

Introducción

El Poder Popular en Cuba es el sistema de órganos organizado en correspondencia con lo dispuesto en los capítulos X y XII de la Constitución de la República, que tiene como fin, instituirse en medio de acción del proyecto sociopolítico cubano para la construcción de una sociedad socialista, como expresión de verdadera democracia y en correspondencia con los fundamentos teóricos y jurídicos enunciados en el propio texto constitucional.

En Cuba, debido a que se realizan profundos cambios sociales, económicos y sociales, se ido creando las condiciones para el desarrollo de nuevas concepciones referentes al proceso de Comunicación Social de los órganos locales del poder popular.

La Conferencia Nacional del Partido, por mandato de su 6to. Congreso, tiene la responsabilidad de evaluar con objetividad y sentido crítico el trabajo de la organización, así como determinar con voluntad renovadora las transformaciones necesarias para situarlo a

la altura de las circunstancias actuales. En el Informe al 6to. Congreso se expresa: "(...) debemos meditar en los efectos contraproducentes de viejos hábitos que nada tienen que ver con el papel de vanguardia de la organización en la sociedad, entre ellos la su-perficialidad y formalismo con que se desarrolla el trabajo político-ideológico, (...)

En concordancia con la institucionalidad existente, en Cuba todos los órganos del Estado se integran y desarrollan su actividad sobre la base de los principios fundamentales de la democracia socialista que se expresan en las reglas descritas a partir del artículo 68 de la Constitución de la República:

1. Todos los órganos representativos de poder del Estado son electivos y renovables;
2. Las masas populares controlan la actividad de los órganos estatales, de los diputados, de los delegados y de los funcionarios;
3. Los elegidos tienen el deber de rendir cuenta de su actuación y pueden ser revocados de sus cargos en cualquier momento;
4. Cada órgano estatal desarrolla ampliamente, dentro del marco de su competencia, la iniciativa encaminada al aprovechamiento de los recursos y posibilidades locales y a la incorporación de las organizaciones de masas y sociales a su actividad;
5. Las disposiciones de los órganos estatales superiores son obligatorias para los inferiores;
6. Los órganos estatales inferiores responden ante los superiores y les rinden cuenta de su gestión;
7. La libertad de discusión, el ejercicio de la crítica y autocrítica y la subordinación de la minoría a la mayoría rigen en todos los órganos estatales colegiados.

Para el ejercicio de sus funciones, las Asambleas del Poder Popular en los diferentes niveles se apoyan, entre otros, en las Comisiones de Trabajo, quienes, según el artículo 110 del texto legal invocado, son constituidas por las Asambleas respectivas atendiendo a los intereses específicos de su localidad, para que las auxilien en la realización de sus actividades y especialmente para ejercer el control y la fiscalización de las entidades de subordinación local y de las demás correspondientes a otros niveles de subordinación, que se encuentren radicadas

en su demarcación territorial.

El trabajo en comisiones posibilita la vinculación permanente de los delegados y de un número cada vez mayor de personas del pueblo con las labores del poder estatal. El buen funcionamiento y divulgación del trabajo de las Comisiones Permanentes (CPT) es imprescindible para que los órganos del Poder Popular cumplan sus obligaciones de contribuir al desarrollo de la economía, la calidad de los servicios, la utilización y ahorro óptimo de los recursos, al combate exitoso contra las indisciplinas, ilegalidades, el delito, la corrupción y a la preparación para la defensa.

La Asamblea Nacional del Poder Popular aprobó dentro de su proyección estratégica para la VIII legislatura(2013), como objetivo número 7: Desarrollar una estrategia de Comunicación Institucional, que propicie el conocimiento por los ciudadanos del sistema político para garantizar el ejercicio de sus deberes, funciones y atribuciones.

Los fundamentos anteriores hacen reflexionar al Poder Popular en el municipio de Lajas al originar cambios circunstanciales en los Consejos Populares por constituir una necesidad para el desarrollo del trabajo de la organización. Este es un tema que a pesar de ser discutido y constituir un reclamo sistemático de los medios aun presenta dificultades, aunque podemos afirmar que ha tenido una tendencia a la mejoría a partir de la atención sistemática y el intercambio que se ha tenido por parte del gobierno con las diferentes instancias del territorio.

- La realización del Congreso de la UPEC, fue un marco importante para el análisis y proyección de acciones en este sentido.
- Las reuniones conjuntas del PCC y el gobierno con los medios para el análisis del cumplimiento de la política comunicacional, ha contribuido a la identificación de los problemas y la proyección para dar solución a los mismos.
- En el mes de enero del año 2014 en reunión convocada por el partido para el análisis del cumplimiento de la política comunicacional donde participaron los directores, los comunicadores de las entidades y los secretarios de los núcleos se identificó por el Poder Popular que, aunque se trabaja en un conjunto de acciones que contribuyen al cumplimiento de la eficacia informativa, estas eran aisladas y poco coherentes.
- A partir de la superación concebida mediante el diplomado de Administración Pública en la Escuela Nacional y Provincial del PCC.

A pesar de los esfuerzo realizado por la Asamblea Municipal del Poder Popular en el municipio de Lajas referente a los temas comunicacionales y relacionado con la información que las fuentes están obligadas a emitir para la concreción de sus trabajos, han posibilitado la comprensión de la política comunicacional y la identificación de los problemas así como la proyección de acciones para dar solución a los mismos.

A partir de esta situación presentada en la provincia, municipio y las orientaciones de la alta dirección del Partido, la Asamblea municipal del Poder Popular en Lajas y su Consejo de la Administración, desarrolló un sistema de acciones recogidas en una estrategia comunicacional para crear procedimientos de trabajo, utilizando métodos y estilos propios de forma sistémica donde sean actores principales la población lajera, los organismos de Subordinación Local, los organismos municipales, la Asamblea Municipal del Poder Popular y el Consejo de la

Administración.

Desarrollo

A partir de un estudio sociopolítico, se indicó por parte de la Asamblea Provincial a las asambleas municipales desarrollar el diseño de una estrategia de Comunicación, con objetivos bien definidos y encaminados al cumplimiento de las acciones que coherentemente tributen a la eficacia informativa del Poder Popular, donde los medios constituyen un elemento fundamental.

FUNDAMENTACIÓN, PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

Los órganos locales del poder popular tienen condiciones para ser agente de su propio aprendizaje, para desempeñar un papel protagónico en la maravillosa aventura del conocimiento, dirección y la autoformación, por tanto, la orientación que realicen los cuadros y funcionarios, propiciará un tipo de preparación que no tiene que decirlo 'todo', sino trazarle pautas que estén acorde con las condiciones actuales para el desarrollo de nuevas concepciones referentes al proceso de Comunicación Social de los órganos locales del poder popular que estimule el ejercicio del pensar, promover, reflexionar y actuar.

Toda propuesta de estrategia debe sustentarse en lo expuesto anteriormente. Numerosos son los criterios y trabajos que abordan el tema. Por lo que se hace necesario hacer más efectivo y práctico el proceso de comunicación social, dirigir este proceso adecuadamente. En esta estrategia se ofrecen acciones sobre el tratamiento del mismo desde las concepciones política - ideológica para lograr transformar los modos de actuación del órgano estatal y que este responda ante los superiores y les rinden cuenta de su gestión de forma eficiente.

El hecho de realizar esta estrategia es de gran **importancia** pues resulta muy recurrente analizar el proceso de comunicación cuyo objeto social se traduce en la satisfacción de las necesidades de información, divulgación y retroalimentación del trabajo del Poder Popular en Lajas y todos los organismos. Además los resultados del proceso de diagnóstico exigen a la organización replantearse sus estrategias de forma que incluyan la gestión de la comunicación con metas propias, integrando, coordinando y optimizando todos los mensajes que se generan desde las diversas áreas hacia los públicos con los que se relacionan para el desarrollo y cumplimiento de las metas, materializando estrictamente las orientaciones del Buró Político del Comité Central del Partido (**RSB 232 de febrero del 2007**) acerca de la necesidad de contribuir a consolidar la eficacia del trabajo de los medios de difusión masiva, y las directivas del Gobierno (Carta del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, del 15 de febrero del 2007, dirigida a los jefes de los Organismos de la Administración Central del Estado y otras entidades

nacionales, a los presidentes de los Consejos de la Administración Provinciales y del Municipio Especial Isla de la Juventud) en torno al establecimiento de una Política Comunicacional en los Organismos de la Administración Central del Estado, lo que en la actualidad mantiene su vigencia y está en sintonía con los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados en el VI Congreso del Partido, efectuado en abril del 2011. Así como los Objetivos 69, 70, 71 aprobados en la Primera Conferencia Nacional del Partido.

La palabra “estrategia” proviene del vocablo griego “estratego” que significa general. Sus orígenes se revelan en el campo militar, transfiriéndose con gran acierto en la esfera económica y, a su vez, ha encontrado propiedad en las diferentes esferas de la sociedad. Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura tratando de conceptualizar el término de referencia y su diversidad se expresa en correspondencia con la esfera en que se emplee.

En los documentos de la Maestría en Ciencias de la Educación se expresa que: *“estrategia es un plan diseñado deliberadamente con el objetivo de alcanzar una meta determinada a través de un conjunto de acciones que se ejecutan de manera controlada”*. **(2005: Cassette No. 8)**.

En tanto el Dr. José A. Marimón Carrazana y la Dra. Esperanza L. Guelmes Valdés definen por estrategia *“cierto ordenamiento de las acciones en el curso de la solución de un problema en el cual cada paso es necesario para el siguiente”*. **(Marimón, 2006: 33)**

De acuerdo con los planteamientos consultados, estos autores consideran, no obstante, que en cualquier caso estrategia es *una acción humana orientada a una meta intencional, es la capacidad mental para visualizar en la práctica las múltiples variantes que van a permitir la modificación, transformación, consolidación y desarrollo de los procesos sobre los cuales ejerce su influencia, no es algo rígido, es susceptible de ser modificado, precisada delimitadamente a partir de los propios cambios que se vayan operando en el objeto de transformación*.

Goce y Rodríguez (1994) definen las estrategias como: *“... un procedimiento que organiza secuencialmente la acción y el orden para conseguir las metas previstas”* **(Goce, N. y Rodríguez J., 1994:16)**.

Otro grupo de autores entre los que se desatacan: Addine Fernández (1999) plantea que las estrategias son: *“(…) secuencias integradas, más o menos extensas y complejas, de acciones y procedimientos seleccionados y organizados, que atendiendo a todos los componentes del proceso, persiguen alcanzar los fines educativos propuestos”* **(Addine Fernández, F. y Cols, 1999:25)**.

Casávola expresa que: *“Entendemos por estrategia cierto ordenamiento de las acciones en el curso de la resolución de un problema en el cual cada paso es necesario para el siguiente. Estas secuencias de acciones están fuertemente orientadas hacia el fin a alcanzar.”* **(Casávola, 1999:27)**.

En las definiciones anteriores se coincide a reconocer que en las estrategias se diseñan acciones organizadas secuencialmente para alcanzar una meta o fin determinado plazo con

recursos mínimos y los métodos que aseguren el cumplimiento de dichas metas.

Por tanto la estrategia debe tener un enfoque sistémico, una estructura a partir de fases o etapas, relacionadas con las acciones de orientación, ejecución y control; debe responder a una contradicción entre el estado actual y el desarrollo del objeto; ubicado en el espacio y en el tiempo que se resuelve, mediante la utilización programada de determinados recursos y medios; poseer un carácter dialéctico. Cambio cualitativo que se producirá en el objeto (estado real a estado deseado) propiciando la adopción de una tipología específica condicionada por el elemento que se constituye en el objeto de transformación para garantizar su irrepetibilidad.

El principal resultado radica en una Estrategia de comunicación al órgano del Poder Popular de Lajas a punto de partida de la identificación de sus necesidades de comunicación.

La presente estrategia de comunicación concibe las modalidades de talleres, conferencias, cursos y eventos de socialización como elementos unificadores entre los temas tratados,

Objetivo de la estrategia: Contribuir a potenciar el proceso de comunicación social del Poder Popular en el Municipio de Lajas para lograr el funcionamiento y divulgación del trabajo de las Comisiones Permanentes (CPT) y su aporte al desarrollo de la economía, la calidad de los servicios, la utilización y ahorro óptimo de los recursos, al combate exitoso contra las indisciplinas, ilegalidades, el delito, la corrupción y a la preparación para la defensa.

Propuesta de estrategia de Comunicación para el funcionamiento del Poder Popular de Lajas.

¿Qué pretende la estrategia?

El cambio que perseguimos se refiere a la asimilación y aplicación del concepto de comunicación participativa de manera que los actores sociales (públicos internos y externos) se apropien de ella y puedan replantearse nuevas formas de comunicación del trabajo del Poder Popular en la provincia, así como todos los organismos del territorio.

¿A quién puede servir la estrategia?

- Generar y alimentar flujos de información de doble vía que favorezca la participación social y la retroalimentación.
- Contribuir a la toma de decisiones de manera participativa.
- Fortalecer la comunicación de los actores de los procesos.
- Lograr visibilidad, participación y posicionamiento del trabajo del Poder Popular

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

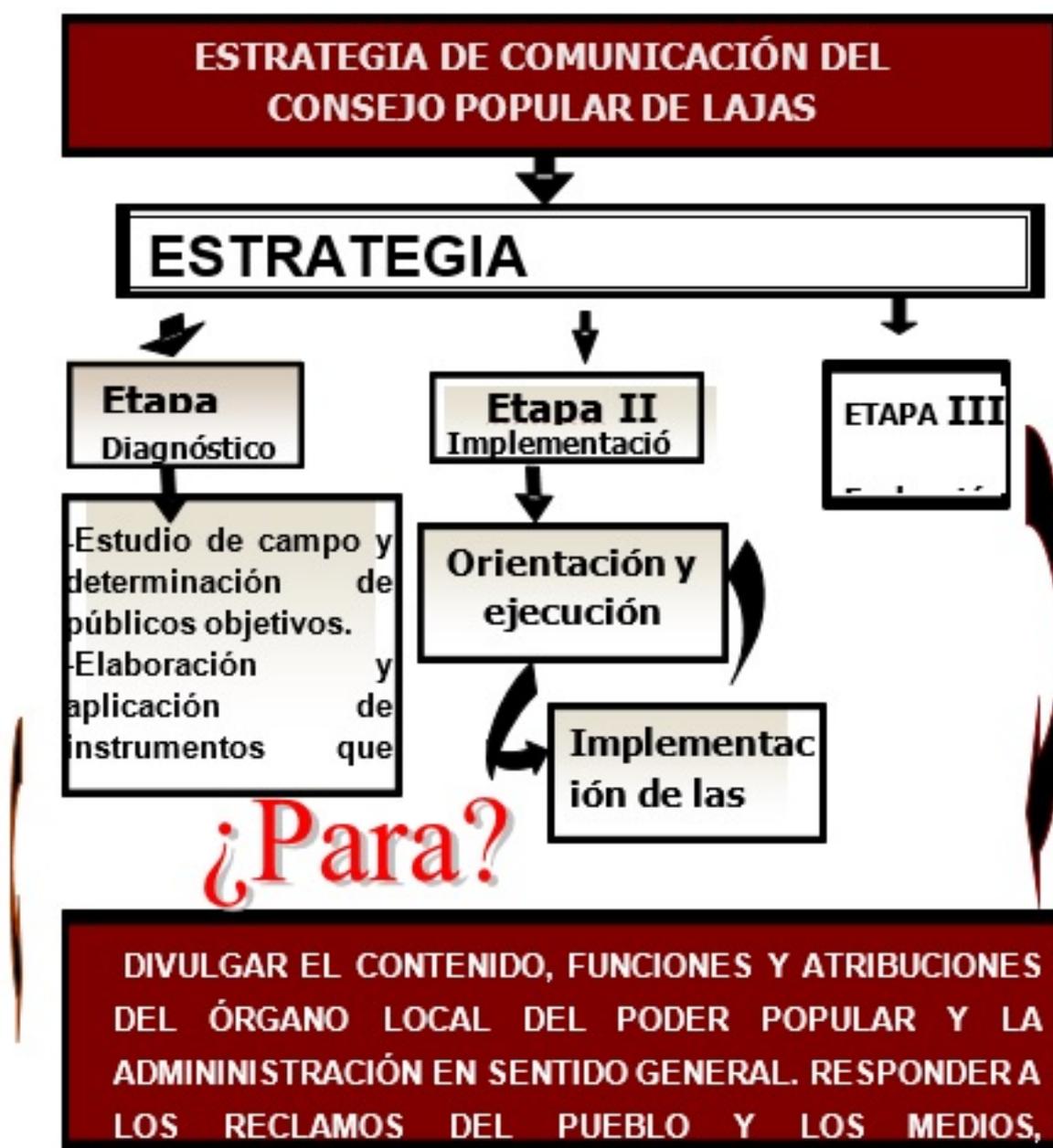
Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

- Lograr que la Administración en sentido general identifique la labor informativa, como un elemento viable para el cumplimiento de su encargo estatal o su objeto social, a partir de reconocer como asunto sustantivo los flujos informativos desde y hacia todos los públicos.
- Favorecer la credibilidad del pueblo en sus representantes y en su asamblea como máximo órgano de gobierno territorial.

Para garantizar una mejor comprensión de los elementos constitutivos de la misma se procede a ilustrar gráficamente esta, como sigue:

ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA



Descripción de las diferentes etapas

Etapa 1: Diagnóstico.

En esta etapa se parte de identificar los signos y señales a partir del diagnóstico mediante la aplicación de instrumentos donde se han de poner de manifiesto los puntos débiles y fuertes así como las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas que puedan presentarse para el funcionamiento del Poder Popular y la correspondencia de estos con la actualización del Modelo Económico Social, al aplicar el diagnóstico de necesidades se deben tener previstas que son necesarias las siguientes interrogantes:

¿Para qué realizar el diagnóstico? (Con qué objetivo)

¿Qué voy a diagnosticar? (Conocimientos, hábitos, habilidades, preferencias, ámbitos sociales)

¿Cuándo realizo el diagnóstico? (métodos e instrumentos que aplicaron)

¿Qué me aportó el diagnóstico? (Debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades,)

Esta etapa es fundamental en la aplicación de la estrategia de comunicación, pues permite definir los problemas y sus causas, así como la realidad que se quiere transformar o modificar. Aquí también se definen las potencialidades con que dispone el territorio. Con todos los elementos que aporta éste, se determinaran las necesidades, perspectivas e intereses de comunicación.

Para ello se comienza el estudio de campo elaborándose los siguientes instrumentos de recogida de información:

Matriz DAFO:

Debilidades

- El Sistema del Poder Popular no cuenta con una estrategia de Comunicación Institucional que establezca la circulación de información de interés.
- Falta de preparación del Poder Popular para interrelacionar con los medios de comunicación y otros públicos.
- El poco aprovechamiento de las vías de comunicación para divulgar el trabajo de la Asamblea del Poder Popular y resto de los organismos enclavados en el territorio.
- Faltan las vías efectivas para la retroalimentación entre el gobierno provincial y municipal y los organismos de subordinación Local y Nacional.
- La carencia de un especialista en comunicación organizacional para servir de mediador entre el Poder Popular y los diferentes públicos.

Fortalezas

- Los Gobiernos están embestidos de la autoridad que le confiere la ley.
- Elevado nivel de instrucción en la composición de las Asambleas

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

- Alta responsabilidad y sentido de pertenencia.
- El Gobierno en el municipio posee méritos políticos, revolucionarios y éticos reconocidos por el pueblo
- Fácil acceso a las direcciones administrativas y facilidad a documentos de personas jurídicas y naturales.

Amenazas

- Limitados recursos técnicos – materiales para el trabajo.
- Perdida de la credibilidad de la población respecto al papel de los Gobiernos municipales.
- Falta de presupuesto para el trabajo de divulgación de la Asamblea
- Mantenimiento y recrudecimiento de la actividad subversiva contra Cuba, con intentos de introducir sutilmente plataformas de pensamiento neoliberal y de restauración del capitalismo neocolonial, enfiladas contra las esencias mismas de la Revolución Socialista a partir de una manipulación premeditada de la historia y de la situación actual de crisis general del sistema capitalista, en menoscabo de los valores, la identidad y la cultura nacionales, favoreciendo el individualismo, el egoísmo y el interés mercantilista por encima de la moral, induciendo la ruptura entre la dirección histórica de la Revolución y las nuevas

generaciones y promoviendo incertidumbre y pesimismo de cara al futuro, todo ello

con el marcado fin de desmantelar desde adentro el socialismo en Cuba.

- Nula estrategia comunicativa y participativa en la comunidad y los barrios, espacio donde se produce una especie de liberación institucional profesional, se desatan las ataduras del colectivo laboral, desaparecen las jerarquías y la gente se iguala en el trato. Las relaciones comúnmente se proyectan hacia los problemas sociales, y muchas veces esta comunicación acentúa los rasgos críticos y pesimistas.
- Poca participación de las personas en las reuniones de rendición de cuentas de delegado a sus electores, en los trabajos voluntarios, actividades deportivas, recreativas, reuniones de las organizaciones de masas y poca disposición de las personas en asumir responsabilidades en cargos públicos y realizar guardias cederistas.

Oportunidades

- Disponer de espacios en todos los medios de comunicación y el personal profesional para divulgar mejor el trabajo de La Asamblea y los organismos del territorio.
- Desarrollar el trabajo en el sistema político – social cubano.
- La prioridad que la dirección del Partido y el Estado cubano confieren a la

implementación de estrategias comunicativas como plataformas ideológicas y

movilizativas frente a la subversión.

- ? Existencia de una red de centros docentes y de investigación con un capital

humano formado por la Revolución, así como la formación de comunicadores

sociales en la Universidad de Cienfuegos.

II. Etapa de orientación y ejecución, implementación de las acciones de comunicación.

En esta etapa luego de haber aplicado el diagnóstico, deben quedar definidas las acciones de comunicación que den solución a las generalidades detectadas haciendo una valoración de las diferentes formas de organización que se requiere. Un lugar importante en el éxito de este trabajo depende en gran medida, de la precisión para determinar los recursos humanos y materiales con que se cuenta, las posibles vías de solución, las personas responsables, cómo organizar, implementar y diseñar áreas de trabajo, las acciones de superación y unificar criterios.

La definición de acciones permite concretar y llevar a cabo los objetivos propuestos, el tiempo que se le dedicará y los resultados esperados. La estrategia que se propone se desarrollará por un equipo de trabajo compuesto por comunicador, funcionarios de los órganos del Poder Popular, así como la colaboración de psicólogo, sociólogo y diseñador para potenciarse las temáticas relacionadas al bien público, el impacto económico – político – cultural – social de la obra de la revolución, así como el reconocimiento de la gestión de gobierno local, los Consejos Populares y los Delegados de Circunscripción como partes del Sistema Político Cubano y como estructuras del Estado directas en la solución de los planteamientos y problemáticas de la población cienfueguera.

Este equipo de funcionarios serán los encargados de:

Aplicar el diagnóstico

Implementar las acciones que conforman esta estrategia de comunicación atendiendo a:

- A los públicos internos y externos.
- Precisión de los objetivos, métodos y procedimientos
- El balance teórico-práctico de los temas tratados.
- Valor informativo y formativo de los temas seleccionados.

Es importante que entre esta etapa y la próxima exista una debida retroalimentación para poder rectificar cualquier error o dificultad que pueda surgir.

Esta etapa tiene como objetivo, materializar todas las acciones diseñadas. Aquí se aplican alternativas, según las condiciones reales. Es de gran valor, la motivación que se logre despertar en cuadros, funcionarios y pobladores, en función de los objetivos y demostrar su importancia para la práctica social.

III. Etapa de Evaluación y control.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

Estará presente no solo al final de esta etapa, sino durante todo el proceso de aplicación de instrumentos e implementación de las acciones de comunicación y los diferentes temas lo que favorecerá retroalimentar el proceso. Sí importante es el diseño de la estrategia de comunicación, sobre la base de un diagnóstico inicial para la determinación de las necesidades reales y su posterior ejecución; también resulta importante un instrumento final para evaluar los resultados.

De igual manera permite valorar o interpretar la información acerca de los resultados obtenidos, lo que propiciará modos de actuación favorable con la comunicación en cuanto a la gestión.

El cumplimiento de la presente estrategia no posee un carácter obligatorio y estático, es susceptible de cambios, pero se hace necesario considerarla en dependencia de las condiciones concretas del municipio, la experiencia de los ejecutores que lleven a cabo las diferentes acciones.

Propósito de la Estrategia

Divulgar el contenido, funciones y atribuciones del Órgano Local del Poder Popular y la administración en sentido general. Responder a los reclamos del pueblo y los medios, contribuyendo con ello al incremento de la eficacia informativa de los mismos.

Indicadores para el Éxito

- Comprometimiento de la máxima dirección del gobierno en el municipio
- Gestión eficaz de los Recursos Humanos.
- Tecnologías de la Información de acuerdo a las necesidades comunicacionales.
- Veracidad en el contenido de las informaciones emitidas.
- Coherencia y transparencia en el enfoque de las informaciones transmitidas a los diferentes públicos.
- Disponer de un presupuesto para las acciones de divulgación de las comisiones permanente de trabajo

Actores de la Comunicación Interna y Externa

- Gestores
- Reguladores
- Emisores y Receptores
 - Público Interno

Asamblea municipal, Presidente, Vicepresidente, Secretario, diputados, delegados, presidentes de comisiones Permanentes de Trabajo, y el Consejo de la Administración municipal, Entidades Administrativas y el aparato auxiliar de la Asamblea y OACE

- Público Externo

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

Medios de Comunicación Masiva, Organizaciones Políticas y de Masas, ONG, trabajadores, estudiantes, pueblo general y cibernautas.

Canales de Comunicación

Canales directos: sesiones de la Asamblea, trabajo de las Comisiones, visitas de fiscalización y control a entidades, despachos, asamblea de rendiciones de cuentas, audiencias públicas, entrevistas directas, atención a la población, talleres y eventos

Canales indirectos: Medios de prensa, Portal del Gobierno, Intranet, Internet, correo electrónico, sitio interactivo, boletines, plegables, opinión del pueblo, revistas

Enfoque de la Comunicación: Sinérgico

- Lograr un equilibrio del uso de los canales formales e informales según imprevistos.
- Balance en la producción de mensajes de todos los géneros dirigidos a los públicos.
- Flujo de comunicación descendente, ascendente y horizontal para garantizar la retroalimentación.

Análisis del entorno

- El municipio se encuentra ubicado al noreste de la provincia, limita al norte con el municipio de Santo Domingo, al este con el municipio de Ranchuelo (Villa Clara) al oeste con el municipio de Rodas, al suroeste con Palmira y Cruces.
- 6 Consejos Populares, de ellos 4 en zonas rurales y 3 circunscripciones atendidas directamente por la Dirección de la Asamblea.
- 432,16Km² de extensión territorial.
- Con 21 999 habitantes, 44.9 hab/ Km².
- 3 de tasa de natalidad, 39.2 edad promedio y esperanza de vida de 77 años
- 135 habitantes por médicos y 863 por estomatólogos.
- 100% de la población con electrificación, 4 309 con red de acueductos que representa el 19.6 % y 1 371 de alcantarillado que representa el 6.2 %.
- 93 % de digitalización telefónica, un índice de 7.9 x 100 habitantes en telefonía fija y 4.3 x 1 000 habitantes en la pública.
- 11 instituciones culturales, de ellas 3 bibliotecas, 1 casas de cultura, 2 museos, 2 cines, 1 galería, 1 plaza de actos y 1 librería.
- 19 instalaciones deportivas, 2 combinados, con 67 profesores deportivos, 10 de recreación y 29 de cultura física
- La organización administrativa del Municipio incluye 405 entidades, de ellas 85 empresas y 102 unidades presupuestadas; 24 organizaciones económicas, 5 empresa mixtas, 86 UBPC, 32 CPA y 72 CCS.
- urbanización.

LOS PROGRAMAS QUE MÁS SE DESTACAN SON:

- La producción mercantil
- El programa de energía eléctrica.
- Programas de la agricultura
- Cultivos varios
- Agricultura urbana y sub-urbana
- La ganadería vacuna
- La producción de huevos
- Zafra azúcar
- Fondos exportables
- Circulación mercantil minorista
- Operación puerto, transporte, economía interna
- Transporte
- Formas de gestión no estatal
- Trabajo por cuenta propia
- Cooperativas no agropecuarias
- Proyectos de iniciativa municipal de desarrollo local
- Programa de inversiones y mantenimiento constructivo
- Programas de la vivienda
- Presupuesto
- Salud
- Educación
- Deportes
- Cultura
- Preparación para la defensa

Estrategia

- Incidir en la capacitación y superación de todos los directivos del Poder Popular así como en los profesionales de los medios de comunicación.
- Diseñar programas de capacitación con entrenamiento para todos los directivos que inciden en el desarrollo de la política comunicacional del Poder Popular.
- Crear sitios digitales y documentación impresa sobre normativas del Poder Popular.
- Aprovechar los espacios diseñados en cada uno de los medios de Comunicación para divulgar e informar el trabajo del Poder Popular.
- Intencional a través de la Planificación según lo dispuesto en la instrucción No 1 del Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros el cumplimiento de lo propuesto en esta estrategia.
- Aplicar La estrategia a todas las estructuras del Poder Popular en el territorio.
- Crear sistemas de control y evaluación del cumplimiento de la estrategia informativa, en el órganos del Poder Popular, se ponderan para esta labor, Las Asambleas Locales, el Consejos de la Administración, las Comisiones de Trabajo y los Consejos de Dirección de las entidades administrativas.
- Definir como principios básicos para el cumplimiento de la estrategia las indicaciones de la presidenta de la asamblea emitidas con anterioridad.
- Crear una plaza de especialista en comunicación con su equipo de trabajo para

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

coordinar, posicionar materiales de divulgación, capacitar a todos los directivos, delegados, comisiones de trabajo y mediar entre estas estructuras y los medios de comunicación.

- Destinar un presupuesto dedicado a la implementación de todo el aparato divulgativo del trabajo del Poder Popular, que permita adquirir todos los insumos y recursos materiales que aseguren el cumplimiento de la estrategia. Extensiva esta a las entidades administrativas.
- Promover conductas cívicas en el cuidado y protección de los valores de los ciudadanos.
- Lograr que el pueblo participe de manera más activa en las Asambleas Municipales.

Acciones del sistema informativo y de comunicaciones

No	Acciones	Frecuencia	Responsable	Participantes
1	Organizar los temas a tratar en los programas de los diferentes medios de comunicación para la labor de información del Poder Popular.	Mensual	Presidente, Funcionario que atiende la Comunicación	Medios de Prensa y personal implicado
2	Creación de la página Web informativa y el sitio interactivo con el pueblo por parte de la Asamblea Provincial	Mensual	Presidente, Funcionario que atiende la Comunicación, Informático	Departamento de Informática, AMPP, AMPP
3	Desarrollar y participar en talleres, con las experiencias que se vayan adquiriendo.	trimestralmente	Presidente Funcionario que atiende la Comunicación	Organismos que integran el grupo de Comunicación.
4	El contacto directo con el pueblo y los medios, como vía de información y retroalimentación.	Mensual	Presidente Funcionario que atiende la Comunicación, Secretaria de la AMPP, CAM	Medios de Comunicación, CAM, AMPP
5	Elaboración de una revista, boletines y plegables donde	Segundo semestre del 2015	Presidente Funcionario que atiende la	Informáticos, periodistas, Funcionario que atiende la

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

	se reflejen logros y retos del municipio, definiendo la frecuencia de los mismos		Comunicación	Comunicación
6	Definir en la reunión de coordinación los temas fundamentales a propagandizar y divulgar mensualmente, teniendo en cuenta la línea temática del municipio	Último lunes de cada mes	Presidente, CAM, Secretaría de AMPP	Medios de Prensa, Directores Municipales, CAM
7	Aprovechar los encuentros con delegados, presidentes de Consejos Populares y otros públicos para dar a conocer los principales resultados económicos y sociales.	Mensual	Presidente, CAM, Secretaría de la AMPP	Delegados, CPT, Presidentes de los CP, Periodistas, Directores municipales
8	Realizar convenios de trabajo con la Universidad del Municipio (CUM) para la utilización de su personal académico en la realización de cursos de superación, asesoría y evaluación de las actividades de comunicación organizacional de los órganos locales	Cierre del primer trimestre	Secretaría DE la AMPP	Funcionario de Comunicación Institucional

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

9	Intercambio con la población, trabajadores y estudiantes en los controles gubernamentales en el territorio.	Según plan	Presidente, CAM, Secretaría de la AMPP	Población, trabajadores, estudiantes, CAM, Secretaría de la AMPP
10	Intercambio de los delegados provinciales y diputados con los electores	Semestral	Secretaría del AMPP	Delegados y Diputados
11	Audiencias Públicas para debatir sobre el trabajo del Poder Popular	Semestral	Secretaría del AMPP	Delegados y Diputados
12	Elevar la preparación de los directivos en materia de Comunicación Institucional	Trimestral	Presidente y funcionario de Comunicación Institucional	Directores municipales, presidentes de Consejo Populares
13	Propiciar la capacitación de los directivos y trabajadores sobre los elementos básicos de la Cultura Organizacional dentro del Trabajo del Poder Popular: · Realización de Matutinos semanales, ejecutados por trabajadores. · Actualización de murales de la administración y las organizaciones del centro	según cronograma	Presidente, funcionario de Comunicación Institucional, Secretaría de la AMPP, CAM	Todos los implicados

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

	<ul style="list-style-type: none">Realizar actividades de conmemoración y celebraciones en fechas de carácter históricas, sociales, políticas, culturales.Reuniones con los directores administrativos, trabajadores por áreas,			
14	Habilitación de las Redes Sociales, para obtener una retroalimentación sobre el trabajo del Poder Popular y OACE	Primer semestre del año 2015	Funcionario de Comunicación Institucional , Informático	Consejo Asesor
15	Preparación de los delegados previo al proceso de rendición de cuenta	Semestral	Secretaría de la AMPP	CAM
16	Controlar y atender las respuestas que se brindan por las entidades del CAM y OACE a las críticas y las quejas que son publicadas por los distintos medios de prensa	Semanal	Secretaría AMPP	Oficina de Atención a la Población
17	Encuentro con los medios de prensa	Trimestral	Secretaría de la AMPP, funcionario de Comunicación Institucional	Dirección de la AMPP y CAM
18	Conferencia de prensa sobre la actualización de los principales resultados en los programas	Semestral	Secretaría de la AMPP, funcionario de Comunicación Institucional	Consejo Asesor, periodistas

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

19	fundamentales del municipio y de un alto impacto en nuestra población. Participación en las sesiones de las AMPP, CAM, procesos de preparación de los delegados, Comisión de la Asamblea Municipal	Según plan	Secretaría de la AMPP, funcionario de Comunicación Institucional	Periodistas e implicados
20	Plan de actividades por la jornada de la prensa cubana	Primer semestre del año	Secretaría de la AMPP, Funcionario de Comunicación Institucional	Implicados
21	Organizar recorridos por las principales obras de objetivos económicos y sociales del territorio	Trimestral	Funcionario de la Comunicación Institucional	Dirección de la AMPP y CAM
22	Garantizar la participación de los directivos en los programas previstos por cada Medio de Comunicación.	Mensual	Funcionario de la Comunicación Institucional	Dirección de la AMP y CAM
24	Visita del presidente a los CP, para intercambiar sobre la situación de los servicios y satisfacción de la población	Mensual	Presidente	Delegados y CP
25	Rendición de cuenta de los Consejos Populares a la Asamblea Municipal.	Según plan	Secretaría de la AMPP	CP
26	Rendición de	Semestral	Presidente del	Consejo Popular

cuenta del
presidente del
Consejo Popular
con la
participación del
Pueblo

Consejo Popular

Cronograma

La estrategia tiene su cronograma de trabajo previsto para tres años (2015 al 2018), teniendo en cuenta cada una de las etapas previstas para su cumplimiento:

Primera Etapa:

- Elaborar la estrategia (Junio – Julio 2015)
- Aprobación de la estrategia (Octubre 2015)
- Dar a conocer la estrategia de Comunicación a los cuadros del sistema de los órganos Locales del Poder Popular (Noviembre 2015)
- Crear y solicitar la plaza de especialista en Comunicación y Marketing (octubre – diciembre 2015)
- Incorporación de las actividades en los planes de actividades para el año 2016
- Concretar convenios de trabajo con la CUM (enero – marzo 2016)

Segunda Etapa:

- Creación del grupo de Comunicación Institucional del Municipio (Marzo 2016)
- Elaboración de la estrategia de las entidades administrativas (Enero – Mayo 2016)
- Aprobación de la estrategia en las entidades de Subordinación local y nacional (Junio 2016)
- Trabajar en cada una de las acciones propuesta en la estrategia (según Programa)
- Aprobar el presupuesto para la estrategia de Comunicación para el 2016

Tercera Etapa:

- Perfeccionar la estrategia elaborada por la AMPP y las entidades (2016)
- Evaluar y controlar las acciones propuestas (Primer semestre 2017)
- Elaborar un informe de resultados de cada etapa de ejecución de la Estrategia con su análisis correspondiente por la dirección de cada institución
- Medir el impacto de la implementación de la Comunicación Organizacional, teniendo en cuenta los elementos empleados.
- Elaborar un plan de acciones para dar respuesta a los problemas y debilidades detectados en la ejecución de cada etapa.
- Presentar los principales resultados y proyecciones de trabajo para la etapa posterior a la Asamblea Municipal y Consejos de Dirección.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Última actualización: Miércoles, 19 Julio 2023 12:51

Escrito por Luis Angel Quintana Avila

Visto: 311

Conclusiones

En correspondencia con los lineamientos del Partido y los objetivos de la primera conferencia del Partido, el municipio de Lajas lleva a vía de hecho la aplicación de la Estrategia de Comunicación, para contribuir a potenciar el proceso de comunicación social del Poder Popular en el Municipio de Lajas para lograr el funcionamiento y divulgación del trabajo de las Comisiones Permanentes (CPT) y su aporte al desarrollo de la economía, la calidad de los servicios, la utilización y ahorro óptimo de los recursos, al combate exitoso contra las indisciplinas, ilegalidades, el delito, la corrupción y a la preparación para la defensa.