PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES



INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA Y TURISMO DE TENJO

ALCALDÍA DE TENJO

TABLA DE CONTENIDOS

1. RESUMEN EJECUTIVO 7
2. INTRODUCCIÓN 7
3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN 8
4. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN 9
   a) Misión 9
   b) Objetivos específicos 10
   - Plan de Comunicaciones 2025 10
   - Ampliar el impacto de la comunicación 10
   - Diversificación y expansión de los canales de comunicación 10
   - Fortalecer la interacción y el servicio a la comunidad 11
5. MARCO CONCEPTUAL 11
   a) La comunicación como eje estratégico de la gestión institucional 11
   b) Normativas de calidad y comunicación en la gestión pública 12
   c) El Plan de Comunicaciones como instrumento de transformación y expansión 12
6. COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL 2025 13
   a) La comunicación pública se basará en tres pilares esenciales 13

- Transparencia y acceso a la información 13
- Interacción efectiva con la comunidad 13
- Posicionamiento institucional 14

7. COMUNICACIÓN EXTERNA EN EL 2025 14

- Página web institucional 14
- Redes sociales oficiales 15
- Correo electrónico institucional y WhatsApp 15
- Puntos físicos de atención 15
- Perifoneo 15
- Canales de comunicación externa en 2025 16
- Anuncios informativos 16
- WhatsApp 16
- Página web institucional 17
- Redes sociales 17

8. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN 2025 17

c) Política de comunicación institucional en 2025 18

- Inducción y capacitación 18
- Fortalecimiento del conocimiento y las habilidades 18
- Transparencia y actualización constante 19
- Matriz de comunicación organizacional 19

d) Canales de comunicación interna en 2025 31

- Correo Electrónico Institucional 31
- Grupos de WhatsApp y mensajería instantánea 31
- Coordinación de Control Interno en 2025 31
- Objetivos de la política de comunicación y contenidos en 2025 32
- Comunicación informativa en 2025 32

9. PLAN DE COMUNICACIÓN EN 2025 33

a) Objetivos específicos 33

- Optimización de la comunicación interna y externa 33
- Mayor participación de la comunidad 33
- Análisis y mejora del servicio al cliente 33
- Expansión del alcance institucional 33

10. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN 2025 34
a) Fortalecimiento de la comunidad digital 34
b) Expansión y descentralización de la información 34
c) Servicio al cliente y cercanía con la comunidad 34
d) Medición del impacto y análisis de métricas 34
h) Expansión a nuevos públicos 35
i) Posicionamiento del Instituto 35
J) Mayor participación y conexión con la comunidad 35
11. TÁCTICAS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN 35
12. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES EN 2025 37
13. AMPLIACIÓN DEL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD 37
a) Indicadores de impacto 37
b) Herramientas de medición 38
c) Indicadores de impacto 38
d) Herramientas de medición 38
e) Indicadores de impacto 38
f) Herramientas de medición 38

g) Consolidación del Instituto como referente en cultura y turismo Indicadores de impacto 39

h) Herramientas de medición 39

i) Mayor participación ciudadana en actividades culturales y patrimoniales Indicadores de impacto 39

j) Herramientas de medición 39

k) Resultados esperados 39

14. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN 2025 40

a) Pilares estratégicos 40

b) Objetivo 40

c) Ampliación del alcance y efectividad del mensaje 41

d) Acciones clave 41

e) Impacto esperado 41

15. COORDINACIÓN DEL EQUIPO DE COMUNICACIONES 41

a) Elementos clave de la gestión interna 42

b) Objetivo 42

c) Integración y especialización del equipo de comunicaciones 42

16. ROLES DENTRO DEL EQUIPO 42
a) Objetivo 43
b) Conclusión 43
c) Aspectos clave del plan 43
17. IMAGEN INSTITUCIONAL Y FORTALECIMIENTO DE IDENTIDAD EN 2025.....44

1. RESUMEN EJECUTIVO

Para el 2025, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo continuará fortaleciendo su estrategia de comunicación para consolidar su relación con la comunidad local y ampliar su impacto regional. Tras los avances logrados en el año anterior, este plan profundiza en el análisis de la audiencia, optimiza los canales de comunicación existentes y explora nuevas plataformas para garantizar el acceso oportuno y preciso a la información institucional. Además, reafirma el compromiso de ofrecer un servicio de atención eficiente, basado en la medición constante de resultados y la interacción con la ciudadanía. Con una visión de expansión, se seguirá trabajando en la conexión con públicos más allá del municipio, posicionando al Instituto como un referente en cultura, turismo y patrimonio. De esta manera, se fortalecerá la participación ciudadana y el sentido de pertenencia, contribuyendo al desarrollo de Tenjo hacia el 2027 y en el futuro.

2. INTRODUCCIÓN

Para seguir consolidando la relación con la comunidad tenjana, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo continúa fortaleciendo su estrategia de comunicación, asegurando una difusión efectiva de sus iniciativas culturales, turísticas y patrimoniales. Tras haber realizado un sondeo detallado de la población, ahora el enfoque se centra en optimizar el uso de los canales de comunicación existentes y en seguir fortaleciendo los lazos con la comunidad. Se mantendrá el trabajo en la descentralización de la información, garantizando que todos los sectores del municipio tengan acceso oportuno y claro a las actividades y programas del Instituto.

Asimismo, se reforzarán las estrategias de comunicación digital y presencial, permitiendo una mayor cercanía con la ciudadanía. A través del monitoreo constante de métricas y el análisis de la interacción comunitaria, se ajustarán las acciones para responder de manera más efectiva a las necesidades de la población.

El plan también seguirá ampliando su alcance más allá de los límites municipales, consolidando conexiones con nuevos públicos y posicionando a Tenjo como un referente cultural y turístico. La intención es generar una mayor visibilidad del patrimonio local y propiciar nuevas oportunidades de colaboración que enriquezcan el impacto del Instituto.

En definitiva, el Plan de Comunicaciones reafirma su compromiso de fortalecer la identidad cultural y turística del municipio, promoviendo la participación de la comunidad. Con estrategias dinámicas e innovadoras, el Instituto seguirá impulsando la apropiación de los recursos culturales y la generación de un mayor sentido de pertenencia, contribuyendo al desarrollo de Tenjo hacia el 2027 y más allá.

3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo es una entidad descentralizada del sector público con autonomía administrativa y financiera, creada mediante el Acuerdo Municipal No. 004 del 17 de mayo de 2019 y modificada por el Acuerdo No. 001 del 13 de febrero de 2020.

Desde su conformación, el Instituto ha trabajado de manera transparente y responsable para estructurar y fortalecer los servicios ofrecidos a la comunidad, priorizando la articulación de planes, programas y proyectos en los ámbitos cultural, turístico y patrimonial. Conscientes de su rol en el desarrollo del municipio, se ha enfocado en establecer una comunicación efectiva con la ciudadanía, garantizando el acceso oportuno a la información sobre sus actividades y logros.

La Coordinación de Prensa del Instituto, en conjunto con la Oficina de Comunicaciones y Prensa de la Alcaldía Municipal de Tenjo, cumple un papel fundamental como enlace entre la entidad y la comunidad, asegurando que la difusión de información se realice de manera clara, veraz y accesible. En este sentido, se han fortalecido y diversificado los

canales de comunicación para garantizar una mayor cobertura y participación ciudadana en la oferta cultural y turística del municipio.

Actualmente, el Instituto sigue fortaleciendo su estrategia digital a través de sus redes sociales y su página web oficial (www.tenjoculturayturismo.gov.co), permitiendo una mayor interacción con la comunidad y el acceso rápido a información relevante. Asimismo, el perifoneo sigue siendo un medio clave para llegar a la población en sectores urbanos y rurales, asegurando la difusión de mensajes institucionales de manera clara y efectiva.

Desde el 2024, el Instituto ha consolidado su presencia en medios externos, ampliando su impacto y fortaleciendo su posicionamiento a nivel regional y nacional. Además, ha establecido colaboraciones estratégicas con otras entidades descentralizadas e instituciones externas al municipio, lo que ha permitido generar sinergias y potenciar la promoción del patrimonio cultural y turístico de Tenjo en nuevos espacios.

Estas acciones han sido fundamentales dentro del plan de comunicaciones del Instituto, consolidando su vínculo con la comunidad y garantizando que la información llegue de manera clara, oportuna y accesible a todos los sectores de la población.

4. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

a) Misión

Fortalecer los lazos entre el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo y la comunidad mediante la implementación de estrategias de comunicación efectivas para el desarrollo de iniciativas culturales, turísticas y patrimoniales. El objetivo es asegurar la participación y el acceso a la información por parte de todos los miembros de la comunidad, tanto local como externa.

b) Objetivos específicos

- **Plan de Comunicaciones 2025**

El Plan de Comunicaciones del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo para el año 2025 se enfoca en fortalecer y expandir su conexión con la comunidad, asegurando que la información llegue con mayor alcance y efectividad a nivel local y regional.

- **Ampliar el impacto de la comunicación**

  - ✓ Tras los avances logrados en años anteriores, en 2025 se impulsará una comunicación más dinámica y estratégica, consolidando el uso de canales digitales y tradicionales para garantizar la difusión oportuna de las actividades institucionales.

  - ✓ Se fortalecerá la presencia en redes sociales, página web y plataformas digitales, al tiempo que se optimizarán los canales presenciales, como el perifoneo y la difusión en medios externos, para lograr una mayor cobertura.

- **Diversificación y expansión de los canales de comunicación**

  - ✓ El Instituto continuará innovando en sus estrategias de comunicación, aprovechando al máximo los medios ya implementados y explorando nuevas plataformas que permitan una mayor participación ciudadana.

  - ✓ Se trabajará en la descentralización de la información, asegurando que llegue de manera clara y accesible a diferentes sectores de la comunidad. Adicionalmente, se reforzarán las colaboraciones con otras entidades e instituciones externas al municipio para expandir el alcance y visibilidad de las iniciativas culturales y turísticas de Tenjo.

- **Fortalecer la interacción y el servicio a la comunidad**

El 2025 será un año clave para consolidar un servicio de atención más eficiente y cercano a la ciudadanía. A través del análisis de métricas y estadísticas, se mejorará la comunicación con los distintos grupos de interés, asegurando respuestas rápidas y personalizadas. Además, se incrementará la presencia del Instituto en eventos regionales y nacionales, posicionándolo como un referente en la promoción del patrimonio cultural y turístico.

5. MARCO CONCEPTUAL

a) La comunicación como eje estratégico de la gestión institucional

En el 2025, la comunicación se posiciona como un elemento clave en la gestión del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo, desempeñando un papel fundamental en la consolidación de su identidad institucional, la conexión con la comunidad y la difusión de su oferta cultural y turística.

La información y comunicación estratégicas no solo facilitan la divulgación de actividades, sino que también fortalecen la interacción con la ciudadanía, permitiendo que los habitantes de Tenjo y públicos externos participen activamente en la promoción y apropiación del patrimonio local. Una comunicación clara, accesible y bien estructurada impulsa la transparencia, la confianza y el sentido de pertenencia en la comunidad, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos institucionales.

Bajo este enfoque, el Instituto seguirá optimizando y diversificando sus canales de comunicación, garantizando que la información llegue a todos los sectores de la población de manera efectiva y con mayor cobertura, tanto a nivel local como regional.

b) Normativas de calidad y comunicación en la gestión pública

El fortalecimiento de la comunicación dentro de la gestión institucional está alineado con el Modelo Estándar de Control Interno (MECI) y normativas de calidad como la NTCGP1000 y el Decreto 943, que resaltan la necesidad de implementar estrategias de comunicación eficientes y estructuradas dentro de las entidades públicas.

En este sentido, la comunicación no solo debe cumplir con el principio de transparencia y acceso a la información, sino que debe ser un componente clave en la gestión del conocimiento, la divulgación de políticas institucionales y la interacción con los diferentes grupos de interés. La implementación de procesos comunicativos alineados con estos estándares permitirá al Instituto mejorar su posicionamiento, reforzar su credibilidad ante la comunidad y asegurar la calidad en la entrega de información institucional.

c) El Plan de Comunicaciones como instrumento de transformación y expansión

El Plan de Comunicaciones 2025 del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo es un instrumento estratégico que guiará la difusión de información, alineando las políticas de comunicación con los objetivos institucionales. Su propósito es garantizar que la información llegue de manera clara y oportuna a la comunidad, optimizando los recursos y herramientas disponibles para generar un mayor impacto.

En este marco, el plan no solo responde a la necesidad de comunicar, sino que se convierte en un mecanismo de transformación que permitirá ampliar el alcance de la entidad, posicionarla como referente cultural y turístico y fortalecer la relación con la comunidad a través de estrategias innovadoras y adaptadas a los diferentes públicos.

El enfoque del 2025 se centrará en la expansión del alcance comunicativo, con el fortalecimiento de los canales digitales, la consolidación de alianzas estratégicas con

medios externos y otras entidades, y la optimización de procesos para garantizar un flujo informativo eficiente y alineado con los objetivos del Instituto.

6. COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL 2025

En la gestión institucional del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo, la comunicación pública desempeña un papel fundamental no solo como medio de divulgación de la gestión administrativa, sino también como un recurso estratégico para fortalecer la relación con la comunidad, proyectar una imagen positiva y consolidar la entidad como un referente en el ámbito cultural y turístico.

Para el 2025, el Instituto continuará impulsando una comunicación pública efectiva, asegurando que la información sea accesible, transparente y relevante para la ciudadanía. Este proceso no solo garantizará la difusión de iniciativas y proyectos, sino que también fomentará la participación de la comunidad en las actividades institucionales.

a) La comunicación pública se basará en tres pilares esenciales

- **Transparencia y acceso a la información**

Se garantizará que la ciudadanía tenga un acceso claro y oportuno a la información sobre la gestión institucional, fortaleciendo los canales digitales y físicos para brindar mayor cobertura.

- **Interacción efectiva con la comunidad**

Se promoverá un diálogo abierto con la ciudadanía, a través de estrategias que permitan una mayor cercanía con los habitantes de Tenjo y la construcción de relaciones de confianza.

- **Posicionamiento institucional**

La comunicación será clave para fortalecer la imagen del Instituto como líder en la promoción de la cultura y el turismo, ampliando su alcance dentro y fuera del municipio.

A través de estos ejes, el Instituto consolidará una comunicación pública moderna, eficiente y alineada con los nuevos retos digitales, optimizando sus recursos para lograr una mayor proyección en la comunidad.

7. COMUNICACIÓN EXTERNA EN EL 2025

En el marco de la administración del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo, la comunicación externa seguirá evolucionando para garantizar una difusión más amplia y efectiva de la información institucional.

La directora, como máxima autoridad, continuará siendo el responsable de emitir la información oficial relacionada con la gestión, asegurando que esta sea precisa, oportuna y alineada con los objetivos estratégicos del Instituto. Este proceso seguirá regido por el manual de funciones de la institución, estableciendo protocolos claros para la emisión de información institucional.

Para el 2025, se fortalecerán los canales de comunicación externa, consolidando aquellos que han sido efectivos y explorando nuevas plataformas para aumentar el impacto de la difusión. Actualmente, el municipio de Tenjo cuenta con múltiples medios que garantizan una comunicación eficaz con la comunidad interna y externa, entre los que se incluyen:

- **Página web institucional**

Espacio central para la difusión de información actualizada sobre actividades, eventos, convocatorias y trámites.

- **Redes sociales oficiales**

Canales clave para la interacción con la comunidad, la promoción de actividades culturales y la divulgación de noticias institucionales en tiempo real.

- **Correo electrónico institucional y WhatsApp**

Herramientas que permiten un contacto directo y ágil con la ciudadanía.

- **Puntos físicos de atención**

Espacios habilitados para la recepción de solicitudes, inquietudes y trámites relacionados con la gestión del Instituto.

- **Perifoneo**

Medio de difusión efectivo para comunicar información institucional en sectores urbanos y rurales, garantizando el alcance a toda la comunidad.

En 2025, se implementarán estrategias para optimizar estos canales y mejorar la accesibilidad de la información, garantizando que los ciudadanos reciban actualizaciones periódicas sobre la oferta cultural y turística del Instituto.

Además, el Instituto reafirma su compromiso con la atención a quejas, reclamos y derechos de petición, asegurando respuestas en los tiempos establecidos por la ley y manteniendo una comunicación transparente con la ciudadanía.

Otro de los enfoques clave será la consolidación de la presencia en medios externos y el establecimiento de colaboraciones estratégicas con entidades descentralizadas y organismos externos al municipio, lo que permitirá amplificar la difusión de la oferta cultural y turística de Tenjo a nivel regional y nacional.

Finalmente, se fortalecerá la comunicación continua con la comunidad a través de plataformas digitales y puntos físicos de información, asegurando que la ciudadanía tenga un acceso rápido, claro y confiable a toda la información institucional. Esta estrategia no solo incrementará la interacción con la comunidad, sino que también reforzará el posicionamiento del Instituto como un referente en la promoción y preservación del patrimonio cultural y turístico de Tenjo.

- **Canales de comunicación externa en 2025**

En 2025, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo continuará fortaleciendo y optimizando sus canales de comunicación externa para garantizar que la información llegue de manera efectiva a toda la comunidad y a públicos estratégicos fuera del municipio. Se consolidará el uso de herramientas digitales y presenciales, asegurando una difusión más amplia y accesible.

- **Anuncios informativos**

El Instituto convertirá su gestión en material informativo atractivo para su difusión en carteleras, afiches y espacios físicos de alto tráfico, con el objetivo de captar la atención de la comunidad y reforzar la comunicación presencial en sectores estratégicos.

- **WhatsApp**

WhatsApp seguirá siendo un canal clave para la difusión de información mediante piezas gráficas, productos audiovisuales y mensajes instantáneos, facilitando la comunicación directa con la comunidad tenjana y con audiencias externas. Se fortalecerá su uso segmentado, permitiendo la distribución de contenido a grupos específicos de interés, garantizando una mejor cobertura y mayor impacto.

- **Página web institucional**

La página web del Instituto se consolidará como la plataforma principal de información y servicios, permitiendo a la comunidad acceder a detalles sobre eventos culturales, iniciativas turísticas y noticias institucionales. En 2025, se optimizarán sus funcionalidades para facilitar la interacción del usuario, ofreciendo inscripciones en línea, consultas virtuales y contenido multimedia interactivo.

📌 www.tenjoculturayturismo.gov.co

- **Redes sociales**

Las redes sociales seguirán siendo fundamentales para fortalecer la conexión con la comunidad y fomentar la participación en las actividades del Instituto. Se implementarán estrategias de contenido dinámico y segmentado, optimizando la difusión de información en tiempo real y ampliando el alcance a nuevos públicos.

📌 **Facebook**: Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo (IMCTT)
📌 **Instagram**: @culturayturismo_tenjo

8. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN 2025

La comunicación interna en el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo será un eje estratégico para fortalecer las relaciones entre los equipos de trabajo, promoviendo la colaboración, la eficiencia y la cohesión organizacional.

Se reforzarán los mecanismos de comunicación formal mediante oficios, informes y manuales institucionales, asegurando una coordinación eficaz en las operaciones del Instituto. Paralelamente, se fortalecerá la comunicación no formal, promoviendo espacios de interacción interna que fomenten el sentido de pertenencia y la identidad institucional. Con el uso de plataformas digitales internas y herramientas de mensajería corporativa, se facilitará el acceso a información relevante para los funcionarios, asegurando una comunicación más ágil y eficiente.

c) Política de comunicación institucional en 2025

El Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo reafirma su compromiso con una comunicación institucional eficiente, basada en la transparencia, el acceso a la información y la optimización de sus canales internos y externos.

- **Inducción y capacitación**

Durante el proceso de incorporación de nuevos funcionarios, el Instituto garantizará la socialización de sus objetivos, estrategias, planes y normativas institucionales, asegurando que cada colaborador comprenda y aplique estos lineamientos en sus funciones diarias.

- **Fortalecimiento del conocimiento y las habilidades**

El Instituto facilitará herramientas y espacios para el desarrollo profesional de su equipo, implementando estrategias de capacitación que permitan la adquisición de nuevas habilidades en áreas clave de la gestión cultural y turística.

- **Transparencia y actualización constante**

  ✓ Se garantizará la comunicación oportuna de decisiones institucionales, cambios normativos y procesos de gestión de calidad, promoviendo un flujo de información claro y accesible para todos los servidores públicos.

  ✓ En 2025, la comunicación institucional del Instituto será más dinámica, participativa y efectiva, asegurando que tanto la comunidad como los funcionarios estén alineados con la visión y misión de la entidad, contribuyendo a su crecimiento y posicionamiento estratégico.

- **Matriz de comunicación organizacional**

N°	Que se debe comunicar	Donde se genera la información	Quien debe comunicar	A quien va dirigida	Como se realiza	Cuando se hace	Registro punto de control
1	**Misión, Visión, Políticas y objetivos de calidad**	Comité de gestión de Calidad.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de	A todo el personal vinculado al Instituto Municipal de Cultura y	Reuniones mediante documento escrito, y en la	En la inducción, reforzar durante el proyecto y cada	Acta de reunión.

			Calidad (S.I.G).	Turismo de Tenjo.	cartelera.	vez que cambie.	
2	**Código de Ética**	Oficina de Gestión del Talento Humano.	Profesional del área de Gestión del Talento Humano y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal vinculado al Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	En documento escrito y en cartelera.	En inducción y reinducción, al implementar el S:G:C o cuando se requiera.	Documento escrito.
3	**Requisitos legales aplicables (Acuerdos y Normas Reglamentarias)**	Comité de gestión de Calidad.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad (S.I.G).	A todo el personal vinculado al Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones con el grupo de Gestión De Calidad.	Al inicio del proyecto.	Acta de reunión.

4	**Informe de Diagnóstico**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	Director general y Responsables de los procesos.	Socialización con el comité Control Interno.	Al finalizar el diagnóstico.	Informe escrito.
5	**Plan detallado de trabajo, acción**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones, página web y carteleras.	Una vez se termine de realizar el Plan.	Oficios de Remisión con recibido a satisfacción.

6	**Capacitación**	Oficina de Gestión del Talento Humano y/o quien haga sus funciones.	Profesional del área de Gestión del Talento Humano y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones, videoconferencia y seminarios.	Al inicio del proyecto, en la inducción y reforzar cuando haya cambiado.	Oficios de Remisión con recibido a satisfacción.
7	**Informes de cronograma de proyecto**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones, página web y carteleras.	Según el cronograma de trabajo.	Documento escrito.

8	**Planes de mejoramiento**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Socialización con el comité MECI.	Al inicio del proyecto y en cada etapa.	Acta de reunión.
9	**Modelación de los procesos**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones con el personal.	Cuando exista un cambio representativo en los manuales.	Oficio con la firma de conocimiento y entrega de funciones.

10	**Funciones y Responsabilidades del personal Involucrado en el proyecto de MECI**	Oficina del Asesor Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Socialización con el comité MECI.	En la inducción y cada vez que cambie.	Informe escrito.
11	**Resultado de Encuestas de satisfacción del cliente**	Oficina del Asesor Control Interno.	Representante Legal de la Administración Municipal de Buenavista Boyacá.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Informe	Según el cronograma de Trabajo.	Comunicación oficial de remisión con recibido a satisfacción.

12	**Solución a quejas y reclamos**	Cliente	Profesional del área de Gestión del Talento Humano y/o quien haga sus funciones.	Solicitante	Comunicación oficial con la respuesta.	De acuerdo con la presentación de quejas y reclamos.	Acta de reunión.
13	**Programa de Auditorías**	Equipo MECI y Control Interno.	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	Auditores Internos o Entidad externa contratada.	Programa de Auditorías.	Cuando se programe.	Informe escrito.

14	**Resultados de las Auditorias**	Oficina De Gestión de Calidad y Control Interno.	Líder de la Auditoria.	Al Representante legal de la entidad y al líder del proceso auditado.	Informe escrito y socialización.	Después de cada auditoria.	Formato de acciones Correctivas. y acciones Preventivas.
15	**Acciones correctivas y preventivas**	Control Interno	Líder de la Auditoría	Director general y responsable de los procesos	Formato de Acciones correctivas y acciones preventivas	Cuando se presenta después de una auditoria	Acta de reunión
16	**Resultados de revisiones Instituto Municipal de Cultura y Turismo**	Secretaria	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o	Líderes del proceso.	Informe General.	Al finalizar el proyecto.	Formato de Evaluación.

			quien haga sus funciones.				
17	**Resultados de evaluación de Desempeño de Equipo de Gestión de calidad**	Secretaria	Asesor de proyecto del Sistema de Gestión de Calidad y/o quien haga sus funciones.	Personal que forma parte del proceso.	Formato de evaluación.	Según programación.	Formato quincenal de programación.
18	**Programación de Gestión de calidad y apoyo**	Control Interno.	Asesor de control interno.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reunión formal y agenda de trabajo quincenal y por mes.	Quincenal	Documento escrito.

19	**Planes, programas, proyectos y estrategias**	Dirección general.	Dirección general.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones mediante documento escrito.	Según programación.	Documento escrito.
20	**Identificación de las expectativas y necesidades de nuestros usuarios**	Dirección general.	Dirección general.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones con los Comités del S.I.G. y MECI.	Según programación.	Documento escrito.
21	**Políticas Directrices y Objetivos de Calidad**	Dirección general.	Dirección general.	A todo el personal del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo.	Reuniones con el personal.	Según programación.	Documento escrito.

22	**Mantenimientos Programados, software, maquinaria y equipos**	gestión documental.	Técnico Operativo.	Dirección general y responsable de los procesos.	Reuniones mediante documento escrito.	Según programación.	Documento escrito.
23	**Decretos, resoluciones y demás documentos aprobados**	Concejo Municipal.	Secretaria General.	A todo el personal interno y externo.	A través de la página web.	Cada vez que se apruebe Documento.	Página web, documento escrito.
24	**Invitaciones, licitaciones del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo**	Dirección general y/u Oficina generadora de la necesidad.	Asesor Contratación.	A los oferentes interesados.	Página web y en el SECOP.	cada vez que sea necesario.	Documento escrito y página web.
25	**Evaluaciones y adjudicatario de la**	Dirección general y/o asesor	Asesor Contratación.	A los oferentes presentados.	Página web y en el SECOP.	cada vez que sea necesario.	Documento escrito y página web.

	contratación	de contratación.					
26	**Informe Ejecutivo Presupuestal**	Gestión de recursos financieros.	Contador		Medio magnético y documento escrito.	Mensual	Documento escrito.
27	**Informe CIA**	Tesorería	Contador	Contraloría	Medio magnético y documento escrito.	anual	Documento escrito.
28	**Boletines deudores morosos**	Tesorería	Contador		Medio magnético y documento escrito.	3 meses	Documento escrito y certificación.
29	**Certificados de Ingreso y retenciones**	Tesorería	Contador	Empleados y Contratistas.	Documento escrito.	1 mes	Documento escrito y certificación.

d) Canales de comunicación interna en 2025

En 2025, la comunicación interna del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo se ha fortalecido significativamente, optimizando los canales digitales y promoviendo la interacción constante entre los equipos de trabajo. A partir del impacto positivo de las estrategias implementadas en redes sociales y otras plataformas digitales, la comunicación interna evolucionará hacia un modelo más dinámico, accesible y eficiente.

- **Correo Electrónico Institucional**

El correo institucional seguirá siendo un canal esencial para la difusión de mensajes relevantes, la radicación de procesos formales y la gestión documental. Para optimizar su uso, se implementarán mejoras en la organización de la información, asegurando que los funcionarios tengan acceso rápido a documentos, directrices y novedades institucionales.

- **Grupos de WhatsApp y mensajería instantánea**

Dado el éxito de la comunicación digital en el 2025, los grupos de WhatsApp y otras plataformas de mensajería interna seguirán desempeñando un papel clave en la gestión rápida de la información. Estos espacios facilitarán la coordinación de actividades, la difusión de comunicados urgentes, la interacción en tiempo real y el fortalecimiento de la cohesión organizacional.

- **Coordinación de Control Interno en 2025**

  - ✓ La Coordinación de Control Interno seguirá desempeñando un papel estratégico en la comunicación organizacional, garantizando que las políticas y procedimientos de control sean difundidos de manera clara y efectiva.

- ✓ Se implementarán nuevos mecanismos de monitoreo para evaluar el impacto de la comunicación interna en los procesos administrativos y operativos.

- ✓ Se fortalecerá la gestión de la información relacionada con auditorías, evaluaciones y cumplimiento normativo, asegurando que todos los funcionarios accedan a datos actualizados de forma ágil y sencilla.

- **Objetivos de la política de comunicación y contenidos en 2025**

- ✓ Para el 2025, la política de comunicación del Instituto estará enfocada en consolidar los logros alcanzados, fortalecer la identidad institucional y seguir expandiendo el alcance de la información. Sus objetivos incluyen:

- ✓ Fortalecer la imagen institucional a través de estrategias de comunicación que refuercen su posicionamiento como referente en cultura y turismo.

- ✓ Optimizar la relación con la comunidad, promoviendo una comunicación transparente y accesible.

- ✓ Ampliar la visibilidad en medios digitales, asegurando la difusión efectiva de contenidos en redes sociales y plataformas web.

- ✓ Garantizar la coherencia y transparencia en los mensajes, alineando toda la comunicación con los valores y metas estratégicas del Instituto.

- **Comunicación informativa en 2025**

En 2025, el Instituto priorizará la comunicación informativa como un eje estratégico para fortalecer la relación con la comunidad y mejorar el acceso a datos relevantes.

Los boletines digitales, correos institucionales y anuncios internos se complementarán con contenidos dinámicos en redes sociales y plataformas digitales, asegurando que la información llegue a los funcionarios y a la comunidad de manera oportuna y efectiva.

9. PLAN DE COMUNICACIÓN EN 2025

El Plan de Comunicación 2025 se centrará en consolidar los avances logrados y en ampliar el impacto de las estrategias implementadas.

a) Objetivos específicos

- **Optimización de la comunicación interna y externa**

Se mejorará la coordinación de información para facilitar su acceso y comprensión por parte de funcionarios y ciudadanos.

- **Mayor participación de la comunidad**

Se implementarán nuevas estrategias para garantizar una mayor interacción con la ciudadanía y fomentar la apropiación de la oferta cultural y turística del Instituto.

- **Análisis y mejora del servicio al cliente**

Se reforzará la atención a la comunidad a través de herramientas digitales y puntos físicos de información.

- **Expansión del alcance institucional**

Se fortalecerán las alianzas estratégicas con otras entidades para consolidar la presencia del Instituto en el ámbito regional y nacional.

10. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN 2025

Para garantizar que el Plan de Comunicación 2025 logre su máximo impacto, se implementarán estrategias alineadas con los logros obtenidos y los nuevos retos de la comunicación institucional:

a) Fortalecimiento de la comunidad digital

- Consolidar las redes sociales como principales canales de difusión y participación.
- Implementar campañas interactivas para fomentar la interacción con la comunidad.

b) Expansión y descentralización de la información

- Seguir optimizando los canales digitales y físicos de comunicación.
- Facilitar el acceso a la información en todos los sectores del municipio y en espacios estratégicos fuera de Tenjo.

c) Servicio al cliente y cercanía con la comunidad

- Mejorar la experiencia de usuario en los canales de atención digital y presencial.
- Implementar encuestas y métricas de satisfacción para mejorar los procesos de comunicación.

d) Medición del impacto y análisis de métricas

- Evaluar constantemente el desempeño de los canales de comunicación mediante indicadores de interacción y alcance.
- Ajustar las estrategias con base en los resultados obtenidos, asegurando una evolución constante.

h) Expansión a nuevos públicos

- Explorar nuevas plataformas de difusión para conectar con públicos más diversos.
- Fortalecer alianzas con entidades externas para ampliar la visibilidad del Instituto a nivel regional.

i) Posicionamiento del Instituto

- Reforzar la identidad institucional a través de contenido innovador y estratégico.
- Seguir posicionando a Tenjo como un referente en cultura y turismo en el país.

J) Mayor participación y conexión con la comunidad

- Incentivar a la ciudadanía a participar activamente en la oferta cultural y turística.
- Implementar nuevas dinámicas de comunicación que faciliten la cercanía entre el Instituto y la comunidad.

11. TÁCTICAS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia	Táctica	Herramienta
Exploración detallada de la población municipal	- Realización de encuestas, tanto en línea como puerta a puerta, con el objetivo	- Plataforma en línea para encuestas digitales y

	de abarcar todos los sectores del municipio.	convocatorias en veredas.
Construcción de relaciones estrechas con la comunidad local	- Organización de eventos presenciales en lugares comunitarios. - Ejecución de eventos digitales en espacios comunitarios virtuales - Implementación de perifoneo para difundir información relevante.	- Perifoneo en vehículos institucionales y/o comerciales. - Publicaciones en redes sociales y página web.
Servicio al cliente y análisis de métricas	- Establecimiento de puntos de atención presencial. - Realización de encuestas de satisfacción en eventos comunitarios.	- Puntos de atención en el instituto y a través de plataformas digitales. - Análisis de métricas en plataformas digitales.
Expansión del Plan de Comunicaciones a Nuevos Grupos Objetivos	- Participación en ferias y eventos locales. - Colocación de anuncios en lugares de alta concurrencia.	- Stands informativos en ferias y eventos. - Publicidad en vallas y espacios públicos. - Campañas digitales dirigidas a nuevos grupos.

Canales de Comunicación Interna y Externa	- Utilización de altavoces en eventos para comunicación externa. - Creación de puntos informativos físicos para la comunidad.	- Altavoces móviles para difusión de información. - Paneles informativos en puntos estratégicos. - Correo electrónico institucional y grupos de WhatsApp. - Página web y redes sociales.

12. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES EN 2025

Para garantizar la efectividad del Plan de Comunicaciones 2025 del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo, se implementará un sistema de monitoreo basado en indicadores clave de desempeño (KPIs). Estos permitirán medir el impacto de las estrategias y realizar ajustes oportunos para mejorar la conexión con la comunidad y fortalecer la presencia institucional.

13. AMPLIACIÓN DEL VÍNCULO CON LA COMUNIDAD

a) Indicadores de impacto

- Crecimiento en interacciones en redes sociales (reacciones, comentarios, compartidos).
- Aumento en la asistencia a eventos presenciales y virtuales.

b) Herramientas de medición

- Análisis de métricas en redes sociales (Facebook Insights, Instagram Insights, Metricool).
- Registro de asistencia y participación en actividades institucionales.
- Accesibilidad y difusión efectiva de la información

c) Indicadores de impacto

- Incremento en la tasa de apertura de boletines informativos.
- Crecimiento del tráfico web y aumento del tiempo de permanencia de los usuarios.

d) Herramientas de medición

- Plataformas de email marketing con seguimiento de aperturas.
- Google Analytics para monitoreo del tráfico web y comportamiento del usuario.
- Expansión de la presencia del Instituto fuera del municipio

e) Indicadores de impacto

- Alcance de publicaciones en redes sociales fuera de la comunidad local.
- Mayor visibilidad en medios digitales y tradicionales a nivel regional y nacional.

f) Herramientas de medición

- Informes de alcance y engagement en redes sociales.

- Seguimiento de menciones en medios digitales y físicos.

g) Consolidación del Instituto como referente en cultura y turismo Indicadores de impacto

- Incremento en la percepción positiva en encuestas de imagen institucional.
- Crecimiento en el número de menciones y reseñas en medios.

h) Herramientas de medición

- Encuestas de percepción y satisfacción ciudadana.
- Monitoreo de contenido en medios de comunicación y redes sociales.

i) Mayor participación ciudadana en actividades culturales y patrimoniales Indicadores de impacto

- Aumento en la participación en eventos organizados por el Instituto.
- Incremento en la generación de contenido y comentarios de la comunidad en plataformas digitales.

j) Herramientas de medición

- Registro de asistencia a eventos y actividades culturales.
- Análisis de interacciones en redes y plataformas participativas.

k) Resultados esperados

El monitoreo constante permitirá validar el impacto del Plan de Comunicaciones, asegurando una evolución positiva de las estrategias y ajustando acciones para mejorar el posicionamiento del Instituto en la comunidad y más allá de sus fronteras.

14. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN 2025

El desarrollo de estrategias de comunicación para el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo en 2025 se fundamentará en un enfoque estructurado y orientado a resultados.

a) Pilares estratégicos

- Análisis del entorno digital y social: Estudio continuo de las necesidades de la comunidad para adaptar mensajes y acciones.
- Definición de mensajes clave: Creación de contenido alineado con los objetivos institucionales y las expectativas del público.
- Optimización de canales de comunicación: Uso eficiente de plataformas digitales y físicas para maximizar el alcance.
- Ejecución de un cronograma estratégico: Planificación estructurada de campañas y difusión de contenido.
- Medición y ajuste de estrategias: Evaluación de métricas para mejorar la efectividad de las comunicaciones.

b) Objetivo

Implementar un modelo de comunicación proactivo, dinámico y en constante evolución para consolidar la presencia del Instituto y fomentar una mayor interacción con la comunidad.

c) Ampliación del alcance y efectividad del mensaje

En 2025, la comunicación del Instituto se fortalecerá con estrategias de mayor alcance y accesibilidad para que la información llegue a todos los sectores de la población.

d) Acciones clave

- Optimización de la comunicación digital: Fortalecimiento de las plataformas online para asegurar información clara y actualizada.
- Mayor cobertura de información en espacios físicos: Disponibilidad de material informativo en sitios estratégicos del municipio.
- Programas educativos y de sensibilización: Implementación de actividades presenciales para fortalecer la apropiación cultural.
- Colaboraciones estratégicas: Alianzas con entidades externas para ampliar la visibilidad del Instituto.

e) Impacto esperado

Se garantizará una comunicación más inclusiva y participativa, asegurando que la comunidad tenga acceso a información relevante y fomentando su involucramiento activo en las iniciativas institucionales.

15. COORDINACIÓN DEL EQUIPO DE COMUNICACIONES

La gestión del equipo de comunicaciones será clave para la ejecución efectiva del plan estratégico, asegurando que los mensajes institucionales sean transmitidos de manera clara y alineada con los valores del Instituto.

a) Elementos clave de la gestión interna

- Definición clara de roles y responsabilidades: Asignación de tareas específicas a cada miembro del equipo.
- Optimización de canales internos de comunicación: Uso de plataformas digitales para agilizar procesos y facilitar el flujo de información.
- Capacitación y actualización continua: Formación en nuevas herramientas y tendencias de comunicación.
- Gestión de crisis y planificación estratégica: Preparación ante situaciones imprevistas para mantener la estabilidad comunicativa del Instituto.

b) Objetivo

Garantizar un equipo sólido y eficiente que impulse el posicionamiento del Instituto y optimice la comunicación con la comunidad.

c) Integración y especialización del equipo de comunicaciones

El equipo de comunicaciones del Instituto estará conformado por profesionales con experiencia en diversas áreas, asegurando una ejecución integral y eficiente de las estrategias.

16. ROLES DENTRO DEL EQUIPO

Coordinador de Medios: Supervisión y dirección estratégica de la comunicación.
Especialistas en redes sociales: Gestión de contenido digital y comunidad virtual.
Diseñadores gráficos y creadores audiovisuales: Producción de material visual y multimedia.
Fotógrafos y documentalistas: Registro y difusión de eventos culturales y turísticos.

a) Objetivo

Garantizar una comunicación institucional estructurada, coherente y con alto impacto, promoviendo la identidad del Instituto en el ámbito local y regional.

b) Conclusión

El Plan de Comunicaciones 2025 del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo permitirá fortalecer la relación con la comunidad, mejorar la difusión de información y consolidar su posicionamiento como un referente en el ámbito cultural y turístico.

c) Aspectos clave del plan

- Monitoreo y evaluación constantes: Uso de métricas para ajustar estrategias y maximizar el impacto.
- Expansión de la comunicación digital: Mayor presencia en redes sociales y plataformas interactivas.
- Fortalecimiento del equipo de comunicaciones: Gestión eficiente para garantizar la coherencia institucional.
- Diversificación y descentralización de la información: Mayor accesibilidad en todos los sectores del municipio.

Este enfoque garantizará que el Instituto siga evolucionando en su modelo de comunicación, impulsando la participación ciudadana y proyectando su impacto más allá de los límites municipales.

17. IMAGEN INSTITUCIONAL Y FORTALECIMIENTO DE IDENTIDAD EN 2025

En cumplimiento con la Ley No. 2345 del 30 de diciembre de 2023, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo continuará implementando lineamientos que garanticen la coherencia y solidez de su identidad institucional. Esta normativa busca unificar la imagen de las entidades estatales mediante el uso del Manual de Identidad Visual, prohibiendo las marcas de gobierno con el propósito de evitar la pérdida de identidad y fomentar la austeridad en la publicidad estatal.

Durante el año 2024, el Instituto desarrolló y consolidó su Manual de Identidad Visual (clic aquí para visualizar), estableciendo directrices claras sobre el uso de logotipos, tipografías, colores y demás elementos gráficos que representan la entidad. Este documento ha sido fundamental para garantizar la coherencia en la comunicación visual del Instituto, fortaleciendo su posicionamiento y evitando variaciones que puedan afectar su reconocimiento ante la comunidad y públicos externos.

La aplicación de estos lineamientos será clave en la estrategia de comunicación del Instituto, asegurando que toda la producción gráfica y audiovisual mantenga una identidad visual homogénea, alineada con los estándares nacionales y con los valores institucionales.

Además, se reforzará la capacitación interna para garantizar que los funcionarios y colaboradores comprendan la importancia del cumplimiento del Manual de Identidad Visual, asegurando que todos los materiales comunicativos mantengan la unidad gráfica y proyecten una imagen institucional sólida.
El Instituto continuará promoviendo el uso de formatos oficiales y piezas gráficas estandarizadas en sus diferentes canales de comunicación, tanto digitales como impresos, garantizando que cada elemento visual contribuya al fortalecimiento de la identidad de la entidad. De igual manera, se implementarán estrategias para evaluar la efectividad del uso de la identidad visual en la percepción ciudadana, ajustando y

optimizando los procesos según las necesidades institucionales y los requerimientos normativos.

En este sentido, la identidad institucional será un pilar fundamental en la comunicación del Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Tenjo, consolidándolo como un referente en la promoción cultural y turística del municipio, manteniendo coherencia visual y reforzando el sentido de pertenencia en la comunidad.