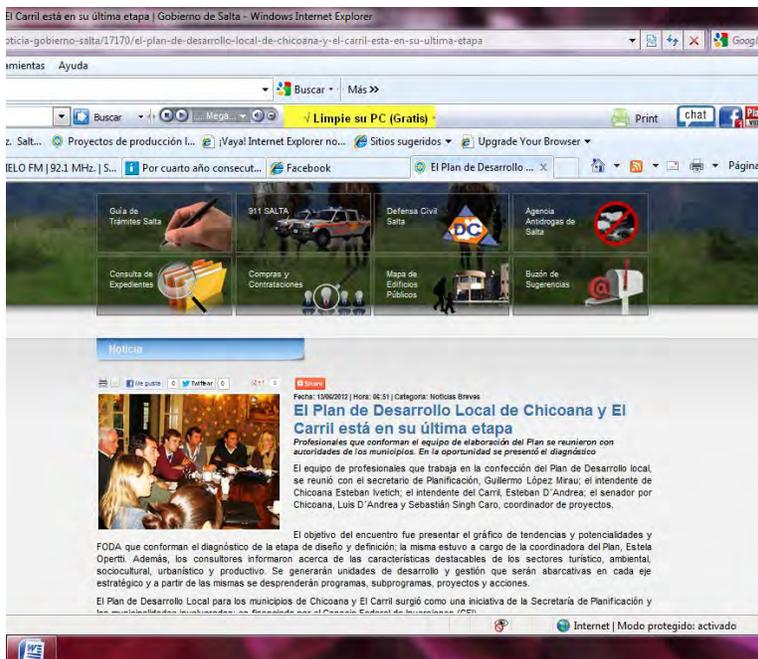
Recordemos, que el Plan de Desarrollo Local para los municipios de Chicoana y El Carril surge como una iniciativa de la Secretaría de Planificación y las municipalidades involucradas en respuesta a la necesidad de buscar caminos alternativos y complementarios. El mismo es financiado por el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

Durante la segunda etapa, se realizaron los relevamientos de los municipios, donde se identificaron las necesidades y potencialidades de desarrollo existentes; posteriormente se llevaron a cabo talleres participativos con un gran número de asistentes, también se realizaron entrevistas grupales e individuales a actores

claves. Es destacable la participación y apoyo tanto de la Comunidad como de ambas Municipalidades.

Los profesionales que conformar el equipo del Plan: Coordinadora: Arquitecta Especialista en Planificación del Paisaje Estela Opertti Consultores: Arquitecta Master en Desarrollo Sustentable Alejandra Martínez, Licenciada en Antropología social Verónica Briones, Ingenieros en Recursos Ambientales y Medio Ambiente, Pablo Iribanegara y Alejandro Cavalli, Licenciada en Turismo y Master en Función Pública de Turismo Mariana Prone, Ingeniero Agrónomo Sergio de Ugarriza y Traductora Natalia Jayat.

3.2.- CLIPPING DE MEDIOS



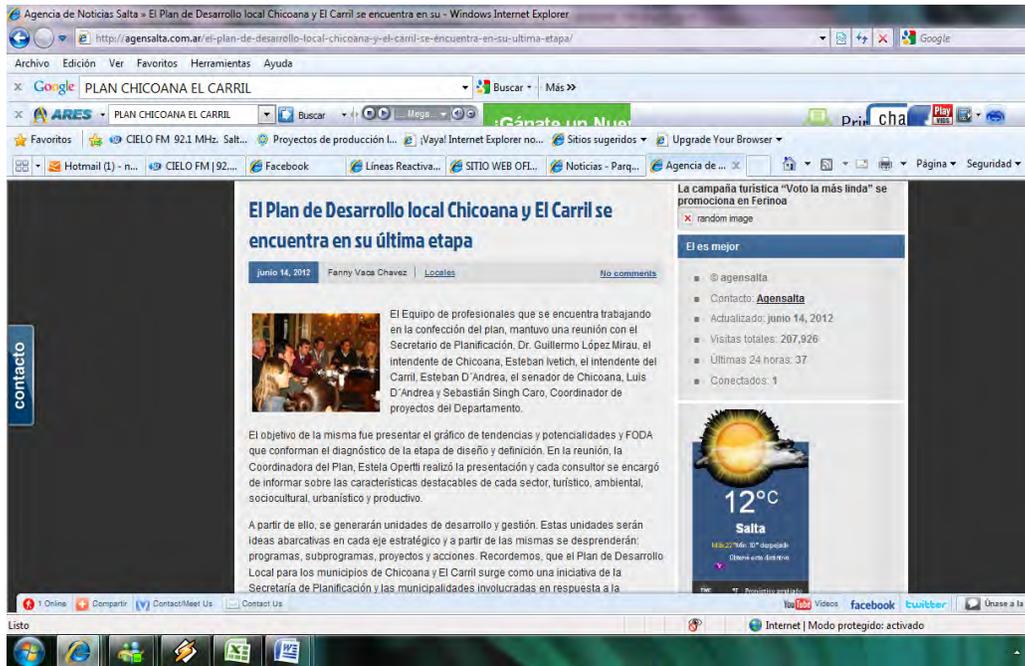
FUENTE: <http://www.salta.gov.ar/noticia-gobierno-salta/17170/el-plan-de-desarrollo-local-de-chicoana-y-el-carril-esta-en-su-ultima-etapa>



FUENTE: http://www.facebook.com/?ref=tn_tmn#!/noticias.elcarril



FUENTE: <http://www.lahoradesalta.com.ar/2012/06/14/el-plan-de-desarrollo-local-chicoana-y-el-carril-se-encuentra-en-su-ultima-etapa/>



FUENTE: <http://agensalta.com.ar/el-plan-de-desarrollo-local-chicoana-y-el-carril-se-encuentra-en-su-ultima-etapa/>



FUENTE: <http://www.informatesalta.com.ar/noticia.asp?q=37545>



FUENTE: TIEMPO RADIO

<http://www.facebook.com/notes/tiempo-de-radio-905-mhz-radio-arco-iris-el-carril-salta/plan-de-desarrollo-estrat%C3%A9gico-para-chicoana-y-el-carril/261985947171193?ref=nf>

4- TALLERES DE VALIDACIÓN

4.1.- DIFUSIÓN

Se utilizó la misma metodología de difusión, organización y convocatoria de los talleres participativos para los talleres de validación.

Nuevamente se coordinó la organización de la convocatoria y difusión con los encargados de prensa de ambos municipios previamente se acordó lugar, horario y fecha de los talleres.

Se redactó parte de prensa y se difundió a través de los medios locales.

INVITAMOS A LA COMUNIDAD CARRILENSE A LOS TALLERES DE VALIDACIÓN

*Se realizarán los talleres de validación del Plan de Desarrollo Local de Chicoana y El Carril. Se llevarán a cabo el día **jueves 21 de junio** a horas **19:30** en el **Salón ubicado frente a la Municipalidad del Carril.***

Los talleres de validación tienen como objetivo validar las propuestas del Plan de Desarrollo Local de Chicoana y El Carril, a fin de incorporar los comentarios y recomendaciones de la comunidad en general, lo que posteriormente será volcado en el documento final.

Serán orientados por profesionales de distintas áreas, miembros del equipo del Plan.

La participación de la comunidad es de vital importancia. Por ello, lo invitamos a ser parte de este plan. Los esperamos el jueves 21 de junio a horas 19: 30 en el salón ubicado frente a la municipalidad.

INVITAMOS A LA COMUNIDAD DE CHICOANA y LA QUEBRADA A LOS TALLERES DE VALIDACIÓN

*Se realizará el taller de validación del Plan de Desarrollo Local de Chicoana. Se llevará a cabo el día viernes **22 de junio** a horas **19:30** en el salón de **la Escuela Abraham Cornejo, CHICOANA.***

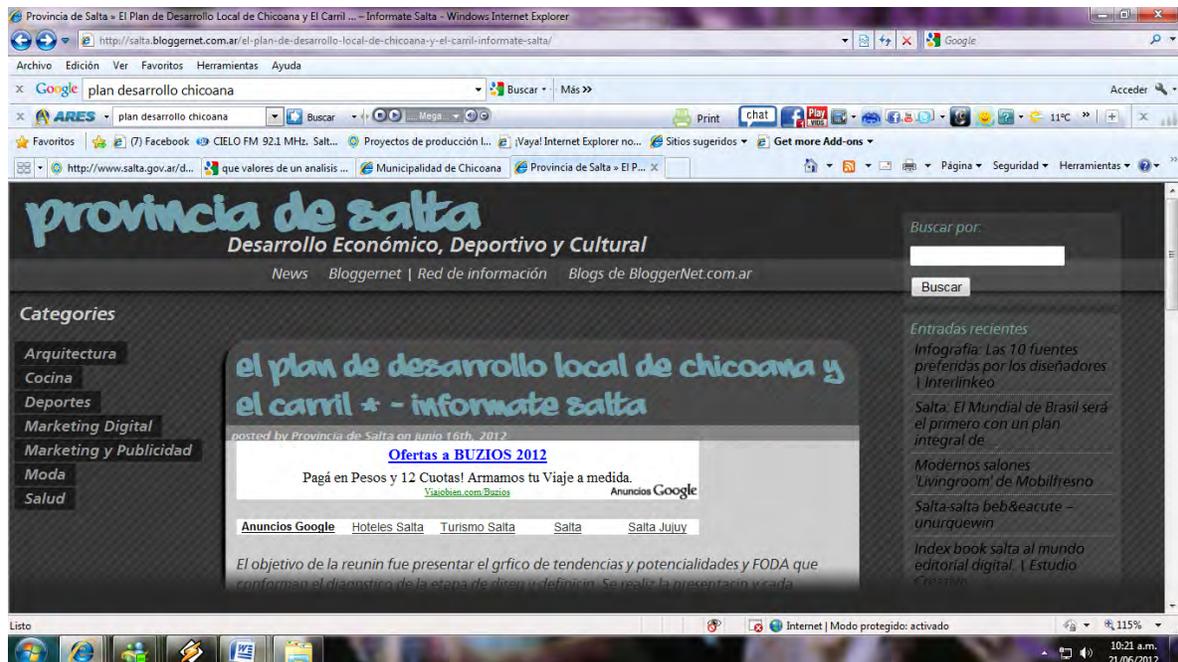
*Asimismo, el día **sábado 23 de junio** a horas **11** se realizará el taller de validación en la **QUEBRADA** en la sede de los **Gauchos de Escoipe**, en el paraje **ESCOIPE**. Los esperamos.*

Los talleres de validación tienen como objetivo validar las propuestas del Plan de Desarrollo Local de Chicoana y El Carril, a fin de incorporar los comentarios y recomendaciones de la comunidad en general, lo que posteriormente será volcado en el documento final.

Serán orientados por profesionales de distintas áreas, miembros del equipo del Plan.

La participación de la comunidad es de vital importancia. Por ello, lo invitamos a ser parte de este plan. Los esperamos el viernes 22 de junio a horas 19: 30 en el salón de la escuela ABRAHAM CORNEJO, CHICOANA y el día sábado 23 de junio a horas 11 en la sede de los Gauchos de Escoipe, en el paraje ESCOIPE.

4.2.- CLIPPING DE MEDIOS



<http://salta.bloggernet.com.ar/el-plan-de-desarrollo-local-de-chicoana-y-el-carril-informate-salta/>



The screenshot shows a Facebook page for 'Noticias El Carril'. The post text reads: 'EL PLAN DE DESARROLLO LOCAL CHICOANA Y EL CARRIL SE ENCUENTRA EN SU ÚLTIMA ETAPA. El Equipo de profesionales que se encuentra trabajando en la confección del plan, mantuvo una reunión con el Secretario de Planificación, Dr. Guillermo López Mirau, el intendente de Chicoana, Esteban Ivesich, el intendente del Carril, Esteban D'Andrea, el senador de Chicoana, Luis D'Andrea y Sebastián Singh Caro. Coo...'. Below the text is a photograph of a group of people in a meeting. The post is dated '14 de julio a las 11:33 AM' and has 'A 3 personas les gusta esto.' Below the photo, there is a comment from 'Marcela Hinojosa Pezari' mentioning a seminar in Salta. The browser address bar at the bottom shows a URL with parameters like '&set=a.104816482927312.7520.100001968826646&type=1&ref=nf'.



Fuente: <http://www.elcarril.gob.ar/index.php?pageid=13¬iciaid=16884>

4.3.- RESULTADOS DE CONVOCATORIA

A diferencia de los talleres participativos, la asistencia a los de validación fue considerablemente menor. Esto se debe en gran parte a que las fechas estipuladas para la realización de los primeros fue en época otoñal donde todavía el clima era templado y la gente no sentía las inclemencias climáticas, los días que se llevaron a cabo los talleres de validación la temperatura fue bastante baja, lo que provoca el poco entusiasmo a la comunidad en asistir a los mismos. De todos modos, el taller que obtuvo mayor cantidad de asistencia fue el realizado en Escoipe.

Sin embargo, de manera que toda la comunidad tuviera acceso a la información emitida por el equipo de profesionales del Plan, se puso a disposición de la gente

la presentación power point con las propuestas formuladas que surgieron gracias a los talleres participativos y se emitió el siguiente comunicado.

“Luego de haber llevado adelante los talleres de validación de propuestas, queremos que toda la comunidad de El Carril y Chicoana tengan acceso a un resumen gráfico de las propuestas formuladas por el equipo de profesionales del Plan de Desarrollo Local Chicoana, El Carril que surgió gracias a los talleres participativos realizados en ambos municipios. Esto, con el profundo deseo de haber interpretado las ilusiones, sueños, necesidades y expectativas de todas las personas que participaron en este proyecto y representaron a todos los que viven en este lugar. En breve podrán disponer de las propuestas detalladas y del Plan de Desarrollo Local completo.”

Publicación en facebook de la Municipalidad de El Carril

Buscar personas, lugares y cosas

Noticias El Carril (Etiqueta Aquí Tu Noticia)

Vive en El Carril

Muro



Noticias El Carril

Plan de Desarrollo Local Chicoana - El Carril

Luego de haber llevado adelante los talleres de validación de propuestas, queremos que toda la comunidad de El Carril y Chicoana tengan acceso a un resumen gráfico de las propuestas formuladas por el equipo de profesionales del Plan de Desarrollo Local.



Me gusta · Comentar · Compartir · Hace 8 horas ·

A 2 personas les gusta esto.



Escribe un comentario...

5-PARTE DE PRENSA

CHICOANA Y EL CARRIL YA CUENTAN CON UN PLAN DE DESARROLLO LOCAL

El Plan de Desarrollo Local para los municipios de Chicoana y El Carril surgió como una iniciativa de la Secretaría de Planeamiento y las municipalidades involucradas en respuesta a la necesidad de buscar caminos alternativos y complementarios. El mismo fue financiado por el Consejo Federal de Inversiones (CFI).

El plan estratégico contó con 4 etapas de desarrollo: Preparación, Relevamiento, Diagnóstico y Diseño, las cuales incluyeron actividades de capacitación, de investigación y la organización de talleres de trabajo.

En la etapa de relevamiento in situ, participación y diagnóstico, el equipo de profesionales junto con su coordinadora recorrieron de punta a punta ambos municipios, visitaron más de 20 parajes, llevaron adelante 9 talleres participativos y de validación, entrevistas focales, dialogaron con diferentes referentes de los distintos sectores, con la comunidad en general, se realizaron ajustes de propuestas formuladas en los talleres, se priorizaron proyectos y se desarrollaron proyectos transformadores y prioritarios.

Luego del amplio trabajo realizado, se puede decir que el Plan de Desarrollo Local de Chicoana y el Carril es un hecho y todo ello fue posible gracias a la gran participación de la comunidad, a la colaboración de las autoridades y los funcionarios tanto municipales como estatales. El Plan estará disponible en la web de las municipalidades y en las mismas dependencias.

Con el profundo deseo de haber interpretado las ilusiones, sueños, necesidades y expectativas de todas las personas que participaron en este proyecto, el equipo de

profesionales del Plan junto con su coordinadora, Estela Opperti agradece a todos los que hicieron que este trabajo fuera posible.

6- INSTRUCTIVO COMUNICACIONAL DEL PLAN

El objetivo principal del instructivo de comunicación del plan es que los encargados de prensa de cada municipalidad puedan difundir en todos los niveles el contenido del Plan de Desarrollo Local. Sin embargo, el presente puede ser utilizado también como guía de comunicación para optimizar el flujo informativo de la gestión dentro de las municipalidades.

A través de este instructivo, estableceremos acciones de comunicación de manera de mantener informados tanto a la comunidad como a los empleados públicos con el compromiso de colaborar activamente en los proyectos que surgirán del Plan.

Para el desarrollo de este instructivo se estructuran dos líneas comunicativas estratégicas:

- Comunicación interna
- Comunicación externa

Comunicación interna

En este caso, es la línea más significativa, es sumamente importante que todos los actores involucrados en la gestión política tengan pleno conocimiento del contenido de dicho plan para que puedan planificar sus funciones y proyectos teniendo en cuenta como línea de base el contenido del Plan.

Asimismo, la comunicación interna sirve para dar coherencia al proyecto institucional, rectifica la visión-misión del gobierno y ayuda a mejorar los estilos

comunicativos de los líderes.

La comunicación interna tendrá como destinatarios Concejales, Directores o Jefes de servicio o departamento, responsables, empleados públicos de las municipalidades.

Ignorar los planes generales de trabajo suele conducir a la fragmentación, a la superposición y duplicación de tareas y al desconocimiento del sentido de las propias acciones en una organización.

Acciones

Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna y externa para que sea más rica la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc. Gracias a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación podemos acceder a una gran variedad de posibilidades.

Carteleras:

Esta es una metodología de comunicación muy efectiva. Se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal de la municipalidad, puede ser una pizarra o un corcho. Puede contener información breve sobre la existencia del Plan de Desarrollo Local, como así también invitar a los empleados municipales a consultar el contenido de los mismos en la web de la municipalidad o solicitar los CD que contendrán el Plan Final.

Cuadernillo de Bienvenida:

Cualquier persona que ingrese a la municipalidad necesita saber de la existencia del Plan, por ello el material digital del Plan debe ser entregado a toda persona

nueva que ingrese y verificar que los mismos accedan a la lectura del material informativo, de manera que todas sus acciones tiendan a seguir las líneas del Plan.

Reuniones:

Es vital que una vez que la coordinadora del plan entregue el material final del Plan de Desarrollo Local, los líderes de cada municipalidad, convoquen a todos sus empleados a una reunión en donde se informe, se reflexione, se trace línea y se marque cuáles son los objetivos a seguir como así también se comente sobre la importancia de alinear las acciones y/o gestiones estatales junto con el plan. En la misma se sugiere que se haga entrega a cada miembro del material digital que contenga el plan.

Es fundamental COMUNICAR a todos los empleados nuestro Plan Estratégico, hacerles partícipes en él, que conozcan que existe un PLAN de futuro y que su éxito depende de ellos, para esto deberemos seleccionar los mensajes clave y comunicarlos de forma clara, sencilla, con objetivos y metas realistas y de forma motivadora.

Será también importante, tras esta comunicación general, realizar una comunicación individual con los directivos de cada sector, explicando lo que se espera de cada individuo y alinear sus objetivos personales con los del Plan Estratégico.

Envíos de correo electrónico

El primer paso es realizar una base de datos de todos los correos electrónicos de las personas que se encuentran trabajando en la municipalidad, incluido el

intendente. Luego se debe realizar una plantilla con formato y estilo para que todos los envíos posean la misma estructura.

Se sugiere que en el primer mail se envíe la presentación power point realizada por la coordinadora del Plan donde muestra los procesos y las acciones realizadas para poder llevar adelante el Plan. Posteriormente, se pueden enviar estudios y resultados de cada una de las consultorías como así también los proyectos formulados para cada sector.

Cabe mencionar, que los encargados de prensa contarán con todo el material informativo necesario para difundir el plan como ser, material digital, CD, DVD con el Plan Completo, archivos con presentaciones, proyectos, gráficos, material resumido como ser el Informe del libro, libros, entre otras cosas.

Comunicación externa

La comunicación externa se articulará mediante presentaciones a los medios de comunicación, entrevistas, ruedas y/o notas de prensa. Asimismo, se utilizarán medios electrónicos como ser facebook, página web.

Estos tipos de herramientas cuentan con grandes ventajas como ser su rapidez, interactividad, difusión, facilidad de fijación del destinatario y además los grandes volúmenes de información que se pueden poner a disposición del lector.

Se debe determinar un espacio exclusivo en la página web de las municipalidades donde la comunidad pueda consultar sobre los distintos proyectos del plan. Se puede destinar un link dentro de la web que sea exclusivamente para el Plan de Desarrollo Local, donde existe un foro de opinión de la comunidad.

Para que la etapa de ejecución del plan funcione, es de vital importancia que todos los miembros de la comunidad y funcionarios de gobierno tengan conocimiento del contenido del plan, por lo que además de subir el proyecto completo en dicho link de la web, se debe comunicar, también, que se encuentra a disposición dicho material, a través de los medios de comunicación,. Asimismo, debe existir una referencia de contacto para que la comunidad pueda realizar sugerencias, emitir opiniones, etc.

Sugerencias de efectividad en la comunicación del Plan

Convierte el plan estratégico en un producto, con un nombre, una imagen gráfica y mensajes definidos.

Esta etapa ya se encuentra concretada, ya que el Plan posee nombre, imagen y logo, por lo que se dejará a la municipalidad todo el material a disposición.

Designa una red de representantes y portavoces. Es fundamental contar referentes estratégicos que se encuentren involucrados con el plan de manera que puedan nutrir de información a los demás referentes. Se sugiere que se designe un portavoz en cada sector y que el mismo se encargue de orientar los proyectos de acuerdo a lo estudiado y analizado por el equipo de profesionales del Plan.

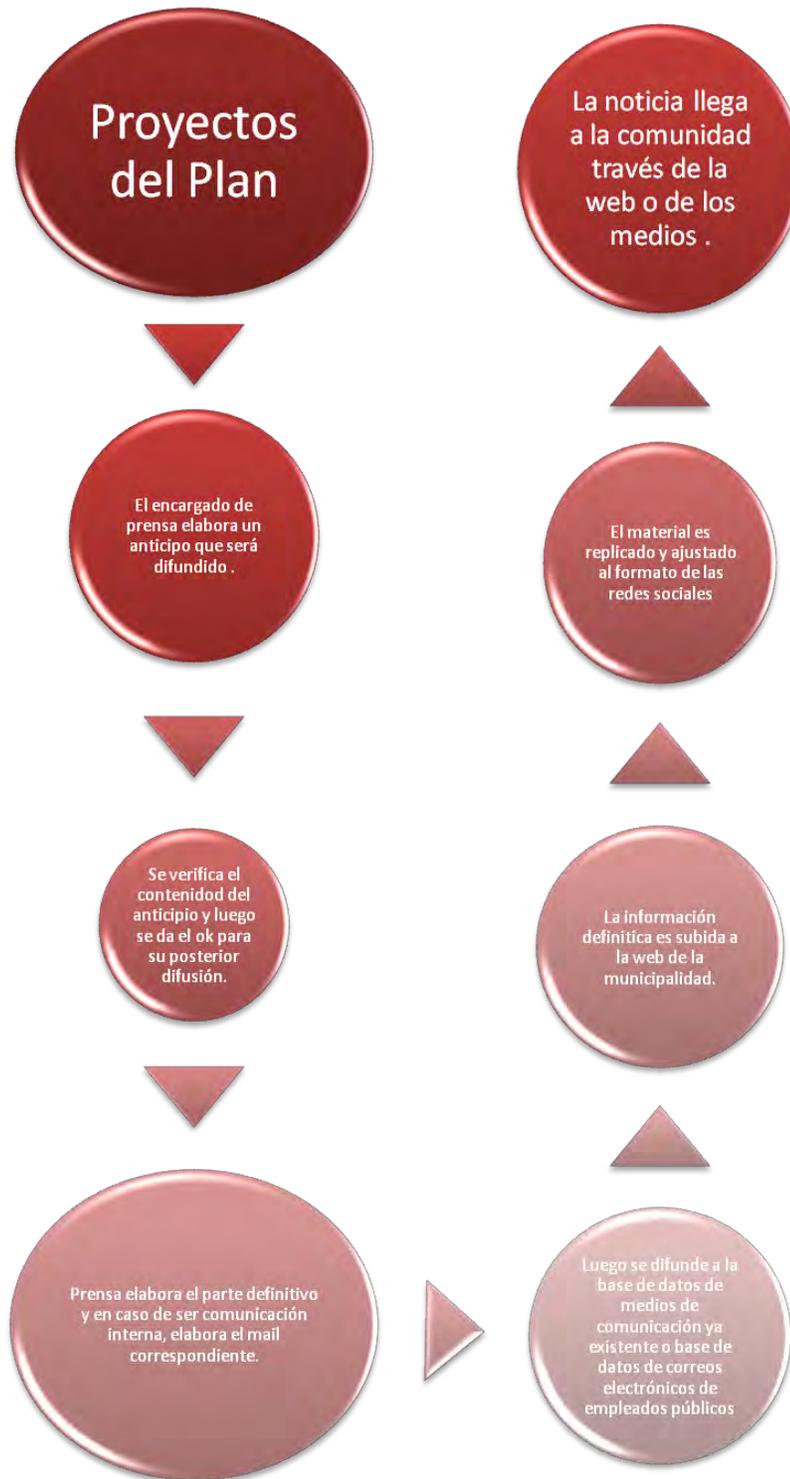
Promueve la comunicación en cascada. Es importante que al menos cada cuatro meses los líderes de la municipalidad convoquen a una reunión más bien informal, donde el intendente haga un balance general de lo realizado de acuerdo a los proyectos en cada uno de sus ejes propuestos por el plan, donde a su vez, motive la gestión de obtención de financiamientos para la ejecución de los proyectos.

Es importante que los encargados de prensa fijen las fechas para llevar adelante estos encuentros y organicen lo necesario como así también realicen sus seguimientos.

Medir niveles de ejecución: Al finalizar el año, se puede realizar una medición de los resultados con el objetivo de verificar la cantidad de proyectos que se pudieron realizar durante el año y poder planificar la ejecución de posibles proyectos para el siguiente año.

Información sobre la comunicación

Los pasos a seguir



6- CONCLUSIÓN

Durante las distintas etapas del plan, se fueron desarrollando los objetivos que se plantearon al comienzo del plan que fueron los siguientes:

Establecer una estrategia de difusión sobre los procesos y resultados del Plan de Desarrollo Estratégico dirigida a entidades locales, autoridades municipales y comunidades involucradas, crear flujos de comunicación interna con los consultores, establecer las pautas para confeccionar y editar el documento final a ser publicado con el contenido de los resultados del Plan, tomar contacto con las entidades y organismos a fin de informar sobre el desarrollo del Plan, recopilar información, obtener datos sobre proyectos en curso, en búsqueda de la obtención de toda la información posible para difundirla de manera interna entre los consultores a fin de facilitar y evitar reproducción de proyectos de igual índole, elaborar una base de datos de medios de comunicación de ambos departamentos a fin de tomar contacto para lograr el acompañamiento en la difusión, buscar y tomar contacto sobre datos de cámaras, entidades sin fines de lucro, organismos, asociaciones y demás de manera de posibilitar la convocatoria a los talleres, generar partes de prensa sobre el lanzamiento del plan, detalle del proceso, convocatoria a talleres, resultados de los talleres, y demás a fin de comunicar a la sociedad salteña y específicamente a los habitantes de Chicoana y el Carril.

Se puede decir que el flujo de comunicación y la difusión de las acciones del Plan fueron exitosos. Ahora bien, es de vital importancia la comunicación que surja posterior al plan, ya que si no existe un pleno conocimiento de los ejes estratégicos, proyectos y demás por parte, especialmente, de los funcionarios de las municipalidades, no coincidirán las gestiones y/o acciones, e incluso se desperdiciará información de relevamiento, diagnósticos, proyectos y datos

estadísticos realizados por el equipo de consultores que son de valiosa utilidad e importancia.

Finalmente, cabe destacar que todos los miembros de la municipalidad, los equipos de prensa de ambas municipalidades fueron sumamente cooperativos y demostraron gran interés en continuar con la difusión del plan y se comprometieron a realizarlo. Por ello, se deja una pequeña guía de cómo podrían trabajar en la difusión del Plan e ir incorporando más herramientas comunicacional en el transcurso del tiempo.

ANEXO

Algunos Tips para mejorar la comunicación

Con respecto a la redacción

Se debe priorizar la información en el desarrollo de las noticias producidas por el Encargado de Prensa de la municipalidad. Esto implicará darle prioridad a la noticia, realizando una evaluación periodística basada en el interés ciudadano.

Se debe utilizar una estructura informativa, esto quiere decir todo parte de prensa debe tener título, copete y cuerpo. No tendrán copete aquellas informaciones breves.

- **Título:** el título del texto siempre expresa en pocas palabras el contenido del texto, de que se trata la información. Debe ser sintético, atraer el interés del lector de manera de invitar a seguir leyendo. Se debe evitar el uso de gerundios en títulos.
- **Copete:** también conocido como subtítulo, el cual resume los datos más importantes del texto completo. Tanto en títulos como en copetes se priorizar la acción.
- **Cuerpo:** el cuerpo del texto desarrolla el contenido de la información. Generalmente se pone al principio del texto los datos más importantes de la noticia y va decreciendo. Dentro del texto, se encuentran ideas principales y secundarias. Las primeras son las fundamentales ya que sin ellas no existiría el texto y carecería de sentido. Suelen estar relacionadas con el título. Las secundarias son aquellas que amplían la información en general

y acompañan a la principal. Los datos deben ser precisos y verdaderos. En la redacción de la información se debe evitar el uso de adjetivos.

Los partes de prensa deberán contener una referencia a la gestión, explicando las razones de la acción encarada en el marco del Plan de Desarrollo Local Chicoana y El Carril.

Algunas recomendaciones lingüísticas

1. Prefijos

- a) Se escriben siempre soldados a la base a la que afectan cuando esta es univocal, es decir, cuando está constituida por una sola palabra: antiadherente, antirrobo, antitabaco, cuasiautomático, cuasidelito, exalcohólico, exjefe, exministro, exnovio, expresidente, posmoderno, posventa, precontrato, prepago, proamnistía, etc.
- b) Se unen con guión a la palabra base cuando ésta comienza por mayúscula, de ahí que se emplee este signo de enlace cuando el prefijo se antepone a una sigla o a un nombre propio univocal: anti-ALCA, pro-Obama.
- c) Se escriben necesariamente separados de la base a la que afectan cuando ésta es plurivocal, es decir, cuando está constituida por varias palabras. Hay determinados prefijos, como ex-, anti- o pro-, que son especialmente proclives, por su significado, a unirse a bases de este tipo, ya se trate de locuciones o de grupos sintácticos, característica por la cual la gramática ha acuñado para ellos la denominación de prefijos separables: ex relaciones públicas, anti pena de muerte, pro derechos humanos. Esta misma circunstancia puede darse también con otros prefijos: pre Segunda Guerra Mundial, super en forma, vice primer ministro.

2. “Había muchas personas, ha habido quejas, hubo problemas.. ”

Cuando el verbo haber se emplea para denotar la mera presencia o existencia de personas o cosas, funciona como impersonal y, por lo tanto, se usa solamente en tercera persona del singular (que en el presente de indicativo adopta la forma especial hay: Hay muchos niños en el parque).

Uso correcto: Había muchas personas en la sala, Ha habido algunas quejas, Hubo problemas para entrar al concierto.

Uso incorrecto: Habían muchas personas en la sala, Han habido algunas quejas o Hubieron problemas para entrar al concierto son incorrectas; debe decirse

3. Hubieron

La forma verbal hubieron es la que corresponde a la tercera persona del plural del pretérito perfecto simple o pretérito de indicativo del verbo haber: hube, hubiste, hubo, hubimos, hubisteis, hubieron. Uso correcto: hubieron terminado, hubieron comido. Uso incorrecto: hubieron muchos voluntarios o no hubieron problemas.

4. “Detrás de mí, encima de mí, al lado mío”

Debe evitarse el uso de adverbios como cerca, detrás, delante, debajo, dentro, encima, enfrente con adjetivos posesivos; así pues, no debe decirse detrás mío, encima suya, etc., sino detrás de mí, encima de él, etc.

5. Palabras clave o palabras claves, copias pirata o copias piratas

En las construcciones formadas por dos sustantivos que constituyen una unidad léxica, en las que el segundo de ellos modifica al primero como si se tratara de un adjetivo, normalmente sólo el primer sustantivo lleva marca de plural: faldas pantalón, ciudades dormitorio, coches cama, hombres rana, niños prodigio, et.

6. Veintiuna personas, veintiuno por ciento

Decimos una mujer, una amapola, debemos decir veintiuna mujeres, treinta y una amapolas (y no veintiún mujeres, treinta y un amapolas). Asimismo, debe decirse uno por ciento, veintiuno por ciento, treinta y uno por ciento (y no un por ciento, veintiún por ciento, treinta y un por ciento), ya que el numeral uno, una solo se apocopa ante determinado tipo de sustantivos, y por es una preposición.

7. Tilde en las formas verbales con pronombres átonos: deme, estate, mirándolo, etc.

Formas como estate, deme, detente o arrepintiose se deben escribir sin tilde por ser palabras llanas terminadas en vocal; formas como riéndonos, míralas, cállate o decídselo se escriben con tilde por ser esdrújulas. Las formas del imperativo de segunda persona del singular características del voseo deben someterse a las reglas de acentuación gráfica del español, tanto si se utilizan seguidas de pronombres átonos como si no. Así, si estas formas se usan sin pronombre añadido, llevan tilde por tratarse de palabras agudas acabadas en vocal: contá, pensá, mirá, bebé, salí; si se les añade un pronombre, dejan de escribirse con tilde por convertirse en palabras llanas acabadas en vocal o en -s: contame, pensalo, miranos, bebelo, salite.

8. Tilde en qué, cuál/es, quién/es, cómo, cuán, cuánto/a/os/as, cuándo, dónde y adónde

Las palabras qué, cuál/es, quién/es, cómo, cuán, cuánto/a/os/as, cuándo, dónde y adónde son tónicas y se escriben con tilde diacrítica cuando tienen sentido interrogativo o exclamativo.

9. Porqué / porque / por qué / por que

a) porqué: Es un sustantivo masculino que equivale a causa, motivo, razón, y se escribe con tilde por ser palabra aguda terminada en vocal.

b) por qué: Se trata de la secuencia formada por la preposición por y el interrogativo o exclamativo qué. Introduce oraciones interrogativas y exclamativas directas e indirectas.

c) porque: Se trata de una conjunción átona, razón por la que se escribe sin tilde.

10. Siglas

Se llama sigla tanto a la palabra formada por las iniciales de los términos que integran una denominación compleja, como a cada una de esas letras iniciales. Las siglas se utilizan para referirse de forma abreviada a organismos, instituciones, empresas, objetos, sistemas, asociaciones, etc. Se escriben sin puntos ni blancos de separación: ONG; DVD. Sólo se escriben punto tras las letras que componen las siglas cuando van integradas en textos escritos enteramente en mayúsculas. LA ACTIVIDAD DE LA O.N.G. No llevan nunca tilde. Adoptan el género de la palabra que constituye el núcleo de la expresión abreviada, que normalmente ocupa el primer lugar en la denominación. Se escriben solo con la inicial mayúscula si se trata de nombres propios y tienen más de cuatro letras: Unicef, Unesco. Cuando se quiere aludir a varios referentes es recomendable introducir la sigla con determinantes que indiquen pluralidad: Representantes de algunas/varias/numerosas ONG se reunieron. Debe evitarse el uso, copiado del inglés, de realizar el plural de las siglas añadiendo al final una "s" minúscula, precedida o no de apóstrofo: CD's, ONGs.

11. Mayúsculas/minúsculas

La escritura normal utiliza habitualmente las letras minúsculas, si bien, por distintos motivos, pueden escribirse enteramente con mayúsculas palabras, frases

e incluso textos enteros; pero lo usual es que las mayúsculas se utilicen sólo en posición inicial de palabra, y su aparición está condicionada por distintos factores.

Los nombres comunes genéricos que acompañan a los nombres propios geográficos (ciudad, río, mar, océano, sierra, cordillera, cabo, golfo, estrecho, etc.) deben escribirse con minúscula. Sólo si el nombre genérico forma parte del nombre propio, se escribe con mayúscula inicial: Río de la Plata.

Los sustantivos y adjetivos que forman parte del nombre de determinadas zonas geográficas, que generalmente abarcan distintos países, pero que se conciben como áreas geopolíticas con características comunes: Occidente, Oriente Medio, Cono Sur, Hispanoamérica, el Magreb.

Los nombres de vías y espacios urbanos. Al igual que en el caso de los nombres geográficos, solo el nombre propio debe ir escrito con mayúscula, y no los nombres comunes genéricos que acompañan a este, como calle, plaza, avenida, paseo, etc., que deben escribirse con minúscula: calle San Luis, plaza Lavalle.

Los nombres de los cuatro puntos cardinales (Norte, Sur, Este, Oeste) y de los puntos del horizonte (Noroeste, Sudeste, etc.), cuando nos referimos a ellos en su significado primario, como tales puntos, o cuando forman parte de un nombre propio. Sin embargo, cuando los nombres de los puntos cardinales o de los puntos del horizonte están usados en sentidos derivados y se refieren a la orientación o la dirección correspondientes, se escribirán en minúscula.

Los sustantivos y adjetivos que componen el nombre de entidades, organismos, departamentos o divisiones administrativas, edificios, monumentos,

establecimientos públicos, partidos políticos, etc.: el Ministerio de Hacienda, la Casa Rosada, la Biblioteca Nacional, el Museo de Bellas Artes.

Los sustantivos y adjetivos que forman parte del nombre de documentos oficiales, como leyes o decretos, cuando se cita el nombre oficial completo: Ley para la Ordenación General del Sistema Educativo (pero la ley de educación). También se escriben con mayúscula los nombres de los documentos históricos: Declaración Universal de los Derechos Humanos.

También se escriben con mayúscula los sustantivos y adjetivos que dan nombre a cursos, congresos, seminarios, etc: 1.er Curso de Crítica Textual, XV Congreso Mundial de Neonatología, Seminario de Industrias de la Lengua.

Determinados nombres, cuando designan entidades o colectividades institucionales: la Universidad, el Estado, el Ejército, la Judicatura, el Gobierno.

Se escriben con minúscula inicial, salvo que la mayúscula venga exigida por la puntuación, las palabras siguientes: los nombres de los días de la semana, de los meses y de las estaciones del año: lunes, abril, verano. Solo se escriben con mayúscula cuando forman parte de fechas históricas, festividades o nombres propios: Primero de Mayo.

Los títulos, cargos y nombres de dignidad como rey, papa, duque, presidente, ministro, etc., se escriben con minúscula cuando aparecen acompañados del nombre propio de la persona que los posee, o del lugar o ámbito al que corresponden (el presidente de Nicaragua, el ministro de Trabajo), o cuando están usados en sentido genérico (El ministro).

