



Informes al **Concejo Municipal**

La Ceja del Tambo

Vigencia
2022



La Ceja del Tambo



**LA CEJA NUESTRO
COMPROMISO**
ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

INFORME AL CONCEJO MUNICIPAL

La Ceja del Tambo – Antioquia

OFICINA DE COMUNICACIONES Y
RELACIONES PÚBLICAS

Enero de 2022



1. Nuestra Oficina

La Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas, adscrita al despacho del Alcalde y transversal a todas las dependencias, es la encargada de la gestión estratégica de la comunicación, del correcto manejo de la imagen institucional en los diferentes medios, además de entregar a la comunidad información clara de los proyectos y acciones de la Alcaldía.

Así mismo, cumple la función de enlace entre el gobierno local, las demás entidades y los diferentes medios de comunicación regional, departamental y nacional, con el fin de fortalecer las relaciones públicas, velando por el adecuado flujo de información, de manera uniforme y sea la comunicación oficial la que prime en todos los contextos.

A través de nuestro trabajo constante y a la vanguardia de las necesidades comunicativas, generamos cercanía, interacción y relacionamiento de confianza con la comunidad (el pilar y la esencia del servicio público). Los procesos de comunicación horizontal posibilitan que los ciudadanos participen activamente a través de diferentes medios oficiales con programas de impacto para su vida y bienestar.

A través de una comunicación cercana con los servidores públicos, socializamos los objetivos que como Administración Municipal hemos trazado en el Plan de Desarrollo. Esto es posible cuando se establecen procesos de comunicación organizacional que permiten al funcionario sentirse parte fundamental de la Administración a partir de su compromiso con la identidad, el servicio oportuno y con calidad humana.

La clave de la comunicación radica en llegar a los diferentes públicos de interés, tanto en la zona urbana como rural, a través de diversos medios. La era digital ha traído consigo infinitas posibilidades y formas de comunicar, aprovecharlas de manera efectiva no solo disminuye las barreras de acceso a la información por parte de la comunidad, sino que además propicia la cercanía del ente administrativo y los funcionarios con los diferentes grupos poblacionales.

Sin embargo, un importante porcentaje poblacional utiliza los medios convencionales de información, por lo que el direccionamiento de los mensajes a partir de estos, no puede descuidarse. El uso de canales y formatos debe determinarse de manera asertiva, para llegar mediante la prensa escrita, televisiva, radial e impresa, así como a través de estrategias de campo en las que el interrelacionamiento institucional con las comunidades permite un mayor impacto, apropiación y comprensión de los programas y proyectos adelantados mediante el Plan de Desarrollo Municipal.

Desde la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas, le apostamos a la articulación de las comunidades organizadas y del gobierno que, en un esfuerzo común, trabajan para alcanzar el desarrollo territorial en todas sus dimensiones.



2. Nuestros objetivos

- Acercar las estrategias y proyectos de la Administración Municipal a la comunidad cejeña.
- Administrar los diferentes medios y canales de comunicación: página web, redes sociales y emisora comunitaria Radio Capiro, con contenido diferencial bajo las líneas de la imagen institucional.
- Acompañar a las dependencias en la creación, producción y edición del material necesario para visibilizar sus procesos.
- Establecer un plan de medios para divulgar los acontecimientos más relevantes del gobierno local.
- Posicionar a la emisora Radio Capiro como medio de interacción comunitaria por excelencia en el Municipio.
- Mantener una constante y fluida comunicación con el Concejo Municipal para hacerlos partícipes de las actividades que se desarrollan desde nuestra institución.

3. Nuestro equipo de trabajo

Estamos en búsqueda constante de generar diferentes ideas, para dar solución oportuna a las necesidades de la comunidad, trabajamos por mejorar y potenciar diversos aspectos que corresponden a la prestación oportuna de servicio a los usuarios. Contamos con el proceso de Comunicación Pública, Comunicación Interna, Comunicación Gráfica y Gobierno Digital. Trabajamos de manera transversal con todas dependencias y entes descentralizados para llevar una comunicación pública cercana y eficiente, con enfoques diferenciales que permitan emitir los mensajes a través de públicos segmentados.

Nuestra comunicación, parte de entender las necesidades de la comunidad y de esta manera diseñar y ejecutar estrategias que permitan, generar un gobierno cercano y con relaciones de confianza con la comunidad. Asimismo, buscamos anticiparnos a los hechos que puedan acarrear dificultades o crisis, esto nos permite tener un mayor margen de acción, corrección y oportuna intervención.

4. Plan de Desarrollo La Ceja 2020 – 2023

Línea Estratégica 1: Gobierno Cercano y Moderno

Subprograma: Tecnología y Comunicación Pública



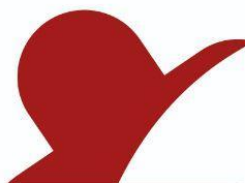
¿A que línea pertenecemos?



La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Públicas está enmarcada en la Línea Estratégica número 1 del PDM (**Gobierno Cercano y Moderno**) ya que como componente estratégico la oficina cumple un rol de transversalidad y vela por la relación permanente entre la administración en general y la comunidad en sus entornos.

Tecnología y Comunicación Pública

La **Comunicación Pública** es una de las herramientas que permite legitimar la gestión de los gobiernos, al propiciar espacios de encuentro y diálogo para la participación activa y responsable de la comunidad, la reflexión y la concertación. Aporta de manera significativa al fortalecimiento de la relación Ciudadanía - Gobierno, con procesos de comunicación horizontal, en doble vía, que permiten mantener informada a la comunidad de manera clara, a través de diferentes medios como plataformas digitales, medios institucionales, locales y regionales, estrategias de campo y las demás que sean necesarias para alcanzar el objetivo de comunicar de manera eficiente las acciones del Gobierno.

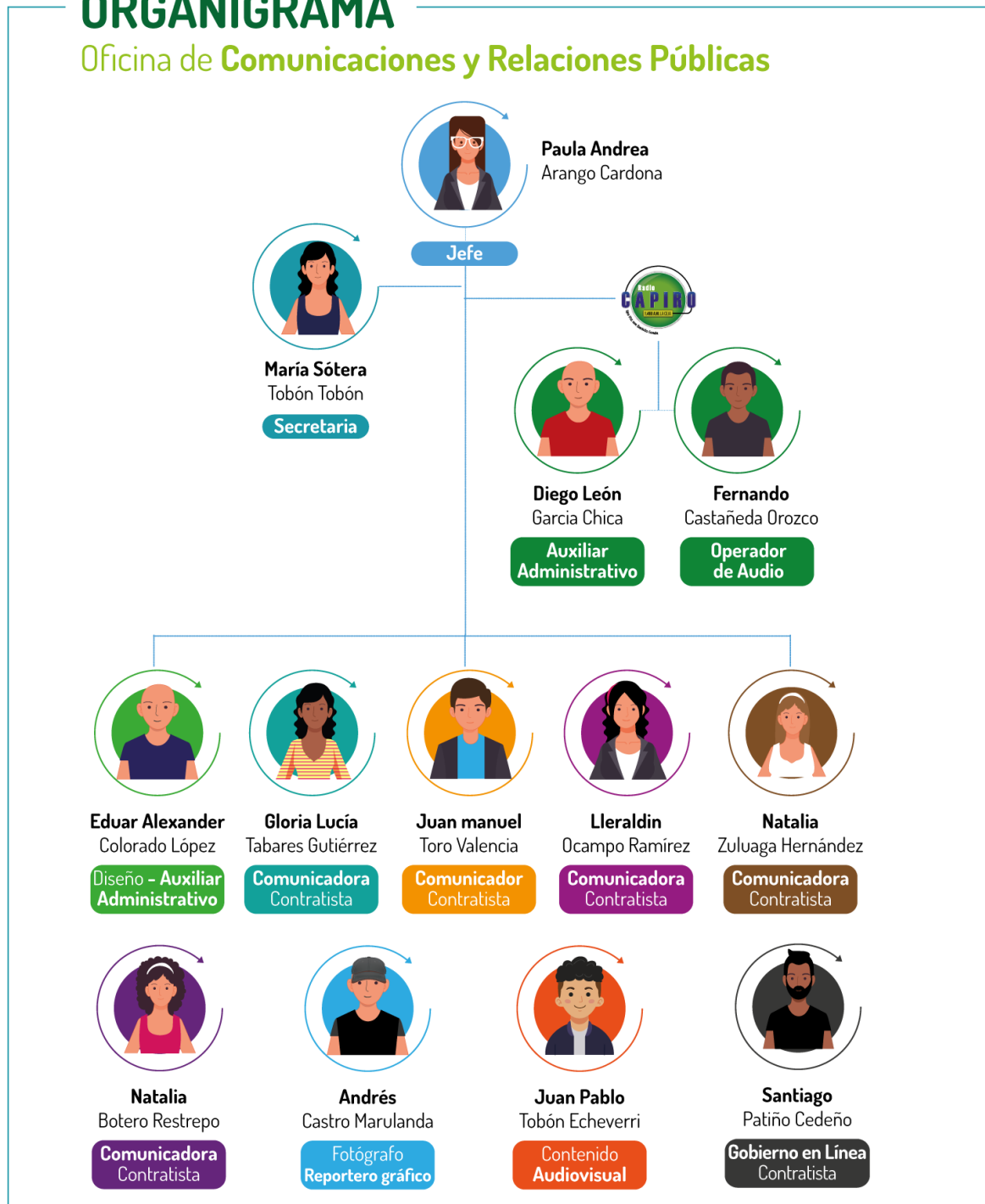




5. Organigrama 2023

ORGANIGRAMA

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas



6. Presupuesto del año 2022



7. Logros del 2022

Durante el 2022, la Oficina de Comunicaciones acompañó la socialización, construcción, ejecución y entrega de diferentes procesos de índole social, así como de los diferentes proyectos de infraestructura de los cuales no puede desconocerse la trascendencia de la comunicación pública como eje articulador de las estrategias de información y apropiación por parte de la ciudadanía. Una ciudadanía informada



accede de manera oportuna a servicios y procesos que redundan en bienestar y calidad de vida, a la par que se responde de manera asertiva en procesos permanentes de rendición de cuentas. Gracias a la articulación permanente de la Oficina con las dependencias y los entes descentralizados, durante el 2022 logramos:

8.1. Secretaría de Gobierno

Desde nuestra oficina visitamos los barrios durante el primer semestre con los encuentros de seguridad, y en el segundo semestre con la Secretaría de Gobierno, junto todas las dependencias de la Administración, en diferentes barrios del Municipio, además de la compañía de la Policía y el Ejército.

Con el fin de hacer presencia en los diferentes barrios de La Ceja, desde la Secretaría de Gobierno se realizaron encuentros descentralizados que buscaban escuchar a toda la comunidad, en donde los habitantes de los diferentes sectores podían exponer sus principales inquietudes y sugerencias para mejorar la seguridad en todo el Municipio.

Barrio	Asistentes
Emmanuel	Junta de acción comunal, vecinos, comandante del Distrito Oriente de la Policía, Ejército, alcalde, gabinete municipal, concejales.
San Juan (Hoyo de Tierra)	Junta de acción comunal, vecinos, Policía, Ejército alcalde, gabinete municipal, concejales.
San Judas	Junta de acción comunal, vecinos, Policía, Ejército alcalde, gabinete municipal, concejales.
El Edén	Secretaría de Gobierno y sus dependencias, Policía y Ejército
Rosales	Secretaría de Gobierno y sus dependencias, Policía y Ejército
La Colina	Secretaría de Gobierno y sus dependencias, Policía y Ejército





Realizamos campaña para invitar a darle buen uso a los números de teléfonos de seguridad por parte de la comunidad, enfocado en la diferenciación entre emergencia y urgencia, con el fin de impactar a la ciudadanía e iniciar así el proceso para el correcto uso de las líneas.



Se realizaron campañas enfocadas en la prevención de accidentes y posibles dificultades en temporadas de lluvias, hablando sobre medidas de prevención, autocuidado y reacción ante emergencias como accidentes de tránsito, inundaciones, entre otros.



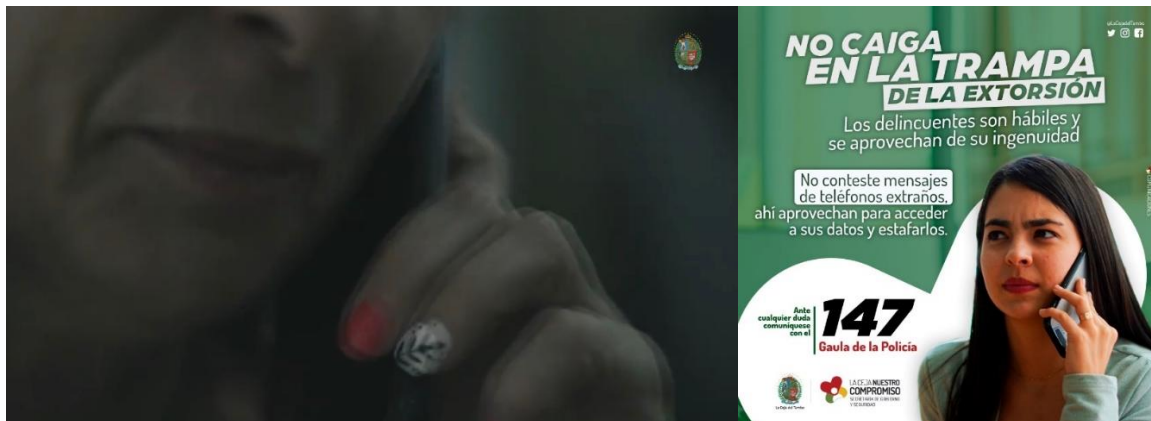
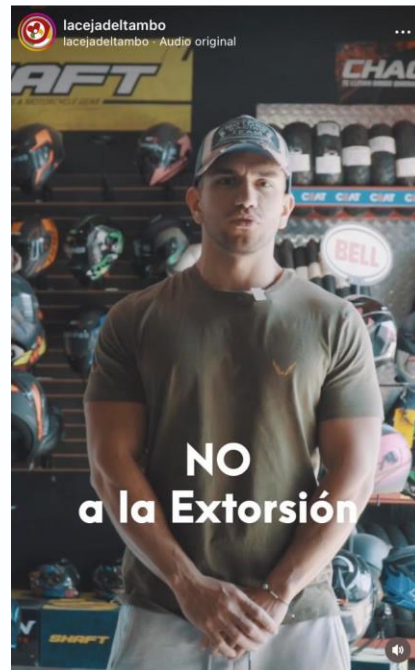


Acompañamos la estrategia para prevenir el hurto, utilizando los medios de comunicación, las redes sociales y el puerta a puerta para sensibilizar a la comunidad frente a las diferentes modalidades que tienen los delincuentes para robar las pertenencias y los automotores.



Durante todo el año se realizó la campaña “No caigas en la trampa de la extorsión”, que buscaba sensibilizar a los ciudadanos y comerciantes a denunciar todo tipo de actividad sospechosa frente a este delito. También se difundieron de manera permanente rutas y líneas de atención, con el acompañamiento del ejército y el gaula.





Para nosotros es fundamental mostrar la operatividad que se realiza en el municipio, por eso, desde Comunicaciones, mostramos a la ciudadanía y medios de comunicación los diferentes operativos de registro y control que se realizan diariamente en el casco urbano y rural. Además, mostramos a toda la comunidad las principales capturas realizadas por las autoridades, en conjunto con la Fiscalía y Secretaría de Gobierno, lo anterior con el fin de visibilizar aquellas acciones correspondientes a las denuncias y a la respuesta oportuna por parte de las autoridades.





Se brindó acompañamiento permanente al COMGER, en diferentes atenciones a emergencias en zona urbana y rural.



8.2. Secretaría de Salud y Protección Social

Desde la Secretaría de Salud y Protección Social se tiene un proceso comunicacional transversal a todos los programas que hacen parte de la dependencia, que tiene como objetivo acercar la Administración Municipal y todos los programas de salud y bienestar social a la comunidad, a través de acciones de Información, Educación y Comunicación.

Es por ello, que con corte a 31 de diciembre de 2022 la Oficina, junto a la Secretaría de Salud y Protección Social, ha desarrollado diferentes campañas y estrategias comunicacionales que involucran grupos poblacionales vulnerables que requieren atención social por parte de Municipio.

8.2.1. Campañas educativas en salud: vacunación COVID-19, no COVID y otras enfermedades transmisibles y no transmisibles.

En el marco de la reactivación económica y la inmunización de la población, durante el año 2022 se dio continuidad a la estrategia #CuidarnosYVacunarnos, a fin de promover las diferentes etapas de la vacunación, especialmente en los niños y jóvenes que retornaron a sus clases de manera progresiva y segura.

Colombia es un país libre de Sarampión y Rubéola, sin embargo, debido al efecto migratorio, se presentaron nuevos casos en niños y niñas, por lo que se llevó a cabo el fortalecimiento del Plan Ampliado de Inmunizaciones y por ende, la socialización de la importancia de vacunarse.

Estas estrategias, encaminadas en llegar a la población a través de cuñas radiales, perifoneo, programas de salud, pedagogía en radio y televisión, medios digitales e impresos, en las instituciones educativas a través de los profesionales del Programa Salud Contigo, quienes son emisores de mensajes de autocuidado a diferentes poblaciones.



- Producción de afiches distribuidos en las Instituciones Prestadoras de Salud que atienden en el municipio y en todas las sedes de la Administración Municipal.



2022

- Difusión de las jornadas nacionales de vacunación y jornadas especiales.
- Piezas gráficas digitales publicadas en las redes sociales y página web.
- Perifoneo itinerante por los diferentes sectores del municipio con cuñas alusivas a la vacunación COVID-19, no COVID, contra la Influenza, Sarampión y Rubeola.
- Durante el 2022, se fortalecieron las relaciones con la comunidad, teniendo como herramienta principal las jornadas de salud. Se realizaron diferentes jornadas en zona urbana y rural con el equipo de Salud Contigo, reafirmando nuestra premisa de construir estrategias integrales, en las que la comunicación posibilita un mayor impacto social y participación comunitaria.



8.2.2. Campaña Por Ellas

En marzo se conmemoró el mes por los Derechos de La Mujer, por lo que se desarrolló la campaña “Por Ellas”, una estrategia con actividades educativas y culturales que permitan un territorio incluyente y con perspectiva de género. El enfoque de esta campaña para el 2022 a través de elementos que se basan en la semiótica, se basó en aquellas profesiones que han sido masculinizadas durante muchos años.

Entre las acciones comunicacionales que se desarrollaron están:

- Instalación de valla ubicada en la cancha deportiva de El Hipódromo
- Programación digital Mes de marzo



- Apoyo en el desarrollo del evento central 8 de marzo: Panel de acciones afirmativas por los derechos de la mujer
- Experimento social para evidenciar el acoso callejero que sufren las mujeres y la invitación a generar procesos de crianza a partir del respeto hacia las mujeres.



8.2.3. El cuento es con amor

Durante el mes de abril, se desarrolló la campaña El Cuento es con Amor para celebrar el mes de la niñez a partir de los lineamientos del gobierno nacional.

Se realizaron las siguientes actividades en las que la comunicación con un enfoque diferencial para los niños y niñas fue una de los atributos principales:

- Carruseles del juego y la alegría, en todos los Centros de Desarrollo Infantil y Jardines infantiles particulares
- Diseño y producción de piezas impresas con distribución en todo el municipio.
- Diseño y producción de material, fin de promover hábitos de vida saludable como el consumo de agua.
- Fortalecimiento comunicacional del Programa Crecer con Amor a partir de mensajes basados en la crianza amorosa y la convivencia familiar.
- Producción de material audiovisual.
- Evento y entrega de menaje a restaurantes escolares.
- Estrategia de entrega de uniformes a los 1000 niños beneficiados de los CDIS.





8.2.4. Campaña La Ceja Diversa

La Ceja Diversa es una campaña pedagógica y comunicacional, con enfoque de género, que busca resaltar los derechos de la población LGBTIQ+. A través de actividades de cara a la comunidad y la socialización de acciones educomunicativas. Durante esta estrategia, la oficina de comunicaciones fue fundamental para la socialización y la construcción de la Política Pública LGBTIQ+, además se realizó el diseño, la publicación y socialización de un plegable y diccionario incluyente, con los tipos de violencia y rutas de atención.



8.2.5. Campaña Cuida tu Alma

- Centros de Escucha

Durante el año 2022, se realizaron acciones de difusión a los Centros de Escucha como estrategia de apoyo a la salud mental:

- ✓ Volantes
- ✓ Piezas gráficas en medios impresos y digitales, invitando a la población a buscar ayuda en los profesionales de salud mental.
- ✓ Cuñas radiales relacionadas a la atención de este importante programa.





- Rutas en salud mental.

Desde el programa de Salud Mental se fortalecieron estrategias comunicacionales enfocadas en la prevención y autocuidado.

- Piezas gráficas digitales e impresas, con la socialización las rutas de atención en el consumo de sustancias psicoactivas y ante un comportamiento suicida.
- Celebración del mes de la salud mental empresarial con un componente altamente educativo y preventivo a través de mensajes cercanos, que permitan desmitificar la atención de problemáticas asociadas.



- Crecer con Amor

Estrategia liderada por la Gestora Social Lina María Vallejo Balbín, que busca el fortalecimiento de los entornos protectores, la crianza amorosa y el parto cálido y respetado.



El programa Crecer con Amor, tuvo grandes logros e impacto comunitario, lo que ha permitido posicionar el programa como referente a nivel departamental en temas de infancia y familia, gracias a la socialización y difusión de sus estrategias, incentivando permanentemente el acceso de padres y madres a las actividades desarrolladas en el marco de este Programa

Entre las estrategias comunicacionales están productos audiovisuales, piezas digitales e impresas, línea gráfica sala de lactancia materna, registro fotográfico y apoyo comunicacional en las diferentes actividades de estimulación.



Campaña para la prevención de uso de la pólvora: Enciende la vida no quemes tus sueños

Campaña comunicacional de alto contenido social, pedagógico y persuasivo, que busca la prevención y disminución de lesionados por pólvora en el municipio de La Ceja.

Como logro principal: Durante el año 2022 se redujo el 75% de los lesionados con pólvora con respecto al año 2021.

- Notas periodísticas emitidas por diferentes emisoras como Radio Capiro, Celeste Estéreo, Oriente Estéreo.
- Notas de prevención de uso de la pólvora y situación de lesionados, emitida por el canal de televisión local Mundo + noticias y otros medios digitales.
- Socialización de la estrategia a nivel intermunicipal.
- Jingle de la campaña Enciende La Vida.
- Spot de video oficial publicado en las redes sociales de la Alcaldía de La Ceja y diferentes canales virtuales.
- Piezas publicitarias en puntos estratégicos para los conductores, con mensajes pedagógicos y de prevención.
- Intervenciones colectivas y comunitarias en instituciones, empresas y zonas de alto flujo de habitantes con artistas teatrales.
- Show navideño en el parque principal.



2022

- Controles pedagógicos con la Secretaría de Gobierno en puntos estratégicos, donde se entregaron volantes con información del decreto 167 de 2022.



8.3. Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad

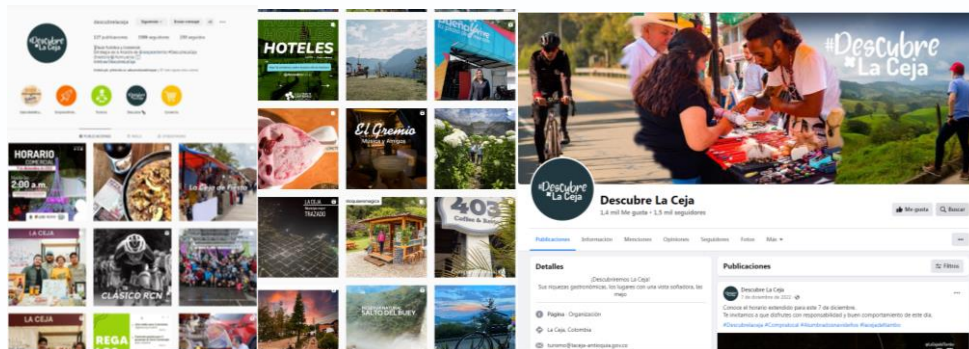
La Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad se planteó para el año 2022 generar una estrategia de creación de contenido y marketing digital que permitiera dar a conocer, en mayor medida, el turismo y comercio del municipio de La Ceja, la generación de oportunidades para el emprendimiento, el fortalecimiento de la seguridad alimentaria con sus huertas caseras y el reconocimiento de La Ceja.

8.3.1. Estrategia Descubre La Ceja, que tiene como objetivo crear un espacio digital para que las personas empiecen a descubrir las maravillas que podemos encontrar en nuestro municipio desde el comercio, turismo y emprendimiento.

La red social instagram se creó en el mes de febrero del año 2021, y actualmente cuenta con 3.365 seguidores y 127 publicaciones; y en la plataforma facebook (anteriormente página de la Oficina de Turismo) cuenta con 1.400 me gusta y 1.500 personas que siguen la página.

Descubre La Ceja ha contado con la publicación de contenido en diferentes formatos: fotos, videos, reels y diseños, y se ha enfocado en hacer recomendaciones de lo que hay por descubrir en La Ceja: establecimientos de comercio para visitar, emprendimientos, comida, actividades en la zona rural, artistas, toldos, postales, y demás.





En el marco de “Descubre La Ceja” se han realizado otras acciones comunicacionales que fortalecen el turismo en el Municipio como:

Los siete golpes del paisa: Esta es una estrategia liderada por la Gobernación de Antioquia y acompañada para la visibilización de restaurantes del Municipio que hacen parte de esta estrategia departamental, a fin de reconocer nuestros sabores ancestrales y dinamizar el turismo gastronómico.



8.3.2. Participación en diferentes Ferias y Exposiciones de Turismo: En estas iniciativas, el componente comunicacional fue fundamental ya que a través de portafolios, videos, fotografías, plegables, piezas gráficas y otros elementos identitarios, se tuvo la oportunidad de mostrar las maravillas de nuestro Municipio. Algunas de ellas fueron:

- Feria Colombia Expotravel 2022
- Fam Trip realizado por la Gobernación de Antioquia, el Burot de Medellín.
- Participación en la versión número 41 de la ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo) que se realizó en la ciudad de Bogotá.
- Antioquia es Mágica una iniciativa de la primera Dama del departamento.





Se da un balance positivo y de crecimiento constante de la página y la comunidad, cada vez crece más el número de cuentas alcanzadas, las interacciones del contenido, los me gustas, comentarios, reproducciones, visualizaciones y participación en las diferentes actividades.

8.3.3. Concurso de emprendimiento Hecho en La Ceja

El concurso de emprendimiento Hecho en La Ceja estuvo acompañado de una estrategia comunicacional que se trabajó desde diversos enfoques, se generó un plan comunicacional que tuvo como centro la campaña en redes sociales que involucró en primera medida la muestra de experiencias de antiguos participantes, el diseño de piezas gráficas que permitieron un mayor conocimiento de la comunidad sobre el concurso y la diversificación de categorías.

Desde el ámbito comunicacional fue sumamente importante la promoción del concurso de emprendimiento porque desde allí se logró un impacto en cuanto a participación de los emprendedores que en total fueron 146.

Esto estuvo acompañado de otros espacios como medios de comunicación locales, cuñas radiales, actividades en torno al emprendimiento y socialización de la estrategia, logrando que el concurso tuviera gran acogida por parte de la comunidad.



8.3.4. Concurso de gastronomía Saboréate a La Ceja

Cómo una iniciativa que pretende premiar la creatividad en la cocina de los cejeños se creó el concurso Saboréate a La Ceja. Para el año 2022, y desde las estrategias comunicacionales planteadas se quería

fomentar no solamente el concurso desde la premiación, sino además como la oportunidad para que los restaurantes locales fueran más reconocidos por los cejeños e incrementaran sus ventas.

Este objetivo se logró por medio de: difusión en redes sociales sobre la campaña de expectativa del concurso, muestra de testimonio de antiguos participantes, socialización se logró que 76 restaurantes participaran en el año 2022,

A través de la publicación de historias en redes sociales de la Administración Municipal y de Descubre La Ceja, se dieron a conocer todos los restaurantes participantes para que la comunidad los visitara y probara su plato.

La fotografía y el material audiovisual, el principio básico en la comunicación gastronómica: Gracias a todo el trabajo de difusión que se realizó los restaurantes manifestaron un incremento en sus ventas y pudieron visibilizar sus platos en la población.



Maridaje: Esta estrategia tuvo un alto contenido visual, audiovisual y comunicacional, este espacio fue diseñado para fortalecer a los empresarios que desarrollan productos gourmet en el Municipio, en su segunda versión desarrollada en el C.C Viva La Ceja.



Expobici: Como el Municipio más ciclettero de Colombia, Expobici, fue una oportunidad para articular y reunir a todos los actores que hacen parte del ecosistema de las bicicletas como educación, cultura vial, comercio y emprendimiento, gastronomía y eventos deportivos (Ciclyng, rodadas en ruta y MTB), desde la Oficina se apoyó este evento a través de la divulgación de la información en las redes sociales, medios locales y regionales.





Aprobación por Acuerdo Municipal 014 de 2022: El Concurso de Calidad de Café “Antójtate de Café, hecho en La Ceja” es una estrategia de mejoramiento de la calidad y promoción de este producto, que busca incentivar, reconocer y recompensar el esfuerzo, dedicación y compromiso con la calidad del grano de las familias caficultoras del Municipio.

La estrategia de difusión estuvo encaminada en la promoción de las buenas prácticas caficultoras que va en sentido de la aprobación del acuerdo municipal 014.



8.4. Secretaría de Infraestructura

Desde el proceso de comunicaciones de la Secretaría de Infraestructura, se desarrollaron estrategias enfocadas no solamente en contar el avance de obras y la información técnica que abarca la construcción de las mismas, participamos activamente en el proceso de proyección de las obras, socialización, construcción, ejecución y entrega, brindando información permanente, resolviendo inquietudes tanto en campo como en los medios de comunicación y redes sociales, con el fin de disminuir las posibles incertidumbres que puedan generar los proyectos de infraestructura en sus áreas de interés y con las comunidades aledañas a las obras.

Desde las redes sociales, los medios impresos, el voz a voz, hemos generado estrategias para difundir y para destacar los procesos, el antes y el después, la transformación de las vías y espacios públicos, que se logran ejecutar con el objetivo de generar calidad de vida, promoviendo que cada persona, local o visitante, se reconozca en un rol trascendental en el cuidado y uso adecuado de los espacios.

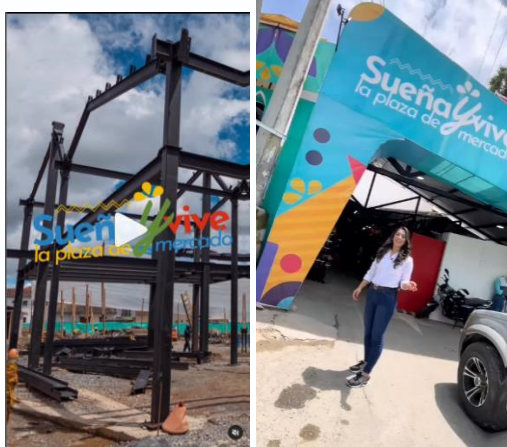


8.4.1. Acompañamiento a la estrategia “Sueña y vive la Plaza de Mercado”

Generamos un plan de comunicaciones con estrategias sociales y comunicacionales para esta obra principal de la Administración Municipal, con el objetivo de generar canales de información basados en la confianza y la transparencia del proyecto, esperando generar el mínimo de impacto de desinformación en la comunidad de la Plaza y los cejeños.

Este plan de comunicaciones incluye 3 componentes con alto contenido social, informativo y pedagógico: comunicación digital, comunitaria y masiva.

- Comunicación digital: A través de spot de video para redes sociales, experiencias en la sede temporal de la Plaza de Mercado, piezas gráficas para informar avance de la obra, novedades el proyecto y además, se potenciaron los beneficios, productos y servicios de los comerciantes de la Plaza. **Ojo foto**



- Comunicación comunitaria: Con el apoyo del equipo de gestión social del proyecto, se socializa de manera permanente los avances de la obra a los diferentes públicos de interés: comerciantes, vecinos, estudiantes, proveedores de la Plaza. Este componente se caracteriza por brindar información focalizada y con enfoque diferencial, disminuyendo los rumores y sirviendo de puente en la atención a cada comerciante o persona que tenga inquietudes al respecto.



- Comunicación masiva: A través de medios del diseño y la instalación de vallas publicitarias, volantes, spots en medios de televisión local y regional, notas en el periódico institucional y local, programas en las emisoras radiales, se realizaron acciones de información y comunicación masiva para el público en general, habitantes y visitantes.



8.4.2. Campaña para obras públicas – “Obras con Sentido”:

Una estrategia digital para redes sociales con el objetivo de enseñar a la comunidad el avance y los procesos de las obras que se vienen ejecutando en el municipio: porcentaje de ejecución de la obra, información pertinente e implementación técnica.



8.4.3. Activación social:

Se propiciaron espacios con la comunidad para la puesta en marcha de las obras próximas a iniciar en zona urbana y rural, socializaciones y entrega oficial de las mismas, esto es fundamental para dar a conocer los procesos de ejecución, medidas de prevención, rutas alternas, medidas de cuidado del espacio público, entre otras medidas propias de las diferentes obras.

- Entrega de la Carrera 21 (Simona)
- Socialización y entrega de la vía la Milagrosa
- Entrega de la vía vereda San Miguel
- Entregas de placa huellas
- Socialización inicio de obra último kilómetro de San José
- Entrega del Centro de Bienestar Animal
- Entrega institución educativa Francisco María Cardona
- Entrega ciclorruta El Tambo y Payuco
- Puesta en marcha mejoramiento vial La Ceja -Rionegro, construcción de la piscina y pista de patinaje en el barrio La Aldea
- Puesta en marcha de la intervención de la Carrera 19



8.4.4. Recorridos:

Organizamos los recorridos de obras para para la comunidad, veedores, concejo municipal, gobernación y demás entidades, para evidenciar y mostrar el avance de las obras de manera oportuna y constante, también para comunicar en programas radiales y redes sociales, demostrando así el beneficio de cada una de ellas.

8.4.5. Estrategia las 5 buenas, muy buenas y chéveres

Desarrollo de la estrategia digital las 5 Buenas, muy buenas y chéveres razones para enseñar a la comunidad el beneficio de las obras que se vienen ejecutando actualmente en el municipio, algunos temas que se abordaron: pavimentación de la carrera 19 Urgencias-Hospital, construcción de placa huellas, mejoramiento vial La Ceja -Rionegro, pavimentación último kilómetro de San José, 2.5 km circunvalar sur, entre otros.





8.4.6. Desarrollo de la estrategia "Porque la adopción si es la mejor opción"

Se crearon las redes sociales y línea de WhatsApp del Centro de Bienestar Animal donde a través de videos, reels, spots, ecards, videos testimoniales se incentivó la adopción de los peluditos. Más de 1.500 caninos y felinos atendidos y más de 200 animalitos encontraron un nuevo hogar, con la debida asesoría y medidas de cuidado. También se usó como canal de difusión para los caninos y felinos que se perdían en el Municipio.

Seguidores: 1.022

Alcance: + de 10.000 personas



8.4.7. Estrategia Paso a Paso por mi hogar

Se desarrolló la estrategia digital paso a paso por mi hogar para enseñar a la comunidad como se desarrolla el proceso de postulación y asignación de las viviendas del municipio de La Ceja, esta estrategia tuvo la presencia de entidades financieras, cajas de compensación y profesionales de la Subsecretaría de Vivienda, además se acompañó de videos testimoniales de personas y familias que son beneficiarias de la meta de 1088 viviendas.



Desde el 2020, inició la convocatoria para la pre-selección de los posibles beneficiarios a vivienda nueva, durante el 2021, en el área de comunicaciones, se generó una estrategia llamada: “Tu hogar a un sueño de distancia”, la cual se le dio continuidad en el 2022 enseñando los procesos de selección y asignación de vivienda para los beneficiarios de los 6 proyectos que viene adelantando la Administración.

De manera presencial se realizaron 2 sorteos de asignación de torre y número de vivienda del proyecto Sueños del Tambo, también se realizaron 2 eventos para firma de convenio entre VIVA y el municipio de La Ceja para recursos de subsidio departamental; y el evento de entrega de viviendas a usuarios Llanos de La Argentina, Villa Carmelita y Reserva de la Colina, además de los mejoramientos de vivienda.

Apoyamos los encuentros de capacitación del manual de convivencia para la propiedad horizontal entre la Subsecretaría de Vivienda y VIVA. También se realizó proceso de difusión con el antes y el después en las intervenciones de los mejoramientos de vivienda.



8.5. Secretaría de Movilidad

Para el 2022 la Secretaría de Movilidad estuvo enfocada en fortalecer sus estrategias pedagógicas, a partir de la educación y la cultura vial en diferentes públicos de manera segmentada a través de productos audiovisuales y la difusión de información por los medios locales y regionales.

Las iniciativas y proyectos desde Comunicaciones estuvieron encaminados a:

8.5.1 Buen trato a los agentes de tránsito: esta estrategia busca reducir el índice de agresiones a los agentes de tránsito y gestores pedagógicos, además de piezas gráficas, mensajes persuasivos en medios de comunicación, se realizaron acciones pedagógicas en las calles.





8.5.2. Se visitaron diferentes sectores en el Municipio con el equipo de la Secretaría de Movilidad, se entregó material impreso con información frente al parqueo adecuado y la importancia del ser conscientes del rol de cada actor vial.



8.5.3. Bicejeja: una nueva forma de movilizarnos
Con este proyecto se promueve la cultura bicicletera y el sistema de bicicletas públicas gratuitas. Tuvo diferentes etapas de socialización para dar a conocer este sistema de transporte sostenible.

- Estrategia digital: Se abrió una nueva cuenta para Instagram y se desarrollaron piezas para informar sobre las condiciones de uso, tiempo y estaciones de BiciCeja.
- Estrategia audiovisual: A través de validadores propios del Municipio, se realizaron spot de televisión que invitaran al uso del Bicejeja
- Estrategia radial: A través de las emisoras locales, se emitieron notas radiales con información sobre el balance, modo de uso, horarios y demás datos de interés general.
- Estrategia presencial: Con acompañamiento y piezas impresas para los usuarios y potenciales usuarios, así como a turistas y personas interesadas en el uso del sistema público.





8.5.4. Conductores de Vida es la estrategia que cada año busca reconocer la importante labor que desempeñan los conductores del transporte público urbano e intermunicipal de La Ceja.



8.5.5. Educación vial en los barrios: A través de un personaje que representa la cotidianidad de nuestro Municipio, y en su comportamiento se refleja cómo debe ser un buen actor vial, que respeta las normas de tránsito y siempre está dispuesto a ayudar en la vía a quien lo necesite. Este personaje ha permitido sensibilizar sobre la importancia de respetar las normas de tránsito y cuidar la vida en la vía, llegando a diferentes sectores del Municipio.





Si vas a tomar, toma buenas decisiones:

Una estrategia de educación vial y con elementos gráficos, que hacen parte de la semiótica y la cultura vial, que se desarrolló en el segundo semestre del año 2022, se enfoca en persuadir a la comunidad sobre la importancia de no ingerir bebidas alcohólicas si van a conducir, las consecuencias y sanciones. Esta campaña la desarrollamos acompañando a la secretaría de movilidad a las calles y establecimientos con venta de licor



8.5.6. Educación vial en las instituciones educativas: se diseñaron diferentes herramientas pedagógicas para el desarrollo de esta estrategia en las instituciones educativas públicas, privadas y jardines infantiles. Una cartilla pedagógica para socializar en los colegios para que los estudiantes, especialmente los de primaria, aprendan de las señales de tránsito, los semáforos y algunas normas para ser buenos actores viales.





8.5.7. Controles y seguridad vial: Todos los fines de semana, se realizaron controles preventivos en las principales salidas y entradas del Municipio, este proceso se visibilizó permanentemente en las redes sociales y cada semana se emitía el balance movilidad en los principales noticieros del Municipio.



8.6. Oficina de Desarrollo Comunitario

Desde la Oficina de Comunicaciones para el año 2022, se tuvo un permanente acompañamiento a la Oficina de Desarrollo Comunitario con campañas de acercamiento a las Juntas de Acción Comunal y Organizaciones Sociales que se ven reflejadas en actividades de reconocimiento y participación permitiendo una mayor cercanía entre la Administración Municipal y las juntas:

- Comunalitos

Acompañamos el proceso de difusión para la elección y posesión de los Comunalitos, un proceso en el que nuestra Administración Municipal se enfocó con el fin de motivar a los más pequeños a hacer parte activa de los procesos de participación ciudadana.





- Noches Comunitarias

En la estrategia de visitas a los diferentes sectores del Municipio cada mes, la Oficina de Comunicaciones fue un aliado importante para poder realizar los procesos de convocatoria. Adicionalmente, acompañamos todo el proceso de logística para que los encuentros fueran todo un éxito.

Posterior a la realización de las Noches Comunitarias, nuestra dependencia se encargó de hacer toda la difusión de las conclusiones y el impacto de cada una de las jornadas a través de los medios de comunicación.



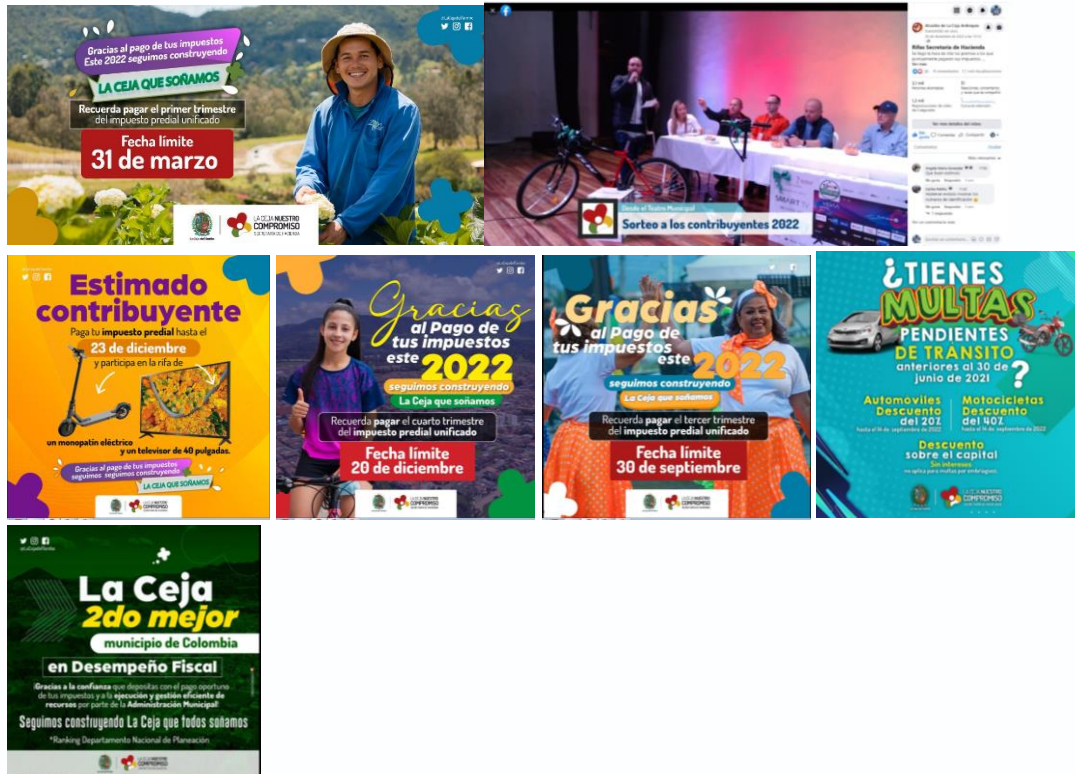
8.7. Secretaría de Hacienda

Desde la Secretaría de Hacienda, que es una dependencia de suma importancia para la realización de los proyectos de la Administración Municipal, se han promovido campañas para incentivar la cultura de pago y el reconocimiento de esta oficina como la principal aliada en la ejecución de proyectos sociales y obras físicas, así como de los contribuyentes como gestores principales de todos los proyectos y programas.

- Fueron publicadas notas en periódico local, evidenciando la inversión de los impuestos en La Ceja e incentivando el pago oportuno de los mismos.
- Se realizó campaña de beneficios tributarios para aquellas personas morosas.
- Realización de la campaña Gracias a al pago de tus impuestos, seguimos construyendo el Municipio que soñamos donde a través de imágenes de sensibilización e inclusión del ciudadano como un actor de su propio desarrollo se han llevado a cabo piezas y la pauta en medios de comunicación que incitan al pago oportuno de los impuestos.
- Campaña Gracias a tus impuestos donde a través de producciones audiovisuales se logra dar a



conocer cómo el pago oportuno se ve reflejado en obras sociales que permiten el desarrollo de La Ceja, como el proceso de la Unidad de Atención Integral que ha permitido nuevas posibilidades de empleo para los usuarios de la institución.



8.8. Comunicación Interna

8.8.1. Departamento General y de Servicios Administrativos

Desde la Oficina de Comunicaciones, más directamente en el área de comunicación interna, se propende por generar estrategias de bienestar laboral que mejoren los ambientes y el sentido de pertenencia del funcionario por la Administración Municipal, además de mantener a uno de nuestros principales públicos bien informados.

En este sentido se plantearon diferentes actividades, espacios y estrategias que permitieran cumplir con lo anterior:

- Celebración del Día del Servidor Público con actividades de acompañamiento y preparación que permitieron el reconocimiento de su labor y servicio en pro de La Ceja, y bajo el lema Mi pasión es Servir.
- Visualización de estrategias de bienestar laboral para promoción de valores institucionales.



- Implementación de e-cards motivacionales de inicio y fin de semana con el objetivo de motivar a través de palabras y de agradecer a los funcionarios por la labor realizada o a realizar.
- Apoyo de las estrategias del Código de Integridad o Código de valores, mediante el cual se buscó que los empleados y contratistas adoptaran los valores que hacen del servicio público algo más valioso y bien visto.
- Se acompañó el área de salud y seguridad en el trabajo, con el objetivo de acompañar jornadas como la semana de la salud, jornadas visuales y el plan de emergencias de la administración municipal.
- Se apoyó la jornada SIGO, con el objetivo de consolidar y dar a conocer de manera más asertiva el Sistema de Calidad de la Administración Municipal.
- Se compartió información de interés a todos los empleados y contratistas a través del grupo institucional de WhatsApp y correo institucional.
- Acompañamos la sensibilización de los funcionarios en asuntos como atención asertiva al público, medidas de autocuidado, direccionamiento hacia otras dependencias, entre otras acciones.



8.9. Secretaría de Cultura y Juventud



Desde la Secretaría de Cultura y Juventud, el proceso de comunicaciones fue fundamental para desarrollar estrategias que permitieran visibilizar y garantizar la participación de los niños y jóvenes en los diferentes programas de la dependencia.

Entendemos que la comunicación social debe abarcar diferentes medios, para llegar a los niños, jóvenes y adultos que tienen intereses afines a la cultura.

Desde la dependencia nacieron nuevos procesos como el Programa de Cultura Ciudadana y se innovaron en estrategias que permitieran interactuar y llegar a nuevos públicos.

Instagram cuenta con 2.300 seguidores y 597 publicaciones



8.9.1. Septiembre, mes de la juventud

Una estrategia digital y presencial, con el objetivo de visibilizar las juventudes del municipio.

Se desarrollaron más de 10 eventos en donde se destacaban diferentes jóvenes por sus talentos artísticos, se realizó un concierto de música alternativa, lunadas culturales y diversas actividades lúdicas, ambientadas y educativas para conmemorar la juventud. Para la difusión de estos eventos se realizaron piezas gráficas digitales, reels, spot de video, programas de radio y boletines de prensa. Publicados en redes sociales, medios de comunicación, canales internos y demás.

La participación de los jóvenes en los programas, está ligado a la estrategia de difusión, es importante destacar que en el año 2022 se tuvo la participación de más de 4.000 jóvenes, aproximadamente.

8.9.2. Convocatoria para músicos locales en las Fiestas del Toldo, Las Bicicletas y Las Flores.

Se abrió convocatoria para la participación y reactivación de los músicos locales, con la estrategia “Entre melodías y flores” para dar espacio en las fiestas culturales, esta convocatoria fue generada en diferentes medios y acompañada para garantizar una mayor participación.





8.9.3. Estrategia Cultura Ciudadana

Dar a conocer a la comunidad cejeña la importancia de cuidar el espacio público e incentivar a tener unas reglas mínimas dentro del espacio en el que todos vivimos.

Una estrategia que estuvo acompañada de 4 experimentos sociales en diferentes espacios del municipio, creación de contenidos para medios digitales como: Instagram y Facebook y socialización de la estrategia de Cultura Ciudadana en 4 programas radiales en Celeste Estéreo y Radio Capiro.

La población impactada fue de aproximadamente 13 mil personas.



8.9.4. Color Fest y Tambo Fest

Estos eventos, desarrollados por acuerdo municipal para el disfrute de toda la comunidad cejeña y el fortalecimiento musical y cultural.

Entre las estrategias comunicacionales están el desarrollo de campañas de expectativa para mostrar cómo se ha vivido en los años pasados estos grandes eventos, promoción de este espacio como una oportunidad para disfrutar en familia y en la que participaron cerca de 8.000 personas entre niños, jóvenes y adultos. .





8.9.5. Así suena mi pueblo: Espacios para el fortalecimiento cultural de músicos cejeños a través de presentaciones cada mes, para el disfrute de locales y visitantes. Esta estrategia estuvo acompañada de manera permanente por la Oficina para garantizar la difusión de cada evento y la presencia de espectadores.



8.10. Secretaría de Educación

Desde la Secretaría de Educación, se apoyaron importantes procesos y eventos que se destacaron durante el año 2022, impulsamos a través de los medios de comunicación, uno de los proyectos de alto impacto y beneficio en la economía de las familias y estudiantes cejeños, como el Subsidio de Transporte Universitario del 100% para estratos 1, 2 y 3 y para estratos 4 y 5 el 50%, a fin de acercar la educación superior a los jóvenes cejeños.

8.10.1. Realizamos la convocatoria por la página web con piezas de diseño, medios impresos, redes sociales, boletín de prensa, radio y televisión.





8.10.2. Pines universitarios:

A través de estrategias audiovisuales con estudiantes de instituciones educativas como validadores y beneficiarios de los pines educativos, además se generaron estrategias en otros medios como radio y televisión



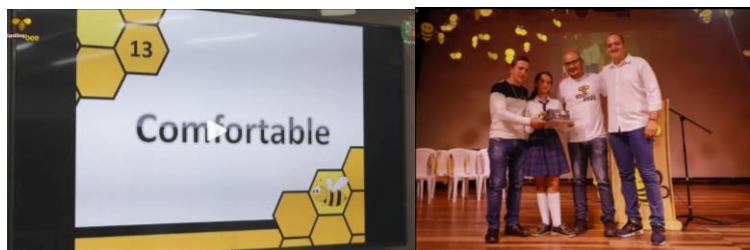
8.10.3. Cursos y formación extracurricular

Durante todo el año se fortaleció la oferta educativa y de cursos básicos, de oficios, manualidades, artes e inglés, para la comunidad en general,



8.10.5. Eventos y Ferias:

- Speling Bee: Esta competencia que busca fortalecer las habilidades en inglés, tuvo gran acogida entre los estudiantes de las instituciones públicas y privadas del Municipio, se generó una campaña de expectativa y desde la Oficina se apoyó con la organización del evento y cubrimiento audiovisual del mismo.



- FECIC La Ceja vive la Ciencia: Reunió los mejores proyectos de ciencia, tecnología e innovación en la que participaron más de 120 estudiantes de diferentes instituciones y fueron presentados en la Feria de la Ciencia Municipal. Entre las acciones comunicacionales fueron boletín de prensa, spot de video, registro fotográfico, publicación en redes sociales, nota en medios de



comunicación.



9. Nuestros logros en Comunicación Pública

9.1. Redes Sociales

- Facebook





- Crecimiento en seguidores: Pasamos de 40.147 el 1 de enero a 42.777 al finalizar el año, un crecimiento del 6%.
- Alcance publicaciones: Durante el 2022 el alcance en las publicaciones crecieron 40,7% en comparación con el año 2021. En total alcanzamos una interacción acumulada de 711.979

- Instagram



- Twitter



9.2. Free Press

Durante el 2022 nos retamos en traspasar fronteras informativas a través de la buena relación con los medios de Comunicación de la región y el país, por esta razón a través del Plan de Medios se crearon diferentes estrategias de difusión que permitieron llegar a la comunidad de manera clara y al instante.

Logramos estar en la agenda informativa en los principales medios como: RCN Radio y Televisión, Caracol Radio y Televisión, el canal regional Teleantioquia, Telemedellín, Minuto 30, El Colombiano, entre otros; sin necesidad que la Oficina tenga que hacer una inversión por la publicación de estos contenidos.



INICIO ÚLTIMA EMISIÓN NOTICIAS EL POSTRE DEPORTES CATEGORÍAS EN VIVO

Buscar...

En obra, doble calzada La Ceja-Rionegro

Por **laura13n** Noticias — 23 marzo, 2022

En el Oriente antioqueño comenzó la pavimentación del primer kilómetro de doble calzada en la vía La Ceja – San Antonio, que beneficiará también a Rionegro. La doble calzada mejorará el tráfico vehicular en la vía intermunicipal más usada por los cejeños debido al aumento poblacional y empresarial en los últimos años.

La imagen muestra cómo quedarán los 1.3 kilómetros de doble calzada entre el centro comercial **viva La Ceja** y la glorieta del **Yeguerizo**.

La obra tiene una inversión de 12 mil millones de pesos y permitirá descongestionar esta vía intermunicipal.

El tramo beneficiará a más de 200 mil habitantes de Rionegro y La Ceja.

Vea también: **Fue habilitada la calzada norte de San Juan entre la avenida Nutibara y la 80**

Comenzó obra de doble calzada la Ceja-Rionegro

Ver más... Compartir

enfermero lo cogió a puños y a la auxiliar administrativa del pelo, dijo.

La Ceja-Rionegro
Dos carros robados en Medellín y Rionegro aparecieron en Urabá

Asimismo, el medio ya citado conoció que otro hecho similar se presentó en una IPS del municipio, en donde varios menores de edad insultaron al personal de salud y dañaron los inmuebles a los golpes.

La Administración Municipal rechazó estos hechos y aclaró que la distribución de vacunas se está haciendo por medio de fichos, los cuales se dan teniendo en cuenta el número de dosis disponibles.

«Recuerda que nuestro personal de salud hace su mayor esfuerzo por vacunar a toda la población, trátalos con respeto, vivamos la tolerancia», tuiteó la Alcaldía de La Ceja.

La Ceja del Tambo
@LaCejaDelTambo

Esta es la jornada de vacunación para este 19 de enero. Recuerda que nuestro personal de salud hace su mayor esfuerzo por vacunar a toda la población, trátalos con respeto, vivamos la tolerancia.

VACUNACIÓN COVID-19

Denuncian que cogieron a puños y del pelo a personal de salud en La Ceja por falta de vacunas

Por **Susana Cogua**
19 enero, 2022, 9:14 am

En las últimas horas se conoció que la Alcaldía de La Ceja, Antioquia, denunció ataques al personal de la salud del municipio por falta de vacunas contra el covid-19. Algunas personas que no lograron aplicarse alguna dosis en los puestos de vacunación, agredieron a funcionarios y hasta dañaron inmuebles.

Ataques a personal de salud en La Ceja

Y es que según relató un testigo para Mi Oriente, el hecho más reciente ocurrió el pasado martes, 18 de enero, en un centro comercial del municipio, en donde una mujer atacó a dos funcionarios del hospital, pues no logró vacunarse. «Al

La Ceja: capturan a alias “Pachito”, señalado de coordinar plazas de vicio en el barrio Payuco

23 marzo 2022

Este pasado festivo, en el municipio de La Ceja, las autoridades por orden de allanamiento capturaron a alias “Pachito”, al parecer coordinador de las plazas de estupefacientes en el barrio Payuco.

Foto: cortesía

9.5. Periódico Institucional Nuestra Gente Nuestro Compromiso

Una estrategia basada en la rendición de cuentas permanente a la comunidad con el objetivo de visibilizar los programas y proyectos que aportan al desarrollo urbano y rural del Municipio, esta vez priorizando los testimonios de los beneficiarios y resaltando al ciudadano como protagonista del desarrollo. Llegamos a todos los barrios y veredas con la versión urbana y rural.





10. Gobierno Digital

10.1. Trámites

Como cumplimiento del plan de desarrollo se encuentran mapeados y desarrollados 65 trámites en línea, sin embargo aún está pendiente la distribución y autorización por parte del Departamento Administrativo de Planeación la cual está verificando responsables y proceso de asignación, conectividad de base de datos, y demás ítems necesarios para el cumplimiento de normatividad

 <p>Secretaría de Hacienda</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece la Secretaría de Hacienda</p> <p>Total trámites = 8</p> <p>Clic aquí ></p>	 <p>Desarrollo Económico</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece Desarrollo Económico.</p> <p>Total trámites = 3</p> <p>Clic aquí ></p>	 <p>Secretaría de Gobierno</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece la secretaria de Gobierno.</p> <p>Total trámites = 4</p> <p>Clic aquí ></p>
 <p>Medio Ambiente</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece Medio Ambiente.</p> <p>Total trámites = 1</p> <p>Clic aquí ></p>	 <p>Gestión del Riesgo</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece Gestión del Riesgo.</p> <p>Total trámites = 1</p> <p>Clic aquí ></p>	 <p>Oficina de Impuestos</p> <p>A través de este espacio podrás realizar tus consultas, trámites y servicios que te ofrece Oficina de Impuestos.</p> <p>Total trámites = 2</p> <p>Clic aquí ></p>

10.2. Ayudas y mejoras para las personas con discapacidad visual y auditiva: Durante el periodo de 2022 se hicieron desarrollos nuevos lo que permite que las personas con discapacidad puedan navegar de una manera óptima, eficiente y con todas las herramientas para acceder a la información.





10.3. Matriz de publicación de la ley de transparencia y acceso a la información: Se hizo parte del equipo interdisciplinario que busca estructurar la matriz de publicación de acuerdo a la ley 1247, sobre la transparencia y acceso de la información, la cual pretende cumplir con todos los lineamientos legales sobre la estructura de la web y los sistemas de información de la alcaldía. Se gestionaron más de 3000 documentos, y archivos dentro la web durante el periodo 2022

10.4. En compañía con la Secretaría de Salud, y el programa Equidad de Género, se desarrolló el Observatorio de Equidad de Género y Desarrollo Diverso, en el cual se tiene mapeado al municipio con sus características poblacionales en este ámbito



Observatorio de equidad y desarrollo

Adicionalmente, se desarrolló el micrositio de Participación Social en salud, como un espacio para garantizar la accesibilidad y transparencia de la información de esta secretaría y sus programas, así permitir la veeduría de los diferentes grupos sociales.



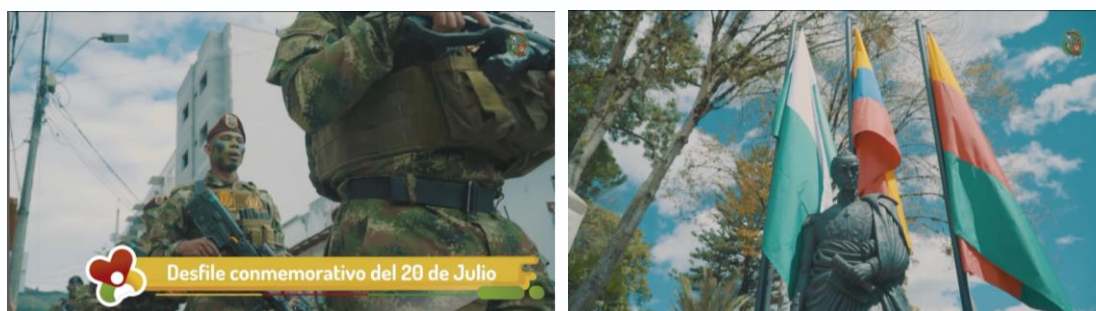


10.5. Portal tributario: actualización, rediseño y modificaciones del portal tributario con nuevos formatos de diligenciamiento para la ciudadanía.

11. Eventos del 2022

11.1. Celebración Nacional del 20 de julio

El equipo de Comunicaciones es el encargado de difundir y acompañar la organización del Día de la Independencia de Colombia que, en el año 2022, se hizo de manera presencial en el parque principal. Para este día, se realizaron trivias en medios digitales, actividades teatrales y de interacción con la ciudadanía junto a la Secretaría de Gobierno en articulación con la Fuerza Aérea Colombiana, el Ejército y la Policía Nacional.



11.2. Fiestas Populares del Toldo, las Bicicletas y las Flores

En las fiestas populares acompañamos las activaciones que se vivieron en múltiples escenarios y que contaron con actividades recreativas, culturales y de sano esparcimiento para las familias del Municipio.



Como equipo, garantizamos la difusión, cubrimiento y organización logística que redundó en unas fiestas tradicionales exitosas con alta participación ciudadana, beneficio para los comerciantes, activación del turismo, entre otros.



11.3. Salida de la primera etapa del Clásico RCN

Los organizadores de la fiesta de ciclismo más grande del país, se acercaron a nuestra oficina con el fin de solicitar el acompañamiento para la organización de la salida de los ciclistas que hicieron parte de la versión 2022 y que se tomó las principales vías de la localidad.

Aportamos todos nuestros conocimientos para que este espectáculo se conociera a nivel Nacional e Internacional gracias al buen relacionamiento que tenemos con los medios de comunicación.



1. Indicadores de Producto

De acuerdo a los indicadores del Plan de Desarrollo correspondientes al Departamento Administrativo General y a la Oficina de Comunicaciones que comparten el subprograma Gestión y Evaluación



Administrativa, están orientados al sistema de información Gobierno Digital implementado, dando cumplimiento a 65 trámites documentados y 30 funcionando en la web para el 2022. La plataforma digital para los trámites se encuentra disponible, actualmente, el Departamento Administrativo de Planeación está en proceso de asignación para la atención y gestión de estos trámites.

Por otro lado, en cuanto a "Tecnología y Comunicación Pública", el indicador de la Emisora Radio Capiro transmitiendo en 5k, es importante compartir que se adelantan gestiones ante la Agencia de Renovación del Territorio, en conjunto con Empresas Públicas de La Ceja, para la participación de esta entidad en la adquisición del transmisor. Lo anterior, a través del mecanismo obras por impuestos. Cabe mencionar que frente a las etapas de este proceso, entre la ART y el Mintic se encuentran revisando los requisitos habilitantes.



Relaciones públicas

Las relaciones públicas son el proceso de comunicación estratégica que construye relaciones de beneficio mutuo entre las instituciones y su público objetivo.

Desde la Oficina de Comunicaciones, le hemos apostado al relacionamiento estratégico a fin de administrar la buena referenciación de la Administración Municipal ante entidades públicas y privadas de índole regional, nacional e internacional.



Esto ha permitido que La Ceja se convierta en un municipio atractivo para ser sede de grandes eventos, generar alianzas y ejecutar proyectos tales como La Carrera New Balance, Festival Deportivo Regional de la Edad Dorada, Carrera de la Mujer Valle de San Nicolás, encuentros departamentales con la Gobernación de Antioquia, la sesión descentralizada de la Asamblea de Antioquia, el Clásico RCN, la visita de comitivas y pares de gobiernos internacionales, entre otras, a su vez, esto ha sido de gran beneficio para los cejeños, permitiendo la dinamización de diferentes sectores económicos, gastronómicos, hoteleros y turísticos.

