



## PLAN DE COMUNICACIONES

INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA DE YUMBO IMCY

OFICINA DE COMUNICACIONES

HÉCTOR FABIO DELGADO ALVIS  
Comunicador Social

## TABLA DE CONTENIDO

1. Contexto
2. Justificación
3. Marco legal
4. Objetivo general
5. Objetivos específicos
6. Alcance
7. Metas
8. Imagen
9. Estrategia de comunicaciones
10. Plan de Medios

## 1. CONTEXTO

El plan de medios es definido como un instrumento de administración estratégica que busca llegar al público objetivo y lograr que este reciba el mensaje, es la solución a la difusión de una entidad, empresa o persona. Se lleva a cabo mediante la planificación de los medios a través de distintas técnicas para solventar cómo difundir masivamente un mensaje de la manera más rentable y eficaz.

El plan de medios es asimismo un plan de inversión publicitaria que en cada anunciante está caracterizado por dos parámetros: el primero, la cifra total que dedica a la entidad, integrada por uno o varios mensajes y dividida en una o varias etapas; el segundo, es la distribución de esa cifra en el medio o medios seleccionados. Según este último criterio, podemos encontrar dos planteamientos diferentes:

- Difusión a través de un solo medio (campaña en televisión, en radio, gráfica), incluso en un solo soporte.
- Difusión a través de una combinación de medios, donde se trata de elegir un medio principal, por ejemplo prensa, y uno o varios de apoyo (por ejemplo, radio y vallas).

Lo que se busca con el plan de medios es la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo, y lograr que este reciba un mensaje de forma clara y veraz.

Así mismo impulsar una visión unificada del Estado, por medio de Gobierno en línea donde los colombianos no tienen que aprenderse la estructura del Estado, conocer cómo funciona cada institución para poder interactuar con éstas, ni acudir de un lugar a otro para resolver sus necesidades o cumplir con sus obligaciones, sino que el Estado es uno sólo con el que pueden relacionarse fácilmente.

## 2. JUSTIFICACIÓN

La comunidad del Municipio de Yumbo y su alrededores presenta diferentes comportamientos frente a las necesidades y las alternativas para estar bien informados frente a los hechos que pasan dentro de una de las entidades más importantes del Municipio, para lo cual las estrategias promocionales son la respuesta asertiva para continuar posicionando el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo como una institución con gran compromiso, responsabilidad, liderando el desarrollo artístico y cultural del Municipio de Yumbo, ofreciendo servicios con calidad innovación cobertura y eficiencia, aportando al desarrollo económico, social, educativo de la región.

Una estrategia exitosa siempre reflejará sus resultados en la percepción y en la buena reputación de la entidad.

Para todo lo anterior es necesario diseñar varias estrategias que permitan fortalecer las comunicaciones internas y externas para hacer partícipes a todos los actores sociales, incluyendo administración central, empleados, contratistas, entes descentralizados y comunidad en general, apoyándonos en los medios de comunicación de la entidad y masivos de la región.

La estrategia de comunicación será medible tanto cuantitativa como cualitativamente, mediante intercambios de información, con el objetivo de que la comunidad conozca qué es lo que sucede en su entorno, pero también este proceso debe servir para estimular una actitud positiva sobre las condiciones socioculturales en que se encuentra la imagen del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo.

Un procedimiento de retroalimentación, ayudaría a facilitar, entender y operar, los cambios que va teniendo la entidad, además, brindar de forma eficiente, la información operativa que necesita toda la comunidad, también para generar interacciones que proyecte y provoque, relaciones reflexivas, que posibiliten a los funcionarios y comunidad, construir un IMCY sustentado en acciones exitosas.

### 3. MARCO LEGAL

#### **Ley 872 de 2003**

A través de esta Ley, el Congreso de Colombia crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios, como una herramienta de gestión sistemática y transparente que permita dirigir y evaluar el desempeño institucional, en términos de calidad y satisfacción social en la prestación de los servicios a cargo de las entidades y agentes obligados, la cual estará enmarcada en los planes estratégicos y de desarrollo de tales entidades. El sistema de gestión de la calidad adoptará en cada entidad un enfoque basado en los procesos que se surten al interior de ella y en las expectativas de los usuarios, destinatarios y beneficiarios de sus funciones asignadas por el ordenamiento jurídico vigente.

#### **Decreto 4110 DE 2004 el Decreto 4485 de 2009**

Por el cual se reglamenta la Ley 872 de 2003 y se adopta la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública. La Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública, NTCGP 1000:2004, la cual determina las generalidades y los requisitos mínimos para establecer, documentar, implementar y mantener un Sistema de Gestión de la Calidad en los organismos, entidades y agentes obligados conforme al artículo 2° de la Ley 872 de 2003; La Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública, NTCGP 1000:2004 es parte integrante del presente decreto, de obligatoria aplicación y cumplimiento, con excepción de las notas que expresamente se identifican como de carácter informativo, las cuales se presentan a modo de orientación para la comprensión o clarificación del requisito correspondiente.

#### **Decreto 4485 DE 2009**

Por medio de la cual se adopta la actualización de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública. Considerando que mediante el Decreto 4110 de 2004 se adoptó la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2004, la cual se elaboró teniendo en cuenta las normas técnicas internacionales existentes sobre la materia. Que estas normas técnicas internacionales en los últimos años han sido actualizadas, lo cual exigió la revisión y actualización de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública. Que igualmente se consideró necesario, en aplicación de lo señalado en el parágrafo del artículo 3° de la Ley 872 de 2003, la integración de la Norma Técnica de Calidad de la Gestión Pública con el Sistema de Control Interno, en cada uno de sus elementos con el fin de armonizarlos.

Que de conformidad con lo expuesto se requiere adoptar la actualización de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2004. De esta forma adopta la actualización de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000 Versión 2009, la cual establece las generalidades y los requisitos mínimos para establecer, documentar, implementar y mantener un Sistema de Gestión de la Calidad en los organismos, entidades y agentes obligados conforme al artículo 2° de la Ley 872 de 2003. La Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública, NTCGP 1000 versión 2009 es parte integrante del presente decreto, de obligatoria aplicación y cumplimiento, con excepción de las notas y los recuadros de orientación los cuales expresamente se identifican como de carácter informativo.

## Gobierno en Línea y Racionalización de Trámites- Ley 962 de 2005

Las Tecnologías de la Información ofrecen una oportunidad única para que los países en vía de desarrollo den un salto en su evolución económica, política, social y cultural, disminuyendo la brecha que los separa de los países desarrollados. Estas tecnologías, y en especial Internet han trascendido los campos tecnológico y científico, constituyéndose hoy en día en herramientas que se encuentran al alcance y servicio de toda la comunidad en los ámbitos económico, educativo y de salud entre otros.

Las Tecnologías de la Información son herramientas que permiten el desarrollo de una nueva economía, la construcción de un Estado más moderno y eficiente, la universalización del acceso a la información, y la adquisición y eficaz utilización del conocimiento, todos estos elementos fundamentales para el desarrollo de la sociedad moderna.

El Programa Gobierno en línea, del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, es el responsable de coordinar en la administración pública la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea, estrategia del Gobierno Nacional que tiene por objeto contribuir a la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo y que preste mejores servicios mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

La Ley 962 de 2005, es aquella por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos. La presente ley tiene por objeto facilitar las relaciones de los particulares con la Administración Pública, de tal forma que las actuaciones que deban surtirse ante ella para el ejercicio de actividades, derechos o cumplimiento de obligaciones se desarrollen de conformidad con los principios establecidos en los artículos 83, 84, 209 y 333 de la Carta Política. En tal virtud, serán de obligatoria observancia los siguientes principios como rectores de la política de racionalización, estandarización y automatización de trámites, a fin de evitar exigencias injustificadas a los administrados.

#### 4. OBJETIVO GENERAL

Establecer las estrategias comunicativas, de promoción y plan de medios que permitan que el público objetivo y la comunidad en general conozcan la información y las actividades del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo a nivel, Municipal, Regional y Nacional.

#### 5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Posicionar la imagen y los diferentes eventos del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo a través de los diferentes medios de comunicación. (Radio, prensa, televisión, redes sociales, internet)
- Mantener una relación armónica con las dependencias de la Administración Municipal para el manejo acertado y responsable de la información. (flujo de información)
- Diseñar plan y estrategias de medios a utilizar en los eventos más grandes que realiza en IMCY como Encuentro de Teatro, Encuentro Nacional de Danzas y Encuentro Nacional de Música Colombiana, que garantice un posicionamiento de estos y que el público objetivo asuman los mensajes publicitarios e informativos a tiempo y de forma clara.
- Proyectar una imagen renovada y positiva del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo a través de portal web y redes sociales.

#### 6. ALCANCE

Este punto nos permitirá tener un horizonte claro concerniente a donde vamos a fijar el Plan de Comunicaciones y el impacto que buscamos de Él, estará direccionado a la Comunidad en General, oficinas y personal del Instituto Municipal de Cultura, Administración Municipal, Entes Descentralizados y de Control.

#### 7. METAS

- La capacidad de identificar y corregir las anomalías detectadas en el manejo de la información y de la comunicación, que repercutan negativamente en las acciones de la entidad.
- La facultad de operar las tareas asignadas donde la información, comunicación y difusión es la materia prima.
- La posibilidad de provocar retroalimentaciones que repercutan en el diseño y ejecución, del sistema y la estrategia de comunicación.

## 8. IMAGEN

Los documentos emitidos por la Oficina de Prensa del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo tendrán el logo de esta en la parte superior izquierda y en la parte inferior derecha el logo de la certificación de Bureau Veritas, en la parte de abajo el slogan que se viene manejando junto con la dirección, teléfono, telefax y dirección electrónica y de contacto.

## 9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión.

## 10. PLAN DE MEDIOS

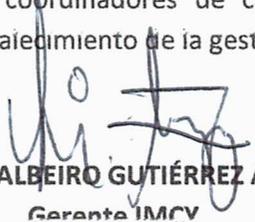
El Plan de Medios es instrumento que permitirá una efectividad en los mensajes y publicaciones en radio, tv y prensa local, regional y nacional con el fin de posicionar y resaltar el trabajo que se hace desde el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo.

Contribuyendo al Plan Estratégico Institucional - PEI se utilizarán medios de comunicación que nos permitan ser claros y eficaces, con el objetivo de informar a todos los clientes Instituto Municipal de Cultura de Yumbo (comunidad en general, Administración Central, Empleados, Contratistas y Entes Descentralizados).

Las diferentes piezas publicitarias (volantes, pasacalles, flyer, brochure, vallas, pendones, etc.) deberán ser realizadas por personas idóneas, con experiencia y trayectoria en este campo, ya que permitirá dar un mensaje claro, efectivo e innovador.

- **CARTELERAS:** Se ubicarán estratégicamente en los 3 niveles que tiene el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo. La información publicada en estas será única y exclusivamente de carácter institucional, no podrán ser utilizadas para ningún tipo de clasificados ni otra información ajena a la gestión propia.
- **ENCUESTAS:** Esta herramienta es un método que nos permitirá medir la percepción que tienen nuestros clientes tanto internos como externos en lo concerniente a la gestión que realiza Instituto Municipal de Cultura de Yumbo; se implementaran dos encuestas (una personalizada y otra utilizando la página WEB) para recolectar información que nos conlleva a generar estrategias de mejora continua.
- **BOLETIN DE PRENSA:** Es una publicación generalmente centrada en temas que resalten la información concerniente al desarrollo de las actividades propias Instituto Municipal de Cultura de Yumbo. Estos debe tener una buena redacción, ser claros en el mensaje, y ser distribuidos en una buena base de datos de medios de comunicación y demás entidades, que nos permita una mayor difusión.
- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Los medios de comunicación se le llaman a los instrumentos, canales o herramientas por donde se transmite una información o mensaje. Se hace referencia al canal por donde se realiza el proceso comunicacional. Los medios de comunicación los hay masivos tales como la televisión, la radio, la internet entre otros y los hay también interpersonales como el teléfono. En el Mecí, los medios de comunicación garantizan la calidad, pertinencia y oportunidad de la información o mensaje que se requiere comunicar a los grupos de interés. A través de las políticas fijadas en materia de comunicación organizacional e informativa, la entidad debe establecer los mecanismos, métodos, recursos e instrumentos para divulgación y circulación amplia y focalizada de la información generada y su socialización a los grupos de interés, esto es el diseño del plan de medios. Tener en cuenta lineamientos de gobierno en línea, decreto 2609 de 2012
- **VIDEO INSTITUCIONAL:** Este nos permitirá sobresaltar algunas actividades y eventos del Instituto Municipal de Cultura, se busca que este sea dinámico, con imágenes de alta calidad, full audio y con una propuesta audiovisual innovadora con el fin de captar la atención de los televidentes y una identidad corporativa, este debe ser proyectado en las pantallas de televisión con que cuente la entidad.

- **PAGINA WEB:** Mantener la página WEB del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo actualizada semanalmente, información e imágenes de buena calidad, sonido y animaciones atractivas para los usuarios. Así mismo tener cuenta el parámetro de Gobierno en línea, guía que permite a las entidades contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, transparente y participativo, y prestar mejores servicios a los ciudadanos y empresas, mediante el aprovechamiento de las TIC. Adicionalmente, la información del Estado debe ser entendida como un bien público y un derecho de los ciudadanos. Es un deber que orienta las acciones del Estado a suplir las necesidades informacionales de cada colombiano en cuanto a las actividades, trámites y servicios que ejecuten las entidades.
- **PUBLICIDAD:** La Oficina de comunicaciones del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo será la encargada de suministrar información necesaria y apoyo para la realización de: volantes, pasacalles, flyer, brochure, vallas, pendones, etc.
- **EQUIPOS Y TECNOLOGIA:** Se solicitará formalmente los equipos necesarios para el normal desempeño y cumplimiento de las labores.
- **OTROS REFERENTES A LA FUNCIÓN:** La Oficina de comunicaciones en unión con la Gerencia y los coordinadores de cada área desarrollaran actividades inherentes al cumplimiento y fortalecimiento de la gestión.



**LUIS ALBEIRO GUTIÉRREZ AYALA**  
Gerente IMCY



**HÉCTOR FABIO DELGADO ALVIS**  
Coordinador Comunicaciones