

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE CONTRIBUYA A LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA POLICÍA NACIONAL DE LOS COLOMBIANOS**



AUTOR

ANDREA CAROLINA JIMÉNEZ GARCÍA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA

Director:

CATHERINE NINOSKA GUEVARA GARZÓN

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, 26 DE JUNIO 2021**

Resumen

Debido a las diferentes pugnas entre la Policía Nacional y la sociedad colombiana, que resaltó de una manera escandalosa los acontecimientos que se derivaron del Paro Nacional, y como propuesta para la realización de un ejercicio académico desde la perspectiva de la Alta Gerencia, se busca como objetivo principal la creación de una estrategia de comunicación que contribuya a la imagen corporativa de la Policía Nacional de los Colombianos. Para su desarrollo se implementó un método racional de análisis de teoría deductivo, por lo que desde el inicio del ensayo se planteó el problema a investigar y los posibles resultados que se abordan, con un enfoque de recolección de datos mixto, debido a que se planteó un problema, se realizó un proceso de estudio y finalmente se presentaron unos resultados, el alcance de la investigación fue exploratorio por lo que se presenta desde una opinión innovadora y acondiciona el contexto para que a futuro se realicen una mayor cantidad de investigaciones sobre el tema, aportando así al área de la comunicación organizacional, las relaciones públicas, entre otras; por medio del método específico de la planificación estratégica. Concluyendo así, entendiendo la importancia de reconocer el contexto en el que se desenvuelve una institución, la realización de un análisis interno, comprendiendo así las debilidades y fortalezas, como también, la relevancia de las comunicaciones estratégicas en cualquier institución para lograr trascender a través de estas, llevando a todo el público a conocer el mensaje que se desea.

Palabras clave: Comunicaciones estratégicas, Comunidad, Imagen corporativa, Policía Nacional, Seguridad.

Abstract

Due to the different struggles between the National Police and Colombian society, which highlighted in a scandalous way the events that resulted from the National Strike, and as a proposal to carry out an academic exercise from the perspective of Senior Management, it is sought as main objective the creation of a communication strategy that contributes to the corporate image of the Colombian National Police. For its development, a rational method of deductive theory analysis was implemented, so from the beginning of the trial the problem to be investigated and the possible results that are addressed were raised, with a mixed data collection approach, because it was proposed a problem, a study process was carried out and finally some results were presented, the scope of the research was exploratory, so it is presented from an innovative opinion and conditions the context so that in the future a greater amount of research on the subject is carried out, thus contributing to the area of organizational communication, public relations, among others; through the specific method of strategic planning. Concluding thus, understanding the importance of recognizing the context in which an institution operates, conducting an internal analysis thus understanding the weaknesses and strengths, as well as the relevance of strategic communications in any institution to achieve transcendence through these leading the entire public to know the desired message.

Key words: Strategic communications, Community, Corporate image, National Police, Security.

Introducción

El presente ensayo se enfocará en investigar los diferentes puntos relacionados con la creación de una estrategia de comunicación que contribuya a la reivindicación de la imagen corporativa de la Policía Nacional, facilitando de esta manera el cumplimiento de la misión institucional; abordando en primera instancia esa necesidad latente en estos momentos de coyuntura a nivel nacional que tiene la institución de posicionarse con la verdad y no permitir que se siga manchando la imagen de la institución por diferentes factores.

Continuando con la exposición de aquellas herramientas que se pueden utilizar para la implementación de la estrategia, aprovechando al máximo los diferentes canales de comunicación; finalizando con los resultados que se esperan obtener durante y después de la implementación. Se conoce que dicha problemática no es una cuestión nueva, es un tema que se ha venido presentando hace mucho tiempo, hace parte de la realidad del país, que está ligada a conceptos como la cultura, la violencia, el conflicto, entre otros antecedentes que presentan un panorama complejo para el desarrollo de la gestión institucional.

Resaltando de antemano que aunque la estrategia va enfocada a la imagen, no es solo por cuestiones de que se está levantando una fachada para cubrir los actos negativos de la institución, sino por todos aquellos inconvenientes que genera una mala imagen frente a la sociedad, no solo a nivel nacional sino internacional, iniciando con la reducción paulatina principalmente de recursos, lo que empezaría a limitar el alcance del accionar policial e inversamente proporcional el alcance de los grupos al margen de la ley; también se podría dar la tergiversación de la esencia de la institución, la cual es brindar seguridad, creando en las personas un falso concepto acerca de la institución.

Ahora bien, no se puede negar que la Policía Nacional desde alguna unidad especializada está llevando a cabo la gestión de la imagen corporativa, enfocados en su compromiso con el cumplimiento de la misión institucional, pero desde el presente ensayo no se pretende realizar una crítica a dicha gestión, porque hasta el momento ha sido eficiente, solo que ha tenido que afrontar diferentes retos inesperados, por otro lado, tampoco se cuenta con todo el contexto interno, sino que se espera aportar desde la observación externa.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE CONTRIBUYA A LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA POLICÍA NACIONAL DE LOS COLOMBIANOS

Colombia es un país que se ha visto afectado por muchos factores especialmente por el contexto de violencia, para realizar la contextualización sobre Colombia se requiere definir algunos conceptos que se relacionan con el tema, iniciando con el conflicto colombiano, el cual es “catalogado por algunos analistas e historiadores como una guerra civil no declarada que implica a ciudadanos de una misma nación, no aceptada jurídicamente por el Estado, pero legítima para los particulares armados en la insurgencia de la guerrilla de izquierda” (Rincón, 2013) conflicto que se ha perpetuado en el país durante más de 50 años, un conflicto que se ha venido gestionando en pro de su reducción, aunque los resultados positivos no han podido permanecer en el tiempo, lo que ha implantado la violencia en el país.

Por consiguiente, se requiere definir la violencia, “es una construcción social fruto de la justificación del poder, y la construcción de ciertos saberes y formas jurídicas que la encubren con la apariencia de justicia y equidad social” (Carabajal, 2010) y es esa violencia que gran cantidad de grupos armados al margen de la ley han utilizado para desestabilizar el país -con olas de terrorismo-, obtener ganancias de manera ilegal y posicionar sus ideales en ciertos sectores del país.

Finalmente, para cerrar el espacio del contexto se encuentra el concepto de cultura según Tylor, “tomada en su sentido etnográfico amplio, es esa totalidad compleja que abarca al conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualesquiera otras habilidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”, y es en esa cultura colombiana en donde se han ido insertando todos esos hechos históricos que ha vivido el país y también las situaciones personales y familiares, lo cual ha permeado el comportamiento, el pensamiento, el accionar de cada Colombiano y su forma de relacionarse con todos los aspectos que lo rodean, en especial con aquellas instituciones que demuestran autoridad.

Ahora bien, en Colombia son varias las instituciones que se encuentran respaldadas por el Estado para que contribuyan al buen funcionamiento y desarrollo del país, para el cumplimiento de los derechos, para salvaguardar las personas y bienes en todo el territorio nacional, entre

ellas se encuentran las relacionadas con la seguridad nacional, es allí en donde entra la fuerza pública, integrada por las Fuerzas Militares (Ejército, Fuerza Aérea y Armada) y la Policía Nacional, esta última no cuenta con la esencia militar, pero sí de personal civil armado que debe velar por la seguridad en la parte interna del país; una fuerza pública integrada por hombres y mujeres entrenados en diferentes aspectos relacionados con los Derechos Humanos, seguridad, entre otros.

Es bajo el DECRETO 2203 DE 1993 que la Policía Nacional recibe la formalización de su estructura orgánica y se establecen sus funciones generales y específicas -Direcciones y oficinas asesoras- las cuales están estipuladas bajo la ley en pro del cumplimiento de la constitución, de manera general, buscando preservar el orden en todo el país y prevenir la comisión de delitos en contra de la vida y bienes de las personas, todo esto bajo la dirección del Presidente de la República, El Ministro de Defensa y las Autoridades Políticas que corresponden.

El fin primordial de la Policía Nacional es el mantenimiento de la convivencia como condición necesaria, para el ejercicio de los derechos y libertades públicas y para asegurar que los habitantes de Colombia convivan en paz fundamentada en el código de ética policial. (Policía Nacional de Colombia)

Y es eso lo que ha procurado realizar la Policía Nacional, una institución que desde hace más de 129 años ha velado por la seguridad de cada persona -sus bienes, sus pertenencias, su vida, etc.- en el territorio nacional, con más de 157.000 integrantes entre personal uniformado y no uniformado -administrativos- que desde sus diferentes especialidades y áreas de acción han contribuido a la construcción de un mejor país, entre los cuales se cuentan hombres y mujeres que abandonaron sus familias y se entregaron al servicio, llegando hasta sacrificar sus vidas por el bienestar de todo un país, como desde 1983 cuando murió el primer policía en actos del servicio.

No obstante, con altibajos que no hacen excepción de ninguna institución, pero es por esa situación que desde el Gobierno Nacional a la fecha se han propuesto unos cambios en la Policía, en donde no solo se va a cambiar el uniforme o algunos aspectos visuales en los elementos que portan los Policías -patrullas, radios, entre otros-, sino, el rediseño de modelos del servicio, fortalecimiento de la protección de los Derechos Humanos, profesionalización del

personal, un nuevo estatuto disciplinario para la institución, entre otros; pero son cambios que no solo se verán en la Policía Nacional, sino también en parte de la estructura del Ministerio de Defensa.

Cabe destacar, que los altibajos en la institución han permanecido con el tiempo, pero desde hace unos cuantos meses, se ha intensificado la problemática, para abordar un hecho en específico, se puede referir la coyuntura nacional en la que ha sido participe la Policía Nacional, con la llegada del Paro Nacional, el cual fue convocado desde el 28 de abril de 2021, inicialmente, por la inconformidad relacionada con la reforma tributaria, pero que con el tiempo se fueron agregando más razones para motivar a las personas a ser partícipes de la convocatoria nacional.

Aunque una parte de los asistentes salieron a movilizarse de la manera correcta, otra parte resultó afectando varias instalaciones y personas, produciendo bloqueos, desabastecimientos, entre otras acciones que generaron caos en muchos lugares del país, y es allí en donde entra la Policía Nacional a actuar en este Paro Nacional de una manera mayor -porque aunque estaban presentes en el paro, acompañando a los manifestantes, velando por su seguridad- buscando restablecer el orden, y cómo lo puede hacer, debe tomar acciones por medio del uso legítimo de la fuerza.

Y lo sucedido en el Paro Nacional no es una excepción, es el común denominador en cada momento de tensión en el país, la comunidad termina descargando su inconformismo por la desigualdad social o cualquier otro factor, con la Policía Nacional, como si esta fuera la responsable de todo lo que sucede en el país o la encargada de la creación de las leyes o de regir al país, olvidando así, que los policías solo siguen ordenes, cumplen las funciones que se les han demandado.

Pero en medio de esas actividades se presentan casos fortuitos que afectan negativamente no solo a la comunidad, sino también a muchos uniformados, y son aquellos casos los que han sido detonantes de la opinión pública en contra de la institución, que se ven reflejadas en la manera de expresarse hacia esta, incitando a la comunidad a controvertir y a cambiar su ideal frente a la imagen de la institución.

Todas estas situaciones han manchado la imagen corporativa de la Policía Nacional, creando la percepción incorrecta en el imaginario de la sociedad, mencionados como asesinos, violadores, torturadores, hombres armados que abusan de su poder en vez de cumplir su función de salvaguardar a las personas, entre otras formas despectivas de calumnia hacia estos, pero todas se encuentran totalmente erradas, porque el actuar de un individuo no condiciona el actuar de todo el cuerpo de Policía, esos casos aislados de procedimientos incorrectos no pueden deslegitimar los millones de casos que ha gestionado la Policía -siendo en su mayoría exitosos-, la Policía debe posicionar la verdad, reivindicarse, sacar a flote la esencia que la ha caracterizado como institución, como lo es el servicio abnegado en pro de la comunidad por más de un siglo.

Ahora bien, para que la Policía posicione la verdad, debe seguir fortaleciendo el trabajo de una de las oficinas considerada asesora, es la oficina de Comunicaciones Estratégicas, que como se puede observar ha gestionado las relaciones públicas, las diferentes redes sociales en las que hace presencia la institución, los medios de comunicación con los que se cuenta, entre otras funciones que han mantenido actualizada a la institución en cuanto a las nuevas tecnologías y formas de interacción digital, todo lo anterior, bajo la normatividad correspondiente estipulada para el accionar de la Fuerza Pública en los medios de comunicación.

Por lo anterior, la oficina de Comunicaciones estratégicas debe continuar su eficiente gestión, pero reconociendo que toda la responsabilidad no depende de ella estrictamente, claro, es una pieza fundamental en el proceso, porque liderará la estrategia, se encargará de utilizar todas las herramientas que se encuentren a su alcance para lograr reivindicar la imagen institucional, pero se debe comprender que todo se enfocará en un trabajo mancomunado en el que se entrelazan las diferentes áreas de acción de la institución, la oficina de Comunicaciones realizará la mejor gestión de la información, pero es el accionar de cada policial el que respalda dicha información.

Solo estableciendo la estrategia pertinente se pueden lograr las metas y objetivos propuestos por las empresas. Para que una estrategia sea exitosa, ésta debe ser coherente con los valores y las metas, con los recursos y capacidades de esta, con su entorno, con su estructura y sistemas organizativos. (Castro, 2010)

Por consiguiente, es allí donde se pretende aportar con el siguiente ensayo, por medio de una estrategia de comunicación agresiva, pero no en términos de buscar herir a todos los involucrados, sino de generar la mayor cantidad de contenido de valor basado en la innovación y en los requerimientos tanto de la institución como del público objetivo, en pro de posicionar la imagen corporativa.

Para ello, es importante definir varios puntos relacionados con la estrategia de comunicación, iniciar con el objetivo, el cual se encuentra presente en el título del ensayo, contribuir a la reivindicación de la imagen corporativa de la Policía Nacional de los Colombianos, llegando a ese público objetivo, que es la sociedad colombiana y la opinión internacional que tenga relación con la institución, por medio de un mensaje que logre exponer lo que en verdad significa y representa la Policía, que es su esencia de vocación de servicio a la comunidad, brindándoles seguridad no solo en las calles, sino, en todos los campos de acción en los que se encuentra.

Pero del mensaje principal se derivan numerosas vertientes, como lo es, presentar una institución valiente, aguerrida, perseverante, mostrar esa personalidad de la institución que es por y para los colombianos, porque es de las pocas instituciones que cuentan con integrantes pertenecientes a la mayoría de los departamentos, por lo que Colombia se encuentra representada en ellos.

Exponiendo que la Policía cuenta con un talento humano capacitado en su totalidad en diferentes áreas para prestar el mejor servicio a la comunidad, porque todo el personal policial que se encuentra laborando ha pasado por las escuelas de formación por varios años, en donde se han preparado en variedad de temas relacionados con la prestación del servicio, Derecho Internacional Humanitario, entre otros; dichas escuelas se han instaurado como instituciones educativas cumpliendo con todos los requisitos necesarios para colocarse al nivel académico y de prestigio de diferentes Universidades del país, cabe resaltar que, no asisten a dichas escuelas una única vez, sino que constantemente reciben actualizaciones de sus entrenamientos o nuevas opciones.

Por consiguiente, cómo se logrará compartir ese mensaje general, por medio de las siguientes acciones, primero, conformar un equipo de profesionales en las comunicaciones estratégicas -aunque pueda ser necesaria la convocatoria de talento nuevo para dicha

dependencia-, que reciban capacitaciones que fortalezcan sus capacidades relacionadas con el tema de gestión de estrategias, para que se dediquen a la planificación e implementación del proyecto.

Segundo, se deberá realizar todo un proceso de análisis del contexto, inicialmente, interno, de reconocer cómo se está llevando a cabo la gestión en las redes, conociendo si la cantidad de seguidores es la adecuada o se podría llegar a más personas mejorando la calidad del contenido, las debilidades y fortalezas que cada una de ellas representa, revisar quiénes son los encargados de las redes y de qué manera lo están realizando, verificar si están siguiendo un estrategia general o cada uno está manejando los perfiles que le corresponde como un ente aislado a toda la red institucional.

A raíz de esto, entra un asunto, que debe ser analizado desde diferentes puntos de vista, para no entrar a restringir libertades individuales, y es sobre, cómo se están exponiendo los policías en sus redes personales, entendiendo que, aunque sean personales hacen parte de la representación de la institución, porque como se mencionó anteriormente, el respaldo de la estrategia de comunicaciones es el actuar de cada policía -en este caso, su presencia en las redes-.

Lo anterior, se podría revisar y estudiar la posibilidad de la implementación de unos cuantos parámetros para el uso de las redes sociales por parte del personal uniformado, en cuanto a educar al personal en cuestiones de las redes sociales, exhortar el respeto al uniforme en cada publicación, proteger la privacidad de las instalaciones, entre otros temas, para que de esta manera, el personal gestione las redes sociales de la mejor manera posible -cautelosamente- pensando en el bienestar de la institución que representan, debido a que no son ciudadanos comunes, sino, servidores públicos.

Continuando así, con el análisis externo, reconocer cuál es la percepción que tiene la sociedad acerca de la Policía, cómo se pronuncian los medios de comunicación, el contenido y la calidad de los comentarios, likes y repost en las redes de la institución, pero no solo en el país, sino cómo es observada por la opinión extranjera, es la correcta o no, y si no lo es, cómo debería cambiarse.

De hecho, también se encuentra un análisis que es en los dos sentidos -interno y externo- y es referente a comprender cómo es la manera en que los miembros de la Policía Nacional y sus familias interactúan con las redes institucionales, por lo que se debe empezar a buscar la manera en que se pueda incentivar dicha interacción, para que cada Policía y su familia siga las redes de la institución, de los directivos, de su especialidad, de su departamento, etc., generando así mayor movimiento en las redes y posicionamiento, para que hagan parte de la conversación cada vez que se genere en torno a la institución y esas redes puedan ser respaldadas por todos los seguidores con los que cuenta.

Tercero, definir los plazos para cada paso de la estrategia y sus respectivos métodos de evaluación, como también las herramientas que se van a utilizar. De manera que, esas acciones necesitan herramientas estratégicas, como lo son las redes sociales, la publicidad, los eventos, actividades experienciales, las relaciones públicas, la relación cara a cara con la comunidad, la página web, la radio, entre otras.

Entrando con fuerza a cada red social que sea relevante en el momento, actualmente, se debe tener presencia activa, especialmente en Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube, aprovechando los beneficios que ofrece cada una de estas, y los diferentes públicos que se pueden alcanzar, la interacción inmediata y los diferentes formatos de cada una, volviendo virales las discusiones frente a los hashtag que se propongan, como lo es el caso actual de #EsUnHonorSerPolicía, proponiendo así diferentes opciones para la Policía Nacional que #Crece, #Fortalece, #Renace, entre otros, creando identidad, recalcando el mensaje de la estrategia y fortaleciendo la marca.

Acompañadas del correcto contenido publicitario, que permita divulgar las actividades que realiza la institución, los eventos, los actos relevantes, entre otros. Relacionado con los eventos y actividades experienciales, se deben ingeniar diferentes maneras para acercar a la comunidad a la labor de la Policía, haciendo presencia en todos los eventos que sean posibles de otras entidades, de Universidades, colegios, actividades de fundaciones, etc.; también, reforzando el programa de Policía por un día y las demás actividades que no se han gestionado con frecuencia, invitando a famosos y/o líderes de opinión, para que sean ellos los encargados de replicar el mensaje.

En la parte de la relación cara a cara con la comunidad no solo se refiere a la excelente prestación del servicio a la comunidad -pilar fundamental de la misión institucional- el cual debe ser basado en el respeto, la diligencia, el compromiso y en búsqueda de soluciones efectivas, sino también aprovechar el formato de influencers, apoyando los perfiles de todos aquellos Policías que se destaquen por la calidad de su contenido relacionado con la excelente representación de la labor institucional, debido a que a través de ellos se puede generar un trato más cercano y que fluya con naturalidad entre los Policías y la comunidad, permitiéndoles ser voceros.

Lo que respecta a la radio, aunque es una herramienta alejada de lo visual, es un medio que logra alcanzar un segmento del público objetivo que se encuentra alejado de la interacción en las redes sociales, por lo que los mensajes de las otras herramientas tan solo se deben adaptar en esta. Hablando de la página web, se encuentra robustecida, por lo que debe continuar así su fortalecimiento y generando acoplamiento con las demás herramientas, casi como una matriz que conecta todas las herramientas.

Herramientas que permitirán la interacción constante con el público objetivo, dando respuesta a sus inquietudes y solicitudes, generando que las personas se identifiquen con la institución, la reconozcan y se convenzan de la excelente labor que realizan, por medio de la repetición constante del mensaje central, trayendo a la memoria aquellos hombres que conformaron la policía en sus inicios, que recorrían las frías calles bogotanas en las noches oscuras -y que todavía lo siguen haciendo en todo el territorio nacional-, llegando a tocar el corazón, mover sentimientos y emociones en la ciudadanía frente a labor de la Policía, lo que permite que se pueda influir en sus actitudes y comportamientos, colocándolos a favor de la Policía, convirtiéndolos en ese apoyo, en esos defensores en las redes.

También, mostrando los procesos de incorporación, el diario vivir de los policías en las diferentes especialidades y regiones del país, el compromiso 24/7 con la comunidad, las diferencias de trabajar en una empresa normal a ser parte de la Policía, los riesgos a que se enfrentan diariamente, las operaciones exitosas en pro de la seguridad ciudadana, que las personas puedan conocer a fondo sobre la institución. Resaltar también los avances en la formación del personal.

Otro aspecto fundamental en el crecimiento de un profesional de policía es el de las competencias que puede llegar a desarrollar en su servicio, gracias a la capacidad de discernir los métodos de conocimiento adquiridos, de igual forma, la capacidad de fortalecerse personalmente con base en la doctrina institucional. Esto es fundamental en todo el talento humano de la Policía Nacional, ya que crea hábitos de excelencia para hacer de él un policía íntegro, con vocación de servicio y que aprovecha las competencias necesarias para prestar un servicio de calidad a la comunidad. (Pascagaza et al. 2020)

Además, la Policía cuenta con una amplia gama de herramientas que ya se encuentran en funcionamiento, las cuales se deben seguir fortaleciendo para aprovecharlas al máximo, por eso se debe entrar a esas redes sociales, son esos medios de comunicación los que hay que abordar con todo el impulso necesario y la estrategia correcta para reivindicarse en todo momento.

Porque son esos canales, los que diariamente se encuentran reportando solo la parte negativa de la institución -que en ocasiones puede ser una tergiversación de la realidad, manipulada por algunos sectores que se encuentran en contra del laborar de la institución-, por eso, también, con una correcta realización del monitoreo de medios se puede empezar a controlar esos comentarios negativos y tomar la delantera trabajando de la mejor manera para llegar de la forma más acertada al público objetivo, siempre, pero en todo momento, se debe crear contenido de valor.

Fortalecer las relaciones públicas es vital para la estrategia, manteniendo una excelente relación con los líderes de opinión, con los medios de comunicación, con las Fuerzas militares, con las diferentes organizaciones que se relacionan de una u otra manera con la Policía, basados en el respeto y la buena comunicación, para evitar malentendidos, recalcando que en cada situación que se encuentre inmersa la institución, si no hay investigaciones de fondo por parte de las autoridades competentes, no se deben realizar declaraciones que aseguren o dictaminen un mal procedimiento policial, porque se empieza a generar desconfianza en la sociedad, y se exalta así el concepto de inseguridad hacia la institución.

Es importante tener en cuenta que de la misma manera que se hace un énfasis en resaltar todos los aspectos positivos de la institución, no se puede evitar pensar que en algún momento llegarán situaciones negativas -aunque la mejor opción sería evitarlas a toda costa, colocando como base el respeto, prestando el mejor servicio, realizando los procedimientos de la manera correcta, actuando con cabeza fría, sin dejarse llevar por la adrenalina del momento- que tendrán que ser gestionadas de la mejor manera, sin buscar ocultarlas en ningún momento, porque en el instante que se empieza a visibilizar que también hay errores, y se hace justicia en el momento de resolverlos, los contradictores no tendrán manera de utilizarlos en contra, y la opinión pública se fortalecerá a favor de la institución.

Porque se puede contar con la mejor estrategia de comunicaciones, con un equipo robusto guiado por los mejores líderes de comunicaciones del mundo, y los resultados positivos pueden empezar a salir a la luz, mejorando así las estadísticas de interacción con la comunidad y proporcionalmente la imagen corporativa, pero, si la institución internamente no realiza cambios y actualizaciones estructurales de fondo, porque no se quiere decir que se encuentra en un mal estado, sino que como toda organización, requiere mejoras constantes, para no usar métodos obsoletos o quedar desactualizada en algunas áreas, también, como está conformada por personas, y en esa relación diaria que viven, el conflicto es inherente a las relaciones interpersonales, por lo que se deben mejorar los procedimientos para su gestión.

Por consiguiente, si no se toman decisiones importantes y relevantes para el buen funcionamiento de la institución, con la estrategia solo se estará creando un espejismo, una cortina de humo que distorsiona la realidad, que en cualquier momento, por alguna falla inesperada, podrá generar un efecto dominó que lo único que hará será destruir todo lo que se trabajó desde las comunicaciones, desplomando el engranaje que con mucho esfuerzo se ha construido, volviendo así más complicado el contexto para la gestión de las comunicaciones y la reivindicación de la imagen corporativa.

Así las cosas, si la Policía Nacional desea implementar la estrategia de comunicaciones y a la par realizar los ajustes que considere necesarios para el bienestar institucional, no debe olvidar que ya tiene unos valores predeterminados, los cuales le permiten relacionarse de la mejor manera no solo con los actores internos, sino también con los externos, valores que le permitirán afianzar su esencia fortalecer su enseñanza y reproducirla constantemente, ahora bien, esos valores y principios que caracterizan a la institución son los siguientes, “1. Vocación

policial. 2. Honestidad. 3. Compromiso. 4. Honor policial. 5. Disciplina. 6. Solidaridad, Principios, 1. Vida. 2. Dignidad. 3. Equidad y Coherencia. 4. Excelencia” (Policía Nacional de Colombia).

Ahora bien, todas esas acciones se enfocarán para contribuir a la imagen corporativa de la Policía Nacional, la cual no solo pertenece a la sociedad colombiana, sino también a esa parte de observación y análisis que se realiza desde más allá de las fronteras colombianas, la imagen internacional, conociendo qué dice la prensa extranjera, cómo opinan desde los medios de comunicación y redes sociales, cómo se ha proyectado la Policía Nacional, entre otras opciones importantes.

Aunque se puede realizar un énfasis en la comparación frente al resto de instituciones policiales y militares a nivel internacional, no obstante, se conoce que en cada país la estructura, la distribución y la normatividad que rige a cada una de estas instituciones varía dependiendo del país, pero su objetivo y funciones pueden ser similares- debido a que es importante reconocer la manera en que desde el exterior se percibe la realidad del contexto colombiano relacionado con la seguridad.

Todo lo anterior, se podría ver materializado con los beneficios que traería la implementación de dicha estrategia de comunicación para la Policía Nacional, -resaltando que tomaran su tiempo en poder observarse de una manera intensiva, pero a su debido momento llegarán- entre los que se destacan posiblemente los siguientes, una imagen que refleja la sensación de seguridad, percepción social satisfactoria -tanto para la sociedad como para la institución-, posicionamiento en el área de la seguridad a nivel nacional e internacional -no solo por el excelente servicio prestado, también, por sus diferentes enfoques innovadores-, consolidación del liderazgo institucional, fortalecimiento de los convenios internacionales, cumplimiento de la misión institucional, entre otros.

Iniciando con la imagen y la sensación de seguridad, es una de las metas principales no solo relacionado con la estrategia de comunicación, sino para la Policía Nacional, porque es desde esa sensación que parte la esencia institucional, porque eso es lo que se requiere para mejorar el servicio a la ciudadanía, que cada persona en el territorio colombiano, desde el Presidente hasta el ciudadano del común, desde los adultos mayores hasta los niños, desde el ríohachero

hasta el leticiano, sin importar si se encuentra en la ubicación geográfica más apartada en el mapa, se sienta protegida por esta.

Sepa que puede contar con la institución en los momentos que lo requiera, y no solo en cuestiones de seguridad, sino también desde los diferentes tipos de intervenciones -culturales, sociales, recreativas, entre otras- que la institución ha preparado para brindarle siempre lo mejor al país, para que cada persona se sienta acompañada y respaldada por un equipo de profesionales que actúan guiados por la justicia, claramente, los únicos que deben sentir todo lo contrario son aquellos que cometen actos ilícitos, aquellos si deben recibir el mensaje que es claro, serán perseguidos, neutralizados, sus planes no podrán ser ejecutados y todo el peso de la ley caerá sobre ellos.

Por lo anterior, que se encuentra unido a la percepción social satisfactoria, porque en la parte anterior se enfoca a ese sentimiento que nace en las personas cuando se trata sobre la Policía, pero es en la parte de la percepción en donde se empieza a evidenciar esos sentimientos internos, porque es la percepción la que indica cómo está recibiendo el mensaje la comunidad, la manera en que las personas evalúan, juzgan, comprueban, inspeccionan, la institución y su accionar, frente a todos los factores sociales, culturales y de orden público que la rodean, y es allí donde se busca llegar con la estrategia, lograr influir -por lo que la estrategia debe ser agresiva- en esa percepción.

La cual en el momento se puede encontrar un poco desviada, entendiendo que el contexto nacional es un poco adverso -tiende a mantenerse- para la institución, por lo que se debe actuar eficazmente y estratégicamente para contrarrestar sus efectos negativos, logrando así beneficios medibles, y una de las maneras de medir la percepción, es por medio de las interacciones en las redes sociales, por medio del contenido de cada comentario, la forma en que se refieren a la institución -con admiración, respeto, odio, neutralidad, entre otras opciones-, etc.

Frente al posicionamiento en el área de la seguridad, principalmente, por la excelencia en el servicio, debido a que es un servicio que se actualiza continuamente en pro de mejorar y obtener resultados exitosos en la mayor cantidad de operaciones, acompañado de los enfoques innovadores, adaptados al contexto y a las necesidades de la ciudadanía, que se pueden ver reflejados en las diferentes unidades y grupos especializados de la Policía a nivel nacional, y

que desde cada departamento y regional se enfocan las directrices de dichas áreas, para fortalecer el acercamiento a la comunidad por medio de variedad de actividades relacionadas con el área ambiental, de la infancia y la adolescencia, turismo, bienestar social, edificación de la paz, entre otros.

Cabe resaltar que, son grupos interdisciplinarios que innovan diariamente para trascender con su accionar, dejando un mensaje, con el fin de educar así a todos los involucrados, porque aunque parezcan actividades sencillas -desde actividades lúdicas y/o académicas, hasta jornadas de salud- van cargadas de información relevante, como lo son, los riesgos que se pueden presentar al utilizar las redes sociales sin supervisión, el modus operandi de los delincuentes, el compromiso de proteger los recursos naturales, etc., la cual ha sido preparada por personal profesional en el campo específico, convirtiéndose así en referentes de un servicio integral a nivel internacional.

Referente a la consolidación del liderazgo, será una mezcla entre seguir fortaleciendo el liderazgo de cada uno de los uniformados y propiciar en aquellos que todavía no se consideran líderes -lo cual es importante revelar en cada individuo, porque en el momento que ingresaron a la Policía empezaron a recibir una formación para convertirse en líderes de la comunidad-, haciendo así que cada policía se sienta orgulloso de portar el uniforme, reconociendo su forma de liderazgo.

Y eso se refleje en su servicio, un servicio de calidad, con pasión, entusiasmo, un servicio que permita que el personal policial aprenda en cada momento de este, que trascienda en el tiempo, que pueda entender la labor tan significativa que realizan, una labor que se evidencia en todo el territorio nacional, ahora bien, se entiende que en la Policía Nacional se vivencia un liderazgo autocrático, debido a su esencia similar a la militar, pero es un liderazgo que en ciertos momentos debe tornarse a otro estilo de liderazgo, en pro de la mejora, porque se debe pensar en el bienestar de todo el equipo de trabajo y la manera en que están recibiendo las instrucciones, para que sea de la forma correcta y de esta manera se lleve a cabo una gestión del trabajo eficiente mancomunadamente.

Entre aquellos resultados que se esperan obtener, también se encuentra el fortalecimiento de los convenios internacionales, debido a la buena opinión por parte de los países extranjeros hacia la institución, lo que se verá reflejado en aportes, que permitirán nuevas adquisiciones e

inversiones, aumentando así el presupuesto para la institución; y, entrenamiento de alto nivel - intercambios-, lo cual contribuiría a mejorar muchas de las capacidades de la institución, preparando al personal policial con las últimas tendencias -tecnología, armamento, acondicionamiento físico y táctico, métodos de investigación, etc.- en seguridad a nivel mundial, compartiendo experiencias y vivencias importantes para la consolidación de una formación integral para cada Policía.

Respecto al cumplimiento de la misión institucional, que se verá reflejado en la disminución de las cifras de los diferentes delitos que se presentan en el país -en un trabajo mancomunado con las fuerzas militares-, lo cual más que una gran cantidad de cifras en un informe, representa mejores niveles de seguridad para cada persona a nivel nacional, minimizando el control territorial que ejercen los grupos al margen de la ley, quienes aprovechan cualquier momento descuido por mínimo que sea para actuar diligentemente, haciéndole frente al crecimiento exponencial de los cultivos ilícitos, el narcotráfico y la formación de carteles, bandas criminales y guerrillas.

Logrando así disminuir los hurtos, atracos, atentados terroristas, secuestros, extorsiones y demás mecanismos terroristas que utilizan los delincuentes; cumpliendo así el fin primordial de la institución que es mantener la sana convivencia en el territorio nacional, proporcionando a cada ciudadano un contexto en donde se pueda desarrollar con libertad, sin tener represalias por eso, llegando así a dejar huella en cada persona de una manera positiva, que puedan reconocer la importante labor que dicha institución brinda y que se refleja en resultados exitosos para la seguridad.

Conclusiones

Finalmente, todo ese trabajo de comunicaciones estratégicas va enfocado a reforzar y propiciar el cumplimiento de la misión institucional, la cual se expone a continuación “El fin primordial de la Policía Nacional es el mantenimiento de la convivencia como condición necesaria, para el ejercicio de los derechos y libertades públicas y para asegurar que los habitantes de Colombia convivan en paz fundamentada en el código de ética policial” (Policía Nacional de Colombia)

Y ese cumplimiento de la misión institucional mostrará el apoyo a las diferentes áreas en las que se desenvuelven diariamente los colombianos y los demás habitantes de la nación, debido a que, a mayores niveles de seguridad, la confianza en el mercado aumentará, motivando a las compañías extranjeras a invertir en Colombia, lo que generaría ganancias para el país, mayor cantidad de empleos, movimiento de la economía, cierto grado de estabilidad para aquellas personas que deseen emprender, también, aparte de los beneficios para el área económica, se puede pensar en la libre movilidad para las personas, que sientan seguridad al desplazarse hacia sus trabajos, lugares de estudio, asistir a eventos, actividades o viajes para otros lugares del país.

Ahora bien, en la estrategia de comunicaciones se tendrá en cuenta fundamentalmente, la empatía, la verdad, la tolerancia, el trabajo en equipo, la expresión correcta y estratégica, dándole importancia a la cultura concerniente al país, la cual es relevante para la producción de contenidos, logrando modelar la conducta y el comportamiento del público objetivo por medio de un reforzamiento positivo continuó, recibiendo así el respaldado de la comunidad en las redes sociales.

Cabe resaltar que, la gestión de las redes sociales y los medios de comunicación es permanente, y, aunque la estrategia se implementará, en algún momento debido al contexto deberá ser actualizada o cambiada por completo, pero la esencia siempre será la misma, contribuir a la imagen corporativa, claramente, se deben tener en cuenta variedad de aspectos para generar adaptación al contexto en el cual se encuentre inmerso con el pasar del tiempo. Comprendiendo que se corren riesgos al interactuar en las redes, pero pueden ser controlados y la cantidad de beneficios los opacan.

Se debe velar por la correcta ejecución de la estrategia de comunicaciones, para no incidir en errores o desviar el camino que se pretende recorrer, porque no es solo cuestión de imagen o reputación la cual se puede obtener de muchas maneras sencillas, pero que no tendrá efectos duraderos, y que con el tiempo generarían el efecto contrario en la opinión pública, por lo que se debe actuar con responsabilidad, debido a que cualquier accionar por mínimo que parezca tendrá repercusiones en la institución.

Buscar permanecer en una constante evaluación de la gestión de la estrategia y los resultados que se vayan apreciando, definir indicadores asociados con la productividad, los resultados de los procesos, el cumplimiento de los objetivos para lograr hacer los cambios que se requieran en el menor tiempo posible. No solo se debe evaluar la estrategia, sino también, se deben evaluar los conocimientos y capacidades del personal que la está ejerciendo para verificar si realmente cumplen a cabalidad con los requisitos para ejercer dichas funciones o se hace necesario la actualización en parte del equipo, pero sin generar afectaciones al desarrollo de esta.

Además, Colombia necesita una institución fortalecida, respaldada no solo por las autoridades, sino por la sociedad en general, que los colombianos reconozcan la invaluable labor que la Policía Nacional ejerce, hay mucho por mostrar que Colombia no conoce, todas esas habilidades, atributos, experiencia, toda esa historia con la que cuenta la Policía Nacional, y eso se debe recalcar.

Sumado a esto, es importante la reivindicación de su posición como ser humano, respeto para él y para la institución que representa, dignificar el uniforme, resaltando que detrás del uniforme siempre se encuentra un ser humano, que como tal siente, vive, expresa sus sentimientos, etc. En todo momento el personal debe sentir ese apoyo por parte de su institución, encontrando satisfacción laboral, reconocer quienes son, por qué hacen lo que hacen, el valor que eso representa.

Especialmente, lograr convertir las debilidades en fortalezas, todo aquello que los contradictores utilizan para desprestigiar el nombre de la institución, se debe encontrar la manera de transformarlo y que funcione positivamente, no quedarse en el insulto o el problema, no entrar en el círculo vicioso de un conflicto constante, controlarlos y neutralizarlos con rapidez para que no trasciendan y las afectaciones negativas sean mínimas, empezar a construir

alrededor de estos, aprovechando las críticas para revisar en qué áreas de verdad se está fallando y cómo se puede resarcir con diligencia para mejorar el rendimiento.

Haciendo énfasis en que ese sector que no encuentra afinidad con la Policía encuentre a una institución humilde, moderada, responsable, pero con suficiente autoridad para exigir respeto y hacerse respetar porque confía en su accionar, dispuesta a negociar, a llegar acuerdos, pero siempre basada en la verdad, sin dejarse sobrepasar injustamente o entrar en contextos de disputa innecesarios.

Concluyendo que el trabajo se encuentra centrado en la línea de investigación de estrategias organizacionales debido al proceso de creación e implementación de una estrategia de comunicación para la Policía Nacional de los Colombianos, desde la perspectiva propuesta con el enfoque de los conocimientos adquiridos la Alta Gerencia y la Comunicación Social, por medio de diferentes aportes de temas relevantes que se presentaron en asignaturas cursadas en el pregrado y posgrado.

Como lo son, modos gerenciales para afrontar el conflicto, conflictos organizacionales, comunicación organizacional, planificación de estrategias de negociación ideales y conflicto internacional, calidad de vida organizacional, evaluación del desempeño, toma de decisiones, comportamiento organizacional, valores y conducta ética, satisfacción de los clientes, marketing, gestión de procesos, análisis interno y del entorno, posicionamiento, entre otros que permiten el acercamiento académico a la investigación propuesta.

Referencias

- Carabajal, L. G. (2010). Distintos sentidos del concepto de violencia. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy, (38),69-77. ISSN: 0327-1471.
- Castro Monge, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. Revista De Ciencias Económicas, 28(1).
- Edward B. Tylor, Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art, and Custom, vol. 1 (Londres: John Murray, 1903), p. 1.
- Fajardo Pascagaza, E., Céspedes Prieto, N. E., Cervantes Estrada, L. C., Mahecha Sánchez, S. J., Morales Viveros, E. S., & De Antonio, J. A. V. (2020). Análisis del componente de formación humanística dado a los oficiales de la Policía Nacional de Colombia entre 2010 y 2019 y su incidencia en la consolidación de un profesional íntegro con vocación de servicio. (Spanish). Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía - RIIEP, 13(2), 335–368.
- Policía Nacional de Colombia. (s.f.). Misión, visión, mega, valores, principios y funciones. <https://www.policia.gov.co/mision-vision-mega-principios-valores-funciones>
- Rincón, M. Á. (2013). Colombia bajo un escenario dicotómico entre conflicto y paz.