



**PLAN DE
COMUNICACIONES**

El Plan de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia, tiene como base los ideales de nuestro gobernador Aníbal Gaviria, en su plan de gobierno para trabajar en unidad, respeto y alegría, fortaleciendo los lazos con las comunidades y formando un nuevo campo de comunicación, integración y reconocimiento de nuestra identidad, cultura, tradición y patrimonio.

Se trabaja por una comunicación que sea más cercana, transparente y clara, que fomente el diálogo social e incentive el sentido de pertenencia, la corresponsabilidad y la participación ciudadana en la construcción de una mejor región.

Objetivo General

Desarrollar acciones de comunicación que permitan la interacción y proyección de la Entidad con la ciudadanía cultural y artística del Departamento, para el reconocimiento, apropiación y valoración de las oportunidades y los proyectos misionales de la Entidad.

Objetivos Específicos

- Posicionar el Instituto como referente en su campo de acción.
- Fortalecer los procesos de comunicación con sus públicos.
- Fomentar la comunicación y la valoración de la marca con el público interno.
- Establecer relaciones con nuevos públicos y medios.

¿Con quiénes nos comunicamos desde el ICPA?

Público Interno

- Todos los funcionarios vinculados, Contratistas,
- Secretarías, Consejo Directivo, Asamblea, Gabinete Departamental, funcionarios de la Gobernación.

Público Externo

Todos los ciudadanos, alcaldes de los diferentes municipios, Gobierno Nacional, Gobernadores, Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación, Empresarios e inversionistas, Descentralizados, Socios estratégicos, directores de las casas de culturas.



**COMUNICACIÓN
INTERNA**

COMUNICACIONES INTERNAS

Trabajar en conjunto con el área de Gestión Humana, para manejar un proceso asertivo de comunicación interna en la Entidad, aportando un excelente clima laboral para alcanzar los objetivos estratégicos.

¿Cómo?

Las comunicaciones internas tendrán un valor muy importante, vamos a brindar información oportuna y clara, generando una cercanía con los funcionarios, reconociendo sus labores, motivándolos a seguir trabajando con alegría, unión y pasión por el ICPA.

1. **Boletín interno:** Boletín informativo y gráfico en el cual haremos un resumen de las principales noticias e información de los eventos y actividades que se desarrollen dentro de la entidad durante el mes.
2. **Fondos de pantalla:** Cada semana se actualiza el fondo de pantalla o en el momento que tengamos una actividad importante para destacar.
3. **Cartelera digitales:** Aprovechando los espacios en el instituto y los medios tecnológicos, es importante tener unas cartelera digitales informativas en sitios estratégicos del instituto.
4. **Correo electrónico:** Para enviar contenidos de encuestas, información o alguna actividad para realizar desde talento humano.
5. **Plegable informativo:** Debido a la creciente demanda de turismo en las instalaciones del palacio, vamos a implementar un plegable informativo e ilustrado sobre el Palacio, con recorridos e información de interés que pueda ser útil para los visitantes.
6. Articulación con las áreas misionales del instituto para el desarrollo de campañas internas que generen información y reconocimiento a las labores y gestión de los demás compañeros.



**COMUNICACIÓN
EXTERNA**

Estrategia Digital

Una comunicación pública a la vanguardia con las tecnologías de la información y la comunicación hacen uso de plataformas digitales que permiten la circulación de la información y de contenidos audiovisuales, posibilitando escenarios para la interacción, de manera inmediata y directa desde cualquier parte del territorio. Contemplando el uso de herramientas como el sitio web de la Entidad y redes sociales.

Página Web

La página web, debe tener una reestructuración completa en su contenido y diseño, se debe alimentar con la información de las actividades que generemos desde el ICPA.

Estrategia BTL: Prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado.

Plan de medios:

Integrar la producción audiovisual de videos, cuñas radiales e infografías para su difusión en medios de comunicación; free press en diferentes medios locales, prensa sobre los avances y hechos destacados, historias de vida y testimonios en redes sociales.



¡Muchas gracias!

“Todo error deja una enseñanza, toda enseñanza deja una experiencia, y toda experiencia deja una huella.”