



INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA DE YUMBO IMCY

PABLO DANIEL PATIÑO QUIJANO
Gerente

OFICINA DE COMUNICACIONES

PLAN DE COMUNICACIONES
Vigencia del año 2020



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 a un público objetivo para que reciba el mensaje. Es la solución a la difusión de una entidad, empresa o persona y 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 dar 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 sus alrededores presenta diferentes comportamientos frente a las necesidades y alternativas de estar bien informado frente a los hechos que pasan en una de las entidades más importantes del Municipio.

Por este motivo se crean estrategias de comunicación como la respuesta asertiva para conservar el excelente posicionamiento del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo, como una institución con gran compromiso y responsabilidad, liderando el desarrollo artístico y cultural de Yumbo, a través de servicios con calidad, innovación, cobertura y eficiencia; aportando al desarrollo económico, social y educativo de la región.

Una estrategia exitosa siempre reflejará sus resultados en la percepción y aceptación de la comunidad.

El diseño de estas estrategias debe estar enfocado en fortalecer la comunicación interna y externa, haciendo partícipe a todos los actores sociales, incluyendo administración central, empleados, contratistas, entes descentralizados y comunidad en general, teniendo como apoyo a los medios de comunicación de la entidad, regionales y nacionales.

La estrategia de comunicación será medible, cuantitativa y cualitativamente, mediante intercambios de información, con el objetivo de que la comunidad conozca qué es lo que sucede en su entorno. Este proceso también 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 de brindar de manera eficiente la información operativa que requiere la comunidad, generando interacciones que proyecten y provoquen, relaciones reflexivas, que posibiliten a los funcionarios y a la 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 párrafo 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).

Ley 1341 de 2009 estableció el marco general del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, incorporando principios, conceptos y competencias sobre su organización y desarrollo e igualmente señaló que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y, por tanto, es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades a todos los habitantes del territorio nacional;

Que así mismo, la anotada Ley determinó que es función del Estado intervenir en el sector de las TIC con el fin de promover condiciones de seguridad del servicio al usuario final, incentivar acciones preventivas y de seguridad informática y de redes para el desarrollo de dicho sector;

Que el Decreto Ley 019 de 2012, por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública, hace referencia al uso de medios electrónicos como elemento necesario en la optimización de los trámites ante la Administración Pública y establece en el artículo 4°



4. OBJETIVO GENERAL

Establecer estrategias de comunicación enfocadas a la promoción, difusión y registro a través de un plan de medios, que proyecte la oferta institucional y buena imagen del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo (IMCY) a través de medios de comunicación municipales, regionales y nacionales.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Posicionar la imagen y eventos del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo a través de los diferentes medios de comunicación. (Radio, prensa, televisión, redes sociales e 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 el plan y estrategias de medios a utilizar en los eventos representativos que realiza en IMCY como Concurso Nacional de Danza en Pareja "Soy Colombiano", Encuentro Nacional de Danzas "Nuestra Tierra" y Encuentro Nacional de Intérpretes de Música Colombiana "Julio Cesar García Ayala", 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 del portal Web www.imcy.gov.co , Redes Sociales (Facebook. Instagram) y programa Radial Noticultura.



6. ALCANCE

El Plan de Comunicación aplica para todos los procesos de la entidad desde la identificación y el análisis de las necesidades comunicacionales de las partes interesadas, entidad y comunidad, incluyendo la planeación e implementación de estrategias de comunicación hasta su divulgación.

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 ésta en la parte superior izquierda, en la parte inferior, el slogan junto a los datos de contacto: dirección, teléfono, telefax y correo electrónico.

Así mismo, se elabora el manual de imagen corporativa de la entidad y de la Biblioteca Pública Municipal, donde se explica la manera correcta de emplear el logo institucional y de la biblioteca; además de su escala de grises en los concerniente a los colores de cada logro y demás piezas publicitarias que se manejan.

Toda la documentación del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo, tanto interna como externa (circulares, oficios, comunicados), deben ser revisador por la coordinación del área de Comunicaciones, con el fin de manejar una linealidad, buena redacción, con un vocabulario claro, sencillo y efectivo.



9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico, que definen la tarea como el modo de cumplirla a través 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 en materia de contenidos y en la utilización de canales o herramientas de comunicación.

BRIEF DE COMUNICACIÓN: Es un documento escrito que contiene toda la información necesaria para encarar el desarrollo de una campaña publicitaria. Es punto de partida e instrumento de control tanto durante el proceso de realización de la campaña como ante la campaña terminada.

CANAL: Es el medio a través del cual viaja el mensaje. En una organización y en cualquier situación es muy importante seleccionar el medio más adecuado para transmitir la información y esto dependerá del tipo de información, de quienes deberán recibirlo, las condiciones que se requieren para el mejor entendimiento del mismo.

COMUNICACIÓN ASCENDENTE: Es cuando los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo; ésta información suele ser detallada y específica.

COMUNICACIÓN DESCENDENTE: Esta clase de comunicación es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hacia los empleados, tiene como objetivo indicar instrucciones claras y específicas del trabajo que se debe realizar.

COMUNICACIÓN HORIZONTAL: Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel.



COMUNICACION INFORMATIVA: Garantiza la difusión de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados de forma amplia y transparente hacia los diferentes públicos de interés. Debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza.

10. PLAN DE MEDIOS

El Plan de Medios es un instrumento que permitirá una efectividad en los mensajes y publicaciones en radio, televisión, prensa local, regional y nacional, con el fin de posicionar y resaltar el trabajo que desarrollado por el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo (IMCY).

Contribuyendo al Plan Estratégico Institucional - PEI se hará uso de medios de comunicación que permitan ser claros y eficaces, buscando informar a todos los beneficiarios del 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 profesionales en el tema, garantizando un diseño acorde con la ideología de la entidad; además de promover un mensaje claro, efectivo e innovador.

- **CARTELERAS:** estas serán ubicadas estratégicamente en los 3 niveles del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo, teniendo como contenido información exclusiva de la entidad y no podrán ser utilizadas para ningún tipo de clasificados, ni incluir información ajena a la gestión propia.



- **ENCUESTAS:** Esta herramienta es un método que permitirá medir la percepción que tiene el público interno y externos de acuerdo a la gestión realizada por el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo. Así mismo, permitirá medir el impacto y estrategias utilizadas por la oficina de comunicaciones, para lo que se implementará un formato de recolección de información, que lleve 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 deben tener una buena redacción, ser claros en el mensaje y ser distribuidos con la base de datos de medios de comunicación y demás entidades para una mayor difusión.
- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** Los medios de comunicación se le llaman a los instrumentos, canales o herramientas por donde se transmite el mensaje. Se hace referencia al canal por donde se realiza el proceso comunicacional.
Existen dos tipos de medios de comunicación, los masivos como la televisión, la radio, la internet, entre otros y los interpersonales como el teléfono. En el Mecí, son estos los que garantizan la calidad, pertinencia y oportunidad de la información o mensaje a comunicar a los grupos de interés a través de las políticas fijadas en materia de comunicación organizacional e informativa y los mecanismos, métodos, recursos e instrumentos establecidos por la entidad para la divulgación y circulación de la información. Esto es el diseño del plan de medios. (Tener en cuenta lineamientos de gobierno en línea, Ley 1341 de 2009).
- **VIDEO INSTITUCIONAL:** Permitirá resaltar las actividades, eventos y la parte administrativa del Instituto Municipal de Cultura, buscando que este sea dinámico, apoyándose en imágenes de alta calidad, buen audio y 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 cuenta la entidad.



- **COMERCIALES:** Un comercial de televisión o anuncio es un soporte audiovisual a una audiencia a través del medio electrónico conocido como televisión. Su duración se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos para promocionar un producto, servicio o institución comercial. A partir del minuto de duración en adelante y hasta los cinco minutos, el anuncio puede denominarse como cápsula. Es importante para la entidad realizar estos productos audiovisuales, que den a conocer los eventos más representativos, ya que a estos se le puede sacar un código promocional que permite su reproducción en tv nacional, regional y local de forma gratuita.
- **PAGINA WEB:** Mantener la página WEB del Instituto Municipal de Cultura de Yumbo actualizada semanalmente con información, imágenes, videos de buena calidad, sonido y animaciones atractivas para los usuarios. Así mismo tener un enlace en la página Institucional www.imcy.gov.co para sintonizar el programa NotiCultural, realizado a través de la emisora Yumbo Estéreo, de igual forma que la pagina tenga la opción para que los usuarios puedan escuchar música y así mismo poder promocionar a los artistas yumbeños.

La página debe estar acorde con los lineamientos 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.

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 funciones suministradas al área de comunicaciones. (Cámaras fotográfica, video, equipos de edición, de diseño, micrófonos, entre otros).
- **OTROS REFERENTES A LA FUNCIÓN:** La Oficina de comunicaciones en unión con la Gerencia y los coordinadores de área, desarrollarán y planificarán actividades inherentes al cumplimiento y fortalecimiento de la gestión.

PABLO DANIEL PATIÑO QUIJANO
Gerente IMCY