



INSDEPORTES
CAJICÁ

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ

GESTIÓN DE COMUNICACIONES

PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	1 DE 22

PLAN DE MEDIOS INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ

Ana Katherine Artunduaga Mendoza
Directora

Johann Esteban Cornado Jaimes
Contratista líder

Jesica Johanna Chaves

Carlos Andrés Sacristán

Contratistas de apoyo
Gestión de Comunicaciones

2020-2023



Calle 1 Sur No.7-56 Coliseo Fortaleza de Piedra
E-Mail: ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co
Teléfono: (57+1) 8898746 / Página: www.insdeportescajica.gov.co

CONTENIDO

1. MARCO NORMATIVO LEGAL	4
2 OBJETIVOS	5
2.1 OBJETIVO GENERAL	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
3. JUSTIFICACIÓN	6
4.MARCO TEÓRICO	8
5. EJECUCIÓN DE PLAN	13
5.1 NECESIDADES Y ENTRADAS	13
5.2 DESARROLLO DE ACTIVIDADES	14
5.3 SALIDAS	16
5.4 MENSAJES, COMENTARIOS Y ATENCIÓN AL CIUDADANO	18
6 DIR-GCOM-FTO-003 MATRIZ DE COMUNICACIONES	20
6.1 INDICADORES DE LA GESTIÓN DE COMUNICACIONES	20
7. ESTRATEGIA DE MERCADEO	21
7.1 JUSTIFICACIÓN EN CAMBIO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO	22

CAJICÁ

INTRODUCCIÓN

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 de municipio y en cumplimiento al fomento de la recreación, la actividad física, el deporte el aprovechamiento del tiempo libre.

Teniendo en cuenta este precepto, este plan de medios se proyecta para garantizar el acceso a la información, favorece los procesos administrativos y misionales del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá mediante la difusión de estos, y es coherente a la misión y visión del mismo.

Se traza este plan de medios con alcance al cuatrienio de la administración actual en concordancia con el plan de desarrollo "Cajicá Tejiendo Futuro, Unidos con Toda Seguridad".

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 requerimientos del instituto.

INSDEPORTES
CAJICÁ

1. MARCO NORMATIVO LEGAL

Constitución Política de Colombia (Artículo 20)

Ley 734 de 2002 Código Disciplinario Único. 'Hasta su Vigencia'¹

Ley 1437 de 2011 Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.²

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.'

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.⁴ **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".

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

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	5 DE 22

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2106_2019.html

2 OBJETIVOS

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 difusión ya existentes a la comunidad de Cajicá y sus municipios circunvecinos. Que él mismo posibilite la interacción y 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 de las competencias nacionales e internacionales.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	6 DE 22

3. 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 disposición 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 cambio y a la implementación de nuevas formas de comunicación. Por ejemplo, las historias y estados.

Teniendo en cuenta esto podemos evidenciar un sub-canal de comunicación en un canal ya existente, estos estados después de su implementación en el año 2018⁵, varios meses después fueron optimizados para ser compartidos en Facebook. Por tal razón, la creación de contenidos gráficos y audiovisuales acordes a este formato digital permiten difundir los como herramienta activa del área de comunicaciones del Insdeportes.

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 5 primeros segundos de un vídeo para captar la atención del consumidor. Claramente la importancia y alcance de un vídeo no se limita 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.

Por otra parte, el uso de redes sociales por encima de sitios web ha crecido considerablemente en los últimos años, Facebook es la tercera página más visitada en el mundo del año 2019⁶, Colombia, es uno de los 4 países de Latinoamérica de los primeros 20 con mayor cantidad de usuarios en todo el mundo⁷. Estos datos nos dan una orientación global del comportamiento de las comunidades en torno al acceso a la información, basada en esto, podemos determinar con qué mayor frecuencia y 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 ejecutados por los miembros del área que representan el flujo de trabajo y acciones 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 y ediciones de video y audio dispuestas para mejorar los procesos de

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	7 DE 22

producción de contenidos, se definen redes, a todo lo relacionado con el manejo, actualización, community management, y gestión de la página web, grupos y redes sociales, es decir al 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 del área.


La clara intención es que este plan de medios sea versátil, coherente a la actualidad local y mundial, que las metodologías vayan a la velocidad de crecimiento y cambio de la tecnología y humanidad. Por tal motivo los conceptos son frescos, modernos y acordes a nuestro contexto social.



INSDEPORTES
CAJICÁ

⁵ <https://www.xataka.com/basics/estados-de-whatsapp-a-fondo-que-son-como-funcionan-y-co-mo-crearlos#:~:text=Los%20estados%20de%20WhatsApp%20son,v%20muestran%20uno,%20tras%20otro.>

⁶ <https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-facebook/>

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 8 DE 22

<https://www.juanmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-in-stagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infoografia/>

4.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 de medios, 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 de hace un estudio de antecedentes, documentación y medios existentes en el instituto. Se establece bajo el marco normativo y se define 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.

GLOSARIO

Canales de difusión: Es un medio por el cual se puede compartir de un emisor "Quien busca enviar un mensaje" a un Receptor "Persona 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.

Motion Graphic: Son animaciones con distintos enfoques y técnicas para que las imágenes tengan movimientos.

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.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 9 DE 22

Externo:

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

Interno:

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

Share: termino para determinar un elemento compartido por un tercero tras su previa publicación de 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 de cada ciudadano según se establece en el marco normativo, independiente de grupo poblacional alguno.

A través del análisis de estos antecedentes se establecieron objetivos específicos y su desarrollo.

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.

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 Insdeportes 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

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 10 DE 22

siguiente semestre mediante encuestas de aceptación segmentadas en los grupos objetivos.

CUBRIMIENTO DE COMUNICACIONES EN TIEMPO REAL DE INSDEPORTES CAJICÁ

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 trazabilidad a los eventos usando el numeral o hashtag **#AEstaHora** en redes sociales¹³ con el cual se ha cubierto los eventos y noticias en tiempo real por parte del área de comunicaciones de Insdeportes.

HISTORIA DE INSDEPORTES Y SU PAPEL EN EL MUNICIPIO.

Se propone completar la digitalización del material fotográfico, filmico 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 "Cajicá Tejiendo Futuro Unidos Con Toda Seguridad 2020 2023" 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.

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 hexadecimales y la paleta de se usa en el esquema gráfico y audiovisual es de la misma línea de la Administración municipal 2020-2023, se hace implementación del escudo de la alcaldía municipal y de sus elementos de marca de plan de desarrollo de todas las piezas publicadas sin excepción alguna.

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, transmisiones en vivo simultáneas entre las mismas y fomentar los "Shares" de página anunciando en los grupos de WhatsApp

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	11 DE 22

los enlaces a las piezas gráficas de las diferentes actividades de la gestión de comunicaciones.

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

Se crearon nuevas cuentas de YouTube 1 de abril de 2020 y Twitter 23 de marzo de 2020 en orden 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.


Canales de comunicación disponibles del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá Insdeportes:

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, 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: Es la sede vía internet oficial del 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 s, botón de pagos, contacto e información general de eventos, y enlaces a la alcaldía municipal de Cajicá y al plan de desarrollo.

Redes Sociales: Como redes principales contamos con una fanpage o página oficial de Facebook y una cuenta tipo bussines de instagram. Por estos medios, el área de comunicaciones transmite la mayor cantidad de noticias e información de actividades, eventos, clases, conmemoraciones, transmisiones en vivo, enlaces a notificaciones, resoluciones, actos administrativos, circulares de la página web; también se da trazabilidad y se comparten noticias de actualidad del deporte en el mundo, de la Alcaldía municipal de Cajicá, de otros entes descentralizados municipales y departamentales, se da seguimiento en tiempo real yn paralelo a nuestras transmisiones,

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 12 DE 22

se crean contenidos en formatos dedicados como estados e historias, textos en movimiento, motion graphics, cápsulas de video promocional de las escuelas y coordinaciones, vídeos 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 respuesta en comentarios de cada publicación.

Como medio de transmisión de contenidos en vídeo, contamos con un canal de YouTube, dividido en listas de reproducción para cada área misional del Instituto, esta herramienta de comunicación permite que la comunidad acceda a clases y retransmisiones de programas y sesiones en vivo. La creación de este medio se establece a la altura de marzo de 2020 ya que el canal con el que contaba anteriormente el Instituto se encontraba son claves para su acceso y administración.


Twitter es usado como uno de los medios sociales de noticias más importante en el mundo, establecemos una cuenta con el fin de dar trazabilidad y presencia en el mismo, no representando una porción importante de los medios ni del público objetivo que se viene analizando en este plan de medios.

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 únicamente promocionales dentro de los parámetros técnicos de la difusión del Instituto.

⁸ <https://www.facebook.com/CajicaInsdeportes>

⁹ <https://www.instagram.com/insdeportescajica/>

¹⁰ <https://www.youtube.com/channel/UC9ncKmFs0NVoaqRfKfNEXa>

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES		
	PLAN DE MEDIOS		
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022

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 está determinadas de las siguientes 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 recepción de la misma, determinación de los productos o contenidos que suplirán dicha necesidad, programación de para el desarrollo de la siguientes 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 las post producción 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.

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 gestión de los mismos requiere 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 vídeo, fotografía, cubrimiento de evento, protocolo, piezas gráficas y demás. Dentro de él se encontrará una serie de recopilación de datos que permitirá 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 fecha de publicación, así mismo describirá brevemente la actividad a cubrir, la proyección que desea comunicar bajos los parámetros de la matriz de comunicaciones de su área, teniendo en cuenta el alcance poblacional y especificará con nombres los invitados especiales de la actividad.

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
 - Piezas de expectativa
 - Invitaciones
 - Convocatorias
 - Informativas
 - Conmemorativas
- Videos
 - Informativos
 - Expectativa

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 14 DE 22

- Promoción
- Invitaciones
- Capacitaciones
- Transmisiones en VIVO
- Audios
 - Capacitaciones
 - Perifoneos
- Notas de redes sociales
 - Noticia con apoyo fotográfico
 - Nota de video para noticias y programas de redes sociales

Programación de actividades

Según el tipo de suceso establecido por determinada área solicitante, la gestión de comunicaciones dispondrá 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, notas fotográficas en redes sociales, entrevistas o transmisiones en vivo. A estos productos y contenidos se les fijará fechas de publicación teniendo en cuenta la radicación del DIR-GOM-FTO-001 y las disposiciones de la dirección del Instituto. La programación será registrada en el DIR-GCOM-FTO-004 BTÁCORA 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

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, los equipos de sonido, 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 con contar la entidad 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.

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 post producción de las piezas finales a comunicar. Todo producto final de la gestión de comunicaciones contará con la identidad corporativa de la entidad, para la óptima utilización de esta identidad 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**.

Contenidos gráficos, textos y protocolos

Las piezas gráficas según su tipo anteriormente descritas son imágenes que contiene tres elementos para su composición; fotografías, vectores gráficos y textos. Estas composiciones cumplirán con los requerimientos comunicativos y las realciones 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 seguido de datos importantes que apoyan el contenido, se hará uso de un lenguaje claro para reforzar la veracidad y de la información.

Los protocolos 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, líneas de contextualización para el desarrollo de un evento o programa.

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 las notas de redes sociales y para 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 será igualmente aplicados a la grabación 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 AUTORIZACION USO DE IMAGEN** mediante el cual se autoriza al Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá que haga 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 registrá 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.

Post Producción

Los procesos de post producción 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

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 16 DE 22

mejorar la composición, posteriormente cada fotografía debe ser marcada con los imagotipos, logotipos e identidad institucional establecida en el DIR-GCOM-MAN-001.

Para la post producción de piezas de audio y video, se requiere de conocimientos en edición de video, recorte de piezas, sincronización de audio, montaje audiovisual y generación de apoyos de gráficos en movimiento (Motion Graphics). 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 post producidos para su divulgación deben ir acompañados de textos informativos de apoyo anteriormente descritos.

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 esta tres fases de marea organizada para que el registro de la divulgación el cual será en el documento **DIR-GCOM-FTO-004 BITACORA DE COMUNICACIONES** provea las herramientas de seguimiento necesarias para determinar a través de los indicadores toma de decisiones que mejores la comunicación general del instituto y apunten tanto a los objetivos de calidad como a la estrategia de mercadeo del presente plan.

Verificaciones


El creador y editor del contenido tendrá el compromiso de verificar la claridad y veracidad de la información, su correcta presentación y ortografía en los textos requeridos y citados. El líder de la gestión de comunicaciones verificará el correcto uso de la identidad institucional, la claridad en la información, el uso del DIR-GCOM-FTO-002 para el tratamiento de imágenes y videos de personas externas a la entidad, de igual manera en esta fase de verificación el solicitante del contenido revisará y verificará que el producto está de acuerdo supliendo la necesidad esperada.

Aprobaciones

El líder de la gestión de comunicaciones hará una aprobación preliminar basado en la verificación del producto y solicitará una aprobación total de la dirección del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá.

Publicación, divulgación y seguimiento


Los productos finales aprobados será publicados en los canales y cuentas oficiales anteriormente mencionados por la gestión de comunicaciones, as fechas de publicación establecidas serán registradas en el campo de gestión del documento **DIR-GCOM-FTO-004 BITACORA 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, está compuesto por publicaciones, eventos, transmisiones, piezas gráficas y audiovisuales a través de los canales de comunicación del Instituto Municipal de Deportes y Recreación. En la misma se especifica el tipo de comunicación

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES		
	PLAN DE MEDIOS		
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022

y se evidencia la gestión de cada formato único de requisición (DIR-GCOM-FTO-001), su publicación sumada al 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.



INSDEPORTES
 CAJICÁ

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ			
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES			
	PLAN DE MEDIOS			
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022	PÁGINA 18 DE 22

5.4 MENSAJES, COMENTARIOS Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

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 el 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 a la transparencia y al libre acceso a la información así como a la libertad de expresión constitucional del ciudadano, su respuesta será de acuerdo a tipo de comunicación en este nivel sin afectar los preceptos y derechos establecidos en esta instancia.

Nivel 2

Preguntas informativas, consultas o inquietudes de acuerdo a las actividades, planes, programas y eventos del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá; el o los contratistas de apoyo a la gestión de comunicaciones deben dar respuesta oportuna hasta 24 horas de generada cualquiera de este tipo de comunicación o contacto con la entidad en aras de mantener una línea de atención amable con el ciudadano y de prestar apoyo a sus necesidades. De no contar el contratista con la información necesaria solicitada por el ciudadano, el mismo realizará una consulta sencilla a determinada área o proceso del instituto en pro de dar respuesta a la población, de no cumplirse satisfactoriamente la comunicación o en caso tal en que el ciudadano manifieste inconformidad o una respuesta más amplia por parte de la entidad este tipo de contacto pasará al siguiente nivel.

Nivel 3

Peticiones, Quejas, Reclamos y Solicitudes PQRS; Serán atendidas bajo los términos de ley establecidos vigentes, con la solicitud de información relevante para hacer un proceso de escala de la PQRS al proceso de atención al ciudadano, ventanilla única o el que haga sus veces teniendo en cuenta datos como: correo electrónico, nombres y teléfono de contacto. Los mensajes con la información del requerimiento serán capturados y adjuntados en un correo electrónico a ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co con el fin de escalar y generar la respuesta oportuna por parte de la entidad. En caso tal que el ciudadano o quien realiza la PQRS no desee hacer uso de su identidad y se identifique como anónimo, será tenida solicitud solo un correo electrónico de contacto y de igual manera el requerimiento será escalado con el mismo proceso de un ciudadano identificado.

Tras haber realizado el proceso de escalado se dará respuesta a través de la red a solicitante con el número de radicado oficial proporcionado por la ventanilla púnica de Insdeportes Cajicá



INSDEPORTES
CAJICÁ

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ

GESTIÓN DE COMUNICACIONES

PLAN DE MEDIOS

CÓDIGO	VERSIÓN	FECHA	PÁGINA
DIR-GCOM-PLA-01	1	24/05/2022	19 DE 22

Seguimiento y registro

Las comunicaciones de los niveles 1 y 2 podrán ser consultadas en el archivo de la red social o portal durante el tiempo que la entidad tenga propiedad de la cuenta o acceso a la misma. Las comunicaciones de nivel 3 serán registradas mensualmente en el formato DIR-GCOM-FTO-005 MATRIZ DE SEGUIMIENTO CONTACTO DE USUARIOS en el cual será consignados datos relevantes del caso como, fecha de la comunicación, correo electrónico del ciudadano o solicitante, descripción de la PQRS, fecha de respuesta por parte de la entidad, fecha del proceso de escalado y número de radicado de ventanilla única.




INSDEPORTES
CAJICÁ



FABIO
RAMÍREZ

Calle 1 Sur No.7-56 Coliseo Fortaleza de Piedra
E-Mail: ventanillaunica@insdeportescajica.gov.co
Teléfono: (57+1) 8898746 / Página: www.insdeportescajica.gov.co

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES		
	PLAN DE MEDIOS		
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022

6 DIR-GCOM-FTO-003 MATRIZ DE COMUNICACIONES


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 una 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), con el objetivo de medir indicadores precisos que apuntan al 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 forma, la gestión adelantada por los contratistas del proceso es cuantificable, lo cual permite establecer estrategias de mejora en la creación y difusión de contenidos gráficos y audiovisuales.

DIR-GCOM-IND-001 INDICADOR DE ALCANCE: Este indicador arrojará el número total de alcances de las redes sociales del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, en un periodo de tres meses, teniendo en cuenta que un alcance representa la visualización de un contenido en determinado dispositivo de un usuario.

DIR-GCOM-IND-002 RETENCIÓN DE COMUNICACIONES: este indicador arrojará e número total de reacciones generadas por cada contenido publicado en las redes de Insdeportes Cajicá en un periodo de tres meses.

	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD INSTITUTO MUNICIPAL DE DEPORTES Y RECREACIÓN DE CAJICÁ		
	GESTIÓN DE COMUNICACIONES		
	PLAN DE MEDIOS		
	CÓDIGO DIR-GCOM-PLA-01	VERSIÓN 1	FECHA 24/05/2022

7. ESTRATEGIA DE MERCADEO

Se establece una estrategia de mercadeo de segmentación diferenciada debido a la complejidad misional del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá, en el siguiente ejemplo tomado de Roberto Espinosa¹² observamos que:

".. Estrategia Diferenciada: nos dirigimos a los diferentes segmentos de mercado que hemos identificado, pero con una oferta diferente para cada uno de ellos. Aunque esta estrategia tiene un coste mayor, nos permitirá satisfacer las necesidades concretas de cada segmento seleccionado..."

En este caso los segmentos de mercado son claros y determinados por el área de Comunicaciones del Insdeportes, la oferta es dedicada a cada segmento y el coste se asume en trabajo más no en gastos operativos o de personal. Desde cada coordinación del área misional del insdeportes la demanda de contenidos dedicados nos lleva a 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 en 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; Así mismo, la medición de públicos objetivos dará vital información para redirigir esta estrategia que en su esencia seguirá a los largo de la ejecución del plan de medios, solo se ajustan los contenidos sujetos a los contextos sociales, actuales y del mundo.

Participación: La interacción con el público y con los consumidores de los servicios, actividades, contenidos y sedes del Insdeportes, constituye un complemento de medición de satisfacción no solo en la calidad administrativa y misional del instituto sino de la calidad del trabajo de comunicación del área. Se presta especial cuidado a los comentarios en las fases de un evento en su expectativa, desarrollo y postproducción con el fin de retroalimentar la aceptación del público objetivo hacia la información entregada.

Proveer Información mediante la experiencia de usuario: Dando cumplimiento a los principios de información, el objetivo de posibilitar el acceso a la información al público prevalece mediante la entrega de contenidos en experiencias gráficas y audiovisuales, se busca que los diferentes segmentos se identifiquen con dichos contenidos y que el Insdeportes sea parte activa de la comunidad.

¹² <https://robertoepinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos>

¹³ <https://www.facebook.com/paape/353211168097683/search/?q=aestahora>

7.1 JUSTIFICACIÓN EN CAMBIO DE ESTRATEGIAS DE MERCADEO




Emergencia nacional a causa del coronavirus COVID19:

El 18 de marzo de 2020, el gobierno nacional anunció la declaratoria de estado de emergencia¹⁴ a causa de la propagación del Coronavirus COVID19, tras estas determinaciones el funcionamiento normal de las actividades del Instituto Municipal de Deportes y Recreación de Cajicá se ve afectado y la llegada de la cuarentena nacional gira de manera drástica el comportamiento del público objetivo. Se determina continuar con las estrategias de mercadeo, pero en garantía del acceso a la información se hacen refuerzos y ajustes a la parilla de contenidos semana y a los tipos de publicaciones, recargando la interacción con la comunidad mediante transmisiones en VIVO principalmente en redes sociales como Facebook, con el apoyo de la alcaldía municipal y la gobernación de Cundinamarca. Este cambio se aplica de manera transitoria bajo las disposiciones legales del gobierno nacional.

14 <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Gobierno-Nacional-medidas-economicas-sociales-Estado-Emergencia-200318.asp>

INSDEPORTES
CAJICÁ

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	TIPO DE CAMBIO

TABLA DE CONTROL DOCUMENTAL			
Responsable	Nombre(s) y apellidos	Firma	Área
Proyectó:	Johann Esteban Coronado Jaimes		Gestión de Comunicaciones
Revisó:	Catherine Nieto		Apoyo Dirección
Aprobó:	Katherine Artunduaga Mendoza		Dirección

Los firmantes, manifestamos expresamente que hemos estudiado y revisado el presente documento, y por encontrarlo ajustado a las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias vigentes, lo presentamos para su firma bajo nuestra responsabilidad.