



PLAN DE COMUNICACIONES – VIGENCIA 2026  
INSTITUTO PARA EL DEPORTE Y LA RECREACIÓN DE SABANETA

APROBÓ: SANDRA MILENA QUIROZ VILLA, GERENTE DE INDESA  
REVISÓ Y VALIDÓ: DANIEL ESTEBAN MONTOYA, LÍDER OPERATIVO Y  
ADMINISTRATIVO

FECHA DE ELABORACIÓN: ENERO DE 2026



## Contenido

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN .....	5
1.1 Introducción .....	5
1.2 Alcance del Plan .....	5
1.3 Importancia de la Comunicación Institucional.....	5
1.4 Vigencia del Plan .....	6
2. CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	6
2.1 Reseña Institucional.....	6
2.2 Naturaleza Jurídica .....	6
2.3 Misión .....	6
2.4 Visión.....	6
2.5 Valores Institucionales .....	6
2.6 Objeto Misional .....	6
2.7 Servicios Institucionales.....	7
2.8 Estructura Organizacional .....	7
2.9 Rol del Proceso de Comunicaciones en INDESA.....	7
3. MARCO NORMATIVO, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO ABIERTO .....	7
3.1 Principios de la Comunicación Pública.....	7
3.2 Normatividad Aplicable .....	8
3.3 Comunicación y Acceso a la Información Pública .....	9
3.4 Comunicación y Rendición de Cuentas.....	9
3.5 Comunicación y Participación Ciudadana .....	9
3.6 Protección de Datos y Uso de la Información.....	9
3.7 Comunicación Incluyente y Accesible .....	10
4. MARCO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN .....	10
4.1 Enfoque Estratégico.....	10
4.2 Objetivo General de Comunicación.....	10
4.3 Objetivos Específicos.....	10
4.4 Públicos Estratégicos.....	11
4.5 Ejes Estratégicos de Comunicación .....	11
4.6 Estrategias de Comunicación.....	12
4.7 Lineamientos de Mensaje .....	12
4.8 Identidad e Imagen Institucional.....	12
4.9 Enfoques Transversales.....	12
5. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN .....	13
5.1 Procedimiento General de Comunicación Institucional.....	13
5.2 Procedimiento de Comunicación Interna.....	14



5.3 Procedimiento de Comunicación Externa.....	14
5.4 Manejo de Contenidos Sensibles .....	15
5.5 Vocería Institucional.....	15
5.6 Manejo de Crisis Comunicacional .....	15
5.7 Control y Seguimiento.....	15
6. CANALES DE COMUNICACIÓN .....	15
6.1 Canales de Comunicación Interna .....	16
6.2 Canales de Comunicación Externa .....	16
6.3 Canales Digitales .....	16
6.4 Comunicación con Medios de Comunicación .....	17
6.5 Manejo de Redes Sociales.....	17
6.6 Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Solicitudes (PQRSD) .....	17
6.7 Lineamientos de Uso de Canales.....	17
7. PLAN DE MEDIOS Y CONTENIDOS.....	18
7.1 Objetivo del Plan de Medios.....	18
7.2 Lineamientos Generales de Contenido .....	18
7.3 Tipos de Contenido .....	18
7.4 Medios Institucionales.....	18
7.5 Planeación y Frecuencia .....	19
7.6 Rol de las Dependencias .....	19
7.7 Formato de Solicitud de Divulgaciones .....	19
7.8 Campañas Estratégicas 2026 .....	19
7.9 Registro y Archivo de Contenidos .....	20
8. INDICADORES, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....	20
8.1 Articulación con el Plan de Desarrollo Municipal .....	20
8.2 Indicador Institucional del Proceso de Comunicaciones.....	20
8.3 Periodicidad de Medición .....	21
8.4 Instrumentos de Seguimiento.....	21
8.5 Informes de Resultados .....	21
8.6 Acciones de Mejora.....	21
8.7 Uso de Resultados.....	22
9. RESPONSABLES, ROLES Y ARTICULACIÓN INTERNA.....	22
9.1 Roles y responsabilidades .....	22
9.2 Matriz de responsabilidades (Modelo RACI) .....	22
10. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN .....	23
10.1 Etapas del Plan.....	23
10.2 Cronograma General de Actividades.....	23



10.3 Ajustes al Cronograma.....	24
10.4 Responsables de Ejecución .....	24
10.5 Seguimiento al Cronograma.....	24
11. PRESUPUESTO DEL PLAN DE COMUNICACIONES .....	24
11.1 Líneas de Inversión.....	24
11.2 Fuente de Recursos.....	25
12. GESTIÓN DEL RIESGO COMUNICACIONAL.....	25
12.1 Identificación de Riesgos .....	25
12.2 Medidas de Mitigación .....	25
12.4 Mejora Continua.....	26



## 1. PRESENTACIÓN DEL PLAN

### 1.1 Introducción

El Plan de Comunicaciones 2026 del Instituto para el Deporte y la Recreación de Sabaneta – INDESA, establece los lineamientos para la gestión de la comunicación institucional durante la vigencia 2026.

Este documento orienta los procesos de comunicación interna, externa y digital, asegurando que la información institucional se emita de manera organizada, oportuna y coherente con los objetivos misionales del Instituto.

La comunicación se entiende como una función estratégica que apoya la gestión administrativa, operativa y social de INDESA, y facilita la articulación con la ciudadanía, los deportistas, los funcionarios y demás grupos de interés.

### 1.2 Alcance del Plan

El presente Plan aplica a todas las dependencias, programas, proyectos y funcionarios del Instituto para el Deporte y la Recreación de Sabaneta – INDESA.

El alcance del Plan incluye:

- Comunicaciones internas.
- Comunicaciones externas.
- Comunicaciones digitales.
- Comunicaciones oficiales institucionales.
- Campañas informativas y eventos.
- Comunicación de crisis.

Este Plan es de aplicación obligatoria y orienta la producción, difusión y control de la información institucional.

### 1.3 Importancia de la Comunicación Institucional

La comunicación institucional garantiza la divulgación de la gestión pública de INDESA y el acceso de la ciudadanía a la información.

A través de la comunicación se gestiona:

- La información institucional.
- La imagen del Instituto.
- La relación con los públicos.
- La visibilidad de programas y servicios.
- La rendición de cuentas.
- La atención informativa a la ciudadanía.

La comunicación es un componente transversal en el funcionamiento organizacional del Instituto.



## 1.4 Vigencia del Plan

El Plan de Comunicaciones tendrá vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026. Podrá ser actualizado durante la vigencia por ajustes institucionales, normativos o estratégicos, mediante aprobación de la Gerencia y el área de Comunicaciones.

## 2. CONTEXTO INSTITUCIONAL:

### 2.1 Reseña Institucional

El Instituto para el Deporte y la Recreación de Sabaneta – INDESA es la entidad encargada de planear, dirigir y ejecutar las políticas, programas y proyectos relacionados con el deporte, la recreación y la actividad física en el municipio de Sabaneta. INDESA gestiona escenarios deportivos, coordina procesos de formación, desarrolla programas de recreación comunitaria y apoya el deporte asociado y de competencia.

### 2.2 Naturaleza Jurídica

INDESA es un establecimiento público del orden municipal, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, adscrito a la Alcaldía de Sabaneta, conforme a la normatividad vigente.

### 2.3 Misión

Promover el deporte, la recreación y la actividad física en el municipio de Sabaneta mediante programas, escenarios y servicios orientados al bienestar de la comunidad.

### 2.4 Visión

Ser una entidad referente en la gestión del deporte y la recreación en el municipio de Sabaneta.

### 2.5 Valores Institucionales

- Responsabilidad
- Transparencia
- Servicio
- Trabajo en equipo
- Compromiso institucional

### 2.6 Objeto Misional

INDESA tiene como objeto dirigir, administrar y fomentar el desarrollo del deporte, la recreación y la actividad física en Sabaneta, de acuerdo con las políticas públicas municipales.



## 2.7 Servicios Institucionales

INDESA presta a la comunidad los siguientes servicios:

- Administración de escenarios deportivos.
- Escuelas de formación deportiva.
- Programas recreativos y comunitarios.
- Apoyo a clubes deportivos.
- Organización de eventos deportivos.
- Promoción de hábitos de vida activa.

## 2.8 Estructura Organizacional

INDESA cuenta con una estructura administrativa conformada por la Gerencia, áreas administrativas, técnicas, operativas y de apoyo, vinculadas a la ejecución de los procesos institucionales.

El área de Comunicaciones opera de manera transversal, apoyando todos los procesos de la entidad.

## 2.9 Rol del Proceso de Comunicaciones en INDESA

El proceso de Comunicaciones es responsable de:

- Administrar los canales institucionales.
- Coordinar las comunicaciones internas.
- Desarrollar la comunicación externa.
- Gestionar la imagen institucional.
- Emitir comunicaciones oficiales.
- Apoyar la difusión de programas, servicios y eventos.

Este proceso articula la información institucional con los diferentes públicos de interés.

## 3. MARCO NORMATIVO, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO ABIERTO

El proceso comunicacional de INDESA se rige por el marco legal colombiano aplicable a entidades públicas territoriales, garantizando el acceso a la información, la transparencia institucional, la protección de datos personales y la rendición de cuentas, como principios transversales a todas las actuaciones del Instituto.

### 3.1 Principios de la Comunicación Pública

La comunicación institucional en INDESA se fundamenta en los principios de:

- Legalidad



- Transparencia
- Publicidad
- Veracidad
- Oportunidad
- Responsabilidad institucional
- Acceso a la información

Estos principios orientan la divulgación de información oficial y la relación con la ciudadanía.

### 3.2 Normatividad Aplicable

La comunicación institucional se desarrolla bajo las siguientes disposiciones:

- **Ley 2345 de 2023 ("Ley Chao Marcas"):** Por la cual se promueve la identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal. INDESA acoge estos lineamientos priorizando el uso de su identidad institucional oficial sobre lemas de gobierno temporal.
- **Ley 1712 de 2014** (Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública): regula la obligación de las entidades públicas de garantizar el acceso ciudadano a la información.
- **Decreto 1081 de 2015:** reglamenta la aplicación de la Ley 1712 en entidades estatales.
- **Resolución 1519 de 2020 – Ministerio TIC:** establece lineamientos de publicación, accesibilidad, seguridad digital y estandarización de la información pública en medios electrónicos.
- **Ley 1581 de 2012 y Decreto 1377 de 2013:** regulan el tratamiento de datos personales.
- **Resolución Interna 043 de 2018 de INDESA:** adopta la política institucional para el tratamiento y protección de datos personales.
- **Decreto Municipal No. 096 de abril del 20216:** por medio del cual se expiden medidas de austeridad en el gasto público y se fijan medidas de eficiencia en la prestación del servicio público.
- Normas de **gestión documental y archivo público** vigentes.
- Disposiciones municipales sobre imagen institucional, comunicación pública y gestión administrativa.

Estas normas son de aplicación obligatoria en todos los procesos de comunicación interna y externa del Instituto.



### 3.3 Comunicación y Acceso a la Información Pública

En cumplimiento de la **Ley 1712 de 2014**, INDESA garantiza el acceso a la información pública mediante:

- Publicación de información institucional.
- Atención de solicitudes ciudadanas.
- Uso de canales oficiales.
- Divulgación de programas, servicios y resultados.

Toda información deberá ser clara, verificable, actualizada y accesible.

### 3.4 Comunicación y Rendición de Cuentas

La rendición de cuentas en INDESA se desarrolla en cumplimiento de:

- **Ley 1757 de 2015**, como obligación permanente.
- **Ley 1712 de 2014**, sobre acceso a la información pública.
- **Artículo 209 de la Constitución Política de Colombia**, que consagra el principio de publicidad.

### 3.5 Comunicación y Participación Ciudadana

La comunicación institucional facilita la participación ciudadana mediante:

- Divulgación de convocatorias.
- Socialización de programas.
- Promoción de actividades institucionales.
- Canales de interacción con la comunidad.

Es un mecanismo para fortalecer el vínculo entre la entidad y la ciudadanía.

### 3.6 Protección de Datos y Uso de la Información

INDESA aplica la **Resolución 043 de 2018**, la **Ley 1581 de 2012** y el **Decreto 1377 de 2013** para garantizar:

- Recolección legal de datos.
- Consentimiento informado.
- Custodia de información.
- Uso responsable de datos personales.
- Canales de atención para derechos del titular.

Ninguna comunicación institucional podrá divulgar datos personales sin autorización legal.



### 3.7 Comunicación Incluyente y Accesible

La información institucional deberá:

- Usar lenguaje claro.
- Promover inclusión.
- Facilitar acceso a población con discapacidad cuando sea posible.
- Garantizar comprensibilidad en medios físicos y digitales.

## 4. MARCO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN

El Marco Estratégico define la orientación del proceso comunicacional de INDESA para el año 2026, alineando la comunicación institucional con los objetivos misionales del Instituto y la política pública municipal.

La comunicación se concibe como un proceso institucional articulado a la gestión, enfocado en informar, posicionar, facilitar el acceso a los servicios, fortalecer la relación con la ciudadanía y apoyar el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Instituto.

### 4.1 Enfoque Estratégico

La estrategia de comunicación de INDESA se orienta, para 2026, se orienta a:

- Garantizar información oportuna y verificable.
- Garantizar el derecho de acceso a la información pública veraz y oportuna.
- Posicionar la Imagen Institucional de INDESA (en cumplimiento de la Ley 2345 de 2023) y su oferta de servicios.
- Fortalecer los canales digitales como ventanilla única de interacción.
- Fortalecer la relación con la ciudadanía.
- Apoyar la gestión administrativa y operativa.
- Unificar la imagen institucional.
- Promover participación y control social.

### 4.2 Objetivo General de Comunicación

Desarrollar una estrategia de comunicación institucional que garantice información clara, fortalecimiento de la imagen institucional, posicionamiento de programas y promoción de la oferta de servicios de INDESA durante el año 2026.

### 4.3 Objetivos Específicos

- Informar oportunamente a la comunidad sobre programas, obras y servicios.
- Unificar los lineamientos de comunicación institucional.



- Posicionar la imagen de INDESA a nivel municipal.
- Mejorar la comunicación interna.
- Fortalecer canales oficiales.
- Apoyar los procesos de rendición de cuentas.
- Promover la participación ciudadana.

#### 4.4 Públicos Estratégicos

##### **Públicos internos:**

- Funcionarios.
- Contratistas.
- Entrenadores.
- Personal administrativo.
- Directivos.

##### **Públicos externos:**

- Deportistas.
- Usuarios del Instituto.
- Familias.
- Clubes deportivos.
- Comunidad en general.
- Medios de comunicación.
- Entidades públicas y privadas.
- Organismos deportivos.

#### 4.5 Ejes Estratégicos de Comunicación

La estrategia se estructura en cuatro ejes:

##### **Eje 1. Comunicación Institucional**

Difusión de información oficial, gestión institucional y posicionamiento de la imagen institucional.

##### **Eje 2. Comunicación para el Servicio**

Divulgación de programas, servicios, horarios, inscripciones y atención al ciudadano.

##### **Eje 3. Comunicación Interna**

Generar contenido interno que mantenga a los servidores públicos y contratistas informados, alineados con el Código de Integridad y motivados frente a la misión de INDESA.



## Eje 4. Comunicación Digital

Gestión de redes sociales, página web y medios electrónicos.

### 4.6 Estrategias de Comunicación

- Planificación mensual de contenidos.
- Producción de piezas informativas.
- Implementación de campañas institucionales.
- Articulación con dependencias.
- Seguimiento de métricas.
- Gestión de redes sociales.
- Actualización permanente de la web institucional.

### 4.7 Lineamientos de Mensaje

Los mensajes deberán ser:

- Claros.
- Institucionales.
- Accesibles.
- Coherentes.
- Oportunos.
- Acordes al lenguaje público.

### 4.8 Identidad e Imagen Institucional

Toda comunicación deberá ajustarse a:

- Manual de identidad institucional.
- Uso oficial del logotipo.
- Tipografías y colores institucionales.
- Lenguaje institucional unificado.

### 4.9 Enfoques Transversales

La estrategia incorpora:

- Gobierno abierto.
- Inclusión.



- Transparencia.
- Participación ciudadana.
- Accesibilidad.

## 5. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN

Este capítulo establece el proceso institucional para la generación, validación, aprobación y difusión de toda comunicación interna y externa de INDESA, garantizando coherencia, legalidad y control de la información emitida por el Instituto.

### 5.1 Procedimiento General de Comunicación Institucional

Todo proceso comunicacional en INDESA deberá cumplir con las siguientes etapas:

#### 1. Solicitud de comunicación

La dependencia interesada realiza la solicitud al área de Comunicaciones de INDESA, especificando:

- Tema a comunicar.
- Objetivo.
- Público objetivo.
- Fechas requeridas.
- Canal sugerido.

#### 2. Análisis y validación

El área de Comunicaciones evalúa:

- Pertinencia institucional.
- Enfoque comunicacional.
- Cumplimiento normativo.

#### 3. Producción de contenido

Se elabora la pieza o mensaje requerido (pieza gráfica, video, boletín, publicación digital, nota de prensa, etc.).

#### 4. Revisión y aprobación

Se valida el contenido con:

- Dependencia solicitante.
- Liderazgo institucional cuando aplique.

Ninguna pieza se publica sin autorización.

#### 5. Publicación o difusión

El contenido se publica únicamente por canales oficiales.

#### 6. Archivo y registro

Las comunicaciones relevantes deben ser archivadas conforme a normas de gestión documental.



## 5.2 Procedimiento de Comunicación Interna

Aplica para la comunicación dirigida a funcionarios, contratistas y personal vinculado.

### **Canales internos habilitados:**

- Correos institucionales.
- Circulares.
- Carteleras.
- Grupos internos de mensajería autorizados.
- Reuniones internas.

### **Proceso:**

1. Solicitud o requerimiento interno.
2. Validación por el área de Comunicaciones.
3. Redacción oficial.
4. Autorización directiva cuando aplique.
5. Difusión interna.
6. Archivo del contenido.

## 5.3 Procedimiento de Comunicación Externa

Aplica para la información dirigida a ciudadanía, medios y entornos digitales.

### **Canales externos:**

- Redes sociales.
- Página web.
- Comunicados de prensa.
- Material impreso.
- Eventos institucionales.

### **Proceso:**

1. Solicitud institucional.
2. Análisis de impacto.
3. Producción del contenido.
4. Autorización institucional.
5. Publicación oficial.
6. Seguimiento.



## 5.4 Manejo de Contenidos Sensibles

Todo contenido que incluya:

- Datos personales.
- Información contractual.
- Información interna.
- Información administrativa.

Requiere validación jurídica o directiva previa.

## 5.5 Vocería Institucional

Solo están autorizados para brindar declaraciones públicas:

- Gerencia de INDESA.
- Funcionarios autorizados expresamente.
- Voceros designados.

El resto del personal no podrá emitir información oficial sin autorización.

## 5.6 Manejo de Crisis Comunicacional

Ante situaciones críticas:

1. Se informa inmediatamente al área de Comunicaciones.
2. Se centraliza la información.
3. Se designa vocero oficial.
4. Se emite comunicación única y validada.
5. Se hace seguimiento a medios y redes.

## 5.7 Control y Seguimiento

El área de Comunicaciones realizará:

- Seguimiento de publicaciones.
- Control de mensajes institucionales.
- Evaluación de impacto.
- Registro de comunicaciones.

## 6. CANALES DE COMUNICACIÓN

Este capítulo define los canales oficiales de comunicación de INDESA, a través de los cuales el Instituto informa, orienta y se relaciona con la ciudadanía, garantizando coherencia institucional, acceso a la información y control del mensaje.



El uso de estos canales es responsabilidad del área de Comunicaciones, bajo los lineamientos institucionales y la normatividad vigente.

## 6.1 Canales de Comunicación Interna

Son los medios oficiales de comunicación entre el Instituto y su personal.

### **Canales establecidos:**

- Correo institucional.
- Circulares internas.
- Reuniones de trabajo.
- Carteleras.
- Grupos autorizados de mensajería.

Toda comunicación interna deberá ser clara, oficial y enviada por los canales definidos.

## 6.2 Canales de Comunicación Externa

Son los medios dirigidos a la ciudadanía y entidades externas.

### **Canales externos oficiales:**

- Página web institucional.
- Redes sociales oficiales.
- Comunicados de prensa.
- Material informativo impreso y digital.
- Eventos institucionales.
- Atención directa al ciudadano.

## 6.3 Canales Digitales

INDESA gestiona:

- Sitio web.
- Redes sociales.
- Correo electrónico.

Estos canales deben cumplir con:

- Uso de identidad institucional.
- Publicación planificada.
- Actualización permanente.
- Atención básica al ciudadano.



- Cumplimiento normativo.

## 6.4 Comunicación con Medios de Comunicación

La relación con medios se dará mediante:

- Comunicados oficiales.
- Entrevistas.
- Ruedas de prensa.
- Convocatorias.

El área de Comunicaciones centraliza esta gestión.

## 6.5 Manejo de Redes Sociales

La gestión de redes sociales de INDESA se realiza en articulación con las directrices de la **Dirección de Comunicaciones de la Alcaldía de Sabaneta**, manteniendo la identidad institucional y la misionalidad del Instituto.

El tono de comunicación será:

- Deportivo.
- Institucional con enfoque juvenil.
- Cercano a la comunidad.
- Centrado en el usuario.

Las redes sociales se conciben como espacios de información e interacción permanente con la ciudadanía.

La administración de los canales está a cargo del área de Comunicaciones de INDESA.

## 6.6 Atención de Peticiones, Quejas, Reclamos y Solicitudes (PQRSD)

La atención al ciudadano se realiza mediante canales oficiales establecidos por la entidad (web, correo, atención presencial).

Las solicitudes deberán ser tramitadas por las dependencias responsables conforme al procedimiento institucional.

## 6.7 Lineamientos de Uso de Canales

- No se autoriza el uso de cuentas personales para emitir información institucional.
- Solo personal autorizado puede administrar los canales.
- Los contenidos deben ser aprobados previamente.
- Los mensajes deben cumplir con lineamientos institucionales.
- El uso indebido de canales oficiales genera responsabilidad.



## 7. PLAN DE MEDIOS Y CONTENIDOS

Este capítulo define la planeación, organización y ejecución de los contenidos institucionales, garantizando una comunicación estructurada y alineada con los objetivos estratégicos del Instituto.

### 7.1 Objetivo del Plan de Medios

Organizar y programar los contenidos institucionales para asegurar la divulgación oportuna de la gestión, programas, servicios y actividades de INDESA.

### 7.2 Lineamientos Generales de Contenido

Todo contenido debe:

- Responder a objetivos institucionales.
- Cumplir normativa vigente.
- Mantener identidad institucional.
- Ser claro y verificable.
- Contar con aprobación previa.

### 7.3 Tipos de Contenido

INDESA desarrollará contenidos de tipo:

- Informativos.
- Institucionales.
- Formativos.
- Promocionales.
- Reconocimiento.
- Campañas.

### 7.4 Medios Institucionales

Los contenidos serán difundidos a través de:

- Página web institucional.
- Redes sociales oficiales.
- Comunicados de prensa.
- Material impreso y digital.
- Divulgación territorial.



## 7.5 Planeación y Frecuencia

La publicación de contenidos se realizará mediante:

- Cronograma mensual.
- Definición de prioridades institucionales.
- Ajustes según agenda programática.

## 7.6 Rol de las Dependencias

Cada dependencia será responsable de:

- Solicitar divulgaciones formalmente.
- Entregar información oportuna.
- Validar datos técnicos.
- Cumplir tiempos establecidos.

## 7.7 Formato de Solicitud de Divulgaciones

INDESA cuenta con un **Formato de Solicitud de Divulgaciones** incorporado al Sistema de Gestión de Calidad como herramienta obligatoria para la producción y divulgación de contenidos.

Este formato aplica para:

- Publicaciones digitales.
- Piezas gráficas.
- Videos.
- Comunicados.
- Eventos y campañas.

Ninguna solicitud será gestionada sin el cumplimiento del formato.

El área de Comunicaciones evaluará, priorizará y programará cada requerimiento.

## 7.8 Campañas Estratégicas 2026

Durante el año 2026 se desarrollarán campañas en las siguientes líneas:

- Actividad física y recreación.
- Deporte y formación deportiva (con enfoque formativo y competitivo).
- Uso adecuado de escenarios.
- Estilos de vida saludables.
- Obras del deporte.



## 7.9 Registro y Archivo de Contenidos

Todo contenido deberá contar con:

- Registro de fecha.
- Canal de difusión.
- Responsable.
- Evidencia de publicación.

## 8. INDICADORES, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento del Plan de Comunicaciones de INDESA se realiza a partir de los lineamientos del Plan de Desarrollo Municipal y de los indicadores definidos en el Sistema de Gestión de Calidad del Instituto, garantizando trazabilidad, control y evaluación permanente.

### 8.1 Articulación con el Plan de Desarrollo Municipal

El proceso de Comunicaciones de INDESA se encuentra alineado al Plan de Desarrollo Municipal de Sabaneta dentro de la siguiente estructura:

- **Línea Estratégica 1:**  
*Hagamos que las cosas pasen por el desarrollo humano con inclusión.*
- **Componente:**  
*Deporte, Recreación y Actividad Física.*
- **Programas:**
  1. *El deporte, la actividad física y la recreación al siguiente nivel.*
  2. *Deportistas sabanetños al siguiente nivel.*

Del segundo programa se deriva el indicador municipal: **Sistema de Caracterización y Servicios Implementados**, el cual soporta el funcionamiento del proceso de la **Coordinación de Comunicaciones**, orientado a garantizar la divulgación, caracterización, permanencia y acceso de la ciudadanía a los servicios del Instituto.

### 8.2 Indicador Institucional del Proceso de Comunicaciones

De manera interna, el proceso de Comunicaciones cuenta con un indicador institucional definido en el Sistema de Gestión de Calidad: **Impacto en Redes Sociales**. Este indicador permite hacer seguimiento al rendimiento de los medios digitales del Instituto, mediante:

**1. Efectividad en la difusión:** (Número de interacciones en canales digitales / Número de publicaciones) \* 100.

**2. Cumplimiento del Plan de Medios:** (Piezas comunicativas publicadas / Piezas programadas en cronograma) \* 100.



**3. Transparencia Activa:** Porcentaje de cumplimiento en la publicación de información obligatoria en la web (Ley 1712). Este indicador es el principal instrumento de medición del desempeño del área de comunicaciones.

### 8.3 Periodicidad de Medición

La medición del indicador institucional se realiza de la siguiente manera:

- Seguimiento operativo mensual.
- Análisis trimestral de resultados.
- Evaluación anual consolidada.

### 8.4 Instrumentos de Seguimiento

Para la medición y control del impacto comunicacional se emplean:

- Reportes de redes sociales.
- Informes mensuales de gestión.
- Registro del Formato de Solicitud de Divulgaciones.
- Bases de datos de publicaciones.
- Informes internos del proceso.

### 8.5 Informes de Resultados

El área de Comunicaciones presentará informes periódicos que consoliden:

- Avances del indicador municipal.
- Resultados del indicador de Impacto en Redes Sociales.
- Nivel de cumplimiento del Plan de Comunicaciones.
- Recomendaciones de mejora.

Los informes serán entregados a Gerencia como parte del seguimiento institucional.

### 8.6 Acciones de Mejora

Los resultados permitirán implementar:

- Ajustes en estrategias de comunicación.
- Reorganización de contenidos.
- Optimización de canales digitales.
- Mejora de procesos operativos.

### 8.7 Uso de Resultados

Los resultados de la medición serán utilizados para:

- Evaluar la gestión del proceso.
- Ajustar el Plan de Comunicaciones.
- Presentar información a entes de control.
- Apoyar la toma de decisiones directivas.

## 9. RESPONSABLES, ROLES Y ARTICULACIÓN INTERNA

La ejecución del Plan de Comunicaciones 2026 de INDESA requiere una definición precisa de responsabilidades, roles y mecanismos de articulación interna e institucional.

### 9.1 Roles y responsabilidades

Dependencia / Rol	Responsabilidades principales
Gerencia de INDESA	Aprueba el plan, define lineamientos y evalúa resultados.
Coordinación de Comunicaciones	Planifica, ejecuta el plan, gestiona canales institucionales, produce contenidos y administra el Formato de Solicitud de Divulgaciones.
Áreas misionales	Presentan solicitudes de divulgación, entregan información y apoyan procesos comunicativos.
Oficina de Planeación	Articula el plan con el Plan de Desarrollo Municipal.
Oficina Jurídica	Verifica cumplimiento normativo.
Control Interno	Audita el proceso.
Dirección de Comunicaciones de la Alcaldía	Coordina estrategias y lineamientos interinstitucionales.
Canales de articulación	Correo institucional, reuniones de coordinación, Sistema de Gestión de Calidad y Formato de Solicitud de Divulgaciones.

### 9.2 Matriz de responsabilidades (Modelo RACI)

Actividad / Proceso	Gerencia	Coord. Com.	Áreas Mis.	Planeación	Jurídica	Control Interno	Alcaldía
Aprobación del Plan	R	C	I	C	I	I	I
Diseño de campañas	C	R	C	C	I	I	C
Producción de contenidos	I	R	C	I	I	I	C

Gestión de redes	I	R	C	I	I	I	C
Publicación	I	R	C	I	I	I	C
Solicitud de divulgaciones	I	R	R	I	I	I	I
Protección de datos	I	R	C	I	C	C	I
Rendición de cuentas	R	R	C	C	I	C	C
Medición de impacto	I	R	I	C	I	C	I
Informes de gestión	C	R	I	C	I	I	I
Auditoría	I	I	I	I	I	R	I
Articulación externa	C	R	I	I	I	I	R

**Convención:**

R = Responsable | C = Consultado | I = Informado

**10. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN**

El Plan de Comunicaciones INDESA 2026 se ejecuta de manera anual, con actividades organizadas por etapas, permitiendo planeación, control y ajuste permanente durante la vigencia.

**10.1 Etapas del Plan**

Etapa	Actividades principales	Periodo
Planeación	Definición de campañas, programación de contenidos y alineación institucional.	Enero
Ejecución	Producción, publicación y cobertura permanente.	Febrero – Noviembre
Seguimiento	Medición de impacto, informes y ajustes.	Mensual
Evaluación	Cierre anual y evaluación final.	Diciembre

**10.2 Cronograma General de Actividades**

Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Planeación anual	•											
Campañas institucionales		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
Contenidos permanentes		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	
Gestión de redes	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Rendición de cuentas			•			•			•			•
Medición impacto	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Informes de gestión		•			•			•			•	





<b>Logística</b>	Sonido, backing, material POP.
<b>Herramientas digitales</b>	Software y plataformas.
<b>Formación</b>	Fortalecimiento del equipo.
<b>Contingencias</b>	Atención de imprevistos comunicativos.

## 11.2 Fuente de Recursos

Los recursos para el Plan de Comunicaciones provienen de:

- Presupuesto institucional.
- Recursos propios.
- Apoyo interinstitucional con la Alcaldía de Sabaneta.
- Patrocinios permitidos por norma.

## 12. GESTIÓN DEL RIESGO COMUNICACIONAL

INDESA gestiona los riesgos comunicacionales con enfoque preventivo e institucional.

### 12.1 Identificación de Riesgos

Riesgo	Posible impacto
Información errónea	Desinformación.
Quejas no atendidas	Pérdida de confianza.
Ataques digitales	Daño reputacional.
Fuga de datos	Sanciones.
Crisis desatendidas	Imagen institucional afectada.
Retrasos comunicacionales	Pérdida de oportunidad.

### 12.2 Medidas de Mitigación

Riesgo	Acciones
Información errónea	Validación previa.
Quejas	Respuesta oportuna.
Ataques digitales	Monitoreo activo.
Fuga datos	Cumplir protección de datos.
Crisis	Activar protocolo.
Retrasos	Planeación anticipada.

### 12.3 Seguimiento al Riesgo

Se realizará mediante:



- Reportes de riesgo.
- Supervisión gerencial.
- Auditorías.

## 12.4 Mejora Continua

La gestión del riesgo se ajusta periódicamente.