

Seminario de Profundización en Sistemas

Programa Ciencia de la Información y la Documentación,
Bibliotecología y Archivística

PERTINENTE CREATIVA INTEGRADORA

 @uniquindio  uniquindioconectada  uniquindioconectada

www.uniquindio.edu.co

**PROPUESTA DE MARKETING DIGITAL PARA EL ARCHIVO HISTORICO DE
ANTIOQUIA**

Presentado por:

LESBY ANGELICA RODRIGUEZ ZULETA

CLAUDIA PATRICIA ZAPATA ZAPATA

Docente:

RICARDO ANTONIO BOTERO RÍOS

Programa Ciencia de la Información y la Documentación, Bibliotecología y Archivística

Universidad del Quindío

2019

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	9
2. MATRIZ DOFA	11
3. OBJETIVOS	12
3.1 OBJETIVO GENERAL	12
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
4. JUSTIFICACIÓN	13
5. CAPÍTULO 1- DESARROLLO TRANSFORMACIÓN DIGITAL AHA	17
5.1 PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	17
5.1.2 Actividades	18
6. CAPÍTULO 2 - INDUSTRIA 4.0 Y LA INTERNET DE LAS COSAS	20
6.1 PRODUCTO 1 - PLAN DE COMUNICACIÓN	21
6.2 PRODUCTO 2 – INFOGRAFIA	25
6.3 PRODUCTO 3 SITIO WEB	26
6.4 PRODUCTO 4 PANTALLAS INFORMATIVAS Y ACTUALIZACIÓN PC CONSULTA	27
6.4.1 Uso de los dispositivos táctiles	28
6.4.2 Cotización dispositivos y Presupuesto	29
6.4.3 Ubicación de los dispositivos.....	31
7 CAPÍTULO 3- CLOUD COMPUTING.....	32
7.1 APLICACIÓN DEL CLOUD COMPUTING EN EL AHA.....	32
7.3 CUADRO COMPARATIVO ENTRE GOOGLE DRIVE Y DROPBOX.....	39
8. CAPÍTULO 4- BIG DATA.....	41
8.1 APLICACIÓN DEL BIG DATA EN EL AHA:.....	41
8.2 ANÁLISIS DE DATOS	43
9. PLAN DE ACTIVIDADES PROGRAMA TRELLO	45
10. PLAN DE TRABAJO PROGRAMA TOM´S PLANNER.....	46
11. BENEFICIOS	47
12. RECURSOS	48
12.1 APUNTES FINALES.....	48

13. CONCLUSIONES	49
14. BIBLIOGRAFÍA	50
15. ANEXOS	52
15.1 EL ARCHIVO HISTÓRICO DE ANTIOQUIA (AHA).....	52
15.2. CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y SERVICIO DE CONSULTA DEL ARCHIVO HISTÓRICO DE ANTIOQUIA.	53
15.3 OBJETIVOS O FRENTE DE ACCIÓN	53
15.4 SERVICIO OBJETO DE ANÁLISIS	54
15.5 OBJETIVO.....	55
15.6 POBLACIÓN OBJETO DEL SERVICIO	56
15.7 SITUACIÓN ACTUAL	56
15.8 CARACTERIZACIÓN DE LOS USUARIOS	56
15.9 OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE QUE HA SIDO BASE PARA LA CREACIÓN DEL SERVICIO	57
15.10 UBICACIÓN	58
15.11 DOTACIÓN	58
15.12 CANALES DE COMUNICACIÓN.....	59
15.13 REGLAMENTO	59
15.14 PERFIL DE LOS FUNCIONARIOS	60
15.15 PLAN COMUNICACIONAL.....	60
15.16 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	60
15.1 MISIÓN	62
15.2 VISIÓN	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Matriz DOFA	11
Ilustración 3. La Moda	27
Ilustración 4. Pantalla táctil	27
Ilustración 5. Presupuesto, cotización en somosquoters	29
Ilustración 6. Ubicación de Dispositivos.....	31
Ilustración 7. Ejemplo de archivo en Dropbox	33
Ilustración 8. Graficas formulario Google drive	39
Ilustración 9. Porcentaje de población de Medellín	43
Ilustración 10. Rango de edades población de Medellín.....	44
Ilustración 11. Población por género en Medellín	44
Ilustración 12. Plan de Actividades	45
Ilustración 13. Plan de Trabajo	46
Ilustración 14. Sistema de servucción	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Relación de actividades perspectiva para el AHA	19
Tabla 2 Estrategias para el AHA, realizado en Excel.....	23
Tabla 3 Relación de actividades para indicadores del AHA	24
Tabla 4. Cuadro comparativo estudio de mercado proveedores	30
Tabla 5. Cuadro Comparativo Google Drive y Dropbox	40
Tabla 6. Relación de recursos para el AHA, realizado en Excel	48
Tabla 7 Perfil usuarios atendidos	63
Tabla 8 Datos de investigación y procedencia de usuario	64
Tabla 9 Resultado de encuestas.....	66
Tabla 10 Resultado encuesta calificación del servicio.....	67

INTRODUCCIÓN

La historia del departamento de Antioquia desde su fuente primaria cuenta con un gran acervo documental custodiado por el Archivo Histórico de Antioquia, el cual hace parte del ciclo vital del proceso de la gestión documental de la Gobernación de Antioquia, donde se puede encontrar documentos de peso probatorio, que evidencian en el tiempo el desarrollo en lo político, administrativo y cultural del territorio, de igual manera custodia otro tipo de documentación curiosa que dan cuenta de costumbres y creencias de épocas pasadas, tales como carta de dotes, compra y venta de esclavos, rituales de hechicería, juicios criminales por amancebamiento, destilación clandestina de aguardiente entre otros; que llevados a juicio y de acuerdo a la gravedad del delito se tenían penas como: destierro, cepo o grillo, trabajos públicos o incluso la muerte, documentos que se quedan en el olvido por no darse a conocer al público en general por lo limitado del mercadeo que se realiza desde estas unidades de información.

El mercadeo de la información o marketing de contenidos permite que las unidades de información se consoliden, difundan los servicios, se autoevalúen y estén en constante cambio para dar solución a las necesidades de los usuarios, cautivándolos y logrando que se conecten con los recursos servidos, es así como el presente trabajo da cuenta de la importancia de tener desde un diagnóstico hasta un plan comunicacional enfocado a promover el AHA¹ desde la tecnología y que digitalmente los usuarios puedan realizar búsquedas, recupere información y tenga acceso a ella sin poner en riesgo el patrimonio documental allí custodiado.

Este documento presenta la ruta para la implementación de la estrategia de marketing propuesta para el archivo, recopilando todos los aspectos que se tuvieron en cuenta en la

¹ AHA. Archivo Histórico de Antioquia.

investigación de mercado, los hallazgos y las recomendaciones finales, de igual manera incluye los productos diseñados para los fines propuestos.

Así las cosas, la presente propuesta abarca los aspectos claves de Transformación Digital, Industria 4.0, la Internet de las Cosas, Cloud Computing y Big Data, enfocados a la modernización que se requiere en el Archivo Histórico de Antioquia; donde se describe en cada capítulo la aplicabilidad y funcionalidad que implica la integración de las tecnologías y que sin duda alguna dará un giro que afecta a todos los actores que dependen de este proceso.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El poco acceso de usuarios a la unidad de información con conocimiento previo de la manera como acceder a la consulta y los documentos custodiados en el archivo tanto en sala como desde la virtualidad, es un síntoma que da cuenta que no es suficiente las estrategias que hasta la fecha se han implementado para difundir los servicios de consulta.

La falta de una estrategia de marketing y la respectiva implementación que permita modernizar el servicio archivístico, documentos y la forma de acceder a ellos tanto en sala como desde la virtualidad, resalta como la causa principal, genera en el usuario desmotivación a la hora de enfrentarse a la consulta en el AHA por desconocimiento de los instrumentos de recuperación de la información y los fondos custodiados por este; en consecuencia el usuario universitario no consigue consultas efectivas y los usuarios potenciales carecen de un acercamiento a este espacio como generador de conocimiento y custodio de patrimonio. Se evidencia así un archivo desactualizado en uso de las tecnologías de la información como herramienta de mercadeo y difusión y por ende rezagado en cuanto a los lineamientos internacionales en relación con la modernización de los sistemas archivísticos tal como lo referencia la revista Códice.

“La modernización efectiva de los servicios archivísticos se conseguiría mediante el contraste de experiencias en el ámbito internacional, especialmente entre los países de la región, en la aplicación de principios y técnicas modernas de gestión de documentos, sobre la base de la normalidad jurídica y la adopción de sistemas coherentes y efectivos que permitan aumentar la productividad y reducir costes.

Concretamente, las acciones de modernización se orientaron al ámbito de los archivos del gobierno central o federal de cada país (excluyendo temporalmente los archivos de los departamentos, estados, provincias o municipios), concretándose en las siguientes:

- a) «Desarrollo y promoción del proceso de modernización archivística», que perseguía la elaboración de un programa de modernización archivística...” (Sanjuan, 2006)²

Lo anterior evidencia unos síntomas, causas y consecuencias que de no ser intervenidos dejarían al AHA por fuera de la llamada cuarta revolución industrial y las posibilidades de perdurar en el tiempo a la par de las nuevas tecnologías.

² Sanjuan, J. L. (Enero-Junio de 2006). Sistemas archivísticos y modelos de gestión de documentos en el ámbito internacional. *Revista Códice*, 2(1), 53-88. Recuperado el 08 de octubre de 2019, de <http://eprints.rclis.org/20305/1/Sistemas%20archiv%C3%ADsticos%20y%20modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20documentos%20en%20el%20C3%A1mbito%20internacional%20%28Parte%201%29.pdf>

2. MATRIZ DOFA

Planificación estratégica del Archivo Histórico de Antioquía

El uso de la herramienta de diagnóstico que a continuación se presenta da cuenta de la relación de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se evidenciaron en el archivo, lo que permite la elaboración de la estrategia, la intervención de los medios de difusión, sus respectivas recomendación y productos descritos.

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Documentación organizada, descrita e indexada. *Espacios apropiados para la prestación de servicio de consulta. *Uso de tecnología para comunicación con usuarios y empleados. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *Las cátedras de ciencias Políticas e Historia de las Universidades de la región toman como referente documental al AHA. *Interacción con usuarios por medio de tecnologías de la información
<p>DOFA</p>	
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> *No existencia de manuales sobre el uso de los Instrumentos de recuperación de la información. *Documentos físicos no digitalizados de consulta restringida. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> *Desconocimiento del uso de los instrumentos de recuperación de la información del AHA.

Ilustración 1 Matriz DOFA, realizada en Excel, Elaboración propia.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Implementar una estrategia de marketing para el Archivo Histórico de Antioquia, donde se dé a conocer al usuario la forma de acceder y recuperar la información, de igual manera acercarlo a los contenidos tanto digitales como al acervo documental en sala; propiciando una utilización de las tecnologías de la información para la difusión y creación de herramientas que permitan entender las dinámicas de consulta propias de los archivos históricos y de valor patrimonial.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la unidad de información Archivo Histórico de Antioquia desde la perspectiva del marketing digital, con el fin de identificar falencias y potencialidades que permita proponer mecanismos de difusión y acceso a la información.
- Diseñar un plan comunicacional acorde a las necesidades identificadas en el AHA con el fin de articular los procesos de consulta del acervo documental con las actividades de difusión.
- Elaborar infografía sobre el uso y herramientas de recuperación de la información como mecanismo de acercamiento del usuario a la unidad.
- Intervenir el espacio virtual del AHA aplicando los aspectos más relevantes del marketing digital con el fin de que se posicione en el medio y esté a la vanguardia de las nuevas tecnologías.

4. JUSTIFICACIÓN

Como consecuencia de las condiciones encontradas en el análisis del archivo en lo relacionado al mercadeo de servicios y la alfabetización en el uso de instrumentos para la recuperación de la información, se planteó entonces el diseño e implementación de una estrategia de modernización del AHA con el uso de nuevas tecnologías de la información y dispositivos que posibiliten el acercamiento del usuario al acervo documental, que contemplará:

1. Elaboración del plan comunicacional del AHA
2. Realizar infografía sobre el uso de los instrumentos: en este se explicaría los distintos instrumentos que se tiene, su propósito, soporte, forma de acceso y uso.
3. Utilizar los canales de comunicación para difundir las infografías masivamente y así incentivar la búsqueda previa y de manera más exacta antes de acceder a la sala de consulta.
4. Utilización de dispositivos digitales enlazados con los diversos medios de información de servicios de la sala de consulta.

En este orden, describe (Rosell, 2009) que lamentablemente la comunicación en archivos se ha limitado a la llamada difusión o acción cultural. Cuando no se limita estrictamente a la confección de guías, de catálogos, de inventarios, de índices y de bases de datos como expresión máxima de los elementos de comunicación y de transmisión de la información (junto con dípticos y folletos informativos de mano), se configura en torno a charlas divulgativas a colectivos concretos, exposiciones de determinados fondos, confección y presentación de libros de historia local, etc. Cuando el apartado de comunicación se aborda con un poco más de vuelo, se llega a centrar en planes de acción cultural (planes de comunicación) en los que lo que básicamente se

busca es la difusión general del archivo. Hay que decir que desde el mundo archivístico se hacen muchas acciones de comunicación, y buenas. No hay que olvidar que la difusión de la información depositada en los archivos es una de las funciones claramente asociadas a la labor de los técnicos de archivo. Pero, empezando por el nombre de difusión y siguiendo por el concepto de acción cultural (también lo son las funciones de recoger y de conservar la documentación), suele hacerse de manera muy diferente a cualquier principio coherente de gestión: a) por impulso o necesidad específica de una acción concreta (una exposición), en torno de la cual se articula un conjunto de elementos y herramientas de comunicación que se diluyen una vez finalizado el motivo por el que se generan; b) no incorpora otros aspectos del mix que le podrían dar más solidez; c) como normalmente no hay un plan de comunicación general del archivo, las acciones en comunicación, producto de actuaciones concretas, suelen ser muy desiguales en cuanto a intensidad, recursos aplicados, herramientas utilizadas, etc.; y d) más allá de los ejemplos expuestos, no hay planes de comunicación específicamente diseñados para los productos de archivo, incorporados cuando procede en un plan general. (Rosell, 2009)³

En otras palabras la nueva era tecnología ha traído consigo el reto para las empresas privadas y entidades públicas de acogerse a las plataformas que proporciona, tanto a nivel de creación de contenidos como de igual manera a la conservación y difusión de los existentes como se evidencia en el caso del AHA, lo que permitiría al usuario tener una mejor experiencia y

³ Rosell, A. T. (deseembre de 2009). La incorporación del maketing en la gestión de archivos. *textos universitaris de biblioteconomia i documentació*(23). doi:10.1344/105.000001483

consultas más eficaces, la realidad actual de la unidad de información sujeta a investigación da cuenta de una serie de necesidades que ameritan intervención.

En el aspecto económico el AHA incurre en gastos al requerir de recurso humano en sala para atender las consultas de los usuarios incluso para las preguntas- respuestas que pueden ser dispuestas en la página y blogs desde la virtualidad, y de igual manera el aspecto de conservación de los documentos custodiados, teniendo un elevado costo para su mantenimiento por lo que la presente estrategia posibilita intervenir estos aspectos y evita incurrir en detrimento patrimonial al pertenecer a una entidad pública.

La innovación tecnológica digital permite un incremento de los rendimientos, pero al mismo tiempo permite una reducción de los costos de producción. De esta forma el costo marginal cero es señalado por muchos economistas como un elemento diferenciador de la economía digital. Un bien o un servicio digitalizado es considerado como inmaterial, es decir que su posesión no significa necesariamente su propiedad, y por ende su uso, no deviene exclusivo. El costo marginal de su reproducción es mínimo, en algunos casos, casi nulo. Este es el caso del libro digital en relación al libro de papel de esta manera los rendimientos crecientes que caracterizan a la tecnología digital se apoyan en externalizaciones de redes positivas. En otros términos, la economía digital es muy intensiva en capital, pero los bienes y servicios digitales pueden ser reproducidos en gran número, pero con costos unitarios muy bajos. (SPREMOLLA, 2018)⁴

⁴ SPREMOLLA, G. C. (2018). Economía digital e Industria 4.0: reflexiones desde el mundo del trabajo para una sociedad del futuro. *Revista Internacional y Comparada de RELACIONES LABORALES Y DERECHO DEL EMPLEO*, 265.

En el ámbito académico como profesionales de la información se propende porque las unidades de información que existen estén mínimamente visibilizadas en el territorio y se

convierte en responsabilidad social intervenir en su desarrollo desde el conocimiento y a manera de dejar un producto aplicable a la entidad objeto de investigación. Lo que se complementa directamente con el ámbito personal y la satisfacción de aportar para que estos espacios y fuentes primarias de información trasciendan en el tiempo y por ende sea accesible a muchas generaciones.

Así las cosas, es evidente que el AHA requiere un proceso de conversión en marketing digital, donde se vea reflejado las soluciones a los problemas encontrados en el análisis de la unidad de información y con el fin de lograr los objetivos propuestos que involucren tanto a usuarios como a prestadores del servicio en sala. Es responsabilidad de la administración departamental acatar la propuesta que se pretende dejar planteada con el fin de apalancar los procesos de difusión y mercadeo de un archivo que, por su trascendencia e importancia a nivel histórico y patrimonial, amerita dar a conocer su acervo documental de una forma masiva y por medio de las TIC, con instrumentos prácticos, entendibles y las herramientas que la tecnología pone a disposición en forma digital.

“En definitiva, el camino está trazado, solamente falta tomar voluntad y enfrentar los nuevos retos y compromisos, para que los archivos se proyecten con fuerza y puedan ser reconocidos como garantes de la estabilidad social de los pueblos”. (Ramirez, 2009)

“La difusión en los archivos: importante herramienta de proyección ante la sociedad” - (Ramirez, 2009).⁵

⁵ Ramirez, J. C. (Julio-diciembre de 2009). La difusión en los Archivos: importante herramienta de proyección ante la sociedad. *Revista Códice*, 5(2), 13. Recuperado el 18 de Septiembre de 2019

5. CAPÍTULO 1- DESARROLLO TRANSFORMACIÓN DIGITAL AHA

5.1 PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING

Los archivos –inclusive los públicos– tienen un producto que ofrecer, un local para atender la demanda de los usuarios y un precio a pagar por el mantenimiento de su estructura. Si se entiende que el producto/servicio necesita atender las necesidades y deseos del mercado, su precio se debe estipular considerando el costo, la demanda y la competencia. También es necesario comunicar su existencia al mercado por medio de la propaganda y que el punto o los puntos donde se vende el producto/servicio prestado, sea el adecuado y accesible para el mercado o público (Santos, 2007)⁶ Una vez entendida esta premisa se propone lo siguiente:

Rediseño del servicio

Se decide rediseñar el servicio de consulta, en particular en el aspecto que recibe la más baja calificación, es decir el uso de los instrumentos de recuperación de la información, para lo cual se realizarán e implementará las siguientes estrategias:

1. Elaboración del plan comunicacional del AHA
2. Realizar infografía sobre el uso de los instrumentos: en este se explicaría los distintos instrumentos que se tiene, su propósito, soporte, forma de acceso y uso.
3. Utilizar los canales de comunicación para difundir las infografías masivamente y así incentivar la búsqueda previa y de manera más exacta antes de acceder a la sala de consulta.

⁶ Santos, V. B. (Enero-Junio de 2007). Una propuesta de marketing para un archivo institucional. *Alexandria: Revista de Ciencias de la Información*, 4(6). Recuperado el 9 de octubre de 2019, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/alexandria/article/view/346>

4. Utilización de dispositivos digitales enlazados con los diversos medios de información de servicios en sala de consulta.

5.1.2 Actividades

ACTIVIDADES PROPUESTAS	NUMERO DE VECES QUE SE REALIZA LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS BENEFICIADAS	ESPACIO EN QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD
Elaboración de infografías sobre el uso de los instrumentos de recuperación de la información dentro del acervo documental del archivo.	1	4000 usuarios potenciales	Virtual, impreso ubicado estratégicamente en las instalaciones del AHA
Realizar una propuesta de marketing digital, incluyendo un plan comunicacional acorde a las necesidades identificadas.	1	4000 usuarios potenciales	virtual
Difusión en las redes	1	4000 usuarios	Virtual

<p>sociales de la entidad, correos electrónicos, afiches dentro de las instalaciones y Blog institucional.</p>		<p>potenciales</p>	
<p>Utilización de dispositivos digitales (Pantallas de información táctiles + computadores) enlazados con los diversos medios de información de servicios en sala de consulta.</p>	<p>5 pantallas táctiles 7 computadores</p>	<p>4000 usuarios 5 personas de atención al usuario</p>	<p>Físicos en sala</p>

Tabla 1 Relación de actividades perspectiva para el AHA, realizado en Excel, Elaboración propia.

6. CAPÍTULO 2 - INDUSTRIA 4.0 Y LA INTERNET DE LAS COSAS

Los grandes datos y la información en tiempo real son nuevas fuentes de creación de valor. La analítica de los grandes datos permite mejorar la segmentación de mercados para orientar ofertas y productos e innovar en los modelos de negocios y de producción, así como crear nuevos productos (combinando la producción en masa con la personalización) y nuevos modelos de servicios empresariales y gubernamentales. Además de aumentar la transparencia y la eficiencia, posibilitan un mejor y oportuno análisis del desempeño de todo tipo de variables y ajustar estructuras y comportamientos en tiempo real. (CEPAL, 2015)⁷

Encontrar los documentos de forma sencilla y rápida, tener control sobre el acceso de usuarios a la información, disponer versiones digitales de documentos originales, análisis y diseño de instrumentos de recuperación de la información y mecanismos de difusión de los servicios; son necesidades que han surgido en el ejercicio de indagar por los servicios de Archivo; todos estos documentados en la literatura sobre la transformación de la gestión documental en la industria 4.0 y por el volumen de documentos que se custodian en el AHA se presenta la línea de intervención con los productos propuestos y pensados en la virtualidad como estrategia principal de marketing.

⁷ CEPAL. (2015). La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la Internet de la producción. *Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe No.5* (pág. 100). Mexico: CEPAL. Recuperado el 8 de octubre de 2019, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/4/S1600780_es.pdf

6.1 PRODUCTO 1 - PLAN DE COMUNICACIÓN

1. Introducción: El diagnóstico del área de consulta del AHA ha revelado en su realización debilidad en cuanto al conocimiento y uso de los instrumentos de recuperación de la información por parte del usuario interno y externo lo que se convierte en una necesidad que se hacen cada vez más evidente en relación con el acceso a los documentos y la manera asertiva de comunicarse con el profesional encargado de atender las consultas en sala, por tanto el presente plan comunicacional estará enfocado a suministrar un recurso acorde a las necesidades identificadas de forma didáctica, sencilla y de impacto.

Las infografías (del inglés informational graphics) son una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión, recurso este que ha escogido como el mecanismo de presentar al usuario una guía de reconocimiento, uso y búsqueda al interior los instrumentos de recuperación de la información en el AHA.

De igual manera la necesidad de masificar este recurso hace necesario implementar una estrategia de difusión utilizando las redes sociales como medio de acercamiento al usuario y la realización de un mercadeo de impacto.

Así las cosas, este plan comunicacional será desarrollado bajo parámetros de calidad y enfocado a suplir las necesidades antes descritas.

2. Misión, visión y objetivos

Misión: El Plan Comunicación del Archivo Histórico de Antioquia tiene como misión contribuir con la formación de usuarios desde la difusión de estrategias de consulta, específicamente en lo relacionado con los instrumentos de recuperación de la

información, utilizando los recursos tecnológicos e impulsando el acercamiento del usuario a los servicios del archivo, específicamente en el área de consulta de documentos y de igual manera propender por que los servidores sostengan una comunicación asertiva con ellos, como línea básica de servucción.

Visión: El posicionamiento del Plan comunicacional del AHA se consolidará como una herramienta eficaz para dar a conocer a los usuarios los mecanismos de acceso a la información y su utilidad al momento de realizar consultas, para el año 2020 el usuario investigador de esta entidad habrá alcanzado un nivel mayor en búsquedas efectivas y en el aprovechamiento de los recursos fuente de información que provee el servicio.

Objetivos:

- Implementar estrategias de comunicación asertiva entre usuarios y servidores del AHA.
 - Acercar al usuario a los documentos del archivo mediante la generación de infografías de los instrumentos de búsqueda de información existentes.
3. Objetivos de comunicación: Difundir los instrumentos de búsqueda de información del Archivo Histórico de Antioquia y los demás servicios de consulta que presta la entidad.
 4. Resultado esperado: Usuarios direccionados asertivamente en cuanto a la realización de búsquedas efectivas de documentos
 5. Audiencia: Usuarios universitarios, investigadores y ocasionales del AHA
 6. Lista de mensajes clave que quiere comunicar
 - Pertinencia en la selección y utilización de los instrumentos de recuperación de la información.

- Comunicación efectiva entre usuario interno y externo del AHA.
- Servicios ofrecidos por el archivo.
- Disposición de mecanismos de comunicación efectivos entre usuario y entidad.

7. Estrategias de promoción y publicidad, actividades, y responsables

ESTRATEGIA	PUBLICIDAD	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Acercamiento del usuario a los Instrumentos de recuperación de la información en el AHA.	Difusión en las redes sociales de la entidad, correos electrónicos, afiches dentro de las instalaciones y Blog institucional.	Elaboración de infografías sobre el uso de los instrumentos de recuperación de la información dentro del acervo documental del archivo.	Técnico operativo

Tabla 2 Estrategias para el AHA, realizado en Excel, Elaboración propia.

8. Evaluación de la actividad Indicadores de gestión, estadísticas y datos.

Actividad	Indicadores de gestión	Estadísticas y datos
Difusión en las redes sociales de la entidad, correos electrónicos, afiches dentro de las	Número de visitas al blog, numero de correos enviados y numero de	Datos cuantitativos

<p>instalaciones y Blog institucional.</p>	<p>mensajes en redes.</p>	
<p>Elaboración de infografías sobre el uso de los instrumentos de recuperación de la información dentro del acervo documental del archivo.</p>	<p>Seguimiento e impacto. Incremento de consultas efectivas.</p>	<p>Datos cualitativos</p>

Tabla 3 Relación de actividades para indicadores del AHA, realizado en Excel, Elaboración propia.



6.2 PRODUCTO 2 – INFOGRAFIA

Esta infografía se diseña como documento guía para la consulta inicial en el AHA, tanto para usuarios en sala como para los usuarios que acceden al blog del archivo.

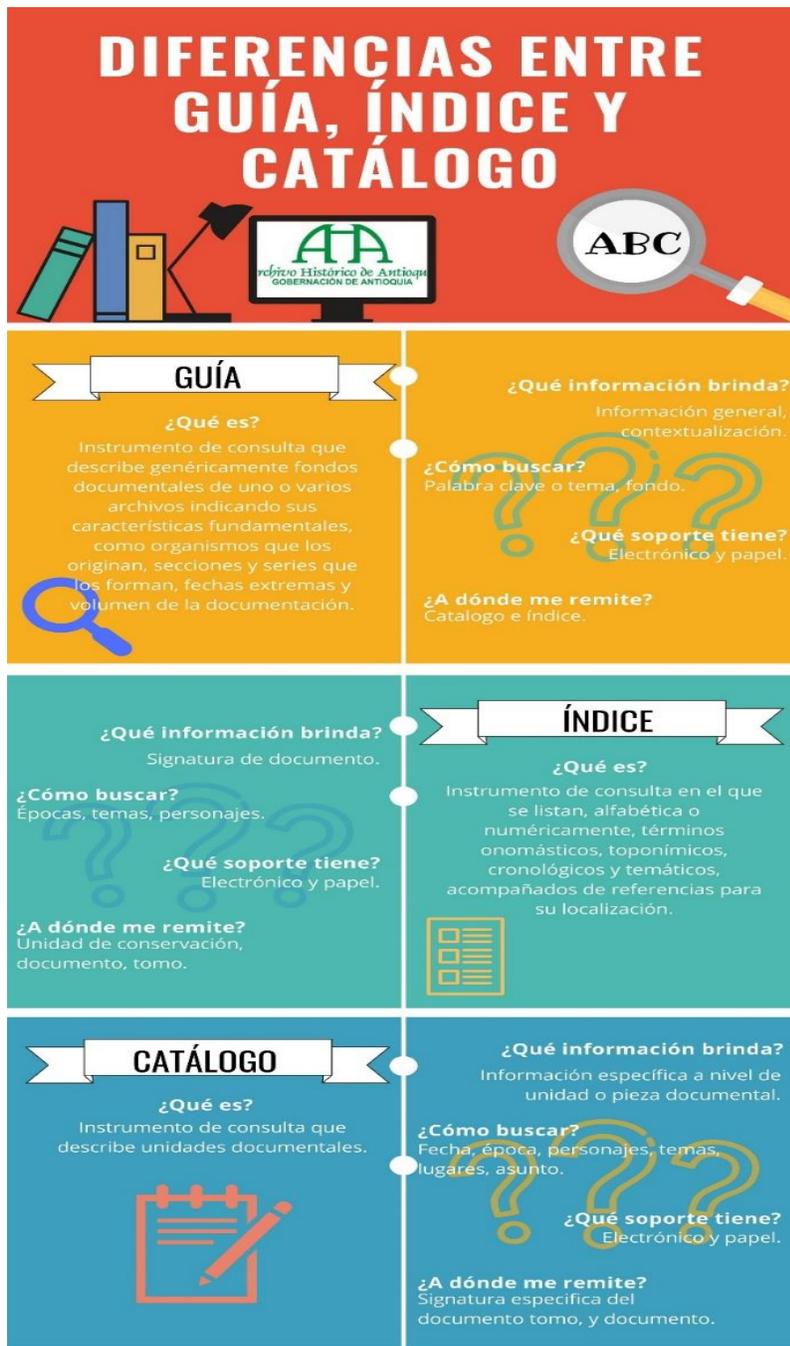


Ilustración 2. Infografía; “Diferencia entre guía, índice y catálogo “diseñado por: Claudia Patricia Zapata. Agosto 2019

6.3 PRODUCTO 3 SITIO WEB

Los sitios web de archivos deben cumplir una serie de condiciones: formalmente, exigen desarrollarse a partir de una arquitectura de información que se encarga de la organización, presentación y recuperación de la información (Baeza, 2004)⁸, con la ayuda de convenciones y principios de diseño. Desde el punto de vista informativo, requieren el máximo aprovechamiento y la mayor versatilidad de las herramientas para acceder a la información desde los más variados puntos de partida (Gonzalez & Chain Navarro, 2009)⁹

El ámbito digital ha tomado nuevas dimensiones convirtiéndose así en herramienta indispensable para las entidades estatales en el marco de la ley de transparencia y acceso a la información; para el caso del AHA cobra mayor relevancia dado que es una dependencia adscrita a la Dirección de Gestión Documental del la Gobernación de Antioquia y custodia un sin número de documentos que han pasado a ser patrimoniales y por ende con consulta limitada y a veces no visibles para los usuarios por la poca información en medios; es así como la intervención del blog diseñado para la interacción usuario – archivo implica involucrar al usuario al acervo, con publicaciones que propendan por llevar mas allá de la sala de consulta los servicios.

La modernización implica el uso de las tecnologías y pasar de tener información estática a un blog dinámico, estructurado y parametrizado para la difusión y el proceso de mercadeo que amerita una unidad documental de tal envergadura.

⁸ Baeza-Yates, Ricardo & Loaiza, Cuauhtémoc & Velasco-Martin, Javier. (2004). Arquitectura de la información y usabilidad en la web. El profesional de la información, ISSN 1386-6710, Vol. 13, N° 3, 2004, págs. 168-178.

⁹ González, María & Chaín-Navarro, Celia. (2009). Los contenidos del web de los archivos históricos estatales. El ciudadano más cerca de la información. Cuadernos de documentación multimedia, ISSN 1575-9733, N°. 20, 2009, págs. 5-24. 20. Recuperado el 9 de noviembre de 2019



Ilustración 3. La Moda, Fuente: Blog institucional del AHA, Recuperado de <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/>

6.4 PRODUCTO 4 PANTALLAS INFORMATIVAS Y ACTUALIZACIÓN PC CONSULTA

Estas pantallas se usan como dispositivos de entrada y salida de información, donde es posible ingresar información (consultas, datos, entre otros) y a su vez extraer los resultados. La pantalla táctil permite que el usuario introduzca información al sistema y también se encarga de mostrar el resultado de la consulta de la información (inventarios, guías, índices, bases de datos)



Ilustración 4. Pantalla táctil, Fuente: Ebents, Recuperada desde <https://ebents.com/monitores-touch-screen/>

La pantalla táctil por lo tanto permite interacción a través de un toque por parte del usuario, los cuales se podrán conectar también desde dispositivos móviles por bluetooth (en las salas de consulta) y así realizar las respectivas investigaciones o acceder a los documentos digitalizados del archivo histórico.

6.4.1 Uso de los dispositivos táctiles

Las pantallas estarán dispuestas en sala de consulta (ver mapa) 4 para usuarios y una para personal de atención; los índices, catálogos, guías y bases de datos estarán dispuestas para consulta permanente de igual manera al ingresar a la plataforma podrán visualizar la infografía y así ser guiados en una búsqueda efectiva.

En cuanto a la actualización de los pc existentes en sala de consulta se cambió de hardware y software que posibilite estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías y que permita consultar documentos electrónicos, digitalizados y los demás instrumentos de recuperación de la información con agilidad, verificando que la capacidad sea la suficiente para cumplir con los estándares, dado que el volumen de imágenes de los documentos digitalizados es grande.

6.4.2 Cotización dispositivos y Presupuesto

Cotizaciones de empresas

Implementación Estrategia Marketing Digital

Archivo Histórico de Antioquía

Cotización PC Mayoristas

Nit. 900746054

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UND.	TOTAL
Pantalla táctil externo Wimaxit, 30 pulgadas	5	1.478.990,00	7.394.950,00
Computadores todo en uno	7	1.319.490,00	9.236.430,00
Mantenimiento y actualización del software (una vez al año)	1	980.000,00	980.000,00
SUBTOTAL			17.611.380,00
IVA 19%			3.346.162,20
TOTAL:			COL\$ 20.957.542,20

Implementación Estrategia Marketing Digital

Archivo Histórico de Antioquía

ALKOSTO

Nit. 860032330

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UND.	TOTAL
Pantalla táctil externo Wimaxit, 30 pulgadas	5	1.385.700,00	6.928.500,00
Computadores todo en uno	7	1.270.890,00	8.896.230,00
Mantenimiento y actualización del software (una vez al año)	1	830.000,00	830.000,00
SUBTOTAL			16.654.730,00
IVA 19%			3.164.398,70
TOTAL:			COL\$ 19.819.128,70

Ilustración 5. Presupuesto, cotización en somosquoters, Fuente: <https://www.somosquoters.com/>

Cuadro comparativo: Estudio de mercado

OBJETO: Dotar el Archivo Historico de Antioquia de dispositivos digitales para acceder y recuperar la información.								
AÑO 2019	PC MAYORISTAS PBX: (4) 5116179 Oficina Principal: CII 16 #45-85, Poblado NIT: 900746054				ALKOSTO Bogotá: (031) 364 9734 - Línea Gratuita Nacional: 018000 180 222 AV. Carrera 68 N° 72 - 43, Bogotá NIT: 860032330-3			
	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	VALOR UNITARIO CON IVA 19%	VALOR TOTAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	VALOR UNITARIO CON IVA 19%
Pantalla Táctil Externo Wimaxit, 30 Pulgadas.	5	1.478.990	1.759.998	8.799.990	5	1.385.700	1.648.983	8.244.915
Computadores (todo en uno)	7	1.319.490	1.570.193	10.991.351	7	1.270.890	1.569.000	\$ 10.983.000
Mantenimiento y actualización del software	1 vez al año	980.000	1.166.200	1.166.200	1 una vez al año.	830.000	987.700	987.700
VALOR TOTAL :		3.778.480	4.496.391	20.957.541		3.486.590	4.205.683	20.215.615

Tabla 4. Cuadro comparativo estudio de mercado proveedores, Fuente: Precios consultados de https://www.alkosto.com/computador-escritorio-hp-290-p001bla-intel-core-i3-21-5-pulgadas-disco-duro-1-tb-negro?gclid=CjwKCAjw5_DsBRBPEiwAIEDRWxjRQSL6taY-1Q8Fg61onVQ1PmtLeHMTNAmxGMxAcQs3PXw1QmsinhoCX7IQAvD_BwE y <https://www.apcmayorista.com/#portafolio>

Nota: De acuerdo al estudio de mercado realizado entre dos posibles proveedores, se concluye que la cotización de Alkosto es la mas favorable para dotar el Archivo Histórico de Antioquia.

6.4.3 Ubicación de los dispositivos



Sala de consulta AHA



Pantalla táctil



Mesas de consulta



Computadores actualizados



Mesas de trabajo



Archivo

Ilustración 6. Ubicación de Dispositivos, Fuente: Mapa del sitio creado con Lucidchart. Recuperado desde https://www.lucidchart.com/documents/edit/e6888aa0-130a-4f44-8a45-9daf659d200c/0_0

7 CAPÍTULO 3- CLOUD COMPUTING

7.1 APLICACIÓN DEL CLOUD COMPUTING EN EL AHA

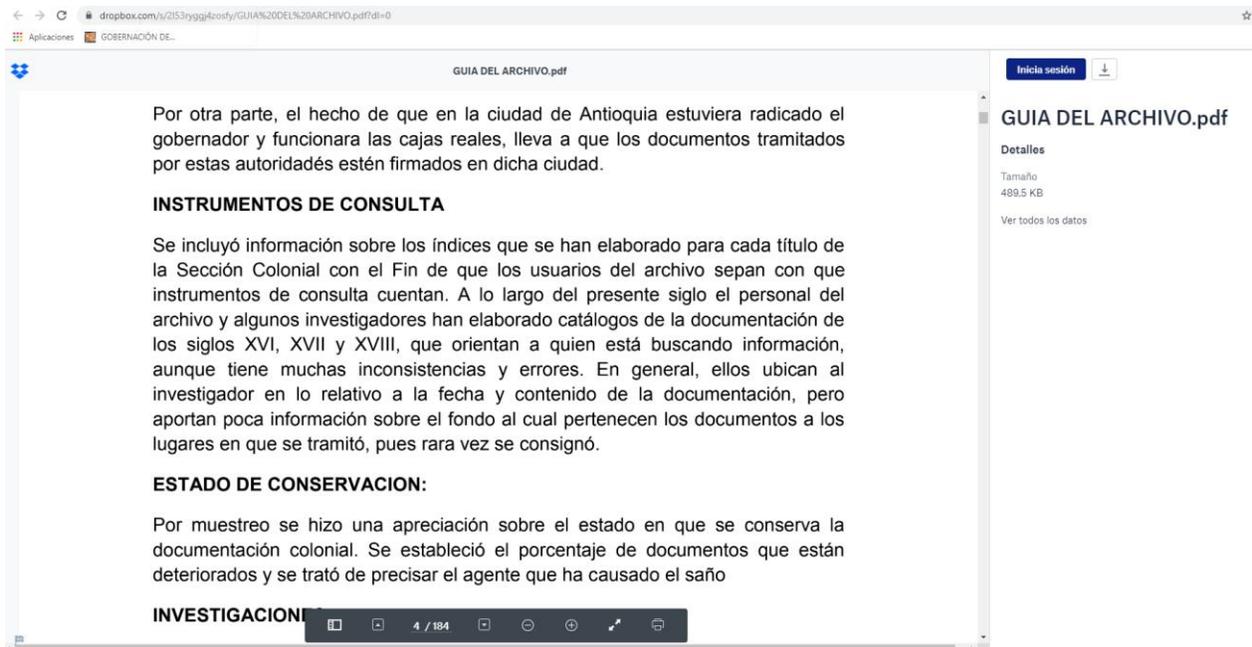
La conservación de los documentos custodiados en los archivos históricos es tal vez la acción a la cual se aúnan mayores esfuerzos, tanto por la calidad de los soportes de documentos antiguos (papel hecho a mano para documentos coloniales, para el siglo XIX papeles industriales, encuadernación de carácter notarial caso puntual los documentos de escribanos donde sus pastas se realizaban en piel de cordero, los documentos de carácter real y las bulas papeles muestran sellos lacrados “resina roja”; mapas a mano alzada sobre trazado de caminos , perímetro de minas, entre otros) muestran una necesidad latente de ser digitalizados y servir su consulta con el uso de tecnologías Cloud Computing.

Tal como lo expresa Delgado, A. (2011) Un sistema de conservación es “un conjunto de reglas que gobiernan el mantenimiento permanente intelectual y físico de los documentos adquiridos y las herramientas y los mecanismos utilizados para implantar esas reglas” (InterPARES 2)¹⁰. Dan cuenta entonces de los procesos que se han adelantado desde la academia para lograr equiparar las tecnologías con los nuevos procesos archivísticos, específicamente el uso de la nube como recurso de difusión se complementa con el blog y apunta a la preservación y a la masificación de los recursos de consulta.

¹⁰Delgado-Gómez, Alejandro. “Archivar en la nube: reglas de producción del documento contemporáneo. Parte I: Indicadores tecnológicos”. *El profesional de la información*, 2011, julio-agosto, v. 20, n. 4, pp. 406-416.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.jul.07>

Los contenidos digitales existentes en el archivo cumplen con los estándares para ser situados en la nube y difundidos a sus usuarios de tal manera que se puedan consultar desde cualquier lugar y en múltiples dispositivos.

Para el caso de la unidad objeto de la investigación algunas guías están dispuestas en la nube:



Para el caso del archivo Dropbox Permite una descarga directa en formato PDF:

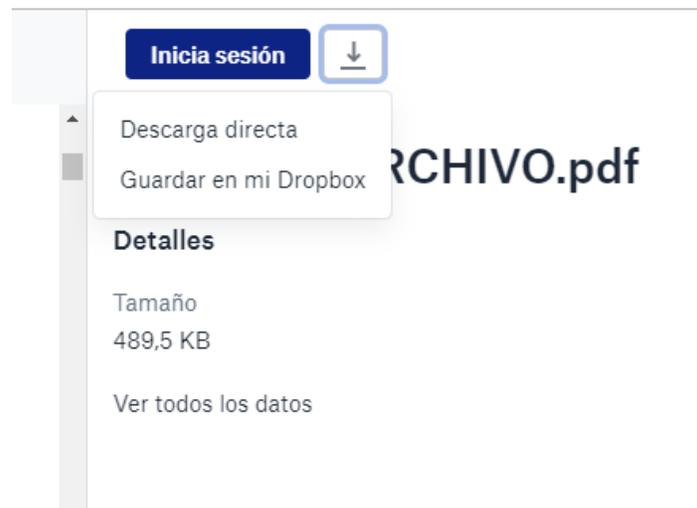


Ilustración 7. Ejemplo de archivo en Dropbox, Recuperado desde <https://www.dropbox.com/s/2153ryggj4zosfy/GUIA%20DEL%20ARCHIVO.pdf?dl=0>

La automatización de las unidades de información permite de una u otra manera minimizar los niveles de inversión en cuanto al hardware y software.

7.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS ACEPTACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL AHA

El cuestionario realizado a los usuarios del Archivo Histórico de Antioquia presenta una variada opinión frente al servicio; donde se encontraron los siguientes datos:

9 personas respondieron el cuestionario

❖ En cuanto al perfil del usuario

- ✓ 3 personas accedían por estudio
- ✓ 4 personas accedían por trabajo
- ✓ 2 personas accedían por intereses personales

❖ En cuanto al acceso a la información

- ✓ 7 personas buscan orientación del personal del archivo
- ✓ 1 tiene inducción desde la academia
- ✓ 1 solicita instrumentos de recuperación de la información

❖ Conocimiento de instrumentos de búsqueda

- ✓ 5 personas Si conocen los instrumentos
- ✓ 4 personas No conocen los instrumentos

❖ Al enunciar los instrumentos las respuestas fueron

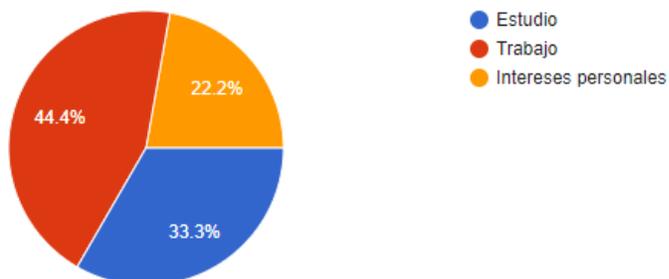
- ✓ 2 personas han consultado índices en el último año

- ✓ 1 persona ha consultado catálogos en el último año
- ✓ 3 personas han consultado bases de datos en el último año
- ✓ 1 persona ha consultado índices en el último año
- ✓ 2 manifiestan haberlas consultado todas
- ✓ 0 personas manifiestan no diferenciarlos
- ❖ **Precisión de la información en los instrumentos de recuperación de la información:**
 - ✓ 1 persona manifiesta haber encontrado información Muy precisa
 - ✓ 7 persona manifiesta haber encontrado información precisa
 - ✓ 1 persona manifiesta haber encontrado información poco precisa
- ❖ **Atención del personal del archivo en cuanto a su conocimiento del tema**
 - ✓ 4 personas manifiestan que siempre son conocedores del tema
 - ✓ 4 personas manifiestan que casi siempre son conocedores del tema
 - ✓ 1 persona manifiesta que algunas veces son conocedores del tema
- ❖ **En cuanto al espacio de consulta las 9 personas coinciden que es adecuado**
- ❖ **Tiempo de espera en servir la información las 9 personas coinciden en que es oportuno**
- ❖ **Búsquedas en la web relacionadas con el archivo**
 - ✓ 6 personar han realizado búsquedas
 - ✓ 3 personas No han realizado búsquedas
- ❖ **La experiencia de búsqueda**
 - ✓ 5 personas la puntuaron como satisfactoria
 - ✓ 4 personas como poco satisfactorias

Para ampliar el análisis de los resultados a continuación se puede apreciar el porcentaje obtenido en cada una de las respuestas.

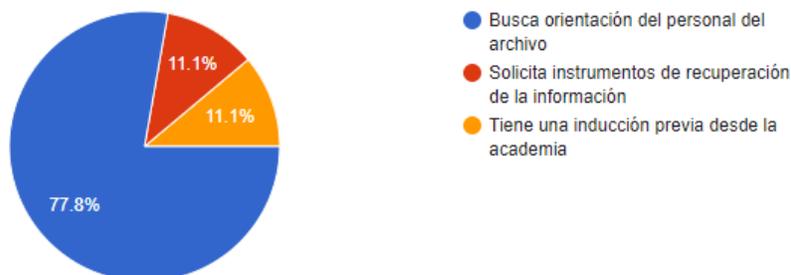
Usa el servicio de consulta del Archivo Histórico de Antioquia por:

9 respuestas



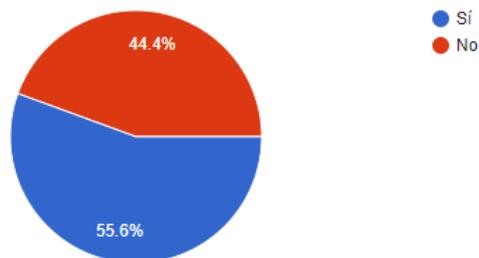
¿Al ingresar al AHA como realiza las consultas?

9 respuestas



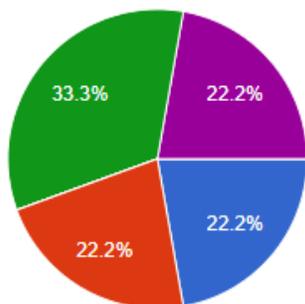
¿conoce los instrumentos de recuperación de la información del Archivo?

9 respuestas



¿Cuál de los siguientes instrumentos ha consultado en el último año?

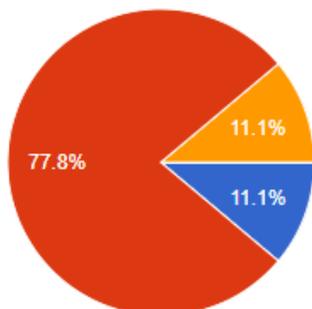
9 respuestas



- Índices
- Catálogos
- Guías
- Bases de datos
- Todas las anteriores
- No identifico la diferencia entre ellos

¿La información encontrada en el instrumento usado ha sido:

9 respuestas



- Muy precisa
- Precisa
- Poco precisa
- No encuentre información

El espacio destinado para realizar la consulta en sala le resulta:

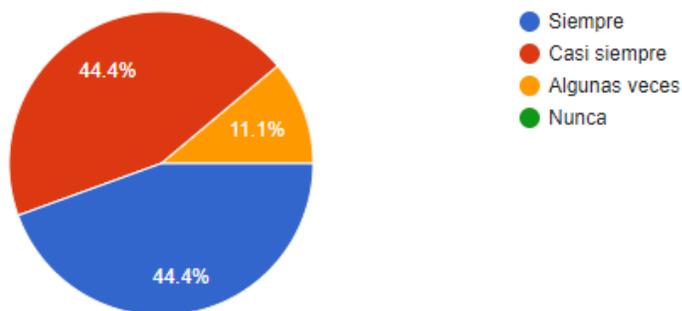
9 respuestas



- Adecuado
- Poco adecuado
- Inadecuado

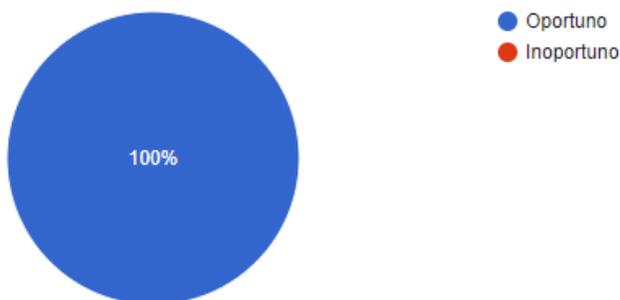
¿El personal que atiende la consulta conoce del tema?

9 respuestas



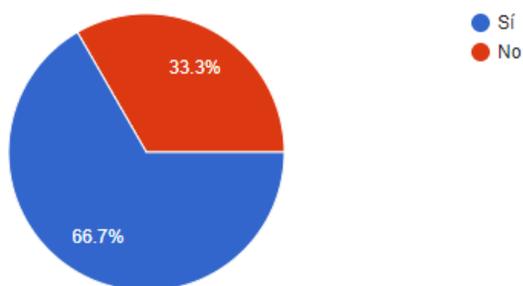
¿El tiempo de espera desde que solicita el documento hasta que es entregado por el personal del AHA lo considera:

9 respuestas



¿Ha realizado búsquedas relacionadas con el AHA en la Internet?

9 respuestas



¿La experiencia en búsqueda en la Internet ha sido?

9 respuestas

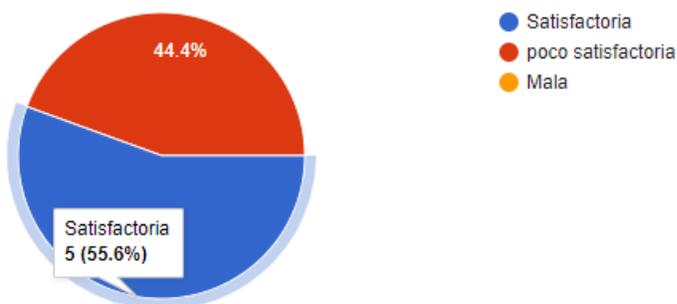


Ilustración 8. Graficas formulario Google drive, Recuperado desde <https://docs.google.com/forms/d/1m3TK7zczV89sZ6fIQiG11dwhrDL0tAp9jCYUyn8Cp4/edit>

En conclusión la perspectiva que se tiene con la modernización del archivo en cuanto a la aplicación de una estrategia comunicacional esta enfocada a suplir necesidades del servicio de consulta y los respectivos recursos que se estan utilizando donde se puedan aplicar los resultados de la encuesta.

7.3 CUADRO COMPARATIVO ENTRE GOOGLE DRIVE Y DROPBOX

GOOGLE DRIVE	DROPBOX
Para la creación de la cuenta se necesita cuenta de gmail	Se puede registrar con cualquier cuenta de email
Se puede almacenar en la nube información con la creación de un usuario y contraseña.	Se puede almacenar en la nube información con la creación de un usuario y contraseña.
Se puede descargar el file stream, el cual funciona como un dispositivo de almacenamiento y se puede tener en varios equipos simultáneamente y abrir los archivos al mismo tiempo estos sincronizan y se van actualizando.	Se puede descargar el dropbox, el cual funciona como un dispositivo de almacenamiento y se puede tener en varios equipos simultáneamente y abrir los archivos sin internet, estos serán actualizados en las otras carpetas una vez se tenga internet con la misma cuenta.

Se puede compartir las carpetas con otras personas desde el escritorio para trabajar simultáneamente sin necesidad de estar descargando la información, este procedimiento se realiza desde el usuario de gmail.	No se puede compartir los documentos desde el escritorio con otras personas, pero si desde la nube.
Se pueden elaborar encuestas	No tiene esta función
Ofrece la edición colaborativa de documentos, hojas de cálculo, presentaciones y más entre varias personas	No tiene esta función
Escritorio: Windows, Mac, Linux – móvil: Android, iOS, Blackberry, Kindle Fire	Escritorio: Windows, Mac, Linux. Móvil: Android, iOS
Para las entidades corporativas el Drive la capacidad es ilimitada	
300MB través del sitio web. Ilimitada a través de la aplicación de escritorio.	10 GB a través de la web y aplicación de escritorio.
Almacenamiento gratuito hasta las 15GB. Los servicios de pago van desde \$ 1.99 / mes por 100 GB, \$ 9.99 / mes para 1 TB, \$ 99.99 por 10 TB, y así sucesivamente. En el extremo, hay una opción por \$ 299 / mes durante 30 TB.	Almacenamiento gratuito hasta las 2GB. Es posible ganar almacenamiento gratuito adicional, como 125 MB para la conexión con su cuenta de Facebook o Twitter, o invitar a otros amigos a unirse a Dropbox. Los precios van desde \$ 9.99 / mes o \$ 99 / año por 100 GB, \$ 19.99 / mes o \$ 199 / año para 200 GB, y \$ 49.99 / mes o \$ 499 / año para 500 GB.
No se actualizan los documentos en otros ordenadores si no hay internet.	No se actualizan los documentos en otros ordenadores si no hay internet.
Se pueden arrastrar los archivos al portal y se cargan automáticamente	Se pueden arrastrar los archivos al portal y viceversa y se cargan automáticamente

Tabla 5. Cuadro Comparativo Google Drive y Dropbox, Recuperado desde <https://marketinglibelula.com/dropbox-vs-google-drive/> (Sastre, s.f.)

8. CAPÍTULO 4- BIG DATA

8.1 APLICACIÓN DEL BIG DATA EN EL AHA:

El reto de la virtualización de los archivos históricos supone una serie de acciones que posibiliten la intermediación de las tecnologías de la información y para el caso específico del AHA las imágenes, documentos sonoros, entre otros.

La Big Data abre el panorama a los procesos de preservación con la disposición del documento en línea no solo su presentación sino de igual manera su análisis e integración de medios como twits, correos, investigaciones, entre otros que se pueden usar como entrada o salida de datos creando así archivos compartidos

Para el caso puntual de la propuesta la descripción documental del acervo supone una solución optimizada a las generaciones de conocimiento en aspectos como:

- **Volumen:** el volumen de información generada y almacenada desde la época de la colonia en el AHA con una gran cantidad de documentos que a la fecha carecen de descripción y se consideran desestructurados según las especificaciones de Big Data, de igual manera los que se encuentran indizados y que se consideran estructurados por su análisis previo y clasificación según la normatividad archivística y muchos más que se generan en redes que dan cuenta de las necesidades de información de los usuarios.
- **Variedad:** Fondo Gobernación de Antioquia, Ferrocarril de Antioquia, Escribanos de Medellín, Fondo Notarial, de igual manera los formatos en lo que se encuentran, obtenidos de la web, textos, video, sonido, imágenes, sensores, correos electrónicos, aplicaciones, sistemas de información, etc. y pueden estar estructurados o no estructurados.
- **Velocidad:** La generación y procesamiento de los datos para satisfacer las demandas en consulta y los desafíos que requieren el archivo para su crecimiento y desarrollo, difusión

debe ser relevante para la manera como se ha venido sirviendo la información tanto desde la perspectiva académica como desde el aspecto probatorio del documento.

- **Valor:** La importancia que alcanzan los datos en la medida que mejora la calidad de vida de los usuarios que acceden en busca de datos probatorios y otros relevantes para su quehacer cotidiano y de igual manera que permitan que el archivo al ser del estado sirva datos abiertos, pero siempre conservando su tratamiento de los personales según la normatividad vigente., para el caso de Colombia Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública - Ley 1712 de 2014.

Así las cosas, cada dato que se genere en la interrelación de usuario – archivo o los resultantes de su quehacer como unidad de información, tales como bases de datos, correos electrónicos, consultas en línea, un post en Facebook, inventarios, descripciones, registros de usuarios, entre otros, deja rastro en la web, datos que, si se organizan, parametrizan, analizan y procesan alcanzarán un nivel de uso que permite bajar costos al servicio, garantizar el acceso a la información como obligación del estado.

El trabajo realizado deja ver que un Estado transparente, que proporciona información sobre lo que está haciendo, que pone a disposición sus fuentes y bases de datos, y que publica sus planes y estrategias de desarrollo, da contenido real a sus responsabilidades frente a la sociedad. Además, ello fomenta y promueve la rendición de cuentas ante la ciudadanía y otorga una permanente vigilancia por parte de la sociedad y una mayor corresponsabilidad (Naser y Ramírez-Alujas, 2014)¹¹.

¹¹ Ramírez-Alujas, Álvaro y Nicolás Dassen (2014). "Vientos de cambio: El avance de las políticas de gobierno abierto en América Latina y el Caribe", Nota Técnica N° IDB-TN-629, Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

El impacto que tiene el AHA logra servir un gran número de información desde la historia del Departamento que sin duda alguna mediante el uso de plataformas que procesan Big Data provee herramientas al usuario para la toma de decisiones y de una u otra manera mejora su calidad de vida.

8.2 ANÁLISIS DE DATOS

Con el propósito de analizar la cantidad de personas que residen en la ciudad de Medellín para tener un panorama de la población la cual visitaría y consultaría el AHA, se hizo necesario identificar las edades y división geográfica de las personas ya que así se implementan herramientas para llegar a todo tipo de población y que puedan aprovechar una entidad pública que custodia mucha información importante, por consiguiente se consultó la página web de Datos Abiertos de Colombia del Ministerio de las TIC (Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2019)¹², y se analizó lo siguiente:

División Geográfica de Medellín

Tipo División Geográfica	Cuenta de Nombre División Geográfica
Comuna	144
Corregimiento	45
Total general	189

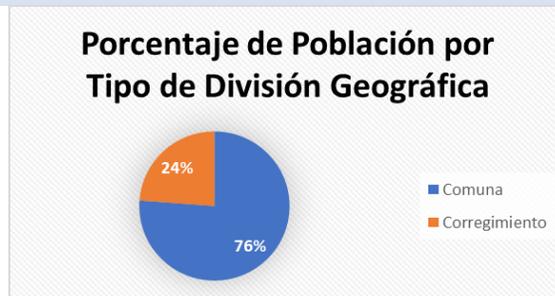


Ilustración 9. Porcentaje de población de Medellín, Fuente: Grafica y cuadro realizado en documento en Excel importación de datos. Recuperado de <https://www.datos.gov.co/Estad-sticas-Nacionales/Poblacion-Medellin-2018-2020/j8ze-v9z6>

¹² Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2019). *Guía Nacional de Datos Abiertos*. Recuperado el 8 de noviembre de 2019, de <https://www.datos.gov.co/Estad-sticas-Nacionales/Poblacion-Medellin-2018-2020/j8ze-v9z6>

Rango de Edades de la población del año 2019

Rango de Edades	Suma de Total 2019
15-19	838,967
20-24	910,564
25-29	916,651
30-34	778,482
35-39	690,48
40-44	847,609
45-49	844,095
50-54	752,283
55-59	1315,138
Total, general	7894,269

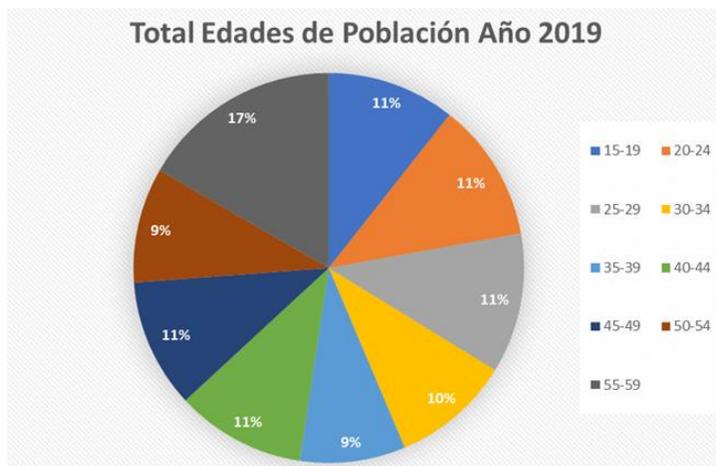


Ilustración 10. Rango de edades población de Medellín, Fuente: Grafica y cuadro realizado en documento en Excel importación de datos. Recuperado de <https://www.datos.gov.co/Estad-sticas-Nacionales/Poblacion-Medellin-2018-2020/j8ze-v9z6>

Total, de población por Género en Medellín

Suma de Mujeres 2018	Suma de Hombres 2018	Suma de Hombres 2019	Suma de Mujeres_2019	Suma de Hombres 2020	Suma de Mujeres 2020
10.528	10.358	10.741	9.960	11.137	9.330

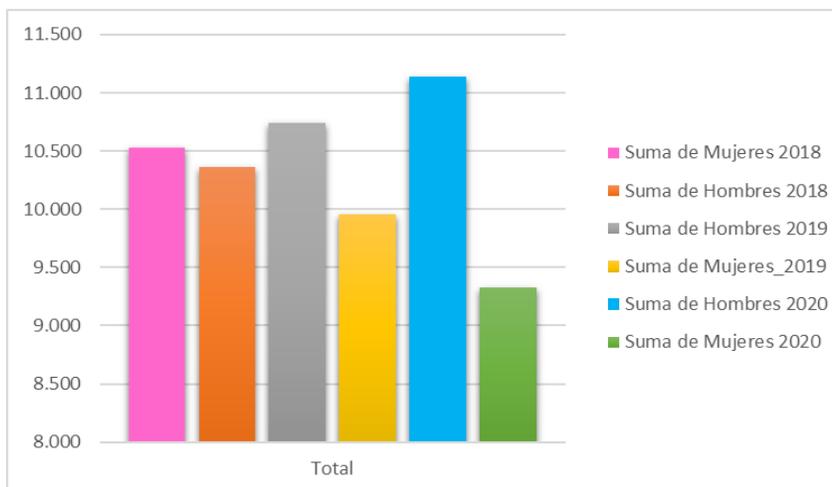
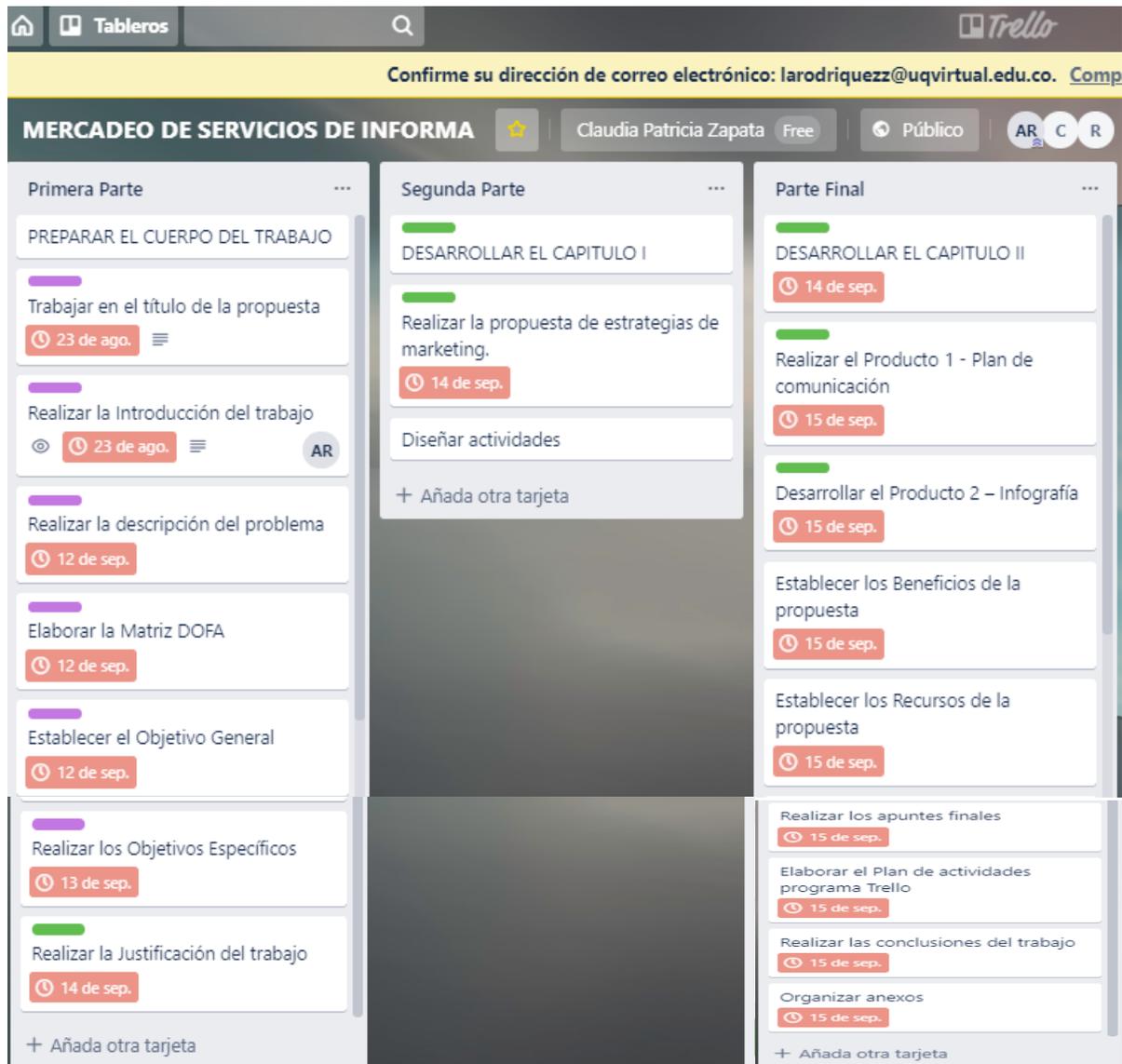


Ilustración 11. Población por género en Medellín, Fuente: Grafica y cuadro realizado en documento en Excel importación de datos. Recuperado de <https://www.datos.gov.co/Estad-sticas-Nacionales/Poblacion-Medellin-2018-2020/j8ze-v9z6>

9. PLAN DE ACTIVIDADES PROGRAMA TRELLO



The screenshot shows a Trello board for 'MERCADERO DE SERVICIOS DE INFORMA'. The board is organized into three columns representing different stages of the project:

- Primera Parte:**
 - PREPARAR EL CUERPO DEL TRABAJO
 - Trabajar en el título de la propuesta (Due: 23 de ago.)
 - Realizar la Introducción del trabajo (Due: 23 de ago.)
 - Realizar la descripción del problema (Due: 12 de sep.)
 - Elaborar la Matriz DOFA (Due: 12 de sep.)
 - Establecer el Objetivo General (Due: 12 de sep.)
 - Realizar los Objetivos Específicos (Due: 13 de sep.)
 - Realizar la Justificación del trabajo (Due: 14 de sep.)
- Segunda Parte:**
 - DESARROLLAR EL CAPITULO I
 - Realizar la propuesta de estrategias de marketing. (Due: 14 de sep.)
 - Diseñar actividades
- Parte Final:**
 - DESARROLLAR EL CAPITULO II (Due: 14 de sep.)
 - Realizar el Producto 1 - Plan de comunicación (Due: 15 de sep.)
 - Desarrollar el Producto 2 – Infografía (Due: 15 de sep.)
 - Establecer los Beneficios de la propuesta (Due: 15 de sep.)
 - Establecer los Recursos de la propuesta (Due: 15 de sep.)
 - Realizar los apuntes finales (Due: 15 de sep.)
 - Elaborar el Plan de actividades programa Trello (Due: 15 de sep.)
 - Realizar las conclusiones del trabajo (Due: 15 de sep.)
 - Organizar anexos (Due: 15 de sep.)

Ilustración 12. Plan de Actividades, Fuente: Realizado en la página Trello <https://trello.com/b/6YoDKVxx/mercadero-de-servicios-de-informa>

10. PLAN DE TRABAJO PROGRAMA TOM'S PLANNER

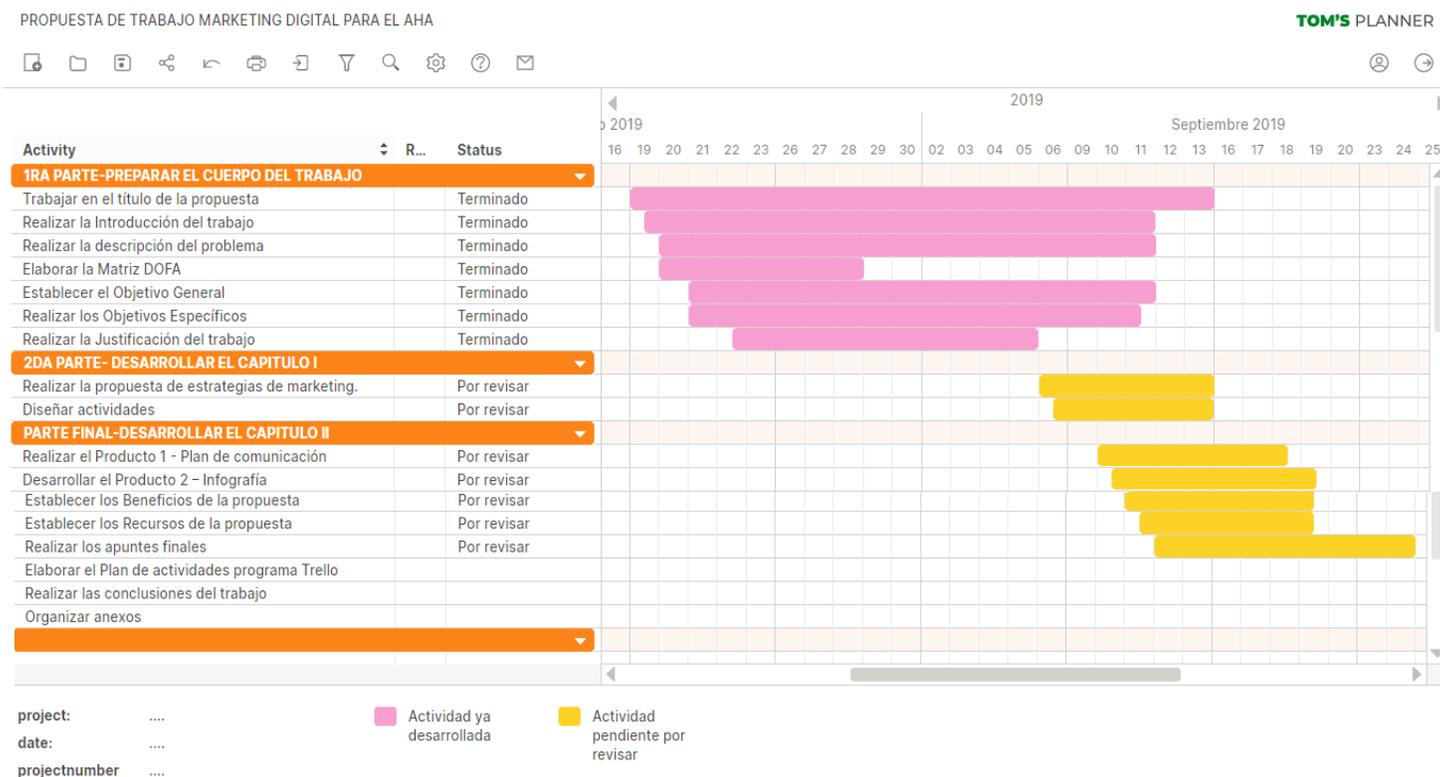


Ilustración 13. Plan de Trabajo, Fuente: Realizado en la página Tom's Planner:
<https://plan.tomsplanner.es/#doc=nKoLwuiYgXJPzntLMZCw>

11. BENEFICIOS

- Innovación en la prestación del servicio archivístico en las entidades públicas con fácil acceso a los ciudadanos.
- Conservación documental como mecanismo para ahorrar costos en las entidades públicas y aporte a la conservación patrimonial del territorio.
- El mercadeo digital permite tener indicadores medibles en la red en tiempo real como mecanismo para intervenir los procesos y mejorar los resultados de la unidad de información.
- La comunicación efectiva y ágil con usuarios permite que se pueda atender un número mayor bajo principios de calidad y oportunidad.
- El marketing digital permite un mayor número de usuarios a un bajo costo. Se puede aplicar Marketing Digital sin contar con grandes presupuestos logrando así la promoción del acervo documental o servicios.

12. RECURSOS

Recursos	Requerimientos	Costos
Humanos	Dos Profesionales de CIDBA a obtener el título.	N/A
Económicos	Desplazamiento y alimentación por parte del estudiante para realizar el trabajo de investigación	\$350.000
Tecnológicos	2. Computadores portátiles e internet	2.500.000

Tabla 6. Relación de recursos para el AHA, realizado en Excel, Elaboración propia.

12.1 APUNTES FINALES

El mercadeo de servicios de información es uno de los aspectos más importantes a la hora de prestar servicios dentro de las unidades de información, en el ejercicio planteado se hace evidente una serie de componentes que a veces se pasa por alto para el éxito y logro de los objetivos, para el caso analizado en el Archivo Histórico de Antioquia existían aspectos que los servidores no tenían en cuenta y que cobran relevancia a medida que se desarrolló el diagnóstico; específicamente en el estudio de usuarios y el registro de usuarios ocasionales de igual manera la necesidad de conocer sus instrumentos de búsqueda reconociendo que tenía un trasfondo el cual cada vez dejaba entrever el desconocimiento por parte de algunos servidores de la diferencia entre los tres (índices, guías o catálogos) y por ende darlo a conocer al usuario de tal manera que pudiera hacer búsquedas efectivas.

El esquema de servicio estaba pensado como diagrama de flujo con poca visibilidad del usuario en el mismo.

13. CONCLUSIONES

El Archivo Histórico de Antioquia en el área de consulta presenta una falencia en cuanto a la difusión y mercadeo de sus contenidos; los instrumentos de recuperación de la información según el diagnóstico requieren ser socializados con los usuarios, tanto internos como externos y personal de atención; por ende, como mecanismo de marketing se dejan planteadas herramientas como Plan comunicacional, infografía y su difusión en los diferentes canales de comunicación del AHA.

Desde la concepción de la gestión documental en la industria 4.0 y evidenciado en el quehacer de la unidad de información, los recursos utilizados hasta el momento carecen de eficiencia y eficacia teniendo en cuenta el volumen de consulta que puede tener una unidad de carácter departamental y de contenido patrimonial, por lo que la propuesta diseñada promete apalancar procesos masivos pensados desde las necesidades que salen a la vista con el uso de las nuevas tecnologías y los requerimientos de información de los usuarios en la era digital.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Archivo Histórico de Antioquía.* (s.f.). Recuperado el 01 de septiembre de 2019, de <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/institucional/frentes-de-accion/>
- Archivo Histórico de Antioquía.* (s.f.). Recuperado el 01 de septiembre de 2019, de <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/institucional/vision/>
- Archivo Histórico de Antioquía.* (24 de Diciembre de 1901). Recuperado el 16 de Agosto de 2019, de <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/>
- Archivo Histórico de Antioquia. (s.f.). Archivo Histórico de Antioquia. *El Acervo Documental.* Obtenido de <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/>
- CEPAL. (2015). La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la Internet de la producción. *Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe No.5* (pág. 100). Mexico: CEPAL. Recuperado el 8 de octubre de 2019, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38604/4/S1600780_es.pdf
- Gobernación de Antioquía.* (s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2019, de <https://www.antioquia.gov.co/>
- Gonzalez, M., & Chain Navarro, C. (2009). Los contenidos del web de los archivos históricos estatales. El ciudadano más cerca de la información. *Cuadernos de documentación multimedia*(20), 5-20. Recuperado el 9 de noviembre de 2019
- Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2019). *Guía Nacional de Datos Abiertos.* Recuperado el 8 de noviembre de 2019, de <https://www.datos.gov.co/>
- Ramirez, J. C. (Julio-diciembre de 2009). La difusión en los Archivos: importante herramienta de proyección ante la sociedad. *Revista Códice*, 5(2), 13. Recuperado el 18 de Septiembre de 2019, de <http://eprints.rclis.org/20236/1/La%20difusi%C3%B3n%20en%20los%20archivos%20importante%20herramienta%20de%20proyecci%C3%B3n%20ante%20la%20sociedad.pdf>
- Rosell, A. T. (deseembre de 2009). La incorporación del maketing en la gestión de archivos. *textos universitaris de biblioteconomia i documentació*(23). doi:10.1344/105.000001483
- Sanjuan, J. L. (Enero-Junio de 2006). Sistemas archivísticos y modelos de gestión de documentos en el ámbito internacional. *Revista Códice*, 2(1), 53-88. Recuperado el 08 de octubre de 2019, de <http://eprints.rclis.org/20305/1/Sistemas%20archiv%C3%ADsticos%20y%20modelos%2>

Ode%20gesti%C3%B3n%20de%20documentos%20en%20el%20C3%A1mbito%20internacional%2028Parte%201%29.pdf

Santos, V. B. (Enero-Junio de 2007). Una propuesta de marketing para un archivo institucional. *Alexandria: Revista de Ciencias de la Información*, 4(6). Recuperado el 9 de octubre de 2019, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/alexandria/article/view/346>

Sastre, A. (s.f.). *Marketing Libelula*. Recuperado el 12 de octubre de 2019, de <https://marketinglibelula.com/dropbox-vs-google-drive/>

SPREMOLLA, G. C. (2018). Economía digital e Industria 4.0: reflexiones desde el mundo del trabajo para una sociedad del futuro. *Revista Internacional y Comparada de RELACIONES LABORALES Y DERECHO DEL EMPLEO*, 265.

Subdirección de Tecnologías de Información Archivística y Documento Electrónico. (05 de julio de 2018). *Archivo General de la Nación Colombia*. Recuperado el 29 de agosto de 2019, de https://www.archivogeneral.gov.co/sites/default/files/Estructura_Web/5_Consulte/Recursos/Publicaciones/V4_Ficha_Digitalizacion.pdf

Uribe, P. d. (s.f.). *Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquía*. Recuperado el 16 de Agosto de 2019, de <http://www.culturantioquia.gov.co/index.php/el-palacio/servicios-del-palacio/archivo-historico-de-antioquia>

15. ANEXOS

15.1 EL ARCHIVO HISTÓRICO DE ANTIOQUIA (AHA)

El AHA, hace parte de la Dirección de Gestión Documental de la Gobernación de Antioquia, que según ordenanza hace las veces de Archivo General del Departamento de Antioquia, por lo que está conformado, además por el Archivo Central y la Oficina de Recepción y Radicación de Comunicaciones Oficiales y Actos Administrativos.

El AHA, recibió el reconocimiento como Archivo Histórico Nacional por el Archivo General de la Nación, y acopia la información de diversos fondos, principalmente públicos de lo que ha conformado los órganos de gobierno de Antioquia, a lo largo de su existencia, desde la administración colonial española, hasta la época actual.

Con el propósito de cumplir la misión de recuperación del patrimonio documental, no sólo se ha preocupado por recopilar documentos para su propio acervo, sino que ha tenido un papel significativo en el desarrollo archivístico antioqueño y nacional; mediante la formulación de proyectos de recuperación de archivos municipales y de otros entes, la participación activa en el Consejo Departamental de Archivos, formación a los archivistas y visitas de asesoría, cuyo principal objetivo son los archivos públicos de territorio y en ocasiones a los de las agrupaciones sociales.

15.2. CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y SERVICIO DE CONSULTA DEL ARCHIVO HISTÓRICO DE ANTIOQUIA.

Según la información de sustento de la unidad todo plan de mercadeo de servicios debe articularse con el direccionamiento estratégico de la unidad de información por lo cual se retoma este aspecto del Archivo.

15.3 OBJETIVOS O FRENTE DE ACCIÓN

El Archivo Histórico de Antioquia desarrolla su trabajo en varios frentes:

- ✓ Administrar y poner al servicio los fondos documentales.
- ✓ Apoyar la recuperación del patrimonio documental, como parte del patrimonio cultural de la nación.
- ✓ El Archivo Histórico apoya el desarrollo de la política nacional, departamental y municipal; que define el patrimonio cultural más allá del patrimonio monumental y artístico e integra el patrimonio documental, como fuente básica de identidad y de memoria, en este caso de los antioqueños.
- ✓ Generar conciencia en las unidades administrativas, encargadas de la gestión cultural en los municipios, y en las instancias de la formulación de los planes de desarrollo cultural municipal para que creen estrategias, programas y proyectos que incluyan el acopio, conservación y servicio del patrimonio documental, de forma que todos los municipios cuenten con un archivo histórico, que se encargue de acopiar, conservar y poner al servicio los fondos documentales con valor patrimonial. (Archivo Histórico de Antioquia, s.f.).

15.4 SERVICIO OBJETO DE ANÁLISIS

Consultas en el Archivo Histórico de Antioquia

- Acervo del Archivo Histórico de Antioquia.
- El AHA, contiene los siguientes fondos documentales archivísticos:
- **Gobernación de Antioquia:** Acervo documental de los procesos administrativos de administración departamental desde la época de la colonia hasta el siglo XX
- **Escribanos de Medellín:** Documentos expedidos en la época de la colonia que recoge las transacciones realizadas a manera de notarías, pero bajo la figura de los llamados escribanos.
- **Fondo Ferrocarril de Antioquia:** Contiene los documentos y minutas de los avances y funcionamiento del Ferrocarril en los aspectos administrativos y operativos.
- **Fondo Notarial:** contiene los protocolos de las siguientes notarías: Barbosa, Caldas, Copacabana, Envigado, Girardota, Guarne, Heliconia, Itagüí, La Estrella, notarías primera, segunda y tercera de Medellín, San Pedro y Santo Domingo.
- **Corporaciones Administrativas:** este contiene los documentos de los distintos órganos colegiados administrativos en Antioquia, según el modelo político de cada periodo de éste se tienen los siguientes fondos: Cámara Provincial de Antioquia, Cámaras Provinciales de Medellín, Córdoba y Antioquia, Asamblea Legislativa del Estado Soberano de Antioquia y la actual Asamblea Departamental de Antioquia.
- **Fondos Privados:** contiene correspondencia, discursos, escritos de los siguientes personajes: Manuel Uribe Ángel, Luis María Isaza, Carlos Correa y Rafael Uribe Uribe.

En esta categoría también entran los fondos: Tertulia Cultural del Cuarto Piso y Sindicato del Ferrocarril de Antioquia.

- **Archivo de Memoria Visual:** Colección de negativos, positivos, aerofotografías, vídeos desde 1936 de la Gobernación de Antioquia, Carlos Rodríguez y pequeñas colecciones.
- **Planoteca:** con aproximadamente 200.000 planos, mapas, dibujos, impresos, aerofotografías, periódicos y manuscritos de gran tamaño.
- **Material Bibliográfico:** contiene publicaciones oficiales, o sobre asuntos públicos, en las siguientes agrupaciones:
 - Biblioteca Histórica
 - Biblioteca Archivística
 - Publicaciones Oficiales
 - Publicaciones periódicas: diarios oficiales de la Nación y Antioquia, (Archivo Histórico de Antioquia)

El Archivo Histórico de Antioquia define el servicio de consulta de la siguiente manera:

15.5 OBJETIVO

Recepcionar, Orientar y atender el servicio de acceso a la información y consulta de los documentos y demás materiales que se conservan en el Archivo Histórico de Antioquia, proceso normalizado dentro de la administración Departamental bajo el Código: PR-M7-P4-023 del sistema integrado de gestión, de acceso público en el aplicativo ISOLUCION, disponible en (Gobernación de Antioquia, s.f.)

15.6 POBLACIÓN OBJETO DEL SERVICIO

Usuarios: Investigadores, ex-empleados, empleados de entidades públicas, estudiantes, docentes. quienes requieran consultar más de dos veces consecutivas el Archivo deberán diligenciar el formato electrónico de inscripción como usuario investigador.

15.7 SITUACIÓN ACTUAL

La creación y alimentación de bases de datos con consultas frecuentes ha permitido identificar las necesidades de los usuarios y de igual manera las necesidades internas de digitalizar los documentos que tienen mayor demanda, todo esto con el objetivo de conservar y servir información de manera más efectiva mediante el uso de las nuevas tecnologías.

15.8 CARACTERIZACIÓN DE LOS USUARIOS

El AHA presta servicio de consulta al público en general, su ubicación estratégica en el Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe permite que lleguen usuario con perfiles diversos como turistas, usuarios ocasionales por tramites y los más frecuentes estudiantes universitarios e investigadores. El Archivo Histórico de Antioquia, define sus usuarios de la siguiente manera:

Universitario: La consulta en sala y en la web es requerida por usuarios estudiantes universitarios de diferentes instituciones de Medellín que en sus programas ofertan pregrados y posgrados relacionados con las ciencias sociales especialmente Historia y Ciencias políticas.

Usuario investigador: Es la persona que frecuenta más de dos veces el Archivo de manera consecutiva para solicitar sus servicios de consulta en sala. Los investigadores acceden a la consulta tanto en sala como en los repositorios en la web, las investigaciones más relevantes se realizan como insumos de tesis para optar por títulos de pregrados o posgrados; de igual manera

investigadores particulares, de esta clasificación de usuarios se lleva un registro de usuario del archivo del cual se extrajo los siguientes datos, de los 1477 usuarios registrados

Usuario ocasional: Es el usuario que ocasionalmente accede a los servicios del Archivo con el objetivo de adquirir la copia de un documento, o la lectura de éstos para comprobar algún dato, su presencia en sala es muy breve, de este tipo de usuarios no se lleva registro particular, sólo se anota la consulta.

Cabe mencionar que dado que el AHA cuenta con un fondo notarial permite tener frecuentemente usuarios sin perfiles definidos, pero con consultas específicas como son documentos para estudio de títulos.

15.9 OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE QUE HA SIDO BASE PARA LA CREACIÓN DEL SERVICIO.

Si bien el Archivo Histórico de Antioquia contiene documentos producidos por órganos de la administración y del gobierno de la región antioqueña, desde la época de la colonia 1568 hasta el año 2005. El acervo ha sido enriquecido con otros fondos documentales que le fueron confiados para su protección ha creado la necesidad de prestar servicio de consulta con normas específicas de conservación y protección de usuarios en sala, por lo que se ha restringido la consulta de ciertos documentos en físico y se ha dado opción de utilizar el documento digitalizado bajo normas del AGN en el cual se puede consultar los “requisitos mínimos de digitalización”. (Subdirección de Tecnologías de Información Archivística y Documento Electrónico, 2018)

El AHA, hace parte del SIG Sistema Integrado de Gestión de la Gobernación de Antioquia, que agrupa a su interior los siguientes sistemas: SISTEDA, Sistema Técnico de

Desarrollo Administrativo, Sistema de Calidad (certificado bajo las normas ISO 9000 y NTC-GP 1000), Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, así como el MECI, Modelo Integrado de Planeación y Gestión, actualmente se está migrando para adoptar el último modelo establecido por la normativa el MIPG Modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Como parte de este sistema se integra en los procesos de apoyo, como Proceso de Gestión Documental; bajo este sistema se tiene determinado el mapa de riesgos, es responsable de la aplicación del procedimiento PR-M7-P4-23 Consultas en el Archivo Histórico de Antioquia y participa significativamente en el procedimiento PR-M7-P4-41 Aplicación de la Disposición Final de los Documentos de Archivo.

15.10 UBICACIÓN

El AHA está ubicado en los Bajos del Palacio de la Cultura Rafael Uribe Uribe, Carrera 51 #52-03, Medellín – Colombia; cuenta con un área de consulta para la atención de grupos máximo de 60 personas en sala, por lo que en el caso de consultas grupales de usuario universitarios se hace necesario coordinar con las universidades días y horas y se sugiere a los docentes elaborar desde principio de periodo un cronograma de visitas al archivo.

15.11 DOTACIÓN

El AHA provee al usuario un espacio digno para la utilización de los materiales de consulta, mesas, sillas, atriles y computadores, el usuario por su parte debe portar guantes de látex, tapabocas, ingresar a sala de consulta con hojas sueltas para la toma de apuntes.

15.12 CANALES DE COMUNICACIÓN.

Los canales internos de comunicación son liderados por el correo electrónico, al pertenecer a una entidad como la Gobernación de Antioquia desde el área de Gestión Humana y Desarrollo organizacional se hace seguimiento e intervención al clima laboral del archivo donde se evidencia un buen trabajo en equipo, coordinado y delimitados compromisos laborales según las especificaciones del manual de funciones de cada empleado.

Las consultas según su especificidad y complejidad se remiten al técnico operativo con mayor conocimiento del acervo, pero acompañado por quien recibe la solicitud para garantizar transferencia de conocimiento.

El archivo tiene cuenta en las siguientes redes como medio de comunicación externos:

FACEBOOK: mediante Fan-Page es usada para divulgar eventos del archivo, también publica documentos del archivo en ocasiones días clásicos principalmente

TWITTER: básicamente tiene el mismo uso de la página del Facebook.

BLOG: El Archivo cuenta con el blog <https://archivohistoricodeantioquia.wordpress.com/> en este se ha publicado los servicios, la información del acervo documental y acceso a los índices.

15.13 REGLAMENTO

Si, Existe un reglamento de uso del AHA en el artículo XIX del decreto departamental 3217 de noviembre 27 de 2012.

15.14 PERFIL DE LOS FUNCIONARIOS

Si, Lo servidores que atienden las consultas del AHA son técnicos y auxiliares con formación en gestión documental.

Todos los funcionarios del AHA tienen una inducción el momento de ingresar a laborar en dicha dependencia, donde se les sensibiliza en relación con la importancia de la documentación allí custodiada, los aspectos básicos de la atención a los usuarios y normas de uso y seguridad en la manipulación de los documentos.

15.15 PLAN COMUNICACIONAL

No definido para la unidad de información en forma específica, al ser dependencia adscrita a la Dirección de Gestión Documental de la Gobernación de Antioquia aplica para la atención al usuario el plan comunicacional de la entidad.

15.16 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

El archivo evalúa el la calidad del servicio aplicando una misma encuesta (Ver Tabla 3 y 4 anexos) para los usuarios ocasionales cómo los investigadores, y los que acceder mediante las TIC'S Tecnologías de la Información y la Comunicación, la metodología de recepcionar las respuestas es enviarlas por correo electrónico a los usuarios investigadores que consultan cada mes, en papel para los usuarios en sala ocasionalmente y se remite el link por correo electrónico o las redes sociales cuando se accede al servicio por estos medios. El resultado de dicha encuesta en el último.

Como se pudo observar el elemento con más baja calificación son los Elemento de Recuperación de la Información, bajo este se agrupa el uso de las Guías, Catálogos, Índices e

Inventarios, dado que éste aspecto es más neurálgico para los investigadores, se decidió hacer una comprobación mediante el método de observación participativa, sólo dirigida a los usuarios de consulta en sala, que se denominan Investigador, se sostuvo conservación y se observó el uso de los instrumentos por parte de los investigadores, se obtuvo una muestra de 60 usuarios y la totalidad evaluó como deficiente o mala el acceso a los instrumentos, dado que resulta confuso o de difícil acceso. Para este caso se preguntó:

- ¿conoce los instrumentos de recuperación de la información del Archivo?
- ¿sabe cómo usarlos?
- ¿conoce para qué sirve cada uno de los instrumentos?

Para decidir que la calificación es mala, es cuando el usuario determino que por lo menos una de las preguntas realizadas era mala o pésima. Situación previsible dado que el archivo tiene diferentes instrumentos de recuperación de la información, realizados para cada uno de sus fondos de manera distinta, igualmente están en soportes distintos, algunos en papel, hojas de cálculo y sistema de gestión documental.

15.1 MISIÓN

Fomentar la identidad y memoria de los antioqueños mediante la prestación de los servicios de investigación, organización, conservación, acopio, recuperación, clasificación, análisis y difusión del patrimonio cultural documental, según las normas técnicas y legales establecidas para la correcta administración de los archivos.

(Archivo Histórico de Antioquía, s.f.).

15.2 VISIÓN

En el año 2020 el Archivo Histórico de Antioquia, se consolidará como una de las principales fuentes de investigación archivista, ampliando la disponibilidad y acceso de la información a nivel local, nacional e internacional, mediante el uso eficaz de los medios tecnológicos, del buen cuidado del patrimonio documental y la sensibilización al público general sobre el valor de los documentos históricos para la construcción de la identidad y la memoria antioqueña.

(Archivo Histórico de Antioquía, s.f.)

Tabla 7 Perfil usuarios atendidos

Profesión u ocupación de usuarios en consulta AHA			
Profesión u Ocupación	Cantidad	Profesión u Ocupación	Cantidad
Estudiante	778	Ingeniero agrónomo	2
Historia	165	Odontología	2
Estudiante historia	135	Productor	2
Docencia	61	Urbanismo	2
Estudiante antropología	26	Vendedora	2
Abogado	22	Arqueólogo	1
Investigador	22	Asistente colección	1
Arquitecto	19	Auxiliar de archivo	1
Antropólogo	13	Conservadora y restauradora de bienes muebles	1
Pensionado	12	Desempleado	1
Administrador	9	Editor	1
Comunicación social	9	Electricista	1
Guía de turismo	9	Encuadernador	1
N.i	9	Estudiante artes	1
Periodista	9	Estudiante derecho	1
Archivista	8	Estudiante diseño	1
Economista	8	Estudiante pedagogía	1
Estudiante arquitectura	8	Estudiante sociología	1
Filosofía	8	Físico	1
Gestión cultural	8	Fotografía	1
Sociología	8	Genealogía	1
Ama de casa	6	Geólogo	1
Artista	6	Ing. eléctrico	1
Medicina	6	Ingeniera civil	1
Contador publico	5	Ingeniera forestal	1
Auxiliar administrativo	4	Ingeniera geógrafa	1
Bibliotecóloga	4	Ingeniera química	1
Estudiante ciencias políticas	4	Ingeniera, docente, estudiante	1
Estudiante comunicación social - periodismo	4	Ingeniero ambiental	1
Ingeniero	4	Ingeniero industrial	1
Psicología	4	Ingeniero mecánico	1
Publicidad	4	Licenciada en ciencias sociales	1
Biólogo	3	Licenciada en lenguas extranjeras	1
Ciencias políticas	3	Policía Nal.	1
Diseñador	3	Profesional en planeación y desarrollo social	1
Escritor	3	Profesional en relaciones internacionales y estudios políticos	1
Estudiante periodismo	3	Sacerdote	1
Informática	3	Secretaría	1
Asesor comunitario	2	Sistemas	1
Comerciante	2	Técnico en electrónica y computadores	1
Empleado publico	2	Tecnólogo agropecuario	1
Estudiante archivística	2	Tecnólogo gestión ambiental	1
Estudiante biología	2	Trabajo social	1
Funcionario publico	2	Veterinaria	1
		Vigía del patrimonio	1

Fuente: Recuperado del Archivo Histórico de Antioquia, consulta atendida agosto de 2018, Fuente: informe de gestión mensual

Tabla 8 Datos de investigación y procedencia de usuario

Razon de la investigación		Pais de residencia usuarios AHA	
Razón de la Investigación	Cantidad	País de residencia	Cantidad usuarios
Personal	804	Alemania	2
Laboral	250	Brasil	2
N.I	128	Canadá	2
Tesis de Especialización	79	Chile	2
Tesis de Maestría	58	Colombia	1456
Tesis de pregrado	57	España	2
Tesis de Doctorado	37	Francia	4
Trabajo de formación en Educación Básica	29	México	1
Trabajo de Formación en Especialización	22	Trinidad y Tobago	1
Trabajo de Formación en Maestría	7	Usa	5
trabajo formación pregrado	6		

Fuente: Recuperado del Archivo Histórico de Antioquia- Consulta atendida en 2018, informe de gestión mensual

Sistema de servucción

El esquema de consulta del AHA esta normalizado dentro del mapa de procesos de la Gobernación de Antioquia como un proceso de apoyo y con Código: PR-M7-P4-023 Así:

4. CONTENIDO:

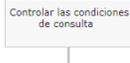
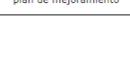
Nº	FLUJGRAMA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTRO
1		El Técnico o Auxiliar Administrativo del archivo histórico de Antioquia recibe la solicitud de consulta (verbal o escrita) del usuario para que se le suministre información o documentos	Técnico y Auxiliar Administrativo	solicitud
2		El técnico o el auxiliar administrativo analiza si la consulta es escrita (correos electrónicos, exhortos, comunicaciones oficiales) 1, El Técnico verifica si es una consulta o una investigación. 1.1. Si es consulta se redacta la respuesta y se envía remite por el mismo medio, se anexa documentos si solicitaron. 1.2. Si es un proceso de investigación se redacta la respuesta indicando la forma de realizarla en sala. 2. Telefónica Técnico o Auxiliar Administrativo suministra la información o le orienta como hacerla por escrito o presencialmente. Registra la consulta en la base de datos	Técnico y Auxiliar Administrativo.	Registro electrónico en base de datos Comunicación de respuesta
3		Consulta en sala El técnico o el auxiliar administrativo Identifica tipo de usuario: Si es investigador el verifica que el usuario exista en la base de datos y actualiza si se requiere, de no existir se crea el registro. Se le da a conocer las normas que debe cumplir durante la consulta según Decreto 3217-2012 y le orienta en la realización de la consulta a través de las Guías, Índices, Catálogos, e Inventarios del Archivo Histórico de Antioquia Se presta el material para consulta en sala o se entrega copia de los documentos solicitados. Consigna la consulta en el registro de consulta	Técnico y Auxiliar Administrativo	Registro electrónicos en bases de datos de Consulta y de Usuarios
4		El Técnico o Auxiliar Administrativo controla mediante la observación que el usuario haga buen uso y manipulación de los documentos y que cumpla con lo que establece el decreto 3217-2012; De detectarse problemas, el servidor público llama la atención verbalmente al usuario, de persistir situación se suspende el servicio al usuario.	Técnico y Auxiliar Administrativo.	Registro del Usuario.
5		El Técnico o Auxiliar Administrativo controla el estado en que devuelve el usuario el material que se le prestó, verificando la integridad de los mismos. De encontrar daños en el material se elabora acta que describe el daño y se firma por los servidores y el usuario en caso de negativa se dejara constancia . El Servidor público responsable instaura la denuncia ante las autoridades competentes (fiscalía).	Técnico y Auxiliar Administrativo	Acta. Copia de la denuncia.
6		Técnico o Auxiliar Administrativo devuelve el material a su ubicación original en el depósito	Técnico y Auxiliar Administrativo.	N.A.
7		El Técnico o Auxiliar Administrativo aplican la encuesta de la siguiente manera: 1. Si es usuario ocasional se entrega la encuesta para diligenciar. 2 si es usuario es investigador se le remite via correo electrónico el link para que se diligencie en línea. Se consolidan las encuestas en base datos, se analizan y se toman acciones de mejora requeridas.	Técnico y Auxiliar Administrativo.	Encuesta Informe Plan de Mejoramiento.

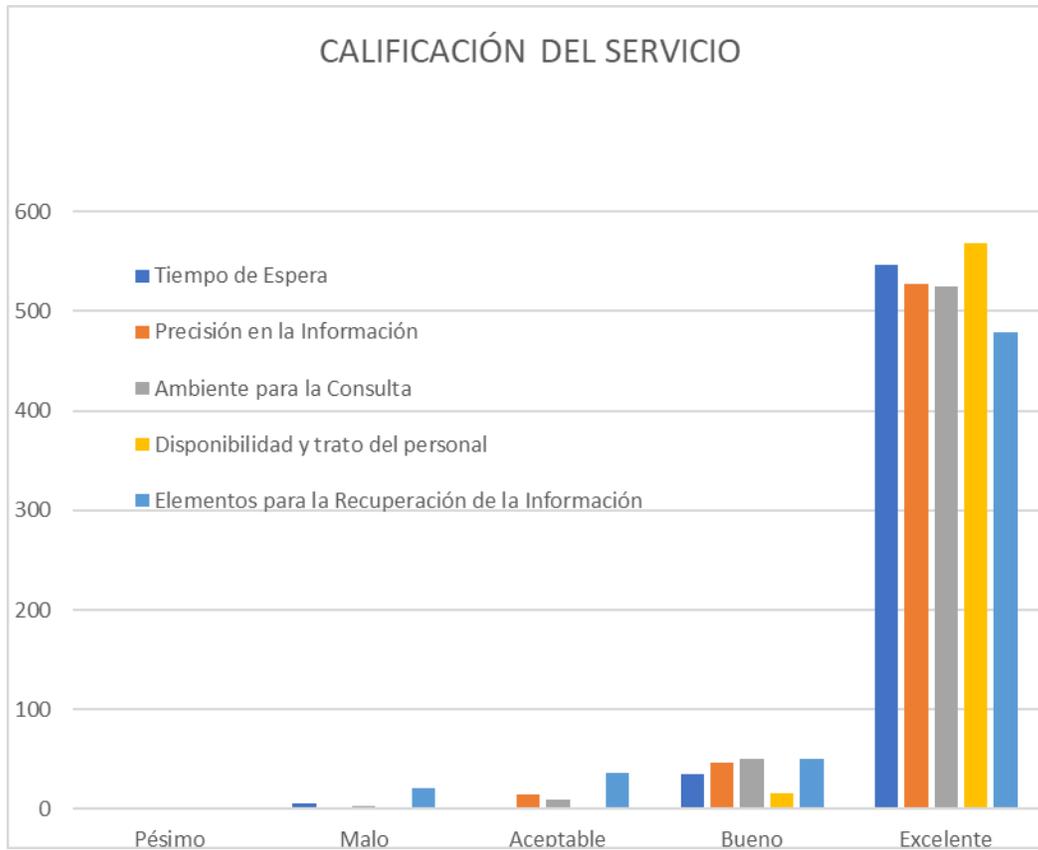
Ilustración 14. Sistema de servucción, Recuperado desde Intranet Gobernación de Antioquia

Tabla 9 Resultado de encuestas

ASPECTO A EVALUAR	Pésimo	Malo	Aceptable	Bueno	Excelente
Tiempo de Espera	1	6		35	547
Precisión en la Información	1		15	46	527
Ambiente para la Consulta	1	3	10	50	525
Disponibilidad y trato del personal	1	2	2	16	568
Elementos para la Recuperación de la Información	1	21	37	51	479

Fuente: Recuperado del Archivo Histórico de Antioquia, agosto 2018 – informe de gestión mensual

Tabla 10 Resultado encuesta calificación del servicio



Nota: Recuperado del Archivo Histórico de Antioquia, informe mensual agosto 2018



UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO



**Programa Ciencia de la Información y la Documentación, Bibliotecología y
Archivística**

Tel: (57) 6 735 9300 Ext 339
Carrera 15 Calle 12 Norte
Armenia, Quindío – Colombia
larodriguezz@uqvirtual.edu.co
zpapataz@uqvirtual.edu.co

PERTINENTE CREATIVA INTEGRADORA



@uniquindio



uniquindioconectada



uniquindioconectada