



INSDEPORTES
CAJICÁ

PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	1 DE 40

PLAN DE MEDIOS COMUNICACIONES 2024 - 2027



Dirección: Calle 1 sur # 7 - 56.

Celular: (+57) 3133337759

www.insdeportes.gov.co

E-Mail: ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co



CERTIFICATE N°
LAT - 1024



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	2 DE 40

La necesidad de difusión de la imagen misional y administrativa del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá debe acogerse a la normatividad actual y a las tecnologías necesarias para llegar a la comunidad cajiqueña, en cumplimiento del fomento de la recreación, la actividad física, el deporte y el aprovechamiento del tiempo libre. Teniendo en cuenta este precepto, este plan de medios se proyecta para garantizar el acceso a la información, favorecer los procesos administrativos y misionales del Insdeportes Cajicá mediante la difusión de estos, y es coherente con la misión y visión del mismo. El constante cambio y optimización de la tecnología representa una necesidad que el área de comunicaciones debe cubrir, creando contenidos que cumplan con la normatividad y los requerimientos del instituto.



CONTENIDO

1.- Marco Normativo Legal	4
2.- Objetivos	6
2.1- Objetivo General	7
2.2- Objetivos Específicos	8
3.- Justificación	9
4.- Marco Teórico	11
5.- Ejecución Del Plan	21
5.1.-Necesidades Y Entradas	22
5.2.-Desarrollo De Actividades	26
5.3.-Salidas	30
5.4.-Mensajes, Comentarios Y Atención al Ciudadano	34
6.- DIR.GCOM-FTO-003 Matriz De Comunicaciones	37
6.1.-Indicadores de la Gestión de Comunicaciones	37
7. Estrategia de Mercadeo	39



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	4 DE 40

1.- MARCO NORMATIVO LEGAL

Constitución Política de Colombia (Artículo 20) Ley 734 de 2002 Código Disciplinario Único. ‘Hasta su Vigencia’ Ley 1437 de 2011 Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Artículo 3: ‘Todas las autoridades deberán interpretar y aplicar las disposiciones que regulan las actuaciones y procedimientos administrativos a la luz de los principios consagrados en la Constitución Política, en la Parte Primera de este Código y en las leyes especiales.’ Numeral 9: ‘En virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados, en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones, mediante las comunicaciones, notificaciones y publicaciones que ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información de conformidad con lo dispuesto en este Código. Cuando el interesado deba asumir el costo de la publicación, esta no podrá exceder en ningún caso el valor de la misma.’’

Acuerdo 002/2021 Junta Directiva Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá
1<NOTA DE VIGENCIA: Ley derogada, a partir del 1 de julio de 2021, por el artículo 265 de la Ley 1952 de 2019> 2
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1437_2011.html 3
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1712_2014.html 4
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2106_2019.html

Ley 1712 de 2014 Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones. Esta ley es aplicable al presente marco normativo en su totalidad. 3 Ley 2106 de 2019 Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública. Artículo 8: Cuando las entidades habiliten canales digitales para el cumplimiento de sus competencias deberán relacionarse por dichos medios. Únicamente se utilizarán otros medios cuando la ley así lo exija. Artículo 9: Para lograr mayor nivel de eficiencia en la administración pública y una adecuada interacción con los ciudadanos y usuarios, garantizando el derecho a la utilización de medios electrónicos, las autoridades deberán integrarse y hacer uso del modelo de Servicios Ciudadanos Digitales. El Gobierno nacional prestará gratuitamente los Servicios Ciudadanos Digitales base y se implementarán por parte de las autoridades de conformidad con los estándares que establezca el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Acuerdo 3 del 28 de mayo de 2020 Concejo Municipal de Cajicá; por el cual se adopta el Plan de Desarrollo Municipal de Cajicá Cundinamarca 2020-2023“ Cajicá Tejiendo Futuro Unidos Con Toda Seguridad”.

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	6 DE 40

OBJETIVOS



INSDEPORTES
CAJICÁ



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	7 DE 40

2.1-OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de medios que permita informar continuamente, de manera precisa y exacta, las actuaciones del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, a través de los canales de comunicación (redes sociales y página web) ya existentes, a la comunidad de Cajicá y sus municipios circunvecinos. Que el mismo posibilite la interacción y el acceso a la información de la comunidad, en miras del apoyo a la proyección de Insdeportes Cajicá como una entidad líder en los procesos de preparación integral del deportista, impulsando la competencia sana con criterios de inclusión, masificación y mejora continua en la participación en competencias nacionales e internacionales.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	8 DE 40

2.2-OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Determinar el público objetivo.
- 2) Fomentar la cultura del deporte, la recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre en el municipio de Cajicá.
- 3) Crear identidad y recordación institucional.
- 4) Prestar cubrimiento de prensa en tiempo real a Insdeportes.
- 5) Rescatar la historia de Insdeportes y su papel en el municipio.
- 6) Divulgar la gestión administrativa y misional de Insdeportes.
- 7) Mejorar la comunicación directa con los usuarios de Insdeportes en redes.
- 8) Mantener la línea de identidad con la Administración Municipal.
- 9) Fortalecer los canales de comunicación del instituto y generar su expansión según los avances tecnológicos.
- 10) Implementar nuevas herramientas y técnicas de difusión a través de los medios de comunicación.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	9 DE 40

JUSTIFICACIÓN

El uso de herramientas tecnológicas ha cambiado constantemente y con una aceleración notable en los últimos años. Las redes sociales se diversifican y cambian a nivel mundial, en respuesta a la demanda de comunicación del ser humano. Herramientas de mensajería vía chat, como WhatsApp, ahora tienen un carácter de red social debido a su constante evolución y a la implementación de nuevas formas de comunicación.

Por ejemplo, las historias y estados.

La comunicación audiovisual en redes y contenidos web ha cambiado; las narrativas y estructuras de edición son ahora más cortas debido a la velocidad de crecimiento de las redes sociales. Expertos en mercadeo digital predicen que un mensaje debe ir por lo menos en los primeros cinco segundos de un video para captar la atención del consumidor.

Claramente, la importancia y el alcance de un video no se limitan solo a su alojamiento en una red social o página web, sino que, por otra parte, compartir el archivo amplifica la difusión de un mensaje. Por esta razón, también los contenidos deben ser cortos, para que dichos archivos pasen de un mensaje a otro con una velocidad mayor que archivos largos y pesados.

Para poder cumplir con uno de los objetivos específicos de este plan de medios, es importante mantener una línea gráfica homogénea en todos los contenidos creados por el área de comunicaciones de Insdeportes, no solo para institucionalizar, sino a su vez para generar recordación en la comunidad, en medio de un flujo constante y amplio de contenidos que se crean diariamente en redes sociales.

Encontramos una línea base en el Insdeportes que necesariamente debe ser mejorada y adaptada al contexto de la administración municipal actual, integrándose así a la línea matriz de la Alcaldía Municipal de Cajicá, y con una identidad propia de la dirección actual de Insdeportes.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	10 DE 40

El uso de redes sociales por encima de los sitios web ha crecido considerablemente en los últimos años. Facebook fue la tercera página más visitada en el mundo en el año 2019. Colombia es uno de los cuatro países de Latinoamérica dentro de los primeros veinte con mayor cantidad de usuarios en todo el mundo. Estos datos nos dan una orientación global del comportamiento de las comunidades en torno al acceso a la información. Basados en esto, podemos determinar con qué mayor frecuencia y qué contenidos alimentaremos los canales de comunicación del instituto.

Se presenta un plan de medios con unas bases claras para el desarrollo de este, a través de cuatro áreas de trabajo, ejecutadas por los miembros del área, que representan el flujo de trabajo y las acciones necesarias para dar cumplimiento a las tareas que se generan en esta misma.

Usamos diseño gráfico como eje interdisciplinario del área de comunicaciones, para mantener, crear y retroalimentar el manual de identidad. Definimos un área audiovisual como un conjunto de acciones de trabajo en fotografía, grabaciones, transmisiones en historias y ediciones de video y audio, dispuestas para mejorar los procesos de producción de contenidos.

Se definen redes como todo lo relacionado con el manejo, actualización, community management y gestión de la página web, grupos y redes sociales; es decir, el conjunto de acciones de trabajo en medios de comunicación.

Usamos el término comunicación para definir el conjunto de acciones de redacción, edición de textos, corrección de estilo y creación de piezas para su publicación desde el área. La clara intención es que este plan de medios sea versátil, coherente con la actualidad local y mundial, y que las metodologías vayan a la velocidad de crecimiento y cambio de la tecnología y la humanidad. Por tal motivo, los conceptos son frescos, modernos y acordes a nuestro contexto social.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	11 DE 40

MARCO TEÓRICO

Es importante definir cuáles son los medios de comunicación, las herramientas y los elementos a comunicar en este plan de medios. Asimismo, es pertinente tener en cuenta cómo se diagnostica y se establece una técnica de trabajo para el desarrollo a cabalidad del plan. A través de este trabajo, se plantea el orden de cumplimiento de los objetivos específicos, que se convierten en el alcance de la caracterización del área de comunicaciones del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.

En primera instancia, los contratistas del área realizan un estudio de antecedentes, documentación y medios existentes en el instituto. Este se establece bajo el marco normativo, y se definen producto, mercado y consumidor. Es decir, el plan de medios es la base y guía con la cual se pondrán en marcha estrategias de mercadeo para cumplir con la visión de promoción, comunicación y con el deber de informar a la comunidad.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	12 DE 40

GLOSARIO

Canales de difusión: Es un medio por el cual se puede compartir de un emisor “Quien busca enviar un mensaje” a un Receptor “Per-sona que recibe la comunicación”

Consumidor: Usuarios de las instalaciones, programas y actividades del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.

Cuentas Bussines: Es una herramienta que cuenta con un panel de control centralizado, que proporciona datos sobre el rendimiento de cada página, para analizar y mejorar la estrategia de las redes sociales.

Mercado: Municipio y comunidad Cajiqueña. **Plan de Medios:** Un plan de medios es lo que se conoce como la planificación de diversos medios en los que se hará publicidad y se difundirá una campaña para comunicar alguna información relevante para la empresa o negocio.

Producto: Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá y sus programas que fomentan la actividad física, la recreación y el deporte.

Público objetivo: Es un grupo de personas que reúne las características generales de los individuos que consumen o necesitan nuestro producto, servicio o marca.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	13 DE 40

Externo:

- 1.- Comunidad de Cajicá sectorizada en diversos grupos poblacionales.
- 2.- Nuevos deportistas de Insdeportes.
- 3.- Padres de familia de los deportistas.
- 4.- Deportistas entusiastas del Municipio.
- 5.- Población en condición de discapacidad.
- 6.- Población adulto mayor.
- 7.- Estudiantes de colegios oficiales del Municipio de Cajicá.
- 8.- Padres de familia de estudiantes de colegios oficiales de Cajicá.
- 9.- Dirigentes, miembros y cercanos a clubes deportivos, equipos agrupaciones de carácter deportivo y social.
- 10.- Adultos, jóvenes y niños que deseen practicar actividad física, deporte y recreación residentes del Municipio de Cajicá.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	14 DE 40

Interno:

- 1.- Funcionarios y contratistas del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.
- 2.- Deportistas de años anteriores de Insdeportes Cajicá.

Share: término para determinar un elemento compartido por un tercero tras su previa publicación en redes sociales como Facebook e Instagram. La segmentación de este público objetivo se ha realizado con el fin de encaminar contenidos, elementos de comunicación y promocionales dedicados a cada sector de población. El acceso a la información es único y libre para cada ciudadano, según se establece en el marco normativo, independiente de grupo poblacional alguno.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	15 DE 40

DETERMINACIÓN DE PÚBLICO OBJETIVO:

De cada uno de los grupos poblacionales descritos en el plan de medios encontramos rangos de edades y géneros; que acceden a través de los medios de comunicación del Insdeportes, anteriormente descritos como público externo e interno.

Grupo de Interés	Canal Principal	Edad Predominante	Género Predominante	Ubicación Principal
Jóvenes deportistas	Instagram, YouTube	18–24 años	Mujeres	Cajicá, Bogotá, Chía
Padres de familia y adultos	Facebook	35–54 años	Mujeres	Cajicá, Zipaquirá, Tabio
Entrenadores y promotores	Facebook, YouTube	35–54 años	Hombres	Cajicá y zona Sabana Centro
Comunidad general y ciudadanía	Facebook	25–44 años	Equilibrado	Cajicá
Deportistas adolescentes	TikTok (estimado)	13–24 años	Mujeres	Cajicá, Bogotá



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	16 DE 40

FOMENTO DE LA CULTURA DEL DEPORTE, LA RECREACIÓN, LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE EN EL MUNICIPIO DE CAJICÁ:

Mediante las actividades de la gestión de comunicaciones se da seguimiento y promoción a las actuaciones del Ins-deportes y a su futura programación establecida por las diferentes áreas misionales y habilitantes que lo componen.

CREACIÓN DE IDENTIDAD Y RECORDACIÓN INSTITUCIONAL:

El uso de las herramientas gráficas y audiovisuales proyectadas en el presente plan de medios ha permitido establecer una línea de identidad que será evaluada en el siguiente semestre mediante encuestas de aceptación segmentadas en los grupos objetivos.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	16 DE 40

CUBRIMIENTO DE COMUNICACIONES:

Meta propuesta por la dirección del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá y adoptada en el presente plan de medios en orden de reforzar y mejorar la interacción con la comunidad, se da una colaboración con prensa de la Alcaldía Municipal de Cajicá para aumentar el rango de acción.

HISTORIA DE INSDEPORTES Y SU PAPEL EN EL MUNICIPIO:

Se propone completar la digitalización del material fotográfico, fílmico e impreso de los eventos, actividades y relacionados con el Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, dicha tarea parte desde la recopilación de los archivos, pasando por su procesamiento y su posterior nuevo almacenamiento como material base para la creación de piezas gráficas y audiovisuales que resalten la historia e identidad del deporte en Cajicá.

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA ADMINISTRATIVA Y MISIONAL DEL INSTITUTO:

Se hace seguimiento y difusión del cumplimiento de las metas del Plan de Desarrollo “Escribamos juntos esta historia 2024 - 2027” mediante la creación de productos audiovisuales informativos que contengan el número de la meta cumplida, su objetivo y el alcance del cumplimiento de la misma.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	17 DE 40

MEJORAR LA COMUNICACIÓN DIRECTA CON LOS USUARIOS DEL INSTITUTO EN REDES: El área de comunicaciones de Insdeportes, toma como canal directo de comunicación con la comunidad los mensajes vía chat de la página de Facebook e Instagram. A través de este se responden las dudas, aclaraciones, comentarios y se re direccionan requerimientos, trámites y reclamos con las áreas, contratistas y funcionarios responsables según lo que requiera el usuario.

MANTENER LÍNEA DE IDENTIDAD CON LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL: La base de colores y la paleta que se utiliza en el esquema gráfico y audiovisual es de la misma línea de la Administración municipal 2024-2027, se hace implementación del escudo de la alcaldía municipal acompañado del logo del Instituto de Deporte y Recreación de Cajicá.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	17 DE 40

FORTALECER LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO Y GENERAR EXPANSIÓN DE LOS MISMOS SEGÚN AVANCES TECNOLÓGICOS: Es de vital importancia ampliar el alcance de los medios de comunicación del Instituto, se plantea redireccionar a través de las redes sociales todos los anuncios del sitio web, hacer publicaciones transversales entre redes, fomentar los “Shares” de página anunciando en los grupos de WhatsApp los enlaces a las piezas gráficas de las diferentes actividades de la gestión de comunicaciones.

Canal	Objetivos de Comunicación
Facebook	Informar sobre eventos, logros, convocatorias; atender peticiones y comentarios ciudadanos.
Instagram	Motivar la participación de jóvenes; visibilizar logros deportivos con estética atractiva.
YouTube	Educar e inspirar a través de videos largos (entrenamientos, testimonios, coberturas).
TikTok	Atraer a la audiencia joven con contenidos breves, dinámicos y entretenidos de deporte.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	27/05/2024	18 DE 40

IMPLEMENTAR NUEVAS HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS DE DIFUSIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

Se busca segmentar de manera correcta la red social “TikTok” y generar nuevo contenido en forma de shots en el canal de “Youtube” con el fin de ampliar el alcance del público objetivo, mediante estas redes se trazabilidad para poblaciones que tienen acceso limitado a ciertas cuentas, menores de edad o consumos de datos. Se plantea la creación de un manual de identidad que servirá como herramienta de trabajo para incluir enlace con otros descentralizados, con proveedores, otros medios de comunicación externos, con contratistas y funcionarios que requieran usar la imagen del Insdeportes, con creadores de contenido y como parte de la documentación del área de comunicaciones, para el desarrollo y producción de contenidos propios del mismo.

Canal / Medio	Mecanismos Implementados
Facebook	Comentarios, bandeja de mensajes, respuestas a preguntas frecuentes, encuestas.
Instagram	Historias con encuestas y stickers de preguntas, mensajes directos, reacciones.
YouTube	Comentarios en videos, llamados a la acción (CTA) para retroalimentación.
TikTok	Comentarios en videos, participación con dúos o tendencias deportivas.
Página web / correo	PQRs, buzón ciudadano, publicaciones oficiales, contacto directo con áreas.
Espacios presenciales	Encuentros comunitarios, asambleas deportivas, mesas de diálogo.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	19 DE 40

Carteleras de escenarios deportivos, institucionales y Alcaldía Municipal de Cajicá:

Copias impresas de actividades, circulares, cronogramas, resultados, resoluciones, afiches y otros informativos son de utilidad en este medio para dar cumplimiento con la promoción e información de las actuaciones de Insdeportes. En caso de ser necesario, el área de comunicaciones establece este como un medio convencional de bajo alcance, pero necesario para llegar a la mayor cantidad de población posible.

Página web oficial de Insdeportes:

Por este medio, el área difunde información y acceso a la comunidad, y es donde toda la información de los diferentes medios de comunicación confluye y es almacenada. Este medio es bidireccional, tanto para público externo como para público interno. El árbol de contenido de la página tiene una presentación del Insdeportes, de su equipo de trabajo, estructura administrativa y misional, área de gestión de calidad, documental, comunicaciones, coordinaciones, eventos, cronograma, noticias, área de transparencia y acceso a la información, informes de estados financieros, control interno, actos administrativos, circulares, resoluciones, anuncios, procesos de inscripción, PQR, botón de pagos, contacto e información general de eventos, y enlaces a la Alcaldía Municipal de Cajicá.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	20 DE 40

REDES SOCIALES

Como redes principales, contamos con una fanpage o página oficial de Facebook y una cuenta tipo business de Instagram. Por estos medios, el área de comunicaciones transmite la mayor cantidad de noticias e información sobre actividades, eventos, clases, conmemoraciones, enlaces a notificaciones, resoluciones, actos administrativos y circulares de la página web. También se da trazabilidad y se comparten reconocimientos y noticias de actualidad del deporte en el mundo, de la Alcaldía Municipal de Cajicá, y de otros entes descentralizados municipales y departamentales.

Se crean contenidos en formatos dedicados como estados e historias, textos en movimiento, cápsulas de video promocional de las escuelas y coordinaciones, videos y alocuciones oficiales de la dirección y equipo administrativo, anuncios de interés para la comunidad, seguimiento fotográfico y de prensa. Se ejercen los ejes de manejo de la comunidad, y se da respuesta informal a la comunidad vía chat y comentarios en cada publicación.

TikTok es una reciente red social que ha cobrado alcance a nivel mundial al contar con su estructura de videos cortos informativos y de entretenimiento. Se hace uso de esta red con contenidos promocionales y de valor dentro de los parámetros técnicos de la difusión del Instituto.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	21 DE 40

5.-EJECUCIÓN DE PLAN

Para el desarrollo de las actividades de la gestión de comunicaciones se identifican tres etapas para la producción y difusión de contenido comunicativo, las cuales están determinadas de la siguiente forma: necesidades y entradas, desarrollo de actividades y salidas.

Cada etapa consta de diferentes fases. En necesidades y entradas contamos con la identificación de la necesidad y la recepción de la misma, determinación de los productos o contenidos que suplirán dicha necesidad, programación para el desarrollo de la siguiente etapa y asignación de recursos para la ejecución de las actividades.

En el desarrollo de actividades se establece la producción de contenidos gráficos, textos, protocolos, cubrimientos fotográficos, grabaciones de audio y video, y la postproducción de contenidos audiovisuales y notas para redes sociales.

En las salidas, se verifican los productos y contenidos, se generan aprobaciones, se realizan publicaciones y se hace seguimiento a la publicación y difusión de los mismos.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	22 DE 40

5.1 NECESIDADES Y ENTRADAS

El propósito de la gestión de comunicaciones es atender las necesidades de las diferentes áreas del Instituto; por ende, los programas, planes, eventos, actividades y la gestión de los mismos requieren comunicación tanto interna como externa. Cada área expresa su necesidad haciendo uso del documento DIR-GCOM-FTO-001 FORMATO ÚNICO DE REQUISICIÓN, el cual tiene como objetivo que funcionarios y contratistas puedan solicitar a la gestión de comunicaciones la divulgación de alguna actividad en específico, llámese: toma de video, fotografía, cubrimiento de evento, protocolo, piezas gráficas y demás.

Dentro de él se encontrará una serie de datos recopilados que permitirán al área desarrollar con satisfacción la tarea solicitada. Este documento llegará a la gestión de comunicaciones como copias controladas por la gestión de calidad de Insdeportes, a través de las hojas de ruta o su entrega física a la gestión de comunicaciones.

IDENTIFICACIÓN Y RECEPCIÓN DE LA NECESIDAD:

El solicitante deberá diligenciar el formato, especificando la fecha de solicitud, la fecha de cubrimiento y la fecha de publicación; asimismo, describirá brevemente la actividad a cubrir, la proyección que desea comunicar teniendo en cuenta el alcance poblacional, y especificará con nombres los invitados especiales de la actividad.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	23 DE 40

DETERMINACIÓN DE PRODUCTOS Y CONTENIDOS:

El líder de la gestión de comunicaciones establecerá con el aval de la dirección los canales de comunicación por los que desea que se muestre el producto o contenido, así mismo los productos que apoyarán la difusión entre los cuales se cuenta con:

Piezas gráficas:

- 1.- Piezas de expectativa.
- 2.- Invitaciones.
- 3.- Convocatorias.
- 4.- Informativas.
- 5.- Conmemorativas.

Piezas Audiovisuales:

- 1.- Informativos
- 2.- Expectativa
- 3.- Promoción
- 4.- Invitaciones
- 5.- Capacitaciones

Audios:

- 1.- Perifoneos



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	24 DE 40

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Según el tipo de suceso establecido por determinada área solicitante, la gestión de comunicaciones dispondrá de uno o varios productos y contenidos para la exitosa difusión y comunicación. De esta forma, un evento contará con piezas gráficas de expectativa, videos de invitación, carruseles fotográficos en redes sociales o entrevistas.

A estos productos y contenidos se les fijarán fechas de publicación, teniendo en cuenta la radicación del DIR-GCOM-FTO-001 y las disposiciones de la dirección del Instituto. La programación será registrada en el DIR-GCOM-FTO-004 BITÁCORA DE COMUNICACIONES.

Se asignará el o los gestores del contenido, quienes realizarán las actividades de la siguiente etapa según sus funciones contractuales suscritas con la entidad.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	25 DE 40

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

Se determinarán los recursos necesarios para la ejecución de las labores de la gestión de comunicaciones; entre estos se cuentan los equipos de cómputo, las cámaras, micrófonos, luces, espacio físico, cables y accesorios. Se determina la responsabilidad bajo el uso de estos; no obstante, el préstamo de los mismos estará sujeto a los lineamientos del almacén del Instituto.

De contar con un recurso determinado, el contratista asume el ejercicio de la labor con recursos propios, sin que estos representen una contraprestación extra por parte del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	26 DE 40

5.2.- DESARROLLO DE ACTIVIDADES

En esta etapa se producen los contenidos y se realizan los cubrimientos para la captura de material audiovisual que será materia prima para la postproducción de las piezas finales a comunicar. Todo producto final de la gestión de comunicaciones contará con la identidad corporativa de la entidad y reflejará la gestión pública del instituto.

Para la óptima utilización de esta, se estableció la creación del documento DIR-GCOM-MAN-001 MANUAL DE IDENTIDAD, el cual tiene como propósito establecer los lineamientos gráficos y audiovisuales de la imagen institucional del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, para el correcto uso en la creación de material que requiera el uso de logotipos, imagotipos, fuentes, colores y vectores relacionados directamente con la imagen de Insdeportes Cajicá.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	27 DE 40

CONTENIDOS GRÁFICOS, TEXTOS Y PROTOCOLOS

Las piezas gráficas, según su tipo, contienen tres elementos para su composición: fotografías, vectores gráficos y textos. Estas composiciones cumplirán con los requerimientos comunicativos, y las relaciones de aspecto y tamaño de las mismas serán de acuerdo con los parámetros de los canales de comunicación, más no de las partes solicitantes.

Los textos son descripciones cortas de manera expositiva y divulgativa cuyo propósito es informativo y periodístico, con una estructura de pirámide invertida donde la información más relevante se encontrará primero, seguida de datos importantes que apoyan el contenido. Se hará uso de un lenguaje claro para reforzar la veracidad de la información.

Los protocolos, que son los órdenes del día y minuto a minuto de eventos y presentaciones oficiales, preservarán la jerarquía de los invitados, discursos y palabras para dirigirse a la comunidad, y líneas de contextualización para el desarrollo de un evento o programa.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	28 DE 40

CUBRIMIENTOS FOTOGRÁFICOS Y GRABACIONES

Estas actividades requieren de la presencia de personal de la gestión de comunicaciones. Las tomas de fotografías servirán de apoyo para historias en redes sociales y para la creación de contenidos gráficos. Esta actividad se hará teniendo en cuenta principios básicos de composición, encuadre, uso correcto de la luz, enfoque y una correcta exposición de las imágenes. Estos conceptos serán igualmente aplicados a la grabación de video y entrevistas, teniendo en cuenta una correcta captura de audio, tratando así que el ruido ambiente no afecte el discurso de los entrevistados.

Para una correcta ejecución de estas actividades, se debe tener en cuenta el uso del documento DIR-GCOM-FTO-002 AUTORIZACIÓN USO DE IMAGEN, mediante el cual se autoriza al Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá a hacer el uso y tratamiento de derechos de imagen para incluirlos sobre fotografías y producciones audiovisuales (videos); así como de los Derechos de Autor, los Derechos Conexos y, en general, todos aquellos derechos de propiedad intelectual que tengan que ver con el derecho de imagen. La autorización se registrará por las normas legales aplicables y, en particular, esto permitirá al Área de Comunicaciones trabajar sobre dicha imagen y hacer uso para el desarrollo de las publicaciones en redes sociales o página web.

El diligenciamiento de este formato debe ser únicamente previo a la captura del material audiovisual, en caso de ser necesario. Para eventos muy amplios se anexará, por parte de los líderes de las áreas, con su respectiva hoja de ruta.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	29 DE 40

POST-PRODUCCIÓN

Los procesos de postproducción comprenden el tratamiento y edición del material recopilado para la creación de productos finales. En cuanto al tratamiento fotográfico, se harán correcciones de exposición, nivelación de luces, temperatura o balance de blancos, y, de ser necesario, se harán recortes para mejorar la composición. Posteriormente, cada fotografía debe ser marcada con los imatipos, logotipos e identidad institucional establecida en el DIR-GCOM-MAN-001.

Para la postproducción de piezas de audio y video, se requiere de conocimientos en edición de video, recorte de piezas, sincronización de audio y montaje audiovisual. De igual forma, se hará uso de los parámetros de identidad institucional establecidos en el manual de identidad de Insdeportes.

Los contenidos, después de ser postproducidos para su divulgación, deben ir acompañados de textos informativos de apoyo anteriormente descritos.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	30 DE 40

5.3.- SALIDAS

En esta etapa, los contenidos finalizados requieren ser verificados, aprobados y publicados. Es de suma importancia que el líder de la gestión de comunicaciones tramite y disponga de manera organizada el registro de la divulgación, el cual será en el documento DIR-GCOM-FTO-004 BÍTACORA DE COMUNICACIONES, y que provea las herramientas de seguimiento necesarias para determinar, a través de los indicadores, la toma de decisiones que mejoren la comunicación general del instituto y apunten tanto a los objetivos de calidad como a la estrategia de mercadeo del presente plan.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	31 DE 40

Verificaciones:

En esta etapa, los contenidos finalizados requieren ser verificados, aprobados y publicados. Es de suma importancia que el líder de la gestión de comunicaciones tramite y disponga de manera organizada el registro de la divulgación —el cual se realizará en el documento DIR-GCOM-FTO-004 BÍTACORA DE COMUNICACIONES— y que provea las herramientas de seguimiento necesarias para determinar, a través de los indicadores, la toma de decisiones que mejoren la comunicación general del instituto y apunten tanto a los objetivos de calidad como a la estrategia de mercadeo del presente plan.

Aprobaciones:

El líder de la gestión de comunicaciones realizará una aprobación preliminar basada en la verificación del producto, para posteriormente solicitar la aprobación definitiva por parte de la dirección del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	32 DE 40

Publicación, divulgación y seguimiento:

Los productos finales aprobados serán publicados en los canales y cuentas oficiales anteriormente mencionados por la gestión de comunicaciones. Las fechas de publicación establecidas serán registradas en el campo de gestión del documento DIR-GCOM-FTO-004 BÍTACORA DE COMUNICACIONES por el responsable designado por el líder de la gestión.

El uso de la bitácora de comunicaciones tiene como objetivo registrar las actividades del área, incluyendo publicaciones, eventos, historias, piezas gráficas y audiovisuales a través de los canales de comunicación (redes sociales y página web) del Instituto Municipal de Deportes y Recreación.

En la bitácora se especifica el tipo de comunicación y se evidencia la gestión de cada formato único de requisición (DIR-GCOM-FTO-001), su publicación, así como el alcance e interacciones del producto publicado, teniendo en cuenta que se cuenta con el registro de los gestores del contenido y los responsables de la aprobación del ejercicio comunicativo.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	34 DE 40

A través de las redes sociales del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, los usuarios, seguidores y comunidad en general tienen la posibilidad de contactarse con Insdeportes Cajicá haciendo uso de las reacciones, las casillas de comentarios y los mensajes internos tipo “chat” que ofrecen estos portales. De esta forma, es prioridad de la gestión de comunicaciones dar oportuna respuesta y escalar las comunicaciones que se perfeccionen como una petición, queja, reclamo o solicitud.

Para dar cumplimiento a la transparencia y al libre acceso a la información, se disponen las siguientes instancias de respuesta, seguimiento y escalado de comunicaciones:

Nivel 1: Reacciones y comentarios sin petición, queja, reclamo o solicitud; estos son recibidos y mantenidos en aras del cumplimiento de la transparencia, el libre acceso a la información, así como la libertad de expresión constitucional del ciudadano. Su respuesta será de acuerdo con el tipo de comunicación en este nivel, sin afectar los preceptos y derechos establecidos en esta instancia.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	35 DE 40

Nivel 2:

Preguntas informativas, consultas o inquietudes relacionadas con las actividades, planes, programas y eventos del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá deberán ser respondidas oportunamente por el o los contratistas de apoyo a la gestión de comunicaciones, dentro de un plazo máximo de 24 horas desde la generación de cualquiera de estos tipos de comunicación o contacto con la entidad, con el fin de mantener una atención amable hacia el ciudadano y brindar apoyo a sus necesidades.

En caso de que el contratista no cuente con la información solicitada por el ciudadano, realizará una consulta sencilla a la área o proceso correspondiente del instituto para poder dar respuesta a la población. Si la comunicación no se cumple satisfactoriamente o si el ciudadano manifiesta inconformidad o requiere una respuesta más amplia por parte de la entidad, este tipo de contacto pasará al siguiente nivel.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	36 DE 40

Nivel 3:

Peticiones, Quejas, Reclamos y Solicitudes (PQRS) serán atendidas conforme a los términos de la ley vigente, solicitando la información relevante para realizar el proceso de escalamiento de la PQRS al área de atención al ciudadano, ventanilla única o la instancia correspondiente. Para ello, se deben tener en cuenta datos como correo electrónico, nombres y teléfono de contacto.

Los mensajes con la información del requerimiento serán capturados y enviados por correo electrónico a ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co, con el fin de escalar la solicitud y generar una respuesta oportuna por parte de la entidad. En caso de que el ciudadano o quien presenta la PQRS prefiera mantener su identidad anónima, solo se solicitará un correo electrónico de contacto, y el requerimiento será tratado con el mismo proceso que una PQRS de un ciudadano identificado.

Tras realizar el proceso de escalamiento, se dará respuesta al solicitante a través de la red, proporcionando el número de radicado oficial emitido por la ventanilla única de Insdeportes Cajicá.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	37 DE 40

Este formato tiene como objetivo establecer las líneas de comunicación y especificar los tipos de comunicación, teniendo en cuenta sus actores principales y el público objetivo de cada comunicación determinada.

6.1 INDICADORES DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Los alcances poblacionales de la comunicación externa del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá son registrados por el área de Gestión de Comunicaciones en el formato de Bitácora de Comunicaciones (DIR-GCOM-FTO-004). Esto con el propósito de medir indicadores precisos que contribuyen al cumplimiento del objetivo de calidad número tres de Insdeportes Cajicá: “Establecer los mecanismos que permitan el fomento, masificación, desarrollo y práctica del deporte, la recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre, mediante la integración en espacios de convivencia y paz como herramienta de transformación, inclusión y equidad social.”

De esta manera, la gestión realizada por los contratistas del proceso es cuantificable, lo que permite establecer estrategias de mejora en la creación y difusión de contenidos gráficos y audiovisuales.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	38 DE 40

DIR-GCOM-IND-001 INDICADOR DE ALCANCE:

Este indicador será generado por el equipo de Comunicaciones del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá en un periodo de tres meses, tomando en cuenta el cumplimiento, los tiempos de entrega y la gestión realizada.

DIR-GCOM-IND-002 ALCANCE DE COMUNICACIONES:

Este indicador mostrará las métricas y el número total de reacciones generadas por cada contenido publicado en las redes sociales de Insdeportes Cajicá durante un periodo de tres meses.



CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	39 DE 40

7. ESTRATEGIA DE MERCADEO

En este caso, los segmentos de mercado son claros y determinados por el área de Comunicaciones del Insdeportes. La oferta está dirigida a cada segmento, y el costo se asume como trabajo, sin incluir gastos operativos o de personal. Desde cada coordinación del área misional del Insdeportes, la demanda de contenidos dedicados impulsa este tipo de estrategia con el fin de informar y promover la actividad física, el deporte y la recreación en el municipio de Cajicá.

Posicionamiento:

Se pretende posicionar la identidad del Instituto entre todos los residentes del municipio, generando recordación de marca, servicios, instalaciones y actividades. Para medir este posicionamiento, es necesario analizar la segmentación, sus necesidades y su demanda. El alcance en medios de comunicación de las piezas creadas por el área de comunicaciones es una de las herramientas de medición. Asimismo, la medición de los públicos objetivos proporcionará información vital para redirigir esta estrategia, la cual, en su esencia, se mantendrá a lo largo de la ejecución del plan de medios, ajustando únicamente los contenidos según los contextos sociales actuales y mundiales.



PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-001	4	26/06/2025	40 DE 40

Participación ciudadana:

La interacción con el público y los usuarios de los servicios, actividades, contenidos y sedes de Insdeportes constituye un valioso complemento para medir la satisfacción, no solo en términos de la calidad administrativa y misional del instituto, sino también de la eficacia del área de comunicaciones. Se presta especial atención a los comentarios y solicitudes generados en la difusión de las acciones de la entidad. De esta manera, las redes sociales fomentan la participación ciudadana, acompañando el desarrollo de eventos, programas y planes diseñados para el conocimiento y la vinculación del público.

Proveer información mediante la experiencia de usuario:

Cumpliendo con los principios de transparencia y acceso a la información, el objetivo es facilitar a la comunidad el acceso a contenidos a través de experiencias gráficas y audiovisuales atractivas. Se busca que los distintos segmentos de la población se identifiquen con estos contenidos, posicionando a Insdeportes como un actor activo y comprometido dentro de la comunidad.

CONTROL DE CAMBIOS		
Fecha	Versión	Tipo de cambio
24/05/2022	1	Creación y control
11/05/2023	2	Se vincula la gestión referente a los mecanismos de participación ciudadana.
27/05/2024	3	Se actualiza teniendo en cuenta cambio significativos en la administración.
26/06/2025	4	Se incorporo la caracterización detallada del público objetivo, basada en análisis de las redes sociales, considerando variables como edad, género y ubicación geográfica.
TABLA DE CONTROL DOCUMENTAL		
Responsable	Nombre(s) y apellidos	Proceso
Proyectó:	Dahira Rocio Malaver González	Gestión de Comunicaciones
Revisó:	Gabriel Ramírez Camargo	Planeación Estrategica
Aprobó:	Duván Alejandro López Calderón	Dirección
Los firmantes, manifestamos expresamente que hemos estudiado y revisado el presente documento, y por encontrarlo ajustado a la disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias vigentes, lo presentamos para su firma bajo nuestra responsabilidad.		
Dirección: Calle 1 sur # 7 - 56. Celular: (+57) 3133337759 www.insdeportes.gov.co E-Mail: ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co		
  		