

**PROPUESTA DE INVERSION PARA LA MODERNIZACION DEL PROCESO DE
DIVULGACIÓN DE LA
INFORMACION DE LA ALCALDIA DE NEIVA**

ANDRES FELIPE OVIEDO CARDONA Y MARIA CRISTINA MOLINA RAMOS

DIRECTORA. JENNY LUCRECIA SALAS SARMIENTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

NEIVA – HUILA

2021

Tabla de Contenido

1.	Planteamiento del Problema	14
1.1.	Formulación del Problema	15
2.	Objetivos	16
2.1.	Objetivo General	16
2.2.	Objetivos Específicos	16
3.	Justificación	17
4.	Estado de Arte	19
4.1.	Investigación Internacional	21
5.	Marco Teórico	24
5.1.	Propósito de la Propuesta	24
5.1.1.	Qué es una red.	24
5.1.2.	Redes sociales.	24
5.1.3.	Usuarios de información.	25
5.1.4.	Modernización.	25
5.1.5.	Modernización tecnológica.	25
5.1.6.	Divulgación.	25
5.1.7.	Divulgación de información.	26
5.1.8.	Alcaldía de Neiva.	27

5.1.9.	Funciones de la alcaldía.	27
5.1.10.	Innovación tecnológica.	29
5.1.11.	Publicidad.	29
5.1.12.	Modernización divulgación de información.	30
5.2.	Herramientas Tecnológicas	30
5.3.	Pantalla LED	31
5.3.1.	Pantallas LED.	32
5.3.2.	Uso de una pantalla LED.	33
5.3.3.	Las pantallas LED de Visual Led.	33
5.3.4.	Aplicaciones para pantalla LED.	34
5.3.5.	Pantallas LED para interior.	34
5.3.6.	Pixel Pitch para pantallas LED indoor.	34
5.3.7.	Pantallas LED para exterior.	35
5.3.8.	Pixel Pitch para pantallas LED outdoor.	35
5.3.9.	Selección de la pantalla LED adecuada.	35
5.3.10.	Pantallas LED en envases listos para la producción o cantidades.	35
5.4.	Cotización Pantallas LED	35
6.	Marco Metodológico	38
6.1.	Metodología	38

7.	Capitulo I	42
7.1.	Indicadores Financieros a Aplicar	52
7.2.	Indicadores de Endeudamiento	53
7.3.	Presupuesto de la Alcaldía de Neiva año 2021 -2020	55
8.	Capitulo II	58
9.	Estrategias DOFA	59
9.1.	Instalación de Pantallas LED	59
9.1.1.	Debilidades.	59
9.1.2.	Oportunidades.	59
9.1.3.	Fortalezas.	60
9.1.4.	Amenazas.	60
10.	Capitulo III	64
10.1.	Información Financiera del Proponente	64
10.2.	Estructura del Plan de Comunicaciones Alcaldía Neiva	66
10.3.	Funciones de la Oficina de Comunicaciones	68
10.3.1.	Objetivo general.	69
10.3.2.	Objetivos institucionales.	69
10.3.3.	Participación formativa.	69
10.4.	Presentación del Mensaje	71

10.5.	Componentes de Comunicación Pública se Fundamenta en Tres Elementos.	71
10.6.	Comunicación Interna	71
10.7.	Comunicación Externa	72
10.8.	Herramientas y Canales	72
10.8.1.	Tiempo de ejecución.	76
10.8.2.	Recursos humano.	76
10.8.3.	Financiero.	76
10.8.4.	Primordial.	76
11.	Resultados y Análisis	77
12.	Conclusiones y Logros	80
13.	Referencias Bibliográficas	84
14.	Bibliographic References	87
15.	Anexos	89

Lista de Tablas

Tabla 1	43
Tabla 2	55
Tabla 3	56
Tabla 4	58
Tabla 5	61
Tabla 6	65
Tabla 7	73

Lista de Gráficas

Gráfica 1	40
Gráfica 2	41
Gráfica 3	67
Gráfica 4	70

Lista de Figuras

Figura 1.	31
Figura 2	32
Figura 3	75

Lista de Anexos

Anexo 1.	89
Anexo 2.	92

Resumen

El proyecto tiene como propósito la modernización en los procesos de información de la Alcaldía de Neiva- Huila, explorando los avances en los sistemas de comunicación como una alternativa para la actualización en el área de las comunicaciones en la administración pública de la Alcaldía de Neiva, los cambios que se plantea en esta propuesta es pasar de la información tradicional (radio, la prensa, los volantes, pendones, afiches, cuñas radiales,) para comunicar a los usuarios lo que está trabajando el Alcalde, su gabinete, y concejales, computarizando la información, estos cambios no lo tiene planeado en forma efectiva la administración, prefiere invertir en el pago de un comunicador social en el área de comunicaciones, transmisión Facebook el informe de gestión, grupo de whatsapp y redes sociales. La modernización de divulgación de información se fundamenta en la toma de decisión del Alcalde de Neiva, para la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios todas las actividades, eventos, publicidad, programas por medio de internet y programación digital o las modernas Pantallas Led son uno de los dispositivos electrónicos de mayor impacto en los canales de Digital Signage, a través de estas se pueden exhibir datos, información, imágenes, videos, etc. Desde esta perspectiva se presenta la oportunidad de presentar esta propuesta de inversión para modernizar el proceso de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva.

Palabras claves: Modernización, divulgación de información, Alcaldía de Neiva

Abstract

The purpose of the preliminary project is to modernize the information processes of the Mayor's Office of Neiva-Huila, exploring the advances in communication systems as an alternative for updating in the area of communications in the public administration of the Mayor's Office of Neiva, The changes that are proposed in this proposal is to move from traditional information (radio, the press, flyers, banners, posters, radio spots,) to communicate to users what the Mayor, his cabinet, and councilors are working on, computerizing The information, these changes are not effectively planned by the administration, preferring to invest in the payment of a social communicator in the communications area, Facebook transmission of the management report, WhatsApp group and social networks. The modernization of information dissemination is based on the decision-making of the Mayor of Neiva, for the acquisition of new technological equipment to inform and communicate to users all activities, events, advertising, programs through the Internet and digital programming. or modern Led Screens are one of the electronic devices with the greatest impact on Digital Signage channels, through these it is possible to display data, information, images, videos, etc. From this perspective, the opportunity is presented to present this investment proposal to modernize the information disclosure process of the Neiva Mayor's Office.

Keywords: Modernization, information disclosure, Neiva Mayor's Office

Introducción

La difusión social de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha ido incrementándose rápidamente durante los últimos años y todo indica que este proceso va a seguir. Frente al escepticismo y las múltiples críticas de hace una década, actualmente se acepta que las TIC están produciendo una profunda revolución tecnológica, comparable a las suscitadas por la escritura, la imprenta o la industrialización. Por esta razón se realiza el anteproyecto “propuesta de inversión para la modernización del proceso de divulgación de información de la alcaldía de Neiva.

Se habla de sociedad de la información, casi todos los países, las principales ciudades, han promovido planes y programas para fomentarla y la ciudad bambuquera de Colombia no puede quedarse en atraso tecnológico. la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios todas las actividades, por medio de internet y programación digital.

Por eso la propuesta de inversión para la modernizar del proceso de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva, se plantea la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios todas las actividades, por medio de internet y programación digital. transmisión Facebook el informe de gestión, grupo de whatsapp y redes sociales o las modernas Pantallas Led son uno de los dispositivos electrónicos de mayor impacto en los canales de Digital Signage, a través de estas se pueden exhibir datos, información, imágenes, videos, etc.

El impacto de este tipo de pantallas radica en los diferentes tamaños, entre los que se destacan los formatos gigantes los cuales se usan comúnmente en las fachadas de los Centros Comerciales y Edificios, entidades del Estado. Los usos más frecuentes para las Pantallas LED

son: avisos y contenidos de información, publicitarios, indicadores económicos, estado del clima, entre otros. La calidad de las Pantallas Led la determina el “Pitch”, que básicamente consiste en la distancia (en milímetros) que existe entre los diodos led que contiene cada panel. Entre menor sea dicha distancia, se considera que la calidad de la pantalla es mayor, pues logra una mejor resolución en la imagen que se exhibe.

1. Planteamiento del Problema

La Alcaldía de Neiva - Huila cuenta actualmente con unos canales de información muy tradicional como la publicidad escrita, la radio, pendones, grupos de whatsapp, oficina de comunicaciones, mediante el voz a voz de los lideres o ediles de las diferentes comunas para informar a los usuarios todos lo que necesita comunicar.

Por esta situación la alcaldía de Neiva no cuenta con la adecuada divulgación de la información presentando muchos inconvenientes para transmitir información a sus usuarios de carácter importante para diferentes actividades comunales, programas sociales, de salud, educativos, deporte y recreación, medio ambiente, entre otros, estímulos, metas de gobierno, como también el recaudo de impuestos, decretos emitido por el Alcalde de Neiva (Señor Gorky Muñoz Calderón) entrega de ayudas frente a la situación que atraviesa el País y el mundo entero con la pandemia el Covid -19. En forma eficiente y eficaz por qué en muchas ocasiones llega tarde la información a lo usuarios o las personas encargadas de transmitir presenta demoras a informar.

La deficiencia de la información por parte de los funcionarios públicos de la Alcaldía de Neiva frente a sus usuarios no permite que la ciudad evolucione tecnológicamente en la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios por medio de internet y programación digital.

Con la propuesta de inversión para la modernizar el proceso de divulgación de información de la alcaldía de Neiva se planteará la meta de ahorro en publicidad, informes de gobierno y notas de interés en general de más de un 20% de presupuesto que es destinado por cada gobierno. Y no solo es el ahorro de presupuesto. También los más beneficiados serán los usuario de la Alcaldía de Neiva puesto que un 70% de la población de Neiva no cuenta con las el

servicio de internet lo que lo hace casi imposible que se mantengan informados de todos los evento o actividades que propone la Alcaldía de Neiva para cada uno de los usuarios.

1.1. Formulación del Problema

¿Son deficientes los canales de divulgación de la información en le Alcaldía de Neiva para sus usuarios, Como modernizar los canales de divulgación para los usuarios de la Alcaldía de Neiva?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Proponer un plan de inversión para la modernización de los procesos de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva.

2.2. Objetivos Específicos

- Realizar una propuesta de viabilidad a la Alcaldía de Neiva para modernizar el proceso de divulgación de información para los usuarios y habitantes de la Ciudad de Neiva-Huila
- Establecer las necesidades y costo beneficio de modernizar el proceso de divulgación de información en Alcaldía de Neiva cotejando presupuesto de publicidad.
- Presentar una propuesta financiera para la modernización en la divulgación de la información de la Alcaldía de Neiva por parte del proponente.

3. Justificación

Establecer un plan de inversión para la divulgación de la información de los usuarios de la alcaldía de Neiva, con modernización tecnológica de alta gama para informar todas las actividades que esté realizando y que sea de gran importancia para la comunidad.

La propuesta de este proyecto es la instalación de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios todas las actividades: eventos, publicidad, programas por medio de internet, programación digital o las modernas Pantallas Led son uno de los dispositivos electrónicos de mayor impacto en los canales de Digital Signage, a través de estas se pueden exhibir datos, información, imágenes, videos, etc.

La modernización del proceso de divulgación de información principalmente en la alcaldía de Neiva, Con el fin de mantener a todos los usuarios comunicados de todos los eventos y actividades planteadas, con la disposición de estas pantallas la alcaldía se ahorraría un 20% del presupuesto destinado en tema de publicidad. Que este ahorro (rubro) lo podría utilizar para otro gasto municipal como lo es la ampliación de la red de internet gratuito a más de habitantes de esta ciudad.

En la actualidad la alcaldía Neiva invierte un 30% de su presupuesto destinado a la divulgación de la información por medio de canales radiales, redes sociales, canales de televisión locales y medios escritos de los cuales no son vistos por la mayoría de la comunidad por no contar con servicio de internet u otros medios que no están al alcance de la comunidad neivana o simplemente no los utilizan o algunos de los lideres llega tarde con la información a los usuarios de la ciudad segmentado por barrios y comunas de Neiva, algún medio que puede generar información es la radio aclarando que si la Alcaldía le cancela por la publicidad puede informar de manera oportuna, eficiente y eficaz la información o solo se limita en informar en un

notociero en forma muy general que acontece en la ciudad de Neiva, dejando en varias ocasiones la comunidad de usuarios más desinformada o la información a media. Muy pocas veces se lograr el impacto de una información a beneficio de los usuarios por que se hace reportaje desde el punto de donde esta sucediendo la noticia o los hechos.

4. Estado de Arte

Se presenta deficientes los canales de divulgación de la información como un factor integrador entre la administración pública y los usuarios un eje integrador del proceso modernizador de la Alcaldía de Neiva.

La información debe ser un elemento clave para llevar a cabo el proceso de modernización en Alcaldía de Neiva y, como parte de este proceso el alcalde de Neiva y los concejales debería tomar decisiones en invertir la adquisición de nuevos equipos tecnológicos para informar y comunicar a los usuarios todas las actividades, eventos, publicidad, programas por medio de internet, programación digital o las modernas Pantallas Led son uno de los dispositivos electrónicos de mayor impacto en los canales de Digital Signage, a través de estas se pueden exhibir datos, información, imágenes, videos, etc. Considerar la relevancia que juega la información en la definición de políticas y estrategias de la administración, flexibilización de los procesos, entre otros. Al respecto Benbunan y Astorga (1993:169) afirman que la información es imprescindible a la hora de definir metas para la gestión pública, de tal manera que se requiere disponer de información endógena y exógena de calidad que influye en las perspectivas y tendencias económicas, políticas, sociales y tecnológicas de las organizaciones.

Algunas reflexiones sobre la importancia de los sistemas de información es pasar de los medios tradicionales (radio, la prensa, los volantes, pendones, afiches, cuñas radiales,) para comunicar a los usuarios lo que esta trabajando el Alcalde, su gabinete, y concejales, modernizando la información en el contexto actual la difusión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha ido incrementándose rápidamente durante los últimos

años y todo indica que este proceso va a seguir. Estos mecanismo efectivos para la recuperación, procesamiento, difusión y acceso a la información.

La disponibilidad de invertir para modernizar la divulgación de información y la posesión de medios de comunicación para su manejo tiene correlación significativa con la tecnología para producir cambios con niveles de efectividad y eficiencia.

En las Alcaldías, generalmente la base de información esta integrada por un área de comunicaciones que es responsable un profesional en comunicación social para informar lo que acontece en el interior de la organización y se remite a generar informe o boletín de prensa a la comunidad.

A tal situación, no se escapan la alcaldía de Neiva razón que conlleva a la necesidad de realizar esta propuesta de inversión para la modernización del proceso de divulgación de información como mecanismos efectivos para el mejoramiento de comunicación con los usuarios con el fin de optimizar la eficiencia se propone: pasar de los medios tradicionales a los medios tecnológicos

- Modernizar la información por medio de la página web
- Transmisión por Facebook lite
- Crear grupo de whatsapp a líderes que pueda replicar la información a los habitantes del sector
- Utilizar las redes sociales
- Inversión de nuevos equipos tecnológicos
- Tener acceso a internet gratis
- Inversión en modernas pantallas LED

Algunas instituciones públicas no realizan grandes inversiones en modernas tecnologías y poseen sistemas de información soportados en papel y en audio, Sin embargo, la incorporación de avances tecnológicos es sinónimo de eficiencia, dado que estos son un componente más, que conjuntamente con el personal, los datos, los procesos y los usuarios constituyen el sistema de información (Whitten et al, 1996; Laudon,1996; Seen,1997). El equilibrio está en combinar el potencial que brinda la tecnología, como medio efectivo para el procesamiento de la información.

4.1. Investigación Internacional

En la investigación realizada por Bartolacci et al. (2015) en su proyecto titulado “Nuevas pantallas táctiles interactivas como recurso turístico comunicacional en la en la ciudad de Córdoba España”, el objetivo de este proyecto fue el de generar un nuevo recurso turístico comunicacional en la ciudad de Córdoba mediante el uso de pantallas táctiles interactivas.

Del análisis de los resultados surge que la ciudad de Córdoba presenta carencias a la hora de brindar información y promoción del destino, por lo que se vuelve muy complejo tanto para los turistas como para los residentes locales conocer la oferta turística existente de un modo rápido, dinámico y eficaz.

Al presentar el destino una amplia variedad de recursos patrimoniales y culturales, es pertinente recopilar, organizar y nuclear toda la información disponible en un recurso comunicacional moderno e innovador.

Para ello se ha diseñado un software de fácil utilización que reúne la información a través de elementos icónicos permitiendo a los turistas descubrir Córdoba de forma interactiva.

Un aspecto importante a tener en cuenta es que las nuevas tecnologías carecen de normativas, lo que puede derivar a que se produzca un mal uso de las mismas.

Cómo valor agregado, las pantallas contribuirán al cuidado del medio ambiente ya que son un medio interactivo ecológico que permitirá a los usuarios acceder a la información de manera virtual disminuyendo la folletería innecesaria y la contaminación visual.

Dentro de la consulta realizada en las bases de datos encontramos a Escobar (2015). Análisis de la saturación de imágenes y texto en anuncios publicitarios comerciales en el valle de Cumbaya. (Tesis de grado, Licenciatura en publicidad y gestión). Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.

Godoy y Yepes (2016). Trabajo de grado para el diseño de un plan de mejora para el fortalecimiento y modernización del municipio Fusagasugá (trabajo de grado para optar el título de especialista en Gerencia de proyectos). Corporación Universitaria minuto de Dios. Giradot – Cundinamarca.

Salcedo Atencia, Pablo Eduardo (2020). Sistema de Gestión: Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG , grupo de tecnologías de la información y la comunicación.

JV Alzate, (2020). Plan Estratégico de Tecnologías de la información (PETI). Se formuló considerando la parte institucional en la cual se alinean los procesos de la entidad con la tecnología para generar valor y cumplir de manera efectiva las metas del plan de desarrollo departamental 2020- 2023.

Secretaria de TIC – Alcaldía de Neiva , secretario de TIC, Beltrán, R. G . Carrera 5 N° 9 – 74, (8) 8716080 – 8713826, alcaldia@alcaldianeiva.gov.co Enlace : <https://www.alcaldia.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencia/Secretaria-TIC>, Departamento Administrativo de ciencia, tecnología e innovación COLCIENCIAS, Gobernación del Huila, Consejo Departamental de Ciencia y Tecnología del Huila – CODECYT- HUILA, Plan estratégico de

Ciencia, Tecnología e Innovación del Departamento del Huila-(210-2032) (GRUGETEC – INNCOM, 2010).

5. Marco Teórico

Este proyecto, se enfoca principalmente en la inversión para modernizar el proceso de divulgación de información con innovación tecnológica para la Alcaldía de Neiva, que sea atractiva y dinámica, que comunique los usuarios y a los visitantes en las diferentes actividades, servicios y eventos que realiza la entidad pública.

5.1. Propósito de la Propuesta

El propósito de esta propuesta es que la empresa logre minimizar gastos del presupuesto y reinvierta este ahorro en la inversión en redes de internet y la protección del medio ambiente promoviendo el cuidado del planeta.

Qué es una red. Comencemos por una definición más precisa de una red es un conjunto de relaciones . En un sentido más formal, una red está compuesta por una serie de objetos (en términos matemáticos, nodos) y un mapa o descripción de las relaciones entre dicho objetos o nodos. La red más sencilla esta compuesta por dos objetos 1 y 2 , una relación que los une (libro comprender las redes sociales, teorías, conceptos y hallazgo, escrito por Kadushin (2013), editorial Centro de Investigaciones Sociologicas).

Redes sociales. Son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. En redes sociales como Facebook, Twitter, Google, LinkedIn, Instagram o TikTok se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos . Esto, según los intereses de los usuarios.

Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a cada una de ellas. (<https://economipedia.com/definición>)

Usuarios de información. Es una persona que usa el Internet que llega a su sitio web o sitio móvil. ya sea en el hogar, en el centro de trabajo o centro de estudio o en otro lugar, se han conectado a Internet. (<https://www.eustat.eus/documentos/definicion.html>)

Modernización. Es un proceso socio-económico de industrialización y tecnificación. La modernización se refiere a un modelo de una transición progresiva desde una sociedad "pre-moderna" o "tradicional" a una "moderna".

La modernización de la gestión pública se entiende como un proceso de transformación constante a fin de mejorar lo que hacen las entidades públicas y, de esa manera, generar valor público.

Modernización tecnológica. Se han caracterizado por una aceleración del cambio tecnológico, especialmente en campos como la microelectrónica, las telecomunicaciones, los nuevos materiales, los computadores y la bioingeniería. Si bien es cierto que una parte significativa de este cambio tecnológico ha tomado la forma de nuevos productos, no hay duda de que su impacto más importante se ha sentido en la tecnología de los procesos de producción de bienes y servicios. La aplicación de los computadores, la informática y las telecomunicaciones en fábricas, establecimientos financieros, redes comerciales, líneas de ensamble, en fin en operaciones de todo tipo.

Divulgación. Se entiende por divulgación el acto de hacer pública una información que esté al alcance todas las personas.

La palabra divulgación deriva del latín *divulgāre*, que se refiere a “divulgar”. Como sinónimo de divulgación se pueden emplear las palabras difusión, publicar o información.

La divulgación se refiere a la acción de exponer y difundir un contenido que puede ser de interés público, bien sea sobre un tema general o específico. En la actualidad existe gran cantidad

de herramientas y canales de comunicación a través de los cuales se puede divulgar cualquier contenido.

Por tanto, la divulgación puede presentarse en diferentes formatos, bien sea escrita, en vídeo o en audio. Lo importante de la divulgación es justamente promover la información y el conocimiento poniéndolos al alcance de todos.

La divulgación solo se alcanza cuando quien posee la información la coloca al alcance de los demás. Los medios de comunicación son un ejemplo de lo que es la divulgación de la información.

Cabe resaltar que la información a divulgar debe tener un lenguaje acorde al público destinado, estar basado en fuentes confiables, dar a conocer conceptos, resultados, acontecimientos, opiniones, análisis, nuevos contenidos, entre otros.

En la actualidad existen diversos medios y canales de divulgación. De hecho, hay un importante número de información expuesta a través de los medios de comunicación e internet a los cuales el público puede acceder para informarse sobre diversos temas o acontecimientos políticos, sociales, culturales, deportivos, entre otros.

Sin embargo, al haber una masiva divulgación de contenido es importante que el público logre distinguir entre la información verídica y certera frente aquella que es poco fundamentada o falsa.

Divulgación de información. Permite informar valioso contenido sobre un tema. Por consiguiente, siempre considere qué divulga y comunicar a un usuario todo lo que esta realizando una entidad o una organización internamente.

Alcaldía de Neiva. Esta tiene una función muy importante y es la de administrar los recursos de cada municipio, también se encarga de velar para que estos sean utilizados generando bienestar a todas las personas, además ten en cuenta que ella se preocupa por cumplir y hacer cumplir las leyes del gobierno, entre otras funciones.

El término alcaldía tiene tres grandes acepciones, de acuerdo a lo que informa la Real Academia Española (RAE) en su diccionario. Puede tratarse de la función del alcalde, de la región sobre la cual tiene responsabilidades y facultades o del edificio donde desarrolla su trabajo.

Como resulta evidente, para comprender qué es una alcaldía es imprescindible saber a qué se refiere el concepto de alcalde. El alcalde es el funcionario público que ocupa el cargo de mayor autoridad en un municipio. En la estructura administrativa de una de estas divisiones políticas, por lo tanto, el alcalde se encuentra en el sector superior del municipio, por otra parte, son sinónimos de alcaldía en el sentido de la jurisdicción gobernada por el alcalde. Se trata de una región que forma parte de una entidad política mayor, como una provincia, un departamento o un estado, que a su vez componen el territorio de un país.

El alcalde está a cargo del gobierno de esta administración local que puede conocerse como alcaldía.

4.1.9. Funciones de la alcaldía.

- Producir directrices que den lugar a la ejecución del plan de gobierno propuesto a la comunidad.
- Ayudar a fortalecer los sistemas de control internos que se encargan de la regulación del funcionamiento de sus dependencias y procesos.

- Atender y orientar a los ciudadanos según corresponda para ayudarlos a llevar a cabo cualquier trámite o proceso que necesiten con la mayor eficiencia posible.
- Garantizar a los habitantes el acceso a los servicios que mejoren su calidad de vida y fomentar su participación e integración en las actividades de la comunidad.
- Dirigir una estrategia que provea al pueblo de espacios públicos adecuados a sus necesidades de desarrollo y esparcimiento.
- Crear tantas vías de comunicación como sea posible para que los vecinos puedan expresar sus inquietudes y recibir respuestas satisfactorias. Del mismo modo, mantenerlos informados acerca de la administración municipal, para que ellos también puedan participar de la solución de los problemas, mediante forma tradicional o la modernización de tecnología.
- Brindar a los habitantes una atención integral que apunte al resguardo de sus derechos y a un constante desarrollo.
- Promover la investigación y el desarrollo, abriendo espacios para de capacitación que busquen mejorar la gestión y la durabilidad de los proyectos.

El dinero siempre está en el centro de las controversias sobre la corrupción por parte del gobierno, y por eso la alcaldía, cuya misión fundamental es garantizar el bienestar del pueblo, debe encargarse de verificar que los diferentes impuestos se aprovechen de la mejor forma posible, para que los contribuyentes estén satisfechos y cuenten con servicios de calidad.

Innovación tecnológica. Es un producto (bien o servicio) nuevo o sensiblemente mejorado introducido en el mercado (innovación de producto) o la introducción dentro del

establecimiento de un proceso nuevo o sensiblemente mejorado (innovación de proceso). (<https://dle.rae.es/innovación>)

Publicidad. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. Divulgación de anuncios de carácter comercial para atraer posibles compradores, espectadores y usuarios. (<https://dle.rae.es/innovación>).

No cabe duda que la publicidad es un factor preponderante para garantizar la captación de nuevos clientes y dar a conocer las características y fortalezas de los productos y servicios existentes en el mercado. (Ordoñez Cicanco, Cecilia Isabel, 2016 – Título de la tesis de grado: Análisis de ampliación de cobertura publicitaria con uso de pantallas LED,).

Una alternativa de modernizar la alcaldía de Neiva es invertir en la adquisición de unos equipos de alta tecnologías como las pantallas LED para informar a los usuarios todos los acontecimientos que están ocurriendo internamente en las oficinas de la entidad pública y así reducir los costos que se invierte en el área de las comunicaciones cada año.

Hoy en día, las pantallas LED por su gran poder de captación de la atención por parte de los espectadores, se han convertido en una poderosa herramienta publicitaria; factor que junto al desarrollo urbanístico que ha tenido la Ciudad, motivaron el surgimiento de la Empresa Visión Dinámica S.A, cuyo objetivo fundamental es impulsar un servicio innovador de publicidad a través de pantallas LED ubicadas en algunas avenidas y sitios principales de la Ciudad de Guayaquil- Ecuador. (<http://repositorio.ug.edu.ec>).

Modernización divulgación de información. A Navarro, FJ Alcaraz, D Ortiz :2010) Las prácticas de divulgación de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son cada vez más utilizadas por las grandes compañías como instrumentos para eliminar las asimetrías de

información entre los stakeholders. Las entidades deben pasar a medios tecnológicos para hacer conocer la información de los usuarios.

4.2. Herramientas Tecnológicas

La finalidad de este anteproyecto es realizar un plan de inversión para la modernización del proceso de divulgación de la información de los usuarios de la alcaldía de Neiva, que ofrezca a los usuarios una herramienta innovadora de estar informados de todo lo que acontece y lo que se va a desarrollar en las fechas siguientes.

Cambiando la forma tradicional de informar las diferentes actividades realizadas por el alcalde de Neiva o su gabinete con respecto al canal digitalizado mediante la implementación de un medio no convencional.

Como lo es la pantalla gigante LED. Así también brindar un servicio efectivo al alcance del presupuesto de la Alcaldía de Neiva, es evidente que la introducción de un nuevo canal de información de marcos requiere de una cotización demostración de su rentabilidad para reducir costos y gastos de la Administración Pública.

El costo de inversión Para instalar pantallas led y adopten el servicio a los usuarios; razón por lo cual el presente estudio analiza desde los conceptos principales de tecnologías, características, garantías de las pantallas Led, A través de los cuales las empresas desarrollan diversos planes de información mediante un periodo de divulgación.

Las características e impacto de las pantallas gigantes LEDS como herramienta principal dentro de un plan de información.

Los aspectos generales de plan de inversión. El análisis de indicadores financieros que demuestren disminución de costos y gastos para invertir en Internet gratuito para más habitantes de la ciudad de Neiva.

Cabe recalcar que además del marco teórico expresado se realizará estudios de campo a través del análisis directo de las tendencias en cuanto a los canales de información utilizados dentro del mercado seleccionado.

Se va a desarrollar un estudio que permita cuantificar el tránsito alrededor de la Alcaldía de Neiva escogida para la instalación de la pantalla LED y adicionalmente se ha obtenido información referente a dicho público con el propósito de obtener la segmentación de acuerdo a las horas de proyección de los anuncios.

El plan para la digitalización de información de interés para los usuarios de la alcaldía de Neiva, en la instalación de pantallas informativas en diferentes sitios de la ciudad de Neiva (especificar el lugar donde se va a instalar). Estas pantallas estarán dotadas con un sistema de paneles de LED FULL COLOR con las siguientes características:

4.3. Pantalla LED

Nuestras pantallas y paneles publicitarios LED también incluyen características de control remoto. Cabe destacar que Contamos con materia prima que posee las mejores características

Figura 1.

Pantalla LED



Fuente. eunodisplay.com

Manejamos pantallas LED que se pueden ver claramente desde cientos de metros y son tan brillantes que ni siquiera la luz solar puede anularlas, como resultado en interiores o exteriores. El software profesional de control facilita totalmente su comunicación y se ajusta a todas sus necesidades

Figura 2

Pantallas LED de gran formato



Fuente. eunodisplay.com

Pantallas LED. Es una pantalla de diodos emisores de luz, plana, de video que utiliza emisores de luz, puede ser pequeña o más grande.

Una pantalla LED está construida por módulos o gabinetes, que pueden ser integrados sin límite para formar imágenes en diferentes tamaños y formas. Se destacan por generar una experiencia visual de alto impacto sin biseles ni uniones en distintas configuraciones, logrando una imagen continua con excelente definición.

Los diodos LED se utilizan para formar una pantalla LED, empleada en las carteleras y en los carteles de las tiendas. Una pantalla LED consta de varios paneles LED. Los LEDs usados para componer las pantallas de LED.

Un diodo emisor de luz está formado por un chip semiconductor rodeado por una carcasa de plástico transparente. La caja de plástico permite que la luz pase a través de ella. La emisión de diferentes colores, incluyendo la luz ultravioleta e infrarroja, depende del material semiconductor que se utilice en el diodo.

Uso de una pantalla LED. Pueden ser usadas en interiores y exteriores, disponibles en diferentes resoluciones, contraste y brillo.

Las pantallas LED son sin duda, las pantallas del futuro, por su forma de presentar la información, visual completa de una sola imagen sin biseles ni bordes molestos para la lectura. Ideales para vallas publicitarias y pantallas gigantes de gran formato.

La Pantalla en visual led Categorizados por tipo de pantalla, tamaño de dígito/alfa/matriz, color, valor de alfiler común, tipo de empaque y número de dígitos/alfa/matriz/barras. Los filtros paramétricos en el sitio web pueden ayudar a refinar los resultados de su búsqueda dependiendo de las especificaciones requeridas.

Los tipos más comunes para el tipo de pantalla son barra de luz, siete segmentos y matriz de puntos. También tenemos muchos otros tipos diferentes de pantalla.

El tamaño de dígito /alfa/matriz puede variar de 0,03 a 0,40 pulgadas, siendo los tamaños más comunes 0,2, 0,3 y 0,4 pulgadas.

Las pantallas LED de Visual Led. Tiene una selección completa de pantalla Led programables de varios fabricantes de chip de pantalla LED que se pueden utilizar para dispositivos tales como : una pantalla , cartel, panel, retroiluminada , iluminación de pantalla LED , para exteriores, pantalla digital, tablero o cualquier otro chip de pantalla LED. para iluminación o programación. Se elije atributos técnicos de la pantalla de LEDs de acuerdo a las necesidades de uso.

Aplicaciones para pantalla LED. Las pantallas de LEDs se encuentran a menudo al aire libre en las carteleras , También se pueden encontrar en los vehículos de transporte público o como parte del área de cristal transparente.

Los paneles LED pueden ser usados para iluminación general, trabajo, escenarios. Las pantallas de LEDs se pueden encontrar en la fachada de entidades públicas y privadas, estadios de deportes, plazas públicas, terminal de transporte, aeropuertos, carreteras, centro comerciales, parques,, en edificios altos y para la promoción de la imagen corporativa y la publicidad.

Debido a las distancias de visión lejanas en lugares de deportes, el alto brillo de las pantallas LED puede resolver este requisito especial y asegurar que los espectadores consigan imágenes claras.

Pantallas LED para interior. Las pantallas LED indoor están diseñadas para uso en espacios internos, donde no llega directamente la luz solar y el brillo es de normal uso. La construcción de las pantallas indoor puede estar en gabinetes fijos o paneles en aluminio móviles.

El pixel pitch es la resolución de la pantalla se estima de acuerdo a la distancia de lectura, las pantallas led indoor tienen el pixel más pequeño, de acuerdo al área del espacio.

La construcción de las pantallas LED están para funcionamiento de 100.000 horas; quiere decir 7 – 8 años de vida útil de uso y cuentan con 2 años de garantía.

Usos: Espacios interiores, oficinas, salas de venta, centros comerciales, tiendas, iglesias, colegios.

- **Pixel Pitch para pantallas LED indoor.** La resolución de las pantallas led para interior estan disponibles desde P 0.9 hasta P 10

Pantallas LED para exterior. Las pantallas LED outdoor están diseñadas para ambientes al aire libre, tienen alto brillo y protección para lluvias ligeras, polvo, viento y luz del sol directa sobre la pantalla. Disponibles en gabinetes de acero o aluminio.

El pixel pitch se estima de acuerdo a la distancia de lectura, las pantallas LED outdoor tienen el pixel más grande, de acuerdo al área del espacio.

La construcción de nuestras pantallas LED están para funcionamiento de 100.000 horas; quiere decir 7 – 8 años de vida útil de uso y cuentan con 2 años de garantía. Usos: Vallas publicitarias, terrazas, fachadas de tiendas.

Pixel Pitch para pantallas LED outdoor. La resolución de las pantallas led para exterior está disponible desde P 3.9 hasta P10

Selección de la pantalla LED adecuada. búsqueda paramétrica de VisualLed.com, con varios atributos, podrá encontrar el chip de pantalla, la iluminación, al aire libre, digital , el cartel, el tablero de exhibición, el panel de exhibición , retroiluminada de pantalla LEDs para la programación o la iluminación programable de varios fabricantes.

Pantallas LED en envases listos para la producción o cantidades. Si la cantidad de pantallas LED que usted requiere es menor que un carrito completo, ofrecemos a los clientes muchos de nuestros productos de pantallas LED programables en tubo, bandeja o cantidades individuales que le ayudarán a evitar excedentes innecesarios.

(VisualLed.com)

4.4. Cotización Pantallas LED

Pantallas Led Gigantes P5 Hd Para Exterior- Alto Brillo

\$2.350.000

Características

peso: 8 kg

Descripción: precio por un 1 (uno) gabinete.

- Gabinete o modulo con medidas de 64 cms x 64 cms.
- Compuesta por matrices de diodos smd de ultima generación.
- Peso de cada módulo de 8 kg.
- Consumo bajo de energía.
- Utilizada para recintos internos.
- Brillo de 4500 nits.
- Ángulo de visualización de 180 grados.

Producto de calidad europea, la pantalla led se elabora en una de las fabricas más sobresalientes e importantes de la ciudad de shenzhen - china, la cual produce pantallas para grandes escenarios de futbol americano de estados unidos.

- Pantalla Led Publicidad Mobile P5 exterior 12v \$3.500.000
- Pantalla led mobile en resolución p5.
- Para exterior - reproduce vídeos e imágenes – a trabaja a 12 voltios. Es para exterior

Pantalla Led Exteriores P10

\$20.000.000

Descripción

6 metros cuadrados (3*2) computador incluido, inducción de manejo

- Una p4 exterior en gabinete de 64 m x64 cm. solo hay 15 gabinetes daría 3.20 m ancho x 1.92 alto con video procesador queda en el \$42 millones más la nueva importación
- Pantalla de 3x2 mts que precio tiene \$39.000.000=

Nota: Esta cotización es sólo el precio de la pantalla Led sin incluir IVA, sin incluir el precio de instalación, materiales, servicio técnico de mantenimiento. Entre otros costos.

5. Marco Metodológico

5.4. Metodología

Para el desarrollo del presente anteproyecto “plan de inversión para la modernización del proceso de divulgación de la información en la alcaldía de Neiva, se debe determinar que al actualizar los canales de información a través de la instalación de pantalla Led en la Alcaldía de Neiva. El enfoque es cualitativo permitirá identificar algunos aspectos como por ejemplo: ubicación estratégica de las pantallas, preferencia de horarios, calidad de las imágenes, tiempos de promoción, entre otros.

Por otro lado, es cuantitativo se constituye en herramienta preponderante a la hora de determinar número de usuarios, cantidad de información, número de pantallas; etc. Por lo antes expuesto, el presente anteproyecto tendrá un enfoque mixto o Cualitativo-cuantitativo.

Método cuantitativo o método tradicional: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados CS Reichardt, (1986). El método cualitativo o método no tradicional: Es considerable el desacuerdo existente en la adecuación de los diversos métodos para realizar la investigación evaluativa. Uno de los debates actuales, de intensidad creciente, se centra en la diferencia que existe entre los **métodos cualitativos** y cuantitativos. Bonilla Castro, Elssy y Rodríguez Seth Penelope (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada Javier Antonio Ballesteros Ricaurte Leonardo, Bernal Zamora , (2017) Métodos Con

la finalidad de tener una guía del proceso para la obtención de los datos que permitan validar si se cumplió con los objetivos planteados en el presente anteproyecto y realizar la respectiva propuesta, es necesario recurrir a métodos teóricos, y estadísticos.

Los métodos teóricos permiten la construcción y desarrollo de la teoría científica, y en el enfoque general para abordar los problemas de la ciencia. Por ello los métodos teóricos permiten profundizar en el conocimiento de las regularidades y cualidades esenciales de los fenómenos.

Estos cumplen una función gnoseológica importante, ya que nos posibilitan la interpretación conceptual de los datos encontrados, A Pelaez, J Rodriguez S Ramirez, L Perez (2013)

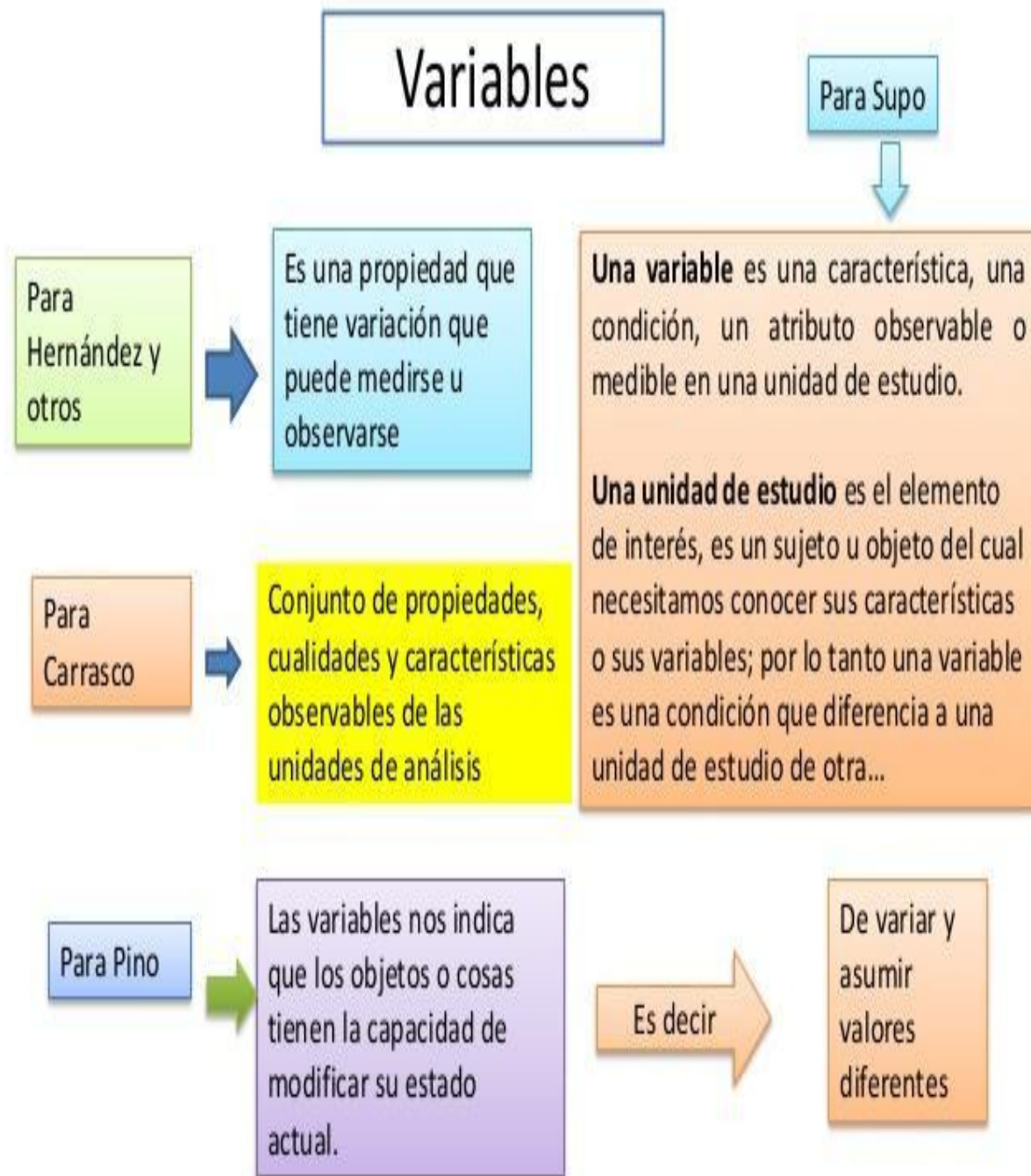
Para el desarrollo del presente trabajo, se utilizará: La entrevista y La encuesta. Se aplicará entrevista a los funcionarios públicos, y a los proponentes del anteproyecto Importaciones C y M empresa jurídica, que regulan la colocación de pantallas LED en la Ciudad de Neiva.

Finalmente, con el propósito de realizar un efectivo sondeo de mercado; se aplicarán encuestas a los usuarios de la Alcaldía de Neiva, objeto de estudio y al público en general. En lo referente a los métodos estadísticos, estos “cumplen una función relevante, ya que contribuyen a determinar la muestra de sujetos a estudiar, tabular los datos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a partir de ellos” A Pelaez, J Rodriguez S Ramirez, L Perez (2013)

Por lo expuesto, la estadística descriptiva se utilizará como instrumento para el análisis de los resultados obtenidos en las diferentes técnicas investigativas; puesto que es necesario evidenciar esto, mediante tablas de distribución de frecuencias, gráficos estadísticos, entre otros.

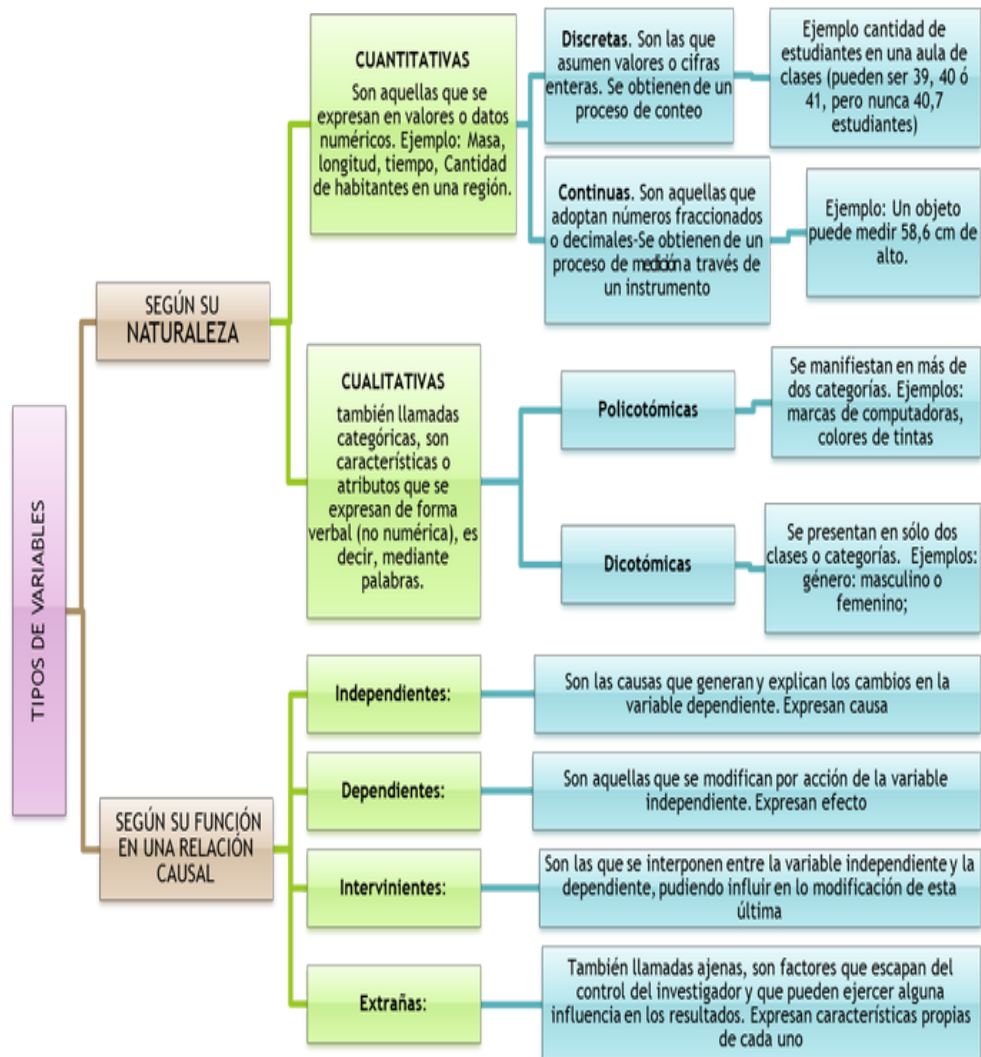
Gráfica 1

Variables



Gráfica 2

Tipos de Variables - Marco Metodológico.



6. Capítulo I

Realizar una propuesta de viabilidad a la Alcaldía de Neiva para modernizar el proceso de divulgación de información para los usuarios y habitantes de la Ciudad de Neiva- Huila.

Esta propuesta es viable debido a que nació de la misma necesidad de la alcaldía por mejorar los procesos en cuanto a usuarios se trata y cuyo proponente es un exfuncionario de la alcaldía por muchos años quien conoce muy bien todos los procesos de cada una de las dependencias y sus necesidades.

Se cuenta con las herramientas intelectuales y el tiempo necesario que requiere esta propuesta de inversión.

A nivel institucional los directivos de la alcaldía de Neiva brindan la oportunidad y apoyo para desarrollar esta propuesta de manera amable y proporcionando la documentación necesaria para su análisis.

El alcalde de Neiva y los funcionarios de la alcaldía están dispuestos a ser entrevistados o encuestados para recoger toda la información que permita identificar los procesos inadecuados en el manejo y entrega de la información institucional.

Se cuenta con los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos que requiera esta propuesta de inversión.

Estados Financieros Alcaldía de Neiva a 31 de Diciembre de 2021

Tabla 1

Estado de Situación Financiera**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

Alcaldía de Neiva

A 31 DE DICIEMBRE DE 2020*(Cifras en pesos Colombianos)*

CO D	CUENTAS	Período Actual dic-20	Período Actual dic-19	<u>VARIACION ABSOLUTA</u>	<u>VARIACION PORCENTUA L</u>
ACTIVO					
	CORRIENTE	332.642.081.495	532.285.593.856	-199.643.512.36 1	-38%
11	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	125.945.341.845	145.038.700.710	-19.093.358.865	-13%
1105	Caja	0	0	0	0%

1110	Depositos en Instituciones Financieras	124.414.291.178	143.547.032.477	-19.132.741.299	-13%
1132	Efectivo de Uso Restringido	1.531.050.667	1.491.668.233	39.382.434	3%
13	CUENTAS POR COBRAR	98.764.674.215	82.142.319.021	16.622.355.194	20%
1305	Impuestos, Retención en La Fuente y Anticipos de Impuestos	10.543.842	13.015.314	-2.471.472	-19%
1311	Contribuciones, Tasas e Ingresos No Tributarios	24.583.326.721	27.800.501.520	-3.217.174.798	-12%
1337	Transferencias por Cobrar	55.742.890.084	37.690.200.600	18.052.689.485	48%
1384	Otras cuentas por Cobrar	18.427.913.567	16.638.601.588	1.789.311.980	11%
19	OTROS ACTIVOS	107.932.065.436	305.104.574.125	-197.172.508.690	-65%
1904	Plan de Activos para Beneficios Posempleo	0	200.543.395.343	-200.543.395.343	-100%
1906	Avances y Anticipos Entregados	14.426.661.907	11.860.587.934	2.566.073.973	22%
1908	Recursos Entregados en Administracion	50.299.357.756	48.217.959.780	2.081.397.976	4%
1909	Depositos Entregados en Garantia	8.053.349.581	7.909.635.629	143.713.952	2%
1926	Derechos en Fideicomiso	35.152.696.191	36.572.995.440	-1.420.299.249	-4%

	NO CORRIENTE	1.059.941.601.79 1	806.098.637.047	48.745.818.147	31%
12	INVERSIONES E INSTRUMENTOS DERIVADOS	501.334.502	501.334.502	0	0%
1224	<i>Inversiones de Administracion de Liquidez al Costo</i>	515.346.100	515.346.100	0	0%
1280	<i>Deterioro acumulado de Inversiones</i>	-14.011.598	-14.011.598	0	0%
13	CUENTAS POR COBRAR	115.104.766.582	94.635.338.728	20.469.427.854	22%
1305	<i>Impuestos, Retención en la Fuente y Anticipos de Impuestos</i>	91.863.672.000	82.132.142.098	9.731.529.902	12%
1311	<i>Contribuciones, Tasas e Ingresos No Tributarios</i>	65.888.384.000	54.058.665.895	11.829.718.105	22%
1384	<i>Otras Cuentas por Cobrar</i>	0	1.650.755	-1.650.755	-100%
1386	<i>Deterioro Acumulado de Cuentas por Cobrar (CR)</i>	-42.647.289.418	-41.557.120.020	-1.090.169.397	3%
15	INVENTARIOS	8.332.349	15.047.552	-6.715.203	-45%
1514	<i>Materiales y Suministros</i>	8.332.349	15.047.552	-6.715.203	-45%
16	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	368.189.611.349	372.157.321.362	-3.967.710.013	-1%
1605	<i>Terrenos</i>	281.465.163.006	282.488.975.006	-1.023.812.000	0%
1615	<i>Construcciones en Curso</i>	10.631.296.243	10.022.813.680	608.482.563	6%

1635	Bienes Muebles en Bodega	345.233.639	350.093.639	-4.860.000	-1%
1640	Edificaciones	54.186.848.902	54.190.083.902	-3.235.000	0%
1650	Redes, Lineas y Cables	255.370.080	255.370.080	0	0%
1655	Maquinaria y Equipo	13.722.789.487	14.191.774.222	-468.984.735	-3%
1660	Equipo Médico y Científico	1.786.460.398	1.625.807.530	160.652.868	10%
1665	Muebles, Enseres y Equipo de Oficina	8.171.471.058	7.164.887.232	1.006.583.825	14%
1670	Equipos de Comunicacion y Computación	24.942.175.121	22.393.850.155	2.548.324.966	11%
1675	Equipos de Transporte, Traccion y Elevación	6.688.802.974	6.296.810.491	391.992.483	6%
1680	Equipos de Comedor, Cocina, Despensa y Hotelaria	1.353.918.450	1.317.349.626	36.568.824	3%
1685	Depreciación Acumulada de Propiedades, Planta y Equipo (CR)	-35.359.918.008	-28.140.494.201	-7.219.423.807	26%
17	BIENES DE USO PÚBLICO E HISTÓRICOS Y CULTURALES	367.868.048.246	335.977.790.935	31.890.257.311	9%
1705	Bienes de Beneficio e Historicos en Construccion	161.806.055.321	134.558.032.008	27.248.023.313	20%
1710	Bienes de Uso Público en Servicio	213.198.191.596	205.464.905.737	7.733.285.859	4%

1715	Bienes Historicos y Culturales	1.167.400.000	1.167.400.000	0	0%
1785	Depreciación acumulada de bienes de uso público en servicio (CR)	-8.303.598.671	-5.212.546.810	-3.091.051.861	59%
19	OTROS ACTIVOS	208.269.508.763	2.811.803.968	360.558.197	7307%
1904	Plan de Activos para Beneficios Posempleo	205.097.146.598	0	205.097.146.598	100%
1905	Bienes y Servicios Pagados por Anticipado	9.134.079	13.137.489	-4.003.410	100%
1970	Activos Intangibles	3.706.553.745	3.334.775.797	371.777.948	11%
1975	Amortizacion Acumulada de Activos Intangibles (CR)	-543.325.659	-536.109.318	-7.216.341	1%
TOTAL ACTIVO					
		1.392.583.683.286	1.338.384.230.902	-150.897.694.214	4%
PASIVO					
CORRIENTE					
		131.528.842.437	302.716.884.830	-171.208.214.898	-57%
23	OPERACIONES DE FINANCIAMIENTO E INSTRUMENTOS DERIVADOS	7.061.385.700	0	7.061.385.700	100%
2313	Financiamiento Interno de Corto Plazo	7.061.385.700	0	7.061.385.700	100%

24	CUENTAS POR PAGAR	53.337.404.788	40.372.416.550	12.964.988.237	32%
2401	Adquisición de Bienes y Servicios Nacionales	20.961.674.063	19.192.372.348	1.769.301.715	9%
2403	Transferencias por pagar	85.424.810	40.000.000	45.424.810	100%
2407	Recursos a Favor de Terceros	1.266.704.449	1.484.608.300	-217.903.851	-15%
2424	Descuentos de Nomina	6.329.090.378	1.531.439.198	4.797.651.180	313%
2430	Subsidios Asignados	1.487.876.981	54.237.246	1.433.639.735	2643%
2436	Retención en la Fuente e Impuesto de Timbre	1.239.407.888	1.089.063.036	150.344.852	14%
2440	Impuestos, Contribuciones y Tasas por Pagar	309.487.783	351.333.876	-41.846.093	-12%
2460	Creditos Judiciales	351.736.671	26.529.346	325.207.325	1226%
2480	Administración y Prestación de Servicios de Salud	2.581.393.381	905.657.307	1.675.736.074	185%
2490	Otras Cuentas por pagar	18.724.608.385	15.697.175.894	3.027.432.491	19%
25	BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	12.606.823.923	209.993.201.611	-197.386.377.687	-94%
2511	Beneficios a los Empleados a Corto Plazo	12.578.150.520	9.144.188.077	3.433.962.444	38%
2514	Beneficios Posempleo - Pensiones	28.673.403	200.849.013.534	-200.820.340.131	-100%
27	PROVISIONES	8.357.819.096	7.654.836.779	682.809.811	9%

2701	<i>Litigios y Demandas</i>	8.337.646.590	7.654.836.779	682.809.811	9%
2790	<i>Provisiones Diversas</i>	20.172.506	0	20.172.506	100%
29	OTROS PASIVOS	50.165.408.930	44.696.429.890	5.468.979.041	12%
2902	<i>Recursos Recibidos en Administracion</i>	27.215.605.793	27.239.876.105	-24.270.312	0%
2903	<i>Depósitos Recibidos En Garantía</i>	346.992.608	387.372.188	-40.379.580	-10%
2910	<i>Ingresos Recibidos por Anticipado</i>	55.469.365	11.740.498	43.728.867	100%
2917	<i>Retenciones y Anticipo de Impuestos</i>	22.547.341.165	17.057.441.099	5.489.900.066	32%
NO CORRIENTE		257.089.074.362	57.748.772.991	198.487.270.831	345%
23	PRÉSTAMOS POR PAGAR	42.184.041.158	57.392.747.123	-15.208.705.965	-26%
2314	<i>Financiamiento Interno de Largo Plazo</i>	42.184.041.158	57.392.747.123	-15.208.705.965	-26%
25	BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	213.630.713.664	0	213.630.713.664	100%
2514	<i>Beneficios Posempleo - Pensiones</i>	213.630.713.664	0	213.630.713.664	100%
29	OTROS PASIVOS	1.274.319.540	356.025.869	65.263.132	258%
2917	<i>Retenciones y Anticipo de Impuestos</i>	421.289.000	356.025.869	65.263.132	18%
2990	<i>Otros Pasivos Diferidos</i>	853.030.540	0	853.030.540	100%


TOTAL PASIVOS						388.617.916.800	360.465.657.821	27.279.055.933	8%
PATRIMONIO									
31	PATRIMONIO DE LAS ENTIDADES DE GOBIERNO	1.003.965.766.487	977.918.573.081	26.047.193.405	3%				
3105	Capital Fiscal	907.207.188.383	907.207.188.383	0	0%				
3109	Resultado de Ejercicios Anteriores	56.149.210.180	26.361.403.853	29.787.806.327	100%				
3110	Resultado del Ejercicio	30.441.118.126	29.826.283.722	614.834.404	2%				
3151	Ganancias o perdidas por planes de Beneficios a los empleados	10.168.249.798	14.523.697.124	-4.355.447.326	-30%				
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO						1.392.583.683.286	1.338.384.230.902	54.199.452.384	4%
CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS						0	0	0	0%
81	ACTIVOS CONTINGENTES	9.566.850.795	9.566.218.370	632.425	0%				
8120	Litigios y Mecanismos Alternativos de Solucion de Conflictos	9.566.850.795	9.566.218.370	632.425	0%				
83	DEUDORAS DE CONTROL	63.961.116.416	64.011.671.062	-50.554.646	0%				
8315	Bienes y Derechos Retirados	258.217.961	308.772.607	-50.554.646	100%				

8347	Bienes Entregados A Terceros	63.702.898.455	63.702.898.455	0	0%
89	DEUDORAS POR CONTRA (CR)	-73.527.967.211	-73.577.889.432	49.922.221	0%
8905	Derechos Contingentes por contra (CR)	-9.566.850.795	-9.566.218.370	-632.425	0%
8915	Deudoras por contra (CR)	-63.961.116.416	-64.011.671.062	50.554.646	0%
CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS					
		0	0	0	0%
91	PASIVOS CONTINGENTES	350.641.329.663	351.488.267.471	-846.937.808	0%
9120	Litigios y Mecanismos Alternativos de Solucion de Conflictos	350.641.329.663	351.488.267.471	-846.937.808	0%
93	ACREEDORAS DE CONTROL	41.444.710.118	41.940.219.438	-495.509.320	-1%
9306	Bienes Recibidos en Custodia	593.549.000	593.549.000	0	0%
9390	Otras Cuentas acreedoras de Control	40.851.161.118	41.346.670.438	-495.509.320	-1%
99	ACREEDORAS POR CONTRA (DB)	-392.086.039.781	-393.428.486.910	1.342.447.129	0%
9905	Responsabilidades Contingentes por Contra (DB)	-350.641.329.663	-351.488.267.471	846.937.808	-0,2%
9915	Acreedoras de Control por Contra (DB)	-41.444.710.118	-41.940.219.438	495.509.320	-1%

6.4. Indicadores Financieros a Aplicar



Indicadores de liquidez, una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

Razon Corriente

	332.642.081.49		
	5		2,5290428
Activo Corriente			7
<hr/>			
	131.528.842.43		
Pasivo Corriente	7		



Nos Indica que la alcaldía de Neiva tiene capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos.

Prueba Acida

	332.642.081.49		
Activo Corriente-	5	8.332.349	 201.104.906.709
Inventario			
<hr/>			
	131.528.842.43		
Pasivo Corriente	7		

Revela la capacidad que tiene la alcaldía de Neiva para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, el producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios.

Capital Neto de trabajo



	332.642.081.49		
Activo Corriente-	5		201.104.906.709
Inventario		8.332.349	
	<hr/>		<hr/>
	131.528.842.43		
Pasivo Corriente	7		

También Muestra el valor que le quedaría a la Alcaldía de Neiva, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo al alcalde tomar decisiones de inversión temporal.

6.5. Indicadores de Endeudamiento


Tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participa el presupuesto dentro del financiamiento de la alcaldía. De la misma manera se trata de establecer el riesgo que incurre tal presupuesto, el riesgo y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la alcaldía.

Endeudamiento

Pasivo	388.617.916.800		0,2790
Total			6
<hr/>			
Activo	1.392.583.683.28		
Total	6		


Por cada peso invertido en activos, cuánto está financiado por terceros y qué garantía está presentando la alcaldía en cuanto a su presupuesto

Autonomía

Psivo	388.617.916.800		0,3870828
Total			4
<hr/>			
Patrimoni	1.003.965.766.48		
o	7		

Mide el grado de compromiso del patrimonio de la alcaldía con respecto al de los acreedores, como también el grado de riesgo de cada una de las partes que financian las operaciones.

Indice de Desarrollo de Nuevos Productos

	332.642.081.49		0,8559617
Pasivo Corriente	5		7
	<hr/>		
	388.617.916.80		
Pasivo Total	0		

Se interpreta diciendo que en la medida que se concentra la deuda en el pasivo corriente con un resultado mayor que uno (1) se atenta contra la liquidez, y si la concentración es menor que uno (1) se presenta mayor solvencia y el manejo del endeudamiento es a más largo plazo.

La alcaldía de Neiva actualmente realiza todo tipo de comunicados e informes a través de su cuenta de Facebook, volantes, canales de televisión locales y medios radiales y prensa

6.6. Presupuesto de la Alcaldía de Neiva año 2021 -2020

PRESUPUESTO ALCALDIA DE NEIVA AÑO 2021 -2020				
<u>PRESUPUESTO</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>	<u>VARIACION ABSOLUTA</u>	<u>VARIACION RELATIVA</u>
Gastos de Inversión	463.320.678.990,00	456.823.412.330,00	6.497.266.660,00	1,42%
Gastos de Funcionamiento	75.445.120.000,00	73.889.120.657,00	1.555.999.343,00	2,11%
Servicio de la Deuda	24.700.000.000,00	23.398.000.000,00	1.302.000.000,00	5,56%
Déficit Fiscal Año 2019	4.486.462.736,00	3.889.467.013,00	596.995.723,00	15,35%
	567.952.261.726,00	558.000.000.000,00	9.952.261.726,00	1,78%

Comparativo de la destinación del presupuesto de la alcaldía de Neiva año 2021 -2020

Con la aprobación por parte del Concejo de Neiva, el proyecto de acuerdo por medio del cual se expide el presupuesto general de rentas, ingresos y recursos de capital y gastos de inversión del municipio, para el año 2021, el cual fue aforado en \$567.952 261.726, millones de pesos con una variación del 1.78% comparado con el año 2020.

Tabla 2

Presupuesto 2021-2020

Fuente: Alcaldía de Neiva

Tabla 3

Gastos 2021 -2020

COMPARATIVO GASTOS DE FUNCIONAMIENTO ALCALDIA DE NEIVA AÑO 2021 - 2020				
<u>GASTOS DE FUNCIONAMIENTO</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>	<u>VARIACION ABSOLUTA</u>	<u>VARIACION RELATIVA</u>
GASTOS DE PERSONAL	66.425.391.725,00	65.727.617.454,00	697.774.271,00	1,06%
Consejo de Neiva	3.310.000.000,00	2.900.200.000,00	409.800.000,00	14,13%
Contraloría	2.500.000.000,00	2.398.000.000,00	102.000.000,00	4,25%
Personería	1.870.000.000,00	1.548.000.000,00	322.000.000,00	20,80%
ADQUISICION DE BIENES				
Materiales y Suministros	25.658.400,00	20.258.963,00	5.399.437,00	26,65%

Compra de Equipo	35.258.930,00	33.658.200,00	1.600.730,00	4,76%
ADQUISICION DE SERVICIOS				
Mantenimiento	18.144.900,00	16.455.820,00	1.689.080,00	10,26%
Servicios Públicos	264.000.000,00	258.466.325,00	5.533.675,00	2,14%
Viáticos y Gastos de viaje	56.825.617,00	53.620.852,00	3.204.765,00	5,98%
Impresos y suscripciones	35.125.611,00	32.900.754,00	2.224.857,00	6,76%
Comunicaciones y Transporte	25.625.622,00	24.658.971,00	966.651,00	3,92%
Gastos de Atención Y Representación	120.125.896,00	119.657.421,00	468.475,00	0,39%
Publicidad Institucional	758.963.299,00	755.625.897,00	3.337.402,00	0,44%
	75.445.120.000,00	73.889.120.657,00	1.555.999.343,00	2,11%

Fuente: Alcaldía de Neiva

La alcaldía de Neiva tiene presupuestado para el año 2021 para ser invertido en Publicidad Institucional \$ 758.963.299.

Cómo se puede observar este valor es muy significativo para cubrir este rubro que en realidad no ha demostrado ser muy eficaz y que también no ha cumplido con el objetivo de llevar la información a cada uno de los hogares que compone la ciudad de Neiva y la zona rural perteneciente a este municipio.

Porque en la ciudad de Neiva el 60% de la comunidad no cuenta con servicio permanente de internet, y la información que actualmente emite la alcaldía de Neiva es por medio de redes sociales, informativos noticiosos locales, prensa electrónica y por la página web de la alcaldía.

Tomando este comparativo como punto de referencia se pretende implementar un plan de inversión para la modernización de los procesos de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva por medio de instalación de pantallas led.

Esto con el fin que la información llegue a todos los hogares de la ciudad sin necesidad de contar con servicio de internet, una pantalla LED está constituida por módulos o gabinetes, que pueden ser integrados sin límite para formar imágenes en diferentes tamaños y formas. Se destacan por generar una experiencia visual de alto impacto sin biseles ni uniones en distintas configuraciones, logrando una imagen continua con excelente definición y que pueden ser utilizadas tanto en interiores como en exteriores.

Estas pantallas Led tienen un costo en promedio de dos millones seiscientos mil pesos (\$2.600.000), el contrato tiene un valor de quinientos millones de pesos (\$500.000.000) se entregaran 100 unidades de pantallas led para ser instaladas en las principales instituciones públicas y lugares más concurridos de la ciudad, en estas pantallas la alcaldía informará a la comunidad sobre todos los acontecimientos, comunicados, alocuciones del señor alcalde Gorky Muñoz y demás información útil para la comunidad.

7. Capítulo II

Establecer las necesidades y costo beneficio de modernizar el proceso de divulgación de información en Alcaldía de Neiva cotejando presupuesto de publicidad.

Tabla 4

Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO			
PERIODO	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
0	\$ 500.000.000,00	\$	
1		38.600.000,00	\$ 4.600.000,00
2		45.000.000,00	\$ 4.900.000,00
3		39.000.000,00	\$ 5.600.000,00
4		39.800.000,00	\$ 4.500.000,00
5		38.900.000,00	\$ 6.200.000,00
6		41.700.000,00	\$ 5.800.000,00
VNA Ingresos	553.451.023,11	INVERSION	\$ 500.000.000,00
VNA Egresos	47.423.390,04	TASA DE	
VNA Egresos+Inversion	547.423.390,04	RETORNO	8,50%
Costo-Beneficio	1,011011		

Una vez realizado el ejercicio de Costo -Beneficio se puede evidenciar que la Alcaldía de Neiva puede tomar la inversión porque el resultado nos da (1.011011) mayor a uno lo que nos indica que la inversión se acepta sin entrar a analizar otras variables.

8. Estrategias DOFA

8.4. Instalación de Pantallas LED

8.4.1. Debilidades.

- La falta de capacitación adecuada para el personal operativo
- Revisiones financiera en el presupuesto porque ya está invertido en la divulgación de información en la forma tradicional periodo 2021-2022
- Cambios importante en la forma de comunicar a los usuarios, a través de la tecnología.
- Altos costo de accesorios
- Conseguir el hardware adecuado al mejor precio.

8.4.2. Oportunidades.

- Las mega tendencias del futuro en pantallas LED para divulgación de información y publicidad
- Cuidar el medio ambiente, disminuyendo la impresión de papel y tintas
- Ahorro de dinero en el presupuesto para invertir en Internet para los neivanos de estrato socio económico 0, 1 y 2.
- Factor de crecimiento en los índices de divulgación
- Dar a conocer una información oportuna a los usuarios de la alcaldía de Neiva
- Generar empleo
- Brindar información a los usuarios de manera efectiva y económica

8.4.3. Fortalezas.

- Pantalla LED con tecnología de excelente fabricación, avance que se están produciendo en esa tecnología.
- Tendencia de pantalla LED en grandes ciudades del País que busca el desarrollo para una ciudad intermedia como Neiva.
- unas pantallas led con una descripción detallada y garantía de quienes somos, qué pretendemos lograr y por qué lo que ofrecemos son exactamente lo que la alcaldía de Neiva está buscando
- Presentación de una propuesta que ahorra dinero en el presupuesto de inversión en comunicaciones de la Alcaldía de Neiva.
- Fácil de utilizar las pantallas LED
- Precio aceptable y alcanzable para la Alcaldia de Neiva
- Buena calidad de imagen
- Brinda excelente servicio técnico
- Comunicación en tiempo real
- Integración con otros medio de comunicación

8.4.4. Amenazas.

- Seguimiento y control a través de software que puede des configurar
- La competencia con otros medios de publicidad
- No tener la aceptación del cliente con las pantallas LED ofrecida
- No brindar un soporte a las pantallas LED adecuadamente

- Aumentar en ocasiones los costos de las pantallas LED por elevación de precios de los recursos utilizados para la elaboración del mismo.

Tabla 5

Análisis de la DOFA

<u>Análisis de la DOFA</u>	<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pantalla LED con tecnología de excelente fabricación y avance (buena calidad de imagen) ✓ Tendencia de pantallas LED en grandes ciudades del País, buscando para Neiva el desarrollo tecnológico ✓ Pantallas LED garantizada de quienes somos, qué pretendemos lograr y por qué lo que ofrecemos esta propuesta son a la alcaldía de Neiva. ✓ Presentación de una propuesta financiera que muestra el ahorro de gastos. ✓ Fácil de utilizar las pantallas LED ✓ Precio aceptable y alcanzable ✓ Brinda excelente servicio técnico ✓ Comunicación en tiempo real ✓ Integración con otros medio de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La falta de capacitación adecuada para el personal operativo ✓ Revisiones financiera en el presupuesto porque ya está invertido en la divulgación de información en la forma tradicional periodo 2021-2022 ✓ Cambios importantes en la forma de comunicar a los usuarios, a través de la tecnología. ✓ Altos costo de accesorios <p>Conseguir el hardware adecuado al mejor precio.</p>
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las mega tendencias del futuro en pantallas LED para divulgación de información y comunicación ✓ Cuidar el medio ambiente, disminuyendo la impresión de papel y tintas 	<p>Estrategia FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Beneficiar las características del de las pantallas LED brindando la propuesta a la Alcaldía dentro de una alternativa nueva de información de la comunicación a los usuarios. ✓ Brindar publicidad de forma eficaz y precisa tal como el cliente lo desee de una manera rápida y oportuna. 	<p>Estrategia DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtener hardware garantizado para brindar una excelente divulgación de información a los usuarios. ✓ Dar a conocer la propuesta al señor Alcalde de Neiva para abarcar mayor índice de divulgación de información a los usuarios pasando a la modernización de pantallas LED

- ✓ Ahorro de dinero en el presupuesto para invertir en Internet para los neivanos de estrato socio económico 0, 1 y 2.
- ✓ Factor de crecimiento en los índices de divulgación
- ✓ Dar a conocer una información oportuna a los usuarios de la Alcaldía de Neiva
- ✓ Generar empleo
- ✓ Brindar información a los usuarios de manera efectiva y económica

Amenazas

- ✓ Seguimiento y control a través de software que puede configurarse
- ✓ La competencia con otros medios de comunicación
- ✓ No tener la aceptación del cliente con las pantallas LED ofrecida
- ✓ No brindar un soporte a las pantallas LED adecuadamente
- ✓ Aumentar en ocasiones los costos de las pantallas LED por elevación de precios del mercado.

Estrategia FA

- ✓ Brindar unas pantallas LED fácil de utilizar y de excelente calidad para obtener la aceptación del Señor Alcalde Neiva y posteriormente el de los usuarios.
- ✓ Presentar la cotización financiera con el cuadro comparativo del presupuesto anual que invierte en el área de comunicación y publicidad la Alcaldía de Neiva para determinar que en la adquisición de pantallas LED se ahorraría dinero que puede invertir en otras actividades de la Entidad Pública
- ✓ Brindar un excelente servicio de soporte Técnico al adquirir las pantallas LED con el proponente del proyecto.

Estrategia DA

- ✓ Evitar riesgo de contaminación a la ciudad con la divulgación de información tradicional que termina en el suelo y en las canecas de basura, logrando la inversión en la adquisición de pantallas LED para la Ciudad de Neiva.
- ✓ Poder ofrecer una solución a la Alcaldía de Neiva en la adquisición de pantallas LED para evitar la amenaza de no cumplir con la divulgación de información oportuna a sus usuarios y el no cumplimiento en los programas que debe cumplir el Alcalde en los cuatro (4) años de gobierno.

Se puede observar que la alcaldía ahorraría en presupuesto el 34.12% que equivale a \$258.963.999 para el año 2021, con la aprobación de esta propuesta y que podría destinar este ahorro a una de sus principales apuestas para el 2021 la cual será fortalecer la secretaria de salud

para el bienestar de los ciudadanos y también la secretaria de educación puesto que es el motor del desarrollo y aprendizaje de todos los niños y jóvenes neivanos.

9. Capítulo III

Presentar una propuesta financiera para la modernización en la divulgación de la información de la Alcaldía de Neiva por parte del proponente.

Información financiera proponente propuesta:

9.4. Información Financiera del Proponente

El proponente deberá acreditar su experiencia mediante la presentación de una (1) ó dos (2) certificaciones de instalación de pantallas LED , o contratos ejecutados y/o terminados a partir del año 2020, cuya sumatoria sea igual o superior a \$500.000.000 antes de IVA, cuyo objeto sea El Suministro e instalación de pantalla led

Estados financieros que se deben presentar con la oferta, los proponentes deberán presentar con su oferta los estados financieros con corte fiscal del año inmediatamente anterior, de interés general o particular, que permitan la fácil consulta o determinación de las variables a tener en cuenta. Sólo se considerarán estados financieros certificados con corte al 31 de diciembre de 2020, bajo normas NIIF Índice Mínimo requerido Puntos Capital de trabajo $\geq 62.500.000$ Razón corriente 1,2 Endeudamiento $\leq 70\%$ Patrimonio $\geq 250.000.000$ Utilidad Neta Positiva 20 Total 100 Se considerará que cumple con la capacidad financiera requerida para asumir el contrato el proponente que obtenga mínimo 80 puntos de los 100 puntos.

- Polizas. exigirá del contratista la constitución de las siguientes pólizas, con los siguientes Valores asegurados y con la vigencia en cada caso indicada: amparo valor mínimo asegurado vigencia mínima de la póliza Buen manejo del anticipo 100% del valor total del anticipo entregado Cumplimiento 20% del valor del contrato La del contrato y (4)

meses más Responsabilidad civil extracontractual 20% del valor del contrato La del contrato y (12) meses más Calidad de los elementos suministrados 20% del valor del contrato La del contrato y (12) meses más Salarios y prestaciones sociales 20% del valor del contrato La del contrato y treinta y seis (36) meses más Las condiciones definitivas de la Invitación serán remitidas vía correo electrónico en la fecha en que se de apertura a la invitación.

Tabla 6

Propuesta de Intervención

<u>PROPUESTA DE INVERSION PARA LA MODERNIZACION DEL PROCESO DE DIVULGACIÓN DE INFORMACION DE</u>			
<u>LA ALCALDIA DE NEIVA.</u>			
VALOR DE CONTRATO INVERSION	\$	500.000.000	INDICADORES
CONTRATO	\$	350.000.000	margen neto de utilidad 30%
TIEMPO DE CONTRATO		6 MESES	
UTILIDAD DEL CONTRATO	\$	150.000.000	
INVERSION	\$	260.000.000	
PANTALLA LED	\$	2.600.000	
TRANSPORTE DE IMPORTACION	\$	40.000.000	
MANO DE OBRA INSTALACION INSUMOS	\$	50.000.000	
INSTALACION	\$	30.000.000	
LEGALIZACION MERCANCIA	\$	10.000.000	
MANO DE OBRA	\$	16.000.000	
TECNICOS	\$	18.000.000	
INGENIEROS	\$	5.000.000	
CONTADORA	\$	5.000.000	
ABOGADO	\$	6.000.000	
GERENTE	\$	50.000.000	

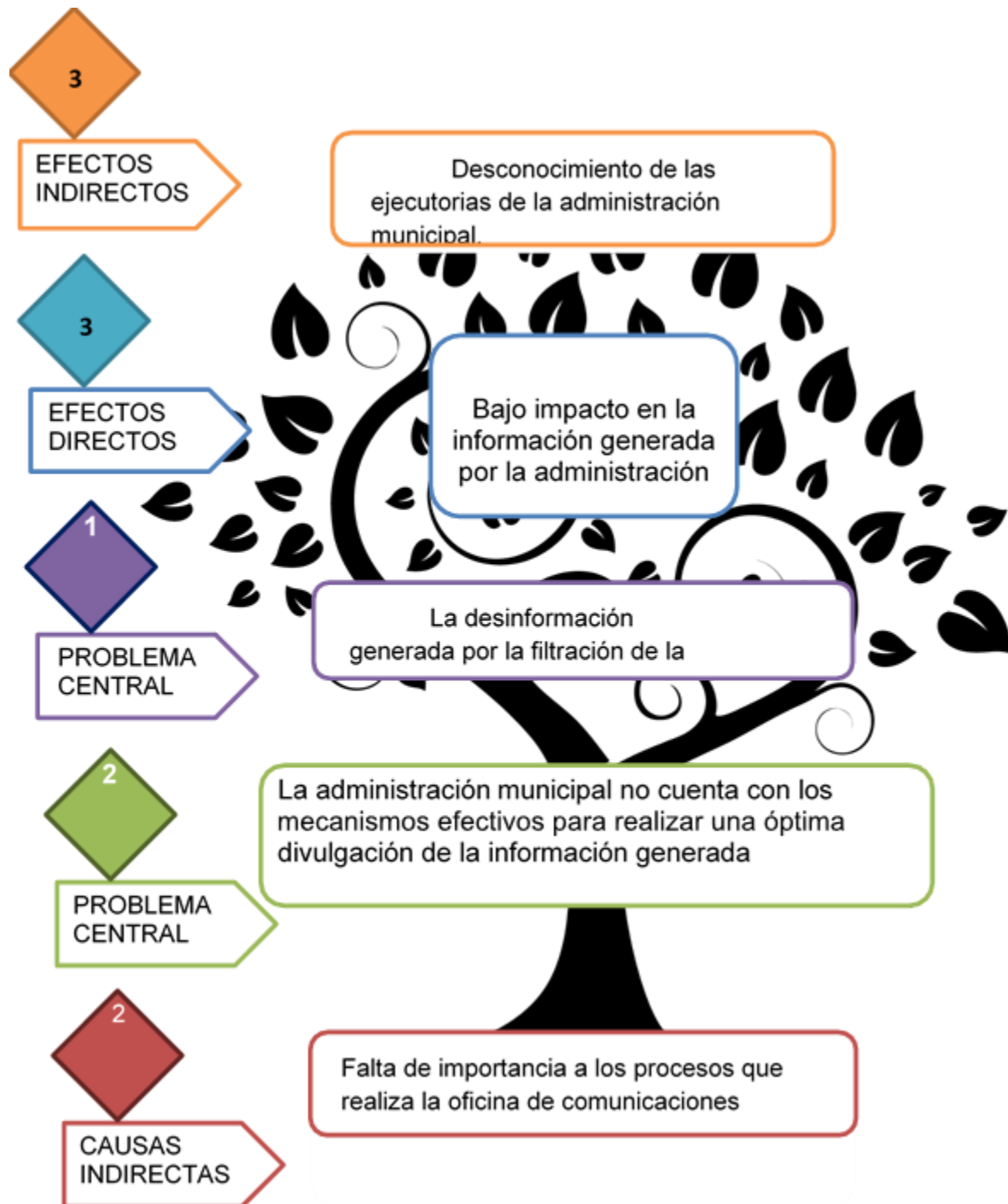
9.5. Estructura del Plan de Comunicaciones Alcaldía Neiva

Teniendo en cuenta que la comunicación es un factor importante para la difusión de los proyectos, programas, campañas, actividades entre otros de la Administración Municipal requiere contar con una estrategia comunicacional organizacional que permita una relación directa y de interacción con las comunidades y el cliente interno de la Administración Municipal.

Teniendo como base que Neiva es una de las ciudades capitales más importantes del Surcolombiano se hace necesaria la formulación de una metodología que contribuya a una eficaz y eficiente entrega de información por los diferentes canales tradicionales (medio escrito, televisión, radio) y la utilización de los medios digitales (Facebook, Instagram, twiter, Tiktok) mensajería masiva de texto, whatsapp y portal web, a través de contenidos gráficos, escritos, auditivos, audiovisuales y multimedia.

Con base en lo anterior, este documento ofrece cuándo y cómo se van a poner en marcha acciones con los clientes internos y externos con el propósito de entregar información veráz, precisa y concisa.

Gráfica 3

Diagnóstico de Comunicaciones

9.6. Funciones de la Oficina de Comunicaciones

- Dirigir ya hacer seguimiento a los procesos de comunicación internos y externos, y de relacionamiento estratégico para la divulgación de la información a nivel local, regional y nacional.
- Dirigir bajo los criterios y lineamientos del Alcalde, las relaciones de la entidad con los medios de comunicación.
- Formular, implementar la ejecución de los planes, programas, proyectos y las estrategias de comunicación del Municipio
- Dirigir y acompañar a la Administración Central Municipal en la correcta información en sus respectivas comunicaciones con medios informativos masivos.
- Acompañar a la Administración Central en el diseño de procesos editoriales y gráficas del Municipio.
- Definir el protocolo para la logística de los eventos y actividades institucionales.
- Diseñar y ejecutar el plan de comunicaciones interna, externa e informativa del municipio.
- Diseñar y administrar los contenidos de la página web, así como administrar las redes sociales y demás canales de comunicación con que cuente la entidad, según la Política de Gobierno Digital.
- Gestionar recursos y sinergias institucionales e interinstitucionales para garantizar la ejecución del Plan de Medios y de acciones comunicativas.
- Monitorear y hacer seguimientos y evaluación a las acciones comunicativas emprendidas desde las dependencias del Municipio.

- Las demás que le asigne la Ley o que corresponda a la naturaleza de la dependencia.

9.6.1. Objetivo general.

- Mantener un relacionamiento con las comunidades y ser garantes de sus necesidades comunicacionales, a través mecanismos de participación ciudadana mediante los medios de comunicación virtuales y tradicionales.

9.6.2. Objetivos institucionales.

- **Transparencia de gobierno**, que garantice la apertura de canales comunicativos con la ciudadanía para que conozcan los planes y proyectos que la Administración realiza.
- **Desarrollo colectivo**, para que la comunidad sea protagonista en las políticas, programas, proyectos o actividades que demande su concurso; queremos una comunidad participativa, activa de su propio crecimiento y desarrollo del municipio.

Participación formativa. que permita a la comunidad en los procesos de participación desarrollar sus capacidades de comprensión de la realidad de manera objetiva para mejorar la toma de decisiones y el control social en la rendición de cuentas

Gráfica 4

Objetivo



9.4. Presentación del Mensaje

La finalidad del mensaje será transmitir información periodística de la Administración Municipal, sobre los diferentes planes, programas y proyectos que se ejecutan desde las diferentes secretarías, direcciones, oficinas y entidades descentralizadas, a fin de dar cumplimiento al Plan de Desarrollo “Mandato Ciudadano, Territorio de Vida y Paz”, afianzando la imagen institucional entre los clientes internos y externos.

Como es un público diverso debemos tener en cuenta que sea: claro, conciso y directo, con un lenguaje adecuado al público objetivo, teniendo mucho cuidado que el canal de transmisión sea el adecuado a fin de satisfacer las necesidades e intereses de los neivanos.

9.5. Componentes de Comunicación Pública se Fundamenta en Tres

Elementos.

- Comunicación Interna
- Comunicación Externa
- Imagen corporativa

9.6. Comunicación Interna

Estará orientada a la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión del Alcalde y de cada uno de los secretarios de despacho, gerentes de entidades descentralizadas y directores.

Informar a los servidores públicos por medio de un boletín mensual las acciones y recomendaciones a los funcionarios y personal de la administración en torno a una imagen

de identidad corporativa que los convierta en ejecutores de lo público, todos con un mismo norte, este será enviado a través de los correos institucionales de los clientes internos (funcionarios, provisionales, libre nombramiento y remoción, trabajadores oficiales, contratistas).

Uso de los murales internos de cada piso con información de eventos, encuentros, actividades importantes a realizarse, agendas periódico institucional y recortes noticiosos.

9.7. Comunicación Externa

Divulgar la información de la entidad pública sobre su gestión y resultados en forma amplia hacia los diferentes grupos de interés (Ciudadanía, medios de comunicación, locales, regionales y/o nacional, y medios digitales, Ministerios, Contraloría General de la Nación, Procuraduría, etc.)

La comunicación externa debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza.

9.8. Herramientas y Canales

Estas son utilizadas por la Administración para garantizar la divulgación, circulación amplia, oportuna, veraz y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

La administración municipal pretende realizar actividades tendientes a mejorar los procesos de comunicación con cubrimientos periodísticos de las actividades, acciones, programas y proyectos emprendidos por el Alcalde, directores, secretarios de despacho, jefes de oficina y líderes de programas.

- Boletines escritos, audiovisuales y gráficos de forma diaria, que conserven la línea

discursiva de la Administración Municipal, pero que además garanticen la calidad de los contenidos.

- Redacción y revisión de discursos y demás escritos solicitados por el despacho del señor Alcalde de Neiva.
- Entregar información oportuna y atención a los medios de comunicación, locales y regionales.
- Elaboración del Periódico Semanal Institucional, que contará con notas informativas de los principales hechos, acontecimientos, gestiones, eventos y realizaciones de la Administración Municipal. Este producto deberá ser revisado y corregido para garantizar la calidad de sus contenidos y será difundido por listas y grupos de WhatsApp, redes sociales, portal de noticias de la Alcaldía de Neiva y correos electrónicos.
- Para alimentar los contenidos para las redes sociales que nos permita una comunicación directa con la ciudadanía y los medios de comunicación, realizaremos diseños gráficos, post, gifw, banner y demás contenidos multimedia.

Tabla 7

Proceso de Gestión

Proceso: <u>gestión de despachos</u>	PLA-GDC-01
Subproceso: gestión de comunicaciones	Versión: 01
Procedimiento: plan de comunicaciones	Vigente desde: Marzo 05 de 2021
	Página 9 de 10

- Igualmente se requiere de la diagramación de elementos impresos, como informes de gestión, volantes, pendones, afiches y demás que sean requeridos para dar a conocer la actuación de la Administración Municipal.
- Para alimentar las redes sociales y enviar a los medios de comunicación, se producirán audios y videos, los cuales deberán ser editados previamente y revisados, para garantizar su calidad.
- Realización de transmisiones en directo por Facebook Live y demás redes sociales, de las acciones, campañas y ejecuciones que realice el Alcalde, así como directores, secretarios de despacho, gerentes de entidades descentralizadas, jefes de oficina y líderes de programas, así mismo las alocuciones presididas por el Alcalde de Neiva.
- Coordinar, articular esfuerzos, realizar los contenidos y difundir las rendiciones de cuenta e informes de gestión de la Administración Municipal, a través de los distintos canales que este plan de comunicaciones contempla.
- Coordinaremos la realización de eventos, programados por el despacho del señor Alcalde, garantizando el adecuado manejo de la imagen corporativa, el protocolo respectivo, la presentación y los lineamientos estratégicos para generar el éxito de ellos.
- Plan de Medios: Seleccionar medios de comunicación locales, regionales y nacionales (Radio, prensa, televisión, redes sociales) para difundir los temas relacionados con la Administración Municipal.

Figura 3

Imagen Corporativa

De acuerdo a lo descrito en el manual de imagen corporativo, en coordinación de diseño gráfico de la oficina comunicaciones. La imagen y el diseño (comunicación visual, logos), deben concentrarse en la forma que queremos representar o codificar el mensaje para que la ciudadanía se fije más en él y lo diferencie de otras informaciones. La estrategia de medios y la creativa deben integrarse.

Tiempo de ejecución. El tiempo de ejecución del plan de comunicaciones es de 365 días del año por el tiempo de ejecución del Plan de Desarrollo.

Recursos humano. Se requiere de personal técnico, tecnológico y profesional idóneo en áreas de comunicación social, diseño gráfico, fotografía, corrector de estilo, productores multimedia, un editor de video, abogado, community manager, auxiliar administrativo, ingeniero de sistemas.

Financiero. Se establece teniendo en cuenta la contratación de personal, Plan de Medios, eventos protocolarios, por lo tanto se establece un presupuesto anual de seiscientos millones de pesos (\$600.000.000)

Primordial. El lema de la Administración es de uso obligatorio para todos. (Primero Neiva). Esto debe hacer parte de todas las notas periodísticas, pero además de todos los discursos e intervenciones, tanto del Alcalde como de los secretarios, directores y jefes de oficina de los avisos, los videos.

Tomado el material de la oficina de comunicación

Alcaldía de Neiva.

10. Resultados y Análisis

Los resultados a continuación resumen de manera descriptiva el planteamiento del problema ¿Son deficientes los canales de divulgación de la información en le Alcaldía de Neiva para sus usuarios, Como modernizar los canales de divulgación para los usuarios de la Alcaldía de Neiva? Después de investigar con funcionarios de la Administración pública y consultar diferentes fuentes de información encontramos que en el aspecto financiero según el proceso de gestión de despacho subproceso: Gestión de comunicaciones en el procedimiento del paln de comunicaciones con vigencia desde marzo 5 de 2021 a marzo de 2022. (365 dias del año tiempo de ejecución del plan de desarrollo) la alcaldía de Neiva establece un presupuesto anual de seiscientos millones de pesos (\$600.000.000) por tema de reducción de gastos por el tema de la pandemia – covid-19 ó más gastos de inversión como se puede observar en los antecedentes de gastos en los años (2020- 2021) en contratación de personal, Plan de Medios, eventos protocolarios. La propuesta de inversión para la modernización del proceso de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva es factible la inversión estaría por un valor aroximadamente de quinientos millones de pesos (\$500.000.000) como se muestra en el cuadro de inversión donde se detalla un ahorro aproximadamente de un 30% en el indicador de margen de utilidad.

- **¿Cuáles son los principales hallazgos del trabajo?**

Lograr con esta propuesta de inversión para la modernización del proceso de divulgación de información de la alcaldía de Neiva, alcanzar el objetivo propuesto en este anteproyecto por que en el aspecto financiero se invierte una cifra muy alta en el tema de comunicaciones tradicional como se puede observar (en la tema de estructura del plan de comunicaciones) (Alcaldia de Neiva, 2021) donde el problema central es que la Administración municipal no

cuenta con mecanismo efectivos para realizar de forma óptima divulgación de la información generada siguiendo con el mismo patrón de: diagramación de elementos impresos, como informes de gestión, volantes, pendones, afiches y demás que sean requeridos para dar a conocer la actuación de la Administración Municipal.

Por esto razones que se menciona es factible la inversión de modernización de la propuesta por \$500.000.000 en la adquisición de 100 pantallas led, para ser instaladas en las principales instituciones públicas y lugares más concurridos de la ciudad, en estas pantallas la alcaldía informará a la comunidad sobre todos los acontecimientos, comunicados, alocuciones del señor alcalde Gorky Muñoz y demás información útil para la comunidad.

- **¿Los hallazgos del trabajo son coherentes con la literatura revisada?**

Si por que esl trabajo se documento con información de datos reales y coherente al tema propuesto y la referencias en los marco teórico, estado de arfte comp el planteamiento del proble y los objetivos propuesto.

- **¿Qué implicaciones tiene la coherencia o falta de ella entre los hallazgos y trabajos previos?**

La implicación es un paradigma que se basa en cambiar un problema que se evidencia dentro de la entidad pública y se sigue en las diferentes administraciiones invirtiendo el presupuestos en divulgar la información con la forma tradicional.

Un ejemplo que puedo citar es que la emergencia que se vive a nivel mundial y la administración invierto un presupuesto muy alto en volantes y vallas para hacer publicidad en que los neivanos nos quedaramos en casa, donde los usuarios no podía ver las vallas y leer un volante.

Con la propuesta la mejor alternativa de una forma es eficiente es cuidar el medio ambiente y reducir el 30% de gastos es la adquisición de pantallas LED, en la ciudad de Neiva las vemos en forma internas en algunas entidades privadas como: los bancos, comfamiliar del huila, entidades de salud, fonde de pensión entre otras.

- **¿Cuál es el principal aporte del trabajo?**

Evidenciar un problema que tiene la Alcaldía de Neiva en materia de inversión en comunicaciones y de modernizar el proceso de divulgación de información hacia los usuarios de Neiva, y presentar esta propuesta con cotización en la adquisición de nuevos equipos tecnológicos como el caso de las pantallas LED, y argumentando el trabajo con datos financieros y análisis de reducción de un 30% de ahorro que se puede destinar en la aplicación de la cobertura de Internet a la población más vulnerable de la ciudad de Neiva y más la inversión que estamos viviendo como es la pandemia del covid-19 que todo es virtualmente y que muchos usuarios no cuentan con internet para estudiar, trabajar, informar. Y lo más importante es cuidar el medio ambiente minimizando la impresión en volantes, afiches, pendones como medio de información.

11. Conclusiones y Logros

De manera de conclusión el proyecto busca que la Alcaldía de Neiva modernice la forma de divulgar la información invirtiendo un presupuesto que está destinado para el área de comunicación logrando reducir gastos para reinvertir en tecnologías o ampliar la cobertura de internet.

Al invertir en el plan de inversión la alcaldía moderniza la información pasando de lo tradicional o a la modernización que beneficios va a tener ahorro de papelería, impresión de afiches, volantes, pendones pasacalles, boletines, periódicos impreso contribuye al cuidado del medio ambiente y disminuye la contaminación visual y dejar protegiendo la ciudad de dejar toda la información en el suelo o en las canasta de basura.

Fortalecer el área de comunicaciones modernizando el proceso de divulgación de información a los usuarios de la ciudad de Neiva, mejoramiento de una comunicación eficaz y eficiente en todas las actividades que realiza la alcaldía de Neiva para que llegue a todos los neivanos y no solo exclusividad de algunos neivanos que cuenta con internet, redes sociales, para estar informado.

A realizar la propuesta para la alcaldía de Neiva se puede determinar la factibilidad de la inversión mostrando información financiera y proponiendo una cotización en la adquisición de pantallas LED

El costo beneficio se aplica en la presentación de este plan de inversión por que al modernizar la divulgación de información se lograr que el Alcalde de Neiva ejecute en los próximos años en la administración pública una reducción del presupuesto en la estructura del plan de comunicaciones.

Contribuya a la disminución de costos de manera eficaz y eficiente por qué la información que se entrega actualmente incrementa el presupuesto en el plan de comunicaciones de la Alcaldía de Neiva, por los diferentes canales tradicionales (medio escrito, televisión, radio) y la utilización de los medios digitales (Facebook, Instagram, twiter, Tiktok) mensajería masiva de texto, WhatsApp y portal web, a través de contenidos gráficos, escritos. Es factible la adquisición de nuevas pantallas LED de alta tecnología.

La oportunidad de presentar una propuesta financiera que innove la ciudad con la adquisición de pantallas LED en la Neiva, mejore los proceso de comunicación para los usuarios de la Alcaldía de Neiva por parte de un proponente del proyecto para incentivar al señor Alcalde que puede hacer un excelente negociación en la reducción de gastos logrando tener más presupuesto para direccionar en otras inversiones.

Con la presentación de la propuesta financiera para la modernización en la divulgación de la información de la Alcaldía de Neiva por parte del proponente se busca gestionar la inversión de pantallas LED reduciendo recursos financieros en la administración pública para garantizar la ejecución del Plan de Medios y de acciones comunicativas con la intervención de tecnología.

El proyecto titulado “ propuesta de inversión para la modernización del proceso de divulgación de información de la alcaldía de Neiva”. Se espera que con las técnicas de investigación el objeto del estudio es la inversión en una información oportuna, dinámica con afluencia de público genarada por las pantallas LED y lograr informar a todos los neivanos y visitante todas las actividades que se realizan en el Municipio de Neiva.

Se evidencia que es factible comunicar a los neivanos y visitante toda la información de interés y publicidad mediante la instalación de pantalla LED propuesta que será presentada al señor Alcalde Gorky Muñoz Calderón que será radicada y socializada para generar interés en la divulgación de información y tener la oportunidad de ahorrar en esta inversión en el presupuesto de publicidad que tiene destinado.

Este apartado debe dar respuesta a tres interrogantes:

- **¿Se alcanzó el objetivo general? (sí, no, parcialmente)**

Si se alcanzo el objetivo general “ Proponer un plan de inversión para la modernización de los procesos de divulgación de información de la Alcaldía de Neiva. “ por qué se realizo un trabajo de investigación del tema , se planteo una cotización de inversión y se proponer una reducción de gastos en las comunicaciones de la Alcaldia de Neiva.

Mostrando datos reales y cifras que demuestra la inversión que se realiza anualmente en el tema y continua invirtiendo en el tema de divulgación la forma tradicional que la gente lo que hace es contaminar con tanto volante, que lo recibe y al momento ya esta en el piso.

- **¿Qué limitaciones tiene el trabajo?**

Por se r una entidad pública es difícil la información financiera para realizar el trabajo, que en la misma página de la alcaldía de Neiva reconoce que falta ser mas eficaz en la información de comunicación al usuarios. Plantea seguir la alcaldía de Neiva estableciendo un presupuesto anual de seiscientos millones de pesos (\$600.000.000) o más en elementos impresos, como informes de gestión, volantes, pendones, afiches entre otros medios de publicidad.

- **Con base en el nivel del alcance de los objetivos, de las limitaciones y los principales hallazgos, ¿qué futuras investigaciones podrían realizarse?**

Modernizar las diferentes dependencias con tecnologías, implementar pantallas LED, mientras los usuarios están solicitando un servicio, pasar de tanta impresión en papel por publicidad en internet con contenido relevantes en informe y gestión que realice el Alcalde, el gabinete y los concejales de la ciudad de Neiva.

12. Referencias

- Alcaldía de Neiva. (2021). Estructura del plan de comunicaciones 2021: Diagnóstico de comunicaciones [PDF].
<https://www.alcaldianeiva.gov.co/NuestraAlcaldia/Dependencias/Documentos%20Comunicaciones/ES%20PLA-GDC-01%20PLAN%20DE%20COMUNICACIONES.pdf>
- Bartolacci, M.L. (2015). *Nuevas pantallas táctiles interactivas como recurso turístico comunicacional* [Trabajo de pregrado, Universidad Blas Pascal, Cordoba, Argentina].
<https://bib.ubp.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=36696>
- Escobar, E. I. (2015). *Análisis de saturación de imágenes y texto en anuncio publicitario comerciales* [Trabajo de maestría, Universidad Politécnica Salesiana, valle de Cumbayá, Quito, Ecuador]. Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana.
<http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15469>
- Godoy, J., y Yepes, M. (2016). *Diseño de un plan para el fortalecimiento y modernización del municipio Fusagasugá* [Trabajo de especialización, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Giradot, Cundinamarca., Colombia].
<https://1library.co/document/y961kery-diseno-mejora-fortalecimiento-modernizacion-secretaria-infraestructura-municipio-fusagasuga.html>
- GRUGETEC - INNCOM. (2010). *Plan estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del departamento del Huila. Sistema departamental de ciencia, tecnología e innovación CODECYT – Huila.*
<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-huila.pdf>

Kadushin, Ch.(2013). *Comprender las redes sociales, teorías, conceptos y hallazgos*. Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=730556>

Real Academia Española. (s.f.). Alcaldía. En *RAE dictionary*. Recupetado abril 18, 2021.

<https://dle.rae.es/alcald%C3%ADa?m=form>

Benbunan, y Astorga (1993). la información es imprescindible a la hora de definir

metas para la gestión pública, de tal manera que se requiere disponer de información.

https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=BENBUNAN+Y+ASTORGA&btnG=

Salcedo Atencia Pablo Eduardo,(2020). la información básica del modelo integrado de

planeación y gestión por medio de una inducción a cargo del jefe de control interno de la contraloría municipal, donde explicaba detalladamente cada modelo, las funciones,

objetivos y las expectativas que podrían generar cambios para el siguiente año por medio de su aplicación en la entidad. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/32873>

JV Alzate, (2020) En la Actualidad las empresas están comenzando a reconocer la importancia que la tecnología tiene para realizar sus procesos misionales, lo que la ha llevado a dejar de ser un factor de apoyo para convertirse en una parte fundamental que soporte todas las áreas dela organización. El INCIVA como ente descentralizado de la Gobernación del Valle, está en la obligación de cumplir la política de gobierno digital impuesta en el decreto No 1008 de 2018.

https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Plan+Estrat%C3%A9gigo+de+Tecnolog%C3%ADas+de+la+informaci%C3%B3n+%28PETI%29&btnG=

A Navarro, FJ Alcaraz, D Ortiz, (2010) Las prácticas de divulgación de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) son cada vez más utilizadas por las grandes compañías como instrumentos para eliminar las asimetrías de información entre los stakeholders. En el caso de las administraciones públicas, aunque las exigencias de los ciudadanos son cada

vez mayores en materia de transparencia y de rendición de cuentas, la difusión de información

RSC es un tema todavía poco estudiado. [https://doi.org/10.1016/S1138-4891\(10\)70019-4](https://doi.org/10.1016/S1138-4891(10)70019-4)

SC Reichardt, (1986) Es considerable el desacuerdo existente en la adecuación de los diversos métodos para realizar la investigación evaluativa. Uno de los debates actuales, de intensidad creciente, se centra en la diferencia que existe entre los métodos cualitativos y cuantitativos.

https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=metodo+cualitativo&btnG

≡

Bonilla Castro, Elssy y Rodriguez Seth Penelope (2000) La categorización ha representado para muchos un espacio difícil de abordar, sin embargo, si no se empieza por hacer una aproximación de sus componentes, características, criterios y proceso es muy complejo llegar a aplicarla en la investigación es así como debe existir una relación entre la teoría y la práctica.

http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familia_r/Investigacion%20I/Material/37_Romero_Categorizaci%C3%B3n_Inv_cualitativa.pdf

Javier Antonio Ballesteros Ricaurte, Leonardo Bernal Zamora, (2017) Metodología para la construcción de Objetos Virtuales de Aprendizaje OVA's, apoyados en innovaciones tecnológicas como las herramientas de Realidad Aumentada (AR), para su reutilización en la plataforma virtual de la Universidad de Boyacá.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5877973>

A Pelaez, J Rodriguez, S Ramirez, L Perez (2013) El tema de la entrevista ocupa un lugar muy destacado dentro de las técnicas aplicadas de recogida de datos ya que es una de las más

utilizadas en las investigaciones, después de la técnica de la encuesta, técnica cuantitativa, la entrevista se diferencia de la encuesta en que es una técnica Cualitativa.

https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=la+entrevista&btnG=&oq=la+entre

13. Anexos

Anexo 1.

Preguntas para la elaborar los instrumentos de recolección de información

PROPUESTA DE INVERSION PARA LA MODERNIZACION DEL PROCESO DE
DIVULGACIÓN DE INFORMACION DE LA ALCALDIA DE NEIVA.

ENTREVISTA PARA APLICAR AL ALCALDE DE NEIVA

Nombre completo: _____ Fechas: _____

Buen día señor Alcalde de Neiva, mucho gusto mi nombre es Andres Parra Molina, estudiante del SENA , estoy realizando un aanteproyecto que consiste en modernizar el proceso de divulgación de información por lo tanto me permitte realizarle la siguiente entrevista.

Gracias por su amable atención.

1. ¿ Considera usted la posibilidad de invertir par la modernización del proceso de divulgación de información de la Alcadia de Neiva (instalación de pantalla LED)

A. ____ SI

B. ____ NO

2. ¿Cuál es el sitio o los sitios más estratégicos para la instalación de modernas pantallas publicitaria LED

?: _____

3. ¿según su razonamiento, en la ciudad de Neiva – Huila en donde es otro sitio estratégico para la instalación de pantalla(s) publicitarias LED?

: _____

—

4. ¿Cuáles son las horas del día que usted señor Alcalde de Neiva considera prioridad a la información , actividades y publicidad para la entidad del estado?

- A. ____ Por la mañana
- B. ____ Por la tarde
- C. ____ por la mañana y la noche
- D. ____ por la tarde y la noche

5.¿Cuenta con presupuesto para instalar la pantalla LED en la fachada al exterior de la Alcaldía de Neiva?

: _____

6.¿ La va dejar fija o la va usar para eventos?: _____

1. ¿ Qué tipo de pantalla requiere ?

- A. ____ de una de 8x4 con todos los accesorios?

B. ____ Pantallas Led Gigantes P5 de medidas de 4mts

C. ____ por 3mts

D. ____ por 2mts

8. Cúal es su presupuesto de Pitch 4 o 5 de 5 metros por 3 Metros - Exterior NUEVA , con

IVA incluido y Procesador

: _____

9 . Invertiria más de \$ 40.000.000 por una pantalla de 3x2 mts : _____

10. ¿Qué pantallas LED lograría invertir ?:_

A__ Para 4 módulos listo para funcionar.

B__ Pantallas Led Gigantes P5 de medidas de 4mts por 3mts que precio

C__ Pantalla Led de 3mts por 2

11. Donde se instalará las pantallas LED en la Alcaldia de Neiva

A__ Interna

B__ Instalar a la intemperie

C__ otro lugar . ¿Cuál ? : _____

Anexo 2.

Preguntas para la elaborar los instrumentos de recolección de información para elaborar encuesta y entrevista.

objetivo: Conocer el procedimiento que debe seguir un proponente para que se le otorguen el contrato para la inversión e instalación de pantalla LED en la Alcaldía de Neiva.

1. ¿Cuál es el procedimientos que debe seguir el proponente para que se le otorguen el contrato para la inversión e instalación de pantalla LED en la Alcaldía de Neiva.?

: _____

Preguntas para hacer instrumentos de recolección de información para elaborar encuesta y entrevistas.

1. ¿Qué medio publicitario capta más la atención ?

A__ Pantalla LED

B__ Vallas Publicitarias

C__ Volantes

D__ Otras . Cuál

?: _____

2. Le gustaría que la Alcaldía de Neiva invierta en la modernización de información en la instalación de pantalla LED

A__ SI

B__ NO

3. ¿Qué tipo de programación le gustaría ver en las pantallas LED de la ciudad de Neiva?: _____

—

4. En qué sitio le gustaría que estuviera ubicada la pantalla LED: _____
