

Plan de comunicaciones

Conservatorio del Tolima Institución de Educación Superior.

Una estrategia diseñada para proyectar nuestros procesos educativos, artísticos y socioculturales en la región.

INTRODUCCIÓN.

El plan de comunicaciones del Conservatorio del Tolima, es un conjunto de acciones estratégicas que tienen como propósito, orientar el desarrollo adecuado del proceso de comunicación institucional a nivel interno y externo. En este sentido, se debe comprender la comunicación en su sentido más global como una herramienta de *vinculación e interacción social*.

A continuación, se presenta el Plan Estratégico de Comunicaciones, con su respectiva política, para facilitar el acceso a la información y llevar a cabo procesos idóneos de comunicación en el Conservatorio del Tolima, potencializando su capacidad de atracción de recursos y el relacionamiento con sus grupos de interés.

CONTENIDO

CONTEXTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

1. Elementos del contexto
 - 1.1. Nuestra Misión
 - 1.2. Principios de acción
 - 1.3. Líneas estratégicas
 - 1.4. Objetivos estratégicos
 - 1.5. Procesos referenciales
 - 1.6. Direccionamiento del Conservatorio del Tolima
 - 1.7. Estructura organizacional
 - 1.8. Iniciativas y programas.
 - 1.9. Nuestra visión.

MACROPROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- 2.1. Objetivos Estratégicos del Plan de Comunicaciones Institucional
- 2.2. Líneas Estratégicas del Plan de Comunicaciones.
- 2.3. Modelo de comunicación.

POLITICA DE COMUNICACIONES

- 3.1. Pilar principal.
- 3.2. Pilares estratégicos.
- 3.3. Alcances de la política de comunicación.

NUESTROS CANALES DE COMUNICACIÓN.

DIRECCIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO.

CONTEXTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

1. ELEMENTOS DEL CONTEXTO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL.

El Conservatorio del Tolima, cuenta con una estructura propia, que orienta la ejecución de procesos y acciones estratégicas, al fortalecimiento de su actividad como institución Universitaria emblemática del Tolima, la cual ha generado, por más de cien años. importantes aportes a la vida cultural de la región.

1.1. NUESTRA MISIÓN

El Conservatorio del Tolima como Institución de Educación Superior promueve el desarrollo musical y artístico de la región y del país, mediante la formación, investigación, producción, difusión artística y labor pedagógica que garantizan la innovación y la transformación de la institución y la sociedad.

Con su tarea educadora, el Conservatorio afirma la identidad musical del departamento y propende por una sociedad sensible a los valores del espíritu y cultura de las más nobles expresiones humanas.

1.2. PRINCIPIOS DE ACCIÓN.

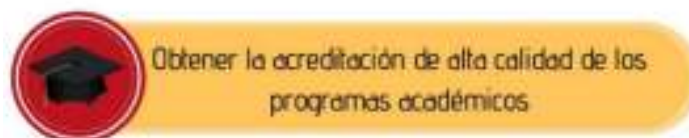
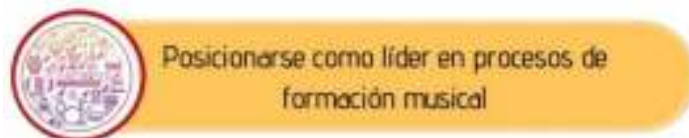
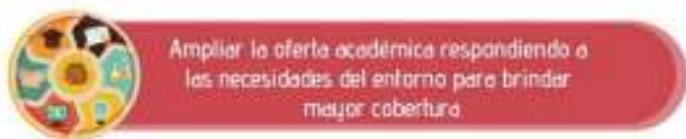
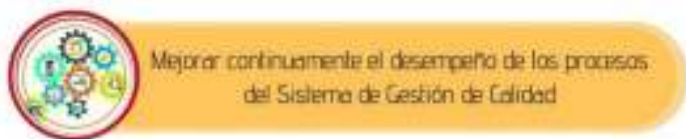
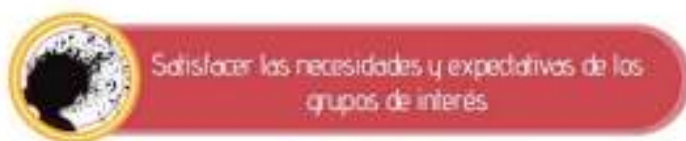


La Autonomía, entendida como la facultad para la autodeterminación y gobierno.

La Calidad, como una propuesta de desarrollo en todas las actividades y funciones institucionales, alcanzando la excelencia en los servicios y el reconocimiento social en la región.

La Democracia, basada en la no discriminación, equidad institucional, inclusión y libertades académicas.

1.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.



1.4. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Promover el conocimiento y la reafirmación de los valores de la nacionalidad colombiana.
- Expandir las áreas de creación y goce de la cultura.
- Integrar a los colombianos al beneficio del desarrollo árticos.
- Formar recursos humanos para dichos propósitos.

1.5 PROCESOS REFERENCIALES



1.6. DIRECCIONAMIENTO DEL CONSERVATORIO DEL TOLIMA.



La dirección de la institución le corresponde al consejo superior como máximo órgano conformado por el ministerio de educación, la gobernación, la asamblea departamental, el decano asignado por el consejo, profesor de la institución, estudiante, egresado graduado y rector de la institución, quien es el representante legal y primera autoridad ejecutiva del conservatorio del Tolima. Por otra parte, el control fiscal es llevado a cabo por un Auditor nombrado por la contraloría del departamento.

1.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



1.8. INICIATIVAS Y PROGRAMAS.

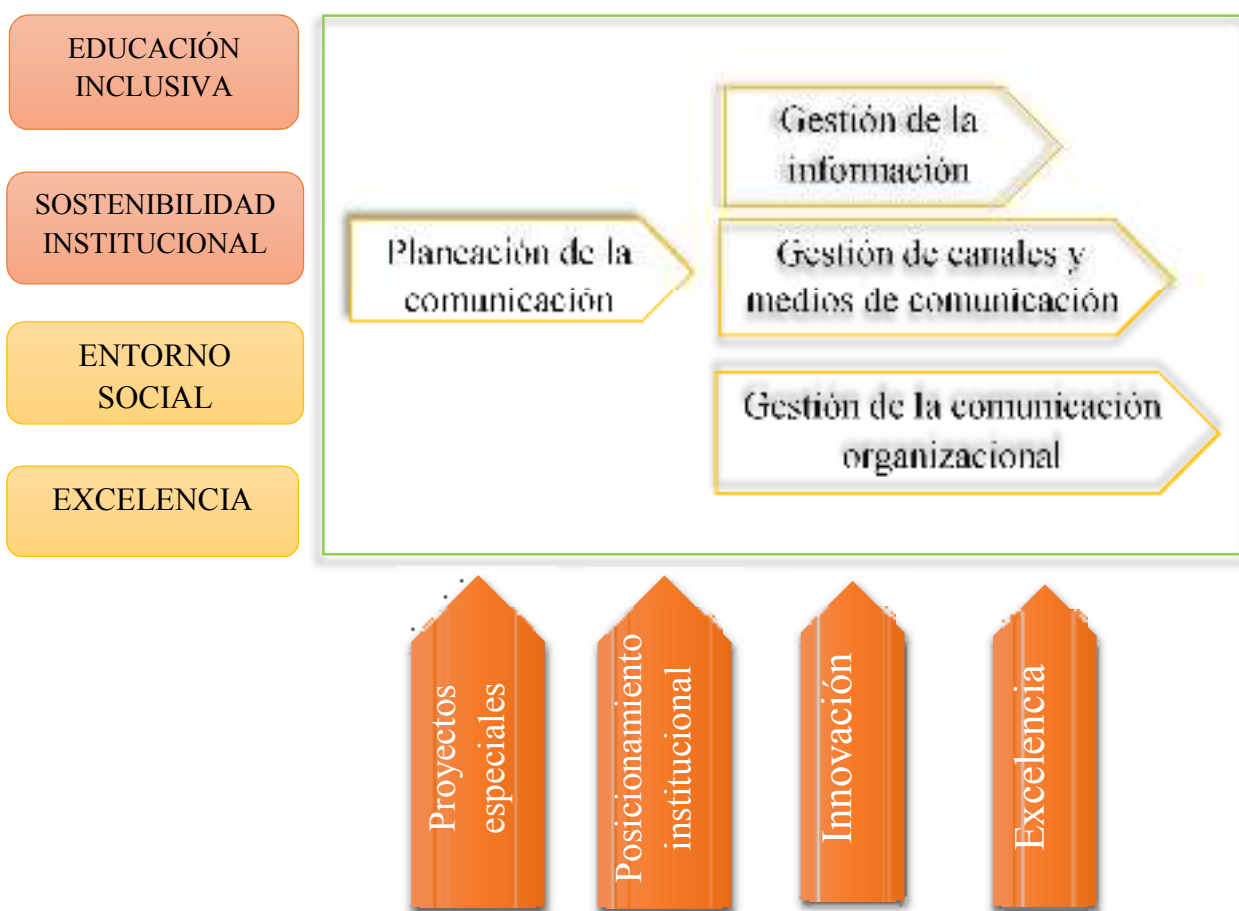
Iniciativas	Escuela de música – Incremento de cobertura.
	Cursos de formación musical – Fomentar la educación.
	LATIS – Transformación social
Programas	Licenciatura en Música
	Maestro en Música
	Tecnología en Audio y Producción Musical
	Especialización en Educación Musical

1.9. NUESTRA VISIÓN

En el 2022 el Conservatorio del Tolima Institución de Educación Superior, contará con programas académicos de alta calidad y acreditación institucional, será reconocida como líder en los procesos de formación musical, con un alto impacto de desarrollo social a través de propuestas artísticas que fomenten la protección de los derechos humanos.

MACROPROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Para el Conservatorio del Tolima Institución de Educación Superior, la comunicación es entendida, en su sentido más global, como una herramienta de vinculación, puesto que permite la gestión, articulación y cooperación de las partes integradas en el mapa de procesos institucionales. En este sentido, el macroproceso de comunicaciones se encuentra conformado por procesos relacionados con el direccionamiento estratégico de la institución.



2.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES INSTITUCIONAL

A continuación, se presentan los lineamientos de comunicación interna y externa con los que se pretende, la formulación y aplicación de las estrategias de comunicación interna y externa para organizar los flujos de información.

OBJETIVO GENERAL

Coordinar el proceso de comunicación interna y externa del Conservatorio del Tolima, garantizando la difusión y promoción de contenido verídico a través de los canales de comunicación propios y externos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fomentar una cultura organizacional en la comunidad universitaria para que se apropien de sus canales de comunicación, mejorando el clima institucional.
- Desarrollar un proceso integral del manejo de la imagen institucional, fortaleciendo su identidad al interior y exterior del Conservatorio del Tolima.
- Garantizar la circulación efectiva de lo que es y lo que hace el Conservatorio del Tolima en los diferentes medios masivos de comunicación.

2.2. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE COMUNICACIONES.

- Planeación de la comunicación.
- Manejo integrado de la información
- Relacionamiento con los grupos de interés
- Relacionamiento con los medios de comunicación y canalización de la información.
- Interacción con la comunidad (Académica y en general).

2.3. MODELO DE COMUNICACIÓN

El Conservatorio del Tolima, al ser una institución de educación superior que crea, entrega y captura el valor cultural y artístico del departamento, requiere un plan de comunicaciones que contemple el posicionamiento de la imagen institucional y el fortalecimiento de los procesos comunicativos, por tal razón el modelo para su desarrollo se basa en:

1. Inmersión: Compresión de los procesos de comunicación internos que se imparten tras la naturaleza del Conservatorio del Tolima como una institución de educación superior.

2. Trabajo de campo: Análisis de los elementos del contexto institucional / Consultas con los responsables de los procesos institucionales / Revisión de la percepción de la comunidad / Relacionamiento con los de medios de comunicación / Revisión de referencias locales y regionales.

3. Definiciones: Consolidación de los elementos de la identidad institucional / Definición de las audiencias/ Alcance de los procesos de comunicación.

4. Diseño y estrategia: Fundamentación del plan de comunicaciones / Diseño estratégico: Las acciones / los canales/ los públicos.

5. Puesta en marcha / Socialización / Monitoreo.

¿A QUÉ LLAMAMOS GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN?

La gestión de la comunicación la entendemos como un proceso que nos permite ejecutar las estrategias y llevar acabo la implementación de una política de comunicaciones, garantizando que las líneas estratégicas y los procesos referenciales de la institución, se desarrollen de manera idónea y oportuna.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES.

3.1. PILAR PRINCIPAL

Garantizar un proceso de comunicación institucional oportuno y eficaz con los diferentes grupos de interés, mediante la ejecución del conjunto de acciones estratégicas que buscan apoyar el posicionamiento del Conservatorio del Tolima como una institución de calidad.

En virtud de ello, el Conservatorio del Tolima asume todos los procesos comunicativos como un instrumento para el fortalecimiento de la identidad institucional a través de la circulación y la divulgación de información que confiere un carácter público, estratégico, reservado e institucional.

3.2. PILARES ESTRATÉGICOS.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Direccionar la comunicación a nivel interno para establecer relaciones de dialogo y colaboración, entre el recurso humano de la institución, proyectando un sentido de pertenencia que permita contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y al mejoramiento del clima laboral.

INFORMACIÓN RESERVADA

Establecer mecanismos para controlar la información clasificada como reserva de la institución para que no sea divulgada o proporcionada a terceros sin previa autorización de la rectoría o en su defecto, secretaria general.

CIRCULACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Implementar una acción estratégica de comunicación que permita fijar un contacto permanente y correlativo con los grupos de interés, propiciando el flujo adecuado de información sobre la gestión institucional, mediante un intercambio oportuno, de fácil acceso y una información eficaz.

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA.

El proceso de mercadeo y comunicaciones mantendrá actualizada la página WEB de la institución y sus redes sociales atendiendo las disposiciones de los diferentes contenidos para plataformas digitales.

Para ello se hace necesario que los datos suministrados sean suministrados a tiempo, su estructura sea clara y veraz.

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL.

En caso de algún proceso institucional requiera dentro del desarrollo de sus actividades un espacio en la página web para la divulgación o promoción de contenido deberá atender el siguiente protocolo:

- El requerimiento debe ser realizado a través del correo electrónico institucional a soporte técnico con copia a mercadeo y comunicaciones y al coordinador del área solicitante. De igual manera, debe ser adjuntada la información a publicar.
- El contenido que se solicita publicar, debe estar aprobado previamente por los responsables del proceso.
- Mercadeo y Comunicaciones estará encargado de generar contenido alterno para alimentar la página web con información institucional destacada.
- Comunicaciones podrá solicitar a otros procesos institucionales o a otras entidades, la información necesaria para la gestión de contenido web.

Para el cumplimiento de ello, se debe tener en cuenta lo siguiente:

1. El contenido se debe caracterizar por manejar un lenguaje sencillo y claro, pues el acceso a dicha información es para personas de niveles de educación y edades diferentes.

2. Hacer uso de reglas ortográficas para la construcción de los textos informativos.

3. Evitar las abreviaturas. En caso de ser necesario su uso, después de ser mencionada por primera vez, debe ir referenciada entre paréntesis. Inmediatamente después del texto.

4. Hacer el menor uso posible de tecnicismos, en cuyo caso sea necesario se debe explicar su significado.

5. Los términos en idiomas extranjeros se deben evitar, cuando se requiera el uso del término debe presentando de forma que se diferencie de los demás.

3.3. ALCANCES DE LA POLITICA DE COMUNICACIÓN

La política de comunicaciones del Conservatorio del Tolima comprende la información como un bien colectivo, por esta razón propende por fomentar su producción y circulación a nivel interno y externo, precisando un proceso de gestión, divulgación y visibilización del contenido institucional.

Comunicación Interna

La consolidación de la cultura organizacional del Conservatorio del Tolima será el resultado de un proceso de comunicación caracterizado por proporcionar espacios para el diálogo, en donde se contempla la socialización de la información como un elemento central de la estructura comunicativa construida por los siguientes criterios:

¿A qué llamamos comunicación organizacional / institucional?

La comunicación institucional se distingue por propiciar espacios para encontrarse con los otros y reconocer las características propias del entorno de la entidad, esto por medio de las relaciones de diálogo y colaboración de forma horizontal.

El origen del proceso está radicado en la planeación y la definición de las acciones de comunicación interna, continua con la gestión y el desarrollo de contenido y piezas comunicativas, finalizando con el seguimiento y control de la estrategia.

De esta manera, los participantes del proceso comunicativo, pueden apropiarse de los objetivos misionales de la institución, tanto en su comprensión conceptual como en la práctica diaria. Es así, como la comunicación permite el aprendizaje organizacional y promueve la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional.

Todo esto se genera en escenarios de diálogo que son posibles al establecer relaciones basadas en la participación y el respeto, promocionando de manera continua el trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo.

A nivel interno, se cuenta con los canales de comunicación propios de la institución que tendrán una actualización permanente que llegará de forma masiva a todos los colaboradores.

COMUNICACIÓN EXTERNA.

El Conservatorio del Tolima, como institución de educación superior, constantemente trabaja por posicionarse como una institución insignia de la región, de tal manera que la comunicación externa se encuentra direccionada para robustecer los lazos con los grupos de interés, a través de la oferta de servicios educativos de calidad, con actitud de escucha y receptividad ante la comunidad en general.

Este flujo permanente con los públicos objetivos, se fundamentará con la socialización de las actividades, proyectos, nuevos programas y demás contenido informativo que surja dentro del día a día de la institución.

Este proceso comunicativo tiende a iniciar con la identificación de las campañas que deben ser ejecutadas a nivel externo, junto con la definición del público objetivo, canales de comunicación y recursos comunicativos. Posteriormente se procede con la aprobación y ejecución de la campaña, terminando con el seguimiento del impacto generado por la misma.

¿A qué llamamos comunicación externa?

Los servicios de formación profesional del Conservatorio del Tolima, están direccionados hacia la ciudadanía, por ende, el proceso de comunicación será ejecutado bajo los términos de respeto y calidez, entendiendo que la razón de ser de la institución, son sus estudiantes, docentes y comunidad en general.

El contacto de algún agente externo con un colaborador o un proceso en específico, se asumirá como un contacto con la totalidad de la institución, por esta razón se debe demostrar un interés por atender sus solicitudes orientándolo de forma adecuada.

El Conservatorio del Tolima, hará uso de mecanismos para la atención de los ciudadanos, donde se puedan resolver de manera oportuna y sistémicas sus

necesidades, adoptando las medidas pertinentes para su solución de acuerdo a las posibilidades de la institución. Acabe aclarar, que las respuestas otorgadas a la ciudadanía ante sus peticiones deben darse sin evasivas, de manera oportuna y personalizadas.

Dando cumplimiento al proceso de rendición de cuentas, como un espacio de interlocución entre la institución y la comunidad en general, el Conservatorio del Tolima desarrollará de forma periódica sus actuaciones y los resultados alcanzados tras la gestión realizada. Para ello, la institución hará uso de los mecanismos comunicativos más pertinentes.

IMPORTANTE: Los comunicados oficiales emitidos por la institución deben ser socializados en los formatos preestablecidos en la entidad y autorizados por los responsables.

COMUNICACIÓN CONTRATISTAS Y PROVEEDORES.

PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN: Equidad, objetividad y transparencia.

El cumplimiento de la normatividad de contratación administrativa debe ser divulgado de forma oportuna y suficiente en las plataformas web y demás canales de comunicación masiva que permitan la amplia circulación de las necesidades de contratación.

Dando cumplimiento al principio de selección objetiva, toda la información sobre la presentación de propuestas será suministrada a todos los oferentes en igualdad de condiciones. De igual manera, serán socializadas las razones técnicas, económicas y legales por las cuales se tomó la decisión de los procesos de adjudicación de contratos.

Los procesos de comunicación con terceros en los que se especifique un compromiso por parte de la institución con acuerdos, convenios, alianzas entre otras obligaciones, será responsabilidad de la dirección y la secretaria general, con previa revisión y aprobación del área jurídica.

PORTAVOZ INSTITUCIONAL

Como responsables de socializar los temas estratégicos de la institución, ante los medios de comunicación y demás escenarios de carácter informativo, se encuentran los portavoces institucionales, autorizados por la dirección y el proceso de comunicaciones institucionales, quienes se expresarán únicamente frente a los asuntos de su competencia. En primera instancia, el único vocero autorizado será el comunicador de la entidad.

El proceso de comunicación institucional junto con la dirección, definirán los criterios para el manejo de la información, el cuidado de la imagen institucional y la confidencialidad, que los colaboradores en virtud de sus funciones actúen en un momento determinado como voceros de la institución.

RELACIONAMIENTO MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

El Conservatorio del Tolima, institución de educación superior, establecerá relaciones con los medios de comunicación basadas en la veracidad y de carácter netamente institucional.

El proceso de comunicación con los medios inicia al definir el modo de operar con los mismo y con las redes sociales, continua con la identificación de la información a divulgar, la ejecución de las acciones de comunicación con la gestión de los contenidos y finaliza con el seguimiento de la información publicada, el impacto producido y las acciones de mejora.

INTERACCIÓN CON LOS ORGANISMOS DE CONTROL

La información destinada a los órganos de control será preparada por el área o áreas encargadas de cada asunto en particular, siempre en el marco del respeto para garantizar la circulación fluida y oportuna de los datos hacia los organismos facilitando así el ejercicio de sus competencias.

NUESTROS CANALES DE COMUNICACIÓN

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS.

- *Intranet*
- *Correos electrónicos institucionales (Por proceso y Masivos)*
- *Extensiones telefónicas*
- *Cartelera*
- *Hangouts*
- *Circulares*
- *Reuniones, comités, eventos y actividades internas*
- *Material de divulgación*

CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNOS

- *Material POP*
- *Eventos Institucionales*
- *Conciertos*
- *Oficios e informes*
- *Ruedas de prensa, comunicados y boletines de prensa*
- *Correos electrónicos masivos*
- *Atención solicitudes de información*
- *Ventanilla única de atención al ciudadano*
- *Página web institucional*
- *Redes sociales, Fan Page, YouTube*
- *Mensajería instantánea.*

DIRECCIONAMIENTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

El proceso de comunicaciones del Conservatorio del Tolima, brindará apoyo a todas las áreas de la institución para definir el contenido de las piezas digitales o impresas, así como sus características y el diseño de las mismas, para la realización de dicho acompañamiento, debe ser diligenciado el formulario para solicitud de piezas comunicativas o de publicidad anexo al Plan de Comunicaciones.

En caso que el producto publicitario o de difusión sea producido o entregado por terceros, también estará sujeto a revisión y previa autorización del proceso de comunicaciones institucionales, la cual será utilizada para los fines bajo los cuales es requerida y no será divulgada a terceros sin consentimiento de la dirección.

La documentación, información institucional, publicidad en medios masivos, material POP o cualquiera otra pieza de carácter publicitario serán presentados previamente ante la oficina de comunicaciones para su revisión y aprobación, pues el contenido a divulgar debe ajustarse a lo establecido al manual de marca de la institución.

LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Construir y ejecutar la política de comunicaciones institucional que permita dar cuenta a nivel interno y externo del desarrollo y cumplimiento de los procesos que son esenciales para la institución.
- Gestionar contenido para contribuir con el posicionamiento de los programas profesionales y proyectos del Conservatorio del Tolima.
- Mejorar el impacto del proceso de la comunicación institucional con los diferentes públicos objetivos.
- Apoyar la toma de decisiones y brindar acompañamiento a los demás procesos institucionales en materia de comunicación.
- Realizar seguimiento al manejo adecuado de la imagen institucional para contribuir a su posicionamiento y consolidar una marca caracterizada por tener una estética visual unificada.
- Socializar los diferentes espacios de disfrute de la música ofertados por el Conservatorio del Tolima.
- Aportar al mejoramiento del clima organizacional y del trabajo en equipo.
- Evaluar el rendimiento de las acciones comunicativas ejecutadas con el propósito de reforzar las estrategias planteadas.

Los objetivos estratégicos delimitan así los principales frentes de trabajo del plan de comunicaciones institucional:

FRENTES DE TRABAJO



PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

El proceso de comunicaciones del Conservatorio del Tolima a nivel interno y externo, se realizará de acuerdo con las líneas estrategias del Plan Estratégico de Comunicaciones, para lo cual se tendrá en cuenta:

El diseño, coordinación y puesta en marcha del plan de acción de comunicación estará a cargo del proceso de comunicación institucional. Su ejecución se hará desde las diferentes áreas según las necesidades y proyectos específicos que demanden las acciones comunicativas.

La propuesta del plan de acción de comunicaciones realizada anualmente debe contemplar los lineamientos establecidos en la política de comunicación institucional adaptando y considerando las necesidades propias de los procesos y de cada área.

El plan de acciones de ser adoptado por la institución y a su vez contar con la participación en el grupo encargado de vigilar y evaluar su cumplimiento.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Objetivos

Ejecutar estrategias de comunicación mediante acciones de promoción, socialización y difusión, con el propósito de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y el mejoramiento del clima laboral.

Iniciativas

- Acompañar los diferentes procesos institucionales para la promoción y divulgación de las acciones que se adelantan en cumplimiento con los objetivos estratégicos.
- Gestionar contenido para que el flujo informativo mantenga actualizada a la comunidad interna de la institución.

Metas

Cumplir con el 90% de las publicaciones de los contenidos solicitados por los procesos que se adelantan en facultad, escuela y otros.

Indicadores

- Número de solicitudes recibidas / Número de solicitudes efectuadas.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Objetivos

Posicionar el Conservatorio del Tolima a través de actividades, eventos y alianzas estratégicas, haciendo seguimiento del cumplimiento de los lineamientos establecidos en el manual de marca.

Iniciativas

- Apoyar las diferentes actividades institucionales, propiciando la cobertura de medios de comunicación y visibilizándolas en los diferentes canales.

Metas

Cumplir con el 90% de las solicitudes realizadas al proceso.

Indicadores

- Número de solicitudes recibidas / número de solicitudes atendidas

COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE MEDIOS

Objetivos

Difundir a la comunidad en general y diferentes públicos objetivos las acciones desarrolladas por la institución de forma oportuna, transparente y eficaz.

Iniciativas

- Gestionar contenido informativo para dar cuenta de los procesos desarrollados por la institución en materia educativa e innovación social.
- Establecer relaciones con los medios de comunicación para la difusión del contenido.

Metas

Divulgar mediante los canales de comunicación el 90% de la información que genera el Conservatorio del Tolima

Atender el 100% de las solicitudes de información realizadas por los medios de comunicación

Indicadores

- Número de piezas informativas emitidas
- Número de solicitudes de los medios recibidas / Número de solicitudes atendidas.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Objetivos

Informar a los diferentes grupos de interés a través de canales digitales, las acciones de comunicación facilitando de manera oportuna el acceso a la información.

Iniciativas

- Gestionar contenido institucional para ser socializado a través de los canales de comunicación digital.
- Actualizar de forma permanente la información expuesta en los canales digitales con contenido de interés.

Metas

Atender el 90% de las solicitudes de publicaciones en la página web y redes sociales.

Cumplir con el 90% de la actualización de la página web y redes sociales.

Indicadores

- Número de Campañas o acciones solicitadas / Número de solicitudes atendidas
- Número de actualizaciones requeridas / Número de actualizaciones atendidas.

ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO

Los indicadores de seguimiento y evaluación suministran la información necesaria que permite establecer el cumplimiento de los objetivos, iniciativas y metas, de tal manera se puede analizar tanto la planeación como la gestión en general del proceso de comunicación.

El desarrollo de las estrategias del plan de comunicaciones del Conservatorio del Tolima estará sujeto a seguimiento de acuerdo a lo establecido por el proceso de control interno, donde se presentará las acciones ejecutadas a nivel interno y externo en cumplimiento con la política.

El resultado de dicho seguimiento quedará reportado en un informe socializado con la oficina de mercadeo y comunicaciones, con el propósito de llevar a cabo acciones de mejora.