



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

El Consejo Directivo de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC, en uso de sus atribuciones constitucionales, legales, estatutarias y en especial de las conferidas por la Ley 30 de 1992, el Acuerdo Distrital 0559 de 2022, el Estatuto General de la Institución Universitaria - Acuerdo de Consejo Directivo 01 de 2023 , y

**CONSIDERANDO**

Que el artículo 69 de la Constitución Política garantiza el principio de autonomía universitaria, reconociendo a las universidades la facultad de darse sus propias directivas y regirse por los estatutos y normas que ellas dispongan.

Que el artículo 29 de la Ley 30 de 1992 reconoce la autonomía de las instituciones universitarias, permitiéndoles establecer su campo de acción y tomar decisiones fundamentales, como la modificación de sus estatutos, la designación de sus autoridades académicas y administrativas, definir y organizar sus labores formativas, académicas, docentes, científicas, culturales y de extensión, y arbitrar sus recursos para el cumplimiento de su función social y su misión institucional.

Que según el Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia, a toda persona se le garantizará la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva, bajo criterios de responsabilidad social y garantizando el derecho a la rectificación en condiciones de equidad y sin censura.

Que, según el artículo 73 de la Constitución Política: "la actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional".

Que la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, establece que: *"la libertad de expresión es universal y encierra en concepto la facultad jurídica que asiste a toda persona, individual o colectivamente considerada, para expresar, transmitir y difundir su pensamiento; paralela y correlativamente, la libertad de informarse también es universal y entraña el derecho colectivo de las personas a recibir la información que los demás les comunican sin interferencias que la distorsionen"*.

Que mediante la Ley 1712 del 2014 por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y se regula el derecho de acceso a la información pública nacional y se establecen los principios y procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

Que el Decreto 1330 de 2019 establece que las instituciones de educación superior deben promover mecanismos de comunicación veraces, oportunos y efectivos para el adecuado desarrollo de las labores formativas, académicas, culturales y administrativas, con participación de los actores

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabacó – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

institucionales.

Que, la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, creada mediante el Acuerdo Distrital No.0559 del 28 de diciembre de 2022, es un establecimiento público de orden distrital, con personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, patrimonio independiente en los términos de la Ley 30 de 1992, regulado y vigilado por el Ministerio de Educación Nacional, vinculado a la Secretaría de Educación Distrital.

Que, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 28 del Acuerdo 01 de 2023 – Estatuto General, le corresponde al Consejo Directivo definir las políticas académicas.

Que, de conformidad con lo establecido en el artículo décimo sexto del Acuerdo No. 045 de 2025, “la Oficina de Comunicaciones es la dependencia encargada del manejo de la imagen y sus relaciones institucionales y protocolarias”

Que, la Institución Universitaria expidió la Política de Tratamiento de Datos Personales mediante Acuerdo de Consejo Directivo No. 070 de 2025.

Que el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones PETIC 2025–2030 define la comunicación institucional como eje transversal para la transparencia, la interoperabilidad, la accesibilidad y el fortalecimiento de los sistemas de información.

Que el Plan Estratégico de Comunicaciones 2026–2028 establece la hoja de ruta para fortalecer la identidad institucional, mejorar la comunicación con la comunidad universitaria, visibilizar los procesos académicos y culturales, y posicionar a la IUIPC en el territorio local, nacional e internacional como referente en culturas y artes populares.

Que, la formulación del Plan Estratégico de Comunicaciones responde a la necesidad de ordenar, fortalecer y modernizar los procesos comunicacionales de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC en un contexto de crecimiento institucional y transformación digital. La diversidad de públicos internos y externos, la producción constante de contenidos académicos, artísticos y culturales, y el uso intensivo de entornos digitales exigen una planeación comunicacional estructurada y coherente.

Que en sesión del Consejo Directivo del día quince (15) de abril de dos mil veintiséis (2026), se socializa a los honorables consejeros, el presente acto administrativo la Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

**VIGILADA**  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

Que en mérito de lo expuesto, el Consejo Directivo de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC.

Que, en mérito de lo expuesto,

**ACUERDA**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Aprobar el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, el cual forma parte integral del presente acuerdo.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Delegar el seguimiento y acompañamiento permanente del Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC tanto a la Rectoría como a la Oficina de Comunicaciones con la coordinación de la Oficina de Planeación y Aseguramiento de la Calidad.

**ARTÍCULO TERCERO:** El presente Acuerdo rige a partir de su expedición y será publicado por la Secretaría General a través de los medios pertinentes que garanticen su publicidad.

**PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dado por el Honorable Consejo Directivo de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares - IPC, a los quince (15) días del mes de abril del año dos mil veintiséis (2026).

**JULIAN EDUARDO ARTEAGA AGUILAR**  
Presidente Consejo Directivo  
Delegado Alcalde

**SERGIO ENRIQUE MOLINA MEDINA.-**  
Secretario Consejo Directivo

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES.-**

Contenido

1. Presentación y propósito del Plan .....	5
2. Contexto institucional y transformación universitaria.....	5
3. Objetivo General.....	6
4. Objetivos Específicos .....	6
5. Justificación del Plan Estratégico de Comunicaciones.....	6
6. Marco normativo y lineamientos de la comunicación pública.....	7
7. Objetivos estratégicos de comunicación .....	7
8. Análisis DOFA del Plan Estratégico de Comunicaciones de la IUIPC .....	10
Fortalezas.....	10
Debilidades.....	11
Oportunidades.....	11
Amenazas.....	12
9. Estrategias e iniciativas.....	12
10. Lineamientos Generales.....	17
11. Líneas Estratégicas 2026–2028 .....	19
12. Proyectos Estratégicos por Año .....	23
13. Indicadores.....	23
13.9 Gestión del riesgo comunicacional, protocolo de crisis.....	27
14. Estrategia de Relacionamento Interinstitucional y de Internacionalización.....	30
15. Vigencia.....	32



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

## ACUERDO No.092 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### 1. Presentación y propósito del Plan

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2026–2028 de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC define la hoja de ruta para fortalecer la identidad institucional, mejorar los procesos de comunicación interna y externa, visibilizar la vida académica, artística y cultural, y posicionar a la institución como referente universitario en culturas y artes populares a nivel local, nacional e internacional.

El propósito central del plan es garantizar que la IUIPC cuente con un sistema de comunicaciones eficiente, claro, incluyente, transparente y culturalmente pertinente, que apoye el cumplimiento de los objetivos misionales de docencia, investigación, extensión y proyección cultural. La comunicación se concibe como un eje estratégico transversal que articula la planeación institucional, la transformación digital y el relacionamiento con la comunidad universitaria, la ciudadanía y los actores del sector cultural.

Este plan se articula de manera directa con el Proyecto Educativo Institucional (PEI), la Propuesta Rectoral 2024–2028, el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (PETIC) 2025–2030, el Sistema Integrado de Gestión y el Plan de Desarrollo Institucional, garantizando coherencia entre los instrumentos de planeación y fortaleciendo la gobernanza institucional.

### 2. Contexto institucional y transformación universitaria

La IUIPC es una institución pública de educación superior creada en el año 2022, a través del Acuerdo del Concejo Distrital 0559 de 2022, como resultado del proceso de transformación del histórico Instituto Popular de Cultura de Cali, ya liquidado, entidad con más de siete (7) décadas de trayectoria en la formación y preservación de las artes y expresiones culturales populares. Esta transición representa un hito en el sistema educativo colombiano, al consolidar la primera institución universitaria dedicada exclusivamente a la formación, investigación, creación y difusión de las culturas y artes populares.

Con su carácter universitario, la IUIPC amplía su oferta académica, integrando programas técnicos, educación para el trabajo y el desarrollo humano, y proyectando programas profesionales en áreas como música tradicional, danza folclórica, teatro, artes plásticas y fotografía artística. Este crecimiento implica nuevos retos en materia administrativa, académica, tecnológica y comunicacional.

El proceso de transición institucional evidenció tanto la riqueza cultural y patrimonial heredada del IPC

- **IUIPC – NIT.** 901817826–2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

como limitaciones operativas y comunicacionales que requieren ser superadas. En este escenario, la comunicación institucional se identifica como un componente clave para consolidar la nueva imagen universitaria, unificar mensajes, fortalecer la identidad institucional, garantizar la visibilidad de los procesos académicos y artísticos, y mejorar el relacionamiento con la ciudadanía, los medios de comunicación, el sector cultural y las comunidades territoriales.

### **3. Objetivo General**

Fortalecer la comunicación institucional mediante estrategias, canales, lineamientos y procesos que permitan visibilizar la gestión institucional, promover la identidad cultural y mejorar la relación con la comunidad universitaria y los actores externos.

### **4. Objetivos Específicos**

1. Consolidar canales de comunicación internos y externos que garanticen acceso oportuno, claro y veraces a la información.
2. Implementar estrategias que fortalezcan el posicionamiento institucional en el entorno cultural, artístico y académico.
3. Garantizar una identidad visual coherente con los valores de la IUIPC.
4. Desarrollar lineamientos para la producción de contenidos culturales, educativos y administrativos de alta calidad.
5. Establecer acciones de relacionamiento con medios y actores estratégicos del ecosistema cultural.
6. Integrar herramientas tecnológicas que modernicen y optimicen los flujos de información.

### **5. Justificación del Plan Estratégico de Comunicaciones**

La formulación del Plan Estratégico de Comunicaciones responde a la necesidad de ordenar, fortalecer y modernizar los procesos comunicacionales de la IUIPC en un contexto de crecimiento institucional y transformación digital. La diversidad de públicos internos y externos, la producción constante de contenidos académicos, artísticos y culturales, y el uso intensivo de entornos digitales exigen una planeación comunicacional estructurada y coherente.

La comunicación institucional cumple un rol fundamental en la visibilización de los avances académicos y administrativos, en la cohesión de la comunidad universitaria y en la proyección de la imagen institucional. Asimismo, la institución, por su naturaleza cultural, mantiene una interacción permanente con comunidades, territorios, creadores, medios y actores culturales, lo cual demanda estrategias de difusiones claras, pertinentes y sostenibles.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

**VIGILADA**  
MINEDUCACIÓN

## **ACUERDO No.092 DE 2026.-** (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

El plan se justifica, además, como una herramienta estratégica para fortalecer la presencia digital de la institución, consolidar su identidad visual, modernizar los canales informativos y garantizar la coherencia técnica, estética y conceptual de las piezas comunicacionales. De esta manera, el Plan Estratégico de Comunicaciones se convierte en un instrumento esencial para el posicionamiento de la IUIPC como institución universitaria cultural de referencia y para la apropiación social del conocimiento y del patrimonio cultural que resguarda.

### **6. Marco normativo y lineamientos de la comunicación pública**

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la institución se fundamenta en el marco constitucional y legal que regula la comunicación pública, la transparencia, la protección de datos personales, la rendición de cuentas y la educación superior en Colombia. La Constitución Política establece principios esenciales como el derecho a la información, el derecho de petición, la publicidad de los documentos públicos, la autonomía universitaria y los principios de la función administrativa.

En materia de transparencia y acceso a la información, el plan se alinea con la Ley 1712 de 2014 y su decreto reglamentario, que obligan a las entidades públicas a garantizar información clara, accesible y actualizada, así como a implementar prácticas de datos abiertos y comunicación proactiva. La Directiva Presidencial de Lenguaje Claro refuerza la necesidad de que las comunicaciones institucionales sean comprensibles, incluyentes y orientadas al ciudadano.

La protección de datos personales, regulada por la Ley 1581 de 2012 y normas complementarias, constituye un eje transversal del plan, especialmente en la gestión de bases de datos, el uso de imágenes, los registros audiovisuales y las campañas comunicacionales. Asimismo, la normativa del sector educación superior exige canales informativos confiables y comunicación transparente sobre programas académicos, calidad educativa y servicios institucionales.

El plan también se articula con la Política de Gobierno Digital, que promueve el uso estratégico de plataformas digitales, la accesibilidad web, la seguridad de la información y la interoperabilidad de los sistemas, fortaleciendo el rol de la comunicación como habilitador de la transformación digital institucional.

### **7. Objetivos estratégicos de comunicación**

#### **Objetivo estratégico 1. Gobernanza y gestión de la comunicación**

Fortalecer la gobernanza de la comunicación institucional mediante la implementación efectiva de la Política de Comunicaciones, garantizando la planificación, coordinación, validación y control de los

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

procesos comunicacionales en el **100 % de las dependencias académicas y administrativas** de la IUIPC durante el periodo 2026–2028.

**Indicadores clave asociados:**

- % de implementación de la Política de Comunicaciones
- % de dependencias articuladas al Plan Anual de Comunicaciones
- Número de informes de gestión comunicacional presentados

**Alineación con la Política:** Gobernanza, validación de contenidos, control directivo, articulación institucional.

**Objetivo estratégico 2. Comunicación interna e integración institucional**

Optimizar los procesos de comunicación interna para garantizar el acceso oportuno, claro y pertinente a la información institucional, alcanzando un **nivel mínimo de satisfacción del 80 % de la comunidad universitaria** y la implementación progresiva de canales internos estandarizados durante la vigencia del plan.

**Indicadores clave asociados:**

- Nivel de satisfacción de la comunidad universitaria (%)
- Número de publicaciones internas realizadas
- Implementación y uso de la intranet institucional

**Alineación con la Política:** Comunicación interna, flujo de información, participación y cultura organizacional.

**Objetivo estratégico 3. Identidad institucional, imagen y reputación**

Consolidar la identidad institucional y la coherencia de la marca IUIPC mediante la aplicación sistemática del Manual de Identidad Visual y Narrativa, logrando que **al menos el 90 % de las piezas institucionales** cumplan los lineamientos establecidos y fortaleciendo la reputación institucional en escenarios públicos.

**Indicadores clave asociados:**

- % de cumplimiento del Manual de Identidad
- Número de auditorías internas de piezas comunicacionales

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabáco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Percepción de identidad institucional (encuestas internas y externas)

**Alineación con la Política:** Identidad, narrativa institucional, reputación y vocería.

**Objetivo estratégico 4. Visibilidad, posicionamiento y comunicación externa**

Incrementar la visibilidad y el posicionamiento institucional de la IUIPC a nivel local, nacional e internacional mediante estrategias de comunicación externa y relacionamiento interinstitucional, logrando un **crecimiento acumulado mínimo del 10 % en seguidores y alcance digital** y la ejecución de **al menos tres campañas institucionales anuales** durante el periodo 2026–2028.

**Indicadores clave asociados:**

- % de crecimiento de seguidores y audiencias
- Alcance promedio de contenidos
- Número de campañas institucionales ejecutadas
- Número de alianzas y relacionamientos estratégicos

**Alineación con la Política:** Comunicación externa, relacionamiento con medios, visibilidad institucional, proyección territorial.

**Objetivo estratégico 5. Transformación digital, contenidos y medición**

Modernizar los canales de comunicación y fortalecer la producción de contenidos institucionales mediante la incorporación de herramientas tecnológicas, estandarización de procesos y medición permanente, garantizando el **100 % de validación de contenidos estratégicos**, la producción anual de contenidos audiovisuales y el seguimiento sistemático a indicadores de desempeño comunicacional.

**Indicadores clave asociados:**

- % de contenidos estratégicos validados
- Número de contenidos audiovisuales producidos por año
- Implementación de analítica digital y reportes periódicos
- Tasa de cumplimiento de solicitudes de comunicaciones

A partir del análisis del contexto institucional y del diagnóstico comunicacional, el Plan Estratégico de Comunicaciones define cinco objetivos estratégicos para el periodo 2026–2028. El primero se orienta

- **IUIPC – NIT.** 901817826–2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

a consolidar un sistema de comunicación institucional integrada, estable y eficiente, que articule los canales, los mensajes y los procesos comunicativos.

El segundo objetivo busca optimizar los procesos de comunicación interna y externa mediante la transformación digital, incorporando herramientas tecnológicas que mejoren la eficiencia, la trazabilidad y la interacción con los públicos. El tercer objetivo se centra en fortalecer la identidad institucional, la imagen y la reputación pública de la institución, posicionándola como referente cultural y académico.

El cuarto objetivo promueve la innovación en comunicación digital y la creación de nuevos servicios informativos y contenidos audiovisuales que amplíen el alcance institucional y fortalezcan la proyección cultural. Finalmente, el quinto objetivo plantea la implementación de un modelo de gobierno de las comunicaciones que defina roles, responsabilidades, protocolos y mecanismos de toma de decisiones, garantizando sostenibilidad, coherencia y cumplimiento normativo.

## **8. Análisis DOFA del Plan Estratégico de Comunicaciones de la IUIPC**

### **Fortalezas**

La Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC, cuenta con una **identidad institucional diferenciada**, sustentada en su enfoque único en las culturas y las artes populares, lo cual constituye un valor comunicacional estratégico frente a otras instituciones de educación superior. Esta identidad facilita la construcción de narrativas auténticas, territoriales y culturalmente pertinentes.

La Institución dispone de una **producción constante de actividades académicas, artísticas y culturales**, lo que garantiza un flujo permanente de contenidos comunicables y oportunidades de visibilidad institucional.

Existe una **alta disposición de estudiantes y docentes** para participar en procesos de comunicación, vocería, creación de contenidos y representación institucional en escenarios locales, nacionales e internacionales.

La IUIPC mantiene una **presencia activa en redes sociales**, con comunidades digitales en crecimiento y reconocimiento previo de la marca heredada del Instituto Popular de Cultura.

Se ha avanzado en la **formalización de la Política de Comunicaciones**, el Manual de Identidad y la definición de roles y procedimientos, lo que fortalece la gobernanza comunicacional.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

## ACUERDO No.092 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### Debilidades

Se evidencia una **falta de estandarización en los procesos de solicitud, validación y publicación de contenidos**, lo que genera reprocesos, dispersión de mensajes y sobrecarga operativa para la Oficina de Comunicaciones.

La Institución presenta **limitaciones en infraestructura tecnológica y equipamiento audiovisual**, lo que restringe la capacidad de producción, cobertura y calidad de los contenidos.

No se cuenta aún con una **intranet institucional funcional**, ni con sistemas integrados de gestión de contenidos y bases de datos, lo que dificulta la comunicación interna y la trazabilidad de la información. Existen **debilidades en la medición sistemática del impacto comunicacional**, con indicadores y herramientas de analítica aún en proceso de consolidación.

La transición institucional del Instituto Popular de Cultura ya liquidado a la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC, ha generado **confusión en la identidad universitaria** para algunos públicos externos, lo que exige mayores esfuerzos de posicionamiento y pedagogía comunicacional.

### Oportunidades

El crecimiento del consumo de **contenidos culturales, educativos y audiovisuales en entornos digitales** ofrece una oportunidad estratégica para posicionar a la IUIPC como referente cultural y académico.

Existen amplias posibilidades de **alianzas estratégicas** con entidades culturales, universidades, ministerios, cooperantes internacionales, embajadas, festivales y organizaciones del sector creativo.

La ciudad de Cali y la región muestran un **interés creciente en iniciativas culturales comunitarias**, memoria, patrimonio y procesos artísticos con enfoque territorial, alineados con la misión institucional.

Las políticas públicas de **Gobierno Digital, transparencia y acceso a la información** fortalecen el rol estratégico de la comunicación institucional y respaldan procesos de modernización tecnológica.

La creación de nuevos programas académicos de pregrado y el fortalecimiento del carácter universitario generan **hitos institucionales de alto valor comunicacional**.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### **Amenazas**

La IUIPC compite por visibilidad con instituciones que cuentan con **mayores recursos financieros, tecnológicos y equipos especializados** en comunicación y mercadeo.

La  **saturación de información en medios digitales** y la volatilidad de los algoritmos de redes sociales dificultan el alcance orgánico y la permanencia de los contenidos.

Los **cambios normativos y exigencias de transparencia**, si no se acompañan de capacidades técnicas suficientes, pueden generar riesgos reputacionales.

El uso inadecuado de la vocería institucional o la difusión de mensajes no validados representa un **riesgo para la imagen y la reputación institucional**.

La dependencia de plataformas externas para la difusión de contenidos implica riesgos asociados a **seguridad de la información y protección de datos personales**.

### **9. Estrategias e iniciativas**

En cumplimiento de los principios de planeación, seguimiento y evaluación establecidos en el presente Plan Estratégico de Comunicaciones, la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC adopta el siguiente Plan Operativo Anual de Comunicaciones para la vigencia 2026, mediante el cual se establece de manera explícita el “cómo” de la ejecución de las estrategias definidas.

El presente componente tiene como finalidad garantizar la trazabilidad, medición, coherencia operativa y articulación institucional, definiendo acciones concretas, cronogramas, responsables e indicadores asociados.

Ejecución operativa de proyectos estratégicos 2026.

#### **9.1. Boletines de prensa, convocatorias y gestión de medios**

La Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC, garantizará la producción y circulación sistemática de contenidos informativos dirigidos a medios de comunicación, mediante las siguientes acciones:

- Elaboración de mínimo un (1) boletín de prensa mensual.
- Identificación permanente de hechos institucionales noticiables.



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Consolidación y actualización semestral de base de datos de medios.
- Envío de comunicados y seguimiento a periodistas y medios.
- Monitoreo y registro de impactos en medios (clipping).

Eventos susceptibles de gestión mediática:

- Lanzamiento de programas académicos.
- Eventos institucionales de alto impacto.
- Participación en eventos de ciudad, región o país.
- Resultados académicos, investigativos o sociales.

Periodicidad: Mensual y según contingencia institucional.

Indicadores asociados:

- Número de boletines emitidos.
- Número de impactos en medios.
- Porcentaje de eventos con cobertura mediática.

## 9.2. Ruedas de prensa y eventos públicos

La IUIPC desarrollará estrategias de relacionamiento con medios y actores externos a través de eventos institucionales estratégicos.

Acciones:

- Definición de agenda anual de eventos de alto impacto.
- Planeación de protocolo institucional y vocerías.
- Elaboración de kits de prensa (comunicado, dossier, piezas).
- Convocatoria anticipada a medios.
- Cubrimiento comunicacional integral.

Periodicidad: Mínimo un (1) evento estratégico por trimestre.

Indicadores:

- Número de ruedas de prensa realizadas.
- Número de asistentes.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Alcance en medios y plataformas digitales.

### 9.3. Implementación de señalización institucional

La IUIPC implementará un sistema de señalética institucional unificada que fortalezca la orientación, identidad y apropiación del espacio institucional.

Fases de ejecución:

- Diagnóstico de sedes.
- Diseño del sistema de señalización.
- Validación institucional.
- Producción e instalación.
- Socialización interna.

Acciones complementarias:

- Estrategia pedagógica de apropiación institucional.

Indicadores:

- Porcentaje de sedes intervenidas.
- Nivel de apropiación por parte de la comunidad.

### 9.4. Expansión de redes sociales mediante series web culturales

La IUIPC fortalecerá su presencia digital mediante la producción sistemática de contenidos audiovisuales.

Acciones:

- Diseño de líneas narrativas institucionales.
- Producción de series audiovisuales mensuales.
- Implementación de parrilla de contenidos semanal.
- Vinculación de estudiantes, docentes y egresados como protagonistas.

Indicadores:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

**VIGILADA**  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Crecimiento de audiencias digitales.
- Alcance de contenidos.
- Número de piezas producidas.

#### 9.5. Desarrollo del podcast institucional

La IUIPC implementará un canal de comunicación sonora orientado a la difusión cultural y académica.

Acciones:

- Diseño conceptual y técnico del podcast.
- Producción de episodio piloto.
- Publicación periódica de contenidos.
- Difusión en plataformas digitales.

Periodicidad: Mínimo dos (2) episodios mensuales.

Indicadores:

- Número de episodios publicados.
- Número de reproducciones.

#### 9.6. Actualización de la página web institucional

La IUIPC garantizará la modernización, accesibilidad y actualización permanente de su portal institucional.

Acciones:

- Auditoría de contenidos.
- Rediseño estructural y visual.
- Migración y actualización de información.
- Mantenimiento continuo.

Indicadores:

- Número de actualizaciones realizadas.
- Tráfico web.

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Nivel de interacción de usuarios.

**9.7. Gestión de aliados culturales e interinstitucionales**

La IUIPC fortalecerá su relacionamiento institucional mediante la gestión estratégica de aliados.

**Fases:**

- Identificación y mapeo de actores.
- Activación de relacionamiento institucional.
- Desarrollo de acciones conjuntas.
- Visibilización de alianzas.

**Acciones:**

- Reuniones estratégicas.
- Construcción de agendas colaborativas.
- Producción de contenidos conjuntos.
- Participación en eventos articulados.

**Indicadores:**

- Número de aliados activos.
- Número de acciones conjuntas ejecutadas.
- Número de convenios suscritos.

**Segmentación por públicos y acciones comunicacionales**

La estrategia comunicacional se implementará de manera diferenciada según los públicos objetivo, estableciendo objetivos y acciones específicas:

Público	Objetivo	Acciones
Comunidad estudiantil	Informar y vincular	Boletines, redes, activaciones
Docentes	Articulación académica	Comunicados, contenidos especializados
Administrativos	Cultura organizacional	Comunicación interna
Comunidad externa	Posicionamiento	Medios, eventos, redes
Aliados estratégicos	Relacionamiento	Reuniones, campañas conjuntas

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



ACUERDO No.092 DE 2026.-  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

#### Articulación con el presupuesto

Las acciones definidas en el presente Plan Operativo se ejecutarán en coherencia con la proyección presupuestal establecida en el presente Acuerdo, garantizando la correspondencia entre:

- Líneas estratégicas
- Acciones operativas
- Recursos asignados
- Indicadores de seguimiento

En caso de existir acciones sujetas a disponibilidad presupuestal, estas serán ejecutadas conforme a la asignación de recursos y priorización institucional.

Seguimiento, evaluación y control: La ejecución del presente componente será objeto de seguimiento mediante:

- Cronograma operativo mensual
- Matriz de indicadores
- Informes trimestrales y semestrales
- Reporte anual de cumplimiento

Lo anterior permitirá verificar el cumplimiento de las acciones, medir el impacto de las estrategias y garantizar la mejora continua de la gestión comunicacional.

### 10. Lineamientos Generales

1. La comunicación será incluyente, culturalmente pertinente y con enfoque territorial.
2. Toda comunicación deberá seguir el Manual de Identidad Visual.
3. Las dependencias deberán coordinar con la Oficina de Comunicaciones cualquier divulgación institucional.
4. Se priorizará el uso de plataformas tecnológicas institucionales.
5. Se garantizará el respeto por la protección de datos personales.

#### 10.1 Objetivo del procedimiento

Establecer el procedimiento institucional para la **solicitud, planeación, ejecución y cierre del cubrimiento comunicacional de eventos**, garantizando orden, articulación interáreas, calidad de

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

los contenidos y uso eficiente de los recursos del área de Comunicaciones.

### **10.2 Alcance**

Aplica a todos los eventos académicos, culturales, artísticos, institucionales y administrativos que requieran cubrimiento comunicacional y que involucren la imagen y representación institucional de la IUIPC.

### **10.3 Definición de cubrimiento institucional**

Se entiende por cubrimiento institucional el acompañamiento comunicacional **previo, durante y posterior** a un evento, con el fin de visibilizar el quehacer institucional, informar a la comunidad universitaria y fortalecer la identidad y la memoria institucional.

### **10.4 Tipos de cubrimiento**

- Fotográfico
- Audiovisual
- Editorial
- Digital (redes sociales)
- Integral

### **10.5 Insumos requeridos para solicitar un cubrimiento**

Toda solicitud deberá realizarse mediante el **formato institucional de brief de cubrimiento**, con mínimo cinco (5) días hábiles de anticipación, e incluir:

- Información general del evento (nombre, fecha, hora, lugar, área responsable).
- Objetivo del evento y público objetivo.
- Tipo de cubrimiento solicitado.
- Programación detallada y momentos clave.
- Vocerías y protagonistas.
- Material de apoyo disponible.

Sin estos insumos completos, el cubrimiento no será programado.

### **10.6 Etapas del procedimiento**

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

## ACUERDO No.092 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Etapa 1. Solicitud:** el área organizadora diligencia y envía el brief institucional.
- Etapa 2. Evaluación y programación:** la Oficina de Comunicaciones evalúa la solicitud, define prioridad, asigna personal y agenda el cubrimiento.
- Etapa 3. Planeación:** se definen productos, formatos y coordinación interáreas.
- Etapa 4. Ejecución:** se realiza el registro comunicacional del evento.
- Etapa 5. Producción y publicación:** edición, validación institucional y publicación.
- Etapa 6. Cierre y registro:** archivo del material, registro del cubrimiento y reporte para indicadores.

### 10.7 Personal involucrado

- Líder de Comunicaciones: priorización, validación y aprobación estratégica.
- Comunicadores sociales: coordinación, redacción y publicación.
- Diseñadores gráficos: apoyo visual previo y posterior.
- Productores audiovisuales: registro y edición de material audiovisual.
- Área solicitante: planeación del evento, entrega de insumos y acompañamiento.

### 10.8 Articulación institucional

El cubrimiento de eventos se fundamenta en la corresponsabilidad institucional entre las áreas organizadoras, la Oficina de Comunicaciones y, cuando aplique, Rectoría y directivos. La programación previa es condición indispensable para garantizar el cubrimiento.

### 10.9 Indicadores asociados

- Número de cubrimientos realizados.
- Porcentaje de cubrimientos programados vs ejecutados.
- Cumplimiento de tiempos de entrega.

## 11. Líneas Estratégicas 2026–2028

La comunicación en la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC se concibe como un **proceso estratégico, transversal y permanente**, orientado a construir identidad, fortalecer la cultura institucional, garantizar la circulación clara y oportuna de la información y posicionar a la Institución como un proyecto académico, cultural y social comprometido con las culturas y las artes populares.

La comunicación institucional **no se limita a la difusión de información**, sino que comprende la planeación, producción, validación y evaluación de mensajes, narrativas, lenguajes, formatos y

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

medios, alineados con la misión, visión, principios institucionales y el enfoque cultural de la IUIPC. En este marco, los presentes lineamientos establecen **qué comunica la institución, cómo lo comunica, a través de qué medios y bajo qué procedimientos**, garantizando coherencia institucional, identidad visual y narrativa, pertinencia cultural y responsabilidad pública.

### 11.1. Manual de Marca, Identidad y Narrativa Institucional

La IUIPC adopta el **Manual de Identidad Visual y Comunicativa** como el **instrumento rector de la comunicación institucional**, el cual define la línea estratégica de lo que la Institución quiere comunicar y la forma en que se representa ante sus públicos internos y externos.

El Manual de Identidad justifica y orienta la comunicación institucional a partir de los siguientes principios:

- La marca IUIPC representa un **proyecto educativo, cultural y social**, no únicamente una imagen gráfica.
- La identidad visual y narrativa expresa el carácter **plural, inclusivo, artístico y territorial** de la Institución.
- La coherencia gráfica, tipográfica, cromática y discursiva fortalece la **confianza, el reconocimiento y la reputación institucional**.

En consecuencia, el Manual establece de manera obligatoria:

- El uso correcto del imago tipo institucional, sus aplicaciones y restricciones.
- La paleta cromática institucional y su significado simbólico.
- La tipografía oficial y su jerarquía.
- El lenguaje comunicativo institucional: cercano, incluyente, respetuoso, creativo y culturalmente pertinente.
- Los criterios para el uso de imágenes, fotografías y recursos audiovisuales representativos de la comunidad y los territorios.
- Las narrativas asociadas a la creación artística, la cultura popular, el territorio y la transformación social.

El Manual será de **obligatorio cumplimiento** para todas las dependencias, programas, proyectos, contratistas y aliados que desarrollen comunicaciones en nombre de la IUIPC.

### 11.2. Procedimientos institucionales de publicación

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

## ACUERDO No.092 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

La IUIPC implementará **procedimientos formales y estandarizados de publicación**, con el fin de garantizar orden, coherencia, trazabilidad y calidad en todas las comunicaciones institucionales. Estos procedimientos tendrán como base los lineamientos del Manual de Identidad y comprenderán, como mínimo:

- Solicitud formal de piezas, contenidos o campañas mediante formatos institucionales.
- Identificación clara del área responsable de la información.
- Revisión técnica, narrativa y gráfica por parte de la Oficina de Comunicaciones.
- Validación y aprobación según el nivel de impacto institucional del mensaje.
- Definición del medio, formato y momento de publicación.

Ningún contenido de carácter institucional, académico, administrativo o estratégico podrá ser divulgado sin cumplir los procedimientos establecidos y sin la validación correspondiente.

### 11.3. Líneas base de actividades comunicacionales

La planeación y ejecución de la comunicación institucional se estructurará a partir de **líneas base de actividades**, que orientan de manera permanente la producción de contenidos y campañas.

#### Comunicación interna

- Información académica y administrativa.
- Decisiones de gobierno institucional.
- Vida universitaria, bienestar y participación.
- Reconocimiento de estudiantes, docentes, artistas y administrativos.
- Cultura organizacional e identidad institucional.

#### Comunicación externa

- Oferta académica y procesos formativos.
- Creación artística, cultural y patrimonial.
- Investigación, extensión y proyección social.
- Relación con territorios, comunidades y organizaciones culturales.
- Posicionamiento institucional y reputación pública.

Estas líneas se reflejarán en planes, parrillas de contenido, campañas y cronogramas de publicación.

### 11.4. Formatos e iniciativas comunicacionales

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

La IUIPC definirá y estandarizará **formatos institucionales de comunicación**, garantizando coherencia visual, narrativa y procedimental, entre ellos:

- Comunicados oficiales.
- Boletines internos y externos.
- Piezas gráficas y audiovisuales.
- Contenidos editoriales y digitales.
- Campañas institucionales temáticas.

Adicionalmente, se promoverán **iniciativas comunicacionales estratégicas** que fortalezcan la identidad cultural de la Institución, tales como:

- Series audiovisuales y editoriales sobre culturas y artes populares.
- Narrativas territoriales y comunitarias.
- Proyectos de memoria institucional.
- Espacios de diálogo y participación con la comunidad universitaria.

#### **11.5. Medios de comunicación institucionales**

La IUIPC contará con medios de comunicación institucionales internos y externos, físicos y digitales, entre los cuales se incluyen:

- Sitio web institucional.
- Redes sociales oficiales.
- Boletines y comunicados.
- Producciones audiovisuales y editoriales.
- Espacios presenciales y virtuales de comunicación institucional.

La administración, actualización y evaluación de estos medios será responsabilidad de la Oficina de Comunicaciones, garantizando su alineación con el Manual de Identidad y la Política de Comunicaciones.

Los presentes lineamientos garantizan que la comunicación de la IUIPC sea **coherente, estratégica, culturalmente pertinente y alineada con su identidad institucional**, asegurando que cada mensaje fortalezca la misión educativa, cultural y social de la Institución.



IUIPC

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

## ACUERDO No.092 DE 2026.- (Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### 12. Proyectos Estratégicos por Año

2026

- Actualización del Manual de Identidad Visual.
- Puesta en marcha del Boletín Interno.
- Rediseño de plantillas institucionales.

2027

- Lanzamiento de la Intranet institucional (PETIC).
- Implementación de formulario digital de solicitudes de comunicaciones.
- Inicio del proyecto Archivo Audiovisual IUIPC.

2028

- Expansión de redes sociales mediante series web culturales.
- Desarrollo de nuevos canales digitales (podcast institucional).
- Implementación de señalización institucional unificada.
- Actualización de la página web.
- Alianzas con entidades culturales nacionales e internacionales.
- Festival institucional anual de contenidos digitales IUIPC.
- Ampliación del archivo audiovisual.
- Evaluación de impacto del Plan de Comunicaciones.
- Consolidación de la Unidad Audiovisual Cultural.

### 13. Indicadores

#### Indicadores, KPI y sistema de medición

Los indicadores del Plan Estratégico de Comunicaciones 2026–2028 permiten verificar, de manera objetiva y periódica, si las estrategias y acciones definidas generan resultados reales y aportan valor a la gestión institucional. Los indicadores se organizan por **líneas estratégicas**, articulando **acciones concretas, métricas, periodicidad y evidencias**.

El sistema de medición responde a cuatro preguntas clave:

- ¿Qué acción se ejecuta?
- ¿Cómo se mide?
- ¿Cada cuánto se mide?
- ¿Qué evidencia demuestra que funcionó?

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

**13.1 Línea estratégica: Identidad y coherencia institucional**

**Acción:** Validación y control de piezas institucionales.

- **KPI 1. Porcentaje de piezas validadas por Comunicaciones**  
Cómo se mide: (Número de piezas institucionales validadas / Total de piezas publicadas) x 100  
Meta: 95 % anual  
Frecuencia: Mensual y anual  
Evidencia: Registro de validaciones, repositorio de piezas.
- **KPI 2. Cumplimiento del Manual de Marca**  
Cómo se mide: Auditoría semestral de piezas gráficas, audiovisuales y digitales.  
Meta: 90 % de cumplimiento  
Frecuencia: Semestral  
Evidencia: Informe de auditoría visual.

**13.2 Línea estratégica: Gestión operativa del área de Comunicaciones**

**Acción:** Gestión de briefs y producción de piezas comunicacionales.

- **KPI 3. Número de briefs recibidos**  
Cómo se mide: Conteo de solicitudes formales recibidas por semana y mes.  
Meta: Línea base + control de demanda (dato operativo).  
Frecuencia: Semanal / mensual  
Evidencia: Formatos de brief diligenciados.
- **KPI 4. Piezas producidas por mes**  
Cómo se mide: Número total de piezas gráficas, audiovisuales y digitales producidas.  
Meta: Definida según capacidad instalada del equipo.  
Frecuencia: Mensual  
Evidencia: Repositorio institucional de piezas.
- **KPI 5. Tiempo promedio de producción**  
Cómo se mide: Días hábiles entre recepción del brief y entrega de la pieza.  
Meta: X días según tipo de pieza.  
Frecuencia: Mensual

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

Evidencia: Registro de fechas en briefs.

### 13.3 Línea estratégica: Coberturas institucionales

**Definición:** Un cubrimiento es el acompañamiento comunicacional (previo, durante y posterior) a eventos académicos, culturales, artísticos o institucionales.

#### Procesos previos al cubrimiento:

- Programación del evento por el área solicitante.
- Solicitud formal de cubrimiento.
- Definición de formato (foto, video, nota, redes).
- Articulación con Comunicaciones.
- **KPI 6. Número de cubrimientos realizados**  
Cómo se mide: Total de eventos cubiertos vs eventos programados.  
Meta: 90 % de cubrimientos solicitados y programados.  
Frecuencia: Mensual  
Evidencia: Agenda institucional y registros audiovisuales.
- **KPI 7. Cumplimiento de programación de cubrimientos**  
Cómo se mide:  $(\text{Cubrimientos realizados según programación} / \text{Cubrimientos programados}) \times 100$   
Meta: 95 %  
Frecuencia: Mensual  
Evidencia: Cronograma y actas de seguimiento.

### 13.4 Línea estratégica: Comunicación interna

**Acción:** Producción y difusión de contenidos internos.

- **KPI 8. Número de boletines internos publicados**  
Cómo se mide: Conteo mensual de boletines.  
Meta: 1 boletín mensual.  
Frecuencia: Mensual  
Evidencia: Archivo de boletines.
- **KPI 9. Nivel de satisfacción de la comunicación interna**

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

Cómo se mide: Encuesta institucional.  
Meta:  $\geq 80$  % de satisfacción.  
Frecuencia: Anual  
Evidencia: Resultados de encuestas.

### 13.5 Línea estratégica: Visibilidad y posicionamiento

**Acción:** Gestión de redes sociales y medios digitales.

- **KPI 10. Crecimiento de audiencias digitales**  
Cómo se mide: Variación porcentual de seguidores por canal.  
Meta: 10 % anual acumulado.  
Frecuencia: Trimestral / anual  
Evidencia: Métricas de plataformas.
- **KPI 11. Alcance promedio de contenidos**  
Cómo se mide: Promedio de alcance por publicación.  
Meta: Incremento progresivo anual.  
Frecuencia: Mensual  
Evidencia: Reportes de analítica.

### 13.6 Línea estratégica: Articulación interáreas

**Acción:** Coordinación entre Comunicaciones y otras dependencias.

- **KPI 12. Dependencias articuladas**  
Cómo se mide: Número de áreas con enlace de comunicaciones activo.  
Meta: 100 % de las dependencias.  
Frecuencia: Anual  
Evidencia: Listado de enlaces y actas de reuniones.
- **KPI 13. Cumplimiento de cronogramas interáreas**  
Cómo se mide: (Acciones ejecutadas / Acciones programadas) x 100.  
Meta: 90 %.  
Frecuencia: Trimestral  
Evidencia: Cronogramas y reportes.

### 13.7 Línea estratégica: Gestión del riesgo comunicacional

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- **KPI 14. Tiempo de respuesta ante crisis**  
Cómo se mide: Horas entre la identificación del riesgo y el pronunciamiento oficial.  
Meta: 24 horas.  
Frecuencia: Por evento  
Evidencia: Registro de incidentes.

### 13.8 Herramientas de seguimiento

Todos los KPI se consolidarán en:

- Matriz de Indicadores de Comunicaciones.
- Dashboard de Comunicaciones para Rectoría.
- Informes semestrales y anuales.

Este sistema permite demostrar de forma verificable **qué se hizo, cuánto se hizo, cómo se hizo y qué impacto tuvo la estrategia comunicacional.**

### 13.9 Gestión del riesgo comunicacional, protocolo de crisis

#### PASO 1. Detección y reporte

**¿Quién reporta?** Cualquier dependencia o miembro autorizado que detecte el evento.

**Canal de reporte:** línea/WhatsApp institucional interno + correo a Comunicaciones.

**Formato mínimo de reporte (5 datos)**

1. Qué pasó (hecho)
  2. Dónde (canal/lugar)
  3. Cuando (hora/fecha)
  4. A quién afecta (públicos)
  5. Evidencia disponible (link/captura/documento)
- Producto:** Registro de incidente (ID, fecha/hora, responsable que reporta).

#### PASO 2. Evaluación rápida y clasificación

La Oficina de Comunicaciones reúne información inicial con el área dueña del hecho y clasifica:

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- **nivel de crisis (1/2/3),**
  - tipo (reputacional, informativo, legal, digital, operativo),
  - riesgo legal/datos personales (si aplica, se activa Jurídica/Secretaría).
- Producto:** Ficha de crisis (1 página) con: nivel, hechos confirmados/no confirmados, riesgos, recomendación de acción.

**PASO 3. Activación del Comité de Crisis (según nivel) :**

**Nivel1:** Comunicaciones + área responsable (con copia a Rectoría).  
**Nivel 2:** Comunicaciones + Rectoría + área responsable + Jurídica/Secretaría (si aplica).  
**Nivel 3:** Comité ampliado + vocería definida + TI/Seguridad/Bienestar según el caso.  
**Producto:** Acta breve de activación (hora, asistentes, decisiones, tareas).

**PASO 4. Contención operativa e informativa**

**Contención operativa (área responsable)**

- Resolver causa raíz (si aplica), asegurar continuidad del servicio, recopilar evidencias.
- Contención informativa (Comunicaciones)**
- Unificar mensaje: “**qué sabemos / qué no / qué estamos haciendo / cuándo actualizamos**”.
  - Suspendir publicaciones no prioritarias.
  - Definir postura: responder / no responder / escalar a comunicado.
- Producto clave:** Holding statement (mensaje breve inicial) para evitar vacío informativo.

**PASO 5. Mensaje oficial y vocería**

**1 Preparación de mensajes**

- Comunicado (web + redes + correo interno) según corresponda.
- Guion para vocería (Rectoría o delegado).
- Documento de preguntas y respuestas (**Q&A**) para call center, recepción, directivos y enlaces.

**2 Reglas de oro**

- Mensaje único institucional (evitar “versiones” por áreas).
- No divulgar datos personales ni información sujeta a reserva.
- Evitar suposiciones: solo hechos confirmados.



**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### 3 Canales

- Interno: correo institucional, boletín, intranet/grupos oficiales.
  - Externo: web, redes institucionales, comunicado a medios (si aplica).
- PROYECTO DE ACUERDO POLITICA DE...  
**Producto:** Paquete de crisis (Comunicado + Q&A + guion de vocería + piezas).

### PASO 6. Monitoreo y actualizaciones (duración de la crisis)

#### Acciones

- Monitoreo intensivo (cada 30–60 min en niveles 2–3).
  - Registro de conversación pública (picos, preguntas recurrentes, desinformación).
  - Ajustes a Q&A y mensajes.
- Producto:** Informe de seguimiento (breve) cada 6–12 horas en crisis 3.

### PASO 7. Cierre formal y evaluación

#### Criterios de cierre

- Riesgo controlado (baja la conversación pública).
- Hecho resuelto o en ruta clara.
- Mensaje final emitido (si corresponde).

#### Acciones de cierre

- Informe post-crisis: causas, decisiones, resultados, aprendizajes.
  - Ajuste de protocolos/procedimientos.
  - Acciones de recuperación reputacional (campaña correctiva si aplica).
- Producto:** Informe post-crisis y plan de mejora.

#### Insumos (lo que siempre debe existir listo)

- Listado de voceros y suplentes.
- Directorio de crisis (teléfonos/correos).
- Plantillas: holding statement, comunicado, Q&A, acta, reporte de incidente.
- Repositorio de evidencias (carpeta institucional).

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Registro de incidentes (bitácora).

#### **14. Estrategia de Relacionamento Interinstitucional y de Internacionalización**

##### **14.1 Propósito estratégico**

Integrar la comunicación institucional con la estrategia de internacionalización y relacionamiento interinstitucional, con el fin de fortalecer el posicionamiento académico, cultural y reputacional de la IUIPC en escenarios locales, nacionales e internacionales.

##### **14.2 Articulación Comunicaciones – Internacionalización**

Se establece una articulación permanente entre la Oficina de Comunicaciones y la Oficina de Internacionalización, mediante:

- Mesa técnica trimestral Comunicaciones–Internacionalización.
- Agenda anual de hitos interinstitucionales (convenios, redes, movilidad, eventos).
- Planeación conjunta de campañas de visibilidad interinstitucional.

##### **14.3 Acciones estratégicas**

- Diseño de campañas de posicionamiento por alianzas y convenios.
- Producción de contenidos institucionales sobre cooperación, movilidad y redes.
- Elaboración de dossier institucional para aliados nacionales e internacionales.
- Publicación coordinada con entidades aliadas.

##### **14.4 Plan de Mercadeo Institucional 2026–2028**

**Enfoque:** El Plan de Mercadeo Institucional de la IUIPC trasciende la promoción de programas académicos y se orienta al posicionamiento integral de la Institución como universidad pública cultural, fortalecida académicamente y articulada con el territorio, el Estado y la comunidad internacional.

##### **Líneas estratégicas de mercadeo**

- Mercadeo académico (pregrados, posgrados y educación continua).
- Mercadeo institucional y reputacional.
- Mercadeo territorial y cultural.
- Mercadeo interinstitucional e internacional.

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

### **Acciones de mercadeo**

- Pauta digital segmentada.
- Pauta en medios regionales y culturales.
- Producción audiovisual institucional.
- Activaciones territoriales y eventos estratégicos.

### **Justificación**

La gestión de la comunicación, el mercadeo y el relacionamiento institucional requiere infraestructura tecnológica adecuada que garantice calidad, oportunidad y sostenibilidad de los procesos comunicacionales.

### **Acciones estratégicas**

- Adquisición de equipos audiovisuales profesionales.
- Renovación de equipos de cómputo de alto rendimiento.
- Licenciamiento de software de diseño, edición y analítica.
- Implementación de sistemas de almacenamiento institucional.

### **Impacto esperado**

- Mejora de la calidad de los contenidos.
- Optimización de tiempos de producción.
- Reducción de costos por contratación externa.
- Fortalecimiento de la memoria institucional.

### **Metodología presupuestal**

El presupuesto se estructura a partir de:

- Líneas estratégicas.
- Iniciativas.
- Acciones concretas.
- Costos unitarios y acumulados.

### **Líneas presupuestales**

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

- Comunicación institucional.
- Mercadeo académico e institucional.
- Relacionamiento interinstitucional.
- Fortalecimiento tecnológico.
- Gestión del riesgo comunicacional.

### **Estructura de costeo**

Cada acción contará con:

- Descripción detallada.
- Responsable.
- Costo anual.
- Costo cuatrienal.

Este enfoque permite definir rubros realistas, verificables y alineados con la planeación institucional.

### **Articulación del Plan con la Gestión del Riesgo Comunicacional**

Las acciones de comunicación, mercadeo y relacionamiento interinstitucional se desarrollan en coherencia con el Protocolo de Crisis Comunicacional, garantizando prevención, control de mensajes, vocerías claras y respuesta oportuna ante riesgos reputacionales.

### **Seguimiento, Evaluación y Control Directivo**

La implementación del presente Plan será monitoreada mediante:

- Matriz de Indicadores de Comunicaciones.
- Dashboard de Comunicaciones para Rectoría.
- Informes semestrales y anuales.

Estos instrumentos permitirán verificar el cumplimiento de acciones, el impacto de las estrategias y la correcta ejecución presupuestal.

## **15. Vigencia**

El presente Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

Artes Populares – IPC tendrá vigencia desde el año 2026 hasta el año 2028, período durante el cual orientará de manera integral las acciones, estrategias y lineamientos en materia de comunicación institucional, interna y externa.

No obstante, el Plan podrá ser objeto de ajustes, actualizaciones o modificaciones cuando así lo requieran las dinámicas institucionales, los procesos de transformación universitaria, los resultados de los ejercicios de seguimiento y evaluación, o la expedición de nuevas disposiciones normativas, políticas públicas o directrices de los organismos de control y regulación.

Cualquier ajuste deberá realizarse garantizando la coherencia con el Plan de Desarrollo Institucional, las políticas de comunicación vigentes, los principios de la comunicación pública, y previa socialización y aprobación por las instancias competentes, de conformidad con la normatividad interna de la Institución.

**Proyección del presupuesto.**

La ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones se respaldará en los recursos de inversión asociados a la ficha de cultura, la cual contempla un rubro específico destinado a la promoción y divulgación institucional. Esta fuente de financiación permitirá fortalecer el posicionamiento de la IUIPC, ampliar su visibilidad en el entorno cultural y académico, y garantizar la implementación efectiva de las estrategias comunicacionales definidas, en coherencia con las prioridades institucionales y la disponibilidad presupuestal de cada vigencia.

Concepto	2026	2027	2028
Boletín de prensa, convocatorias, medios	20 M	25 M	30 M
Señalética institucional y carteleras digitales	35 M	40 M	45 M
Ruedas de prensa y eventos públicos	28 M	33 M	37 M
Gestión de medios (pauta estratégica)	35 M	38 M	40 M
Relacionamiento con aliados culturales	10 M	12 M	15 M
Equipos tecnológicos	20M	25M	30M
Actualización de la página web	50 M	10 M	12 M
Nómina anual de los 8 integrantes del equipo de comunicaciones	557 M	561 M	565 M
<b>Subtotal</b>	<b>755 M</b>	<b>744 M</b>	<b>774 M</b>

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

**Cronograma trimestral (abril – junio) por fases, acciones y presupuesto**

El presente cronograma detalla las fases, acciones y asignación presupuestal correspondientes al segundo trimestre del año (abril, mayo y junio), con el propósito de garantizar la adecuada planeación, ejecución y seguimiento de las actividades programadas.

El presupuesto total proyectado para la vigencia 2026 asciende a **\$755.000.000 (setecientos cincuenta y cinco millones de pesos)**.

Los valores aquí presentados tienen carácter referencial y se encuentran sustentados en cotizaciones vigentes al 15 de abril de 2026. Estos podrán ser objeto de ajuste conforme a variaciones en factores externos, condiciones del mercado y necesidades institucionales durante la ejecución.

**Boletín de prensa, convocatorias y medios: valor total anual de \$107.858.000. El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cantidad	Tarifa total	Uso del presupuesto
Planeación	08/04 – 12/04	Agenda mediática, priorización de contenidos	Comunicador 1	Agenda	1	4.000.000	Recopilación de la información
Producción	13/04 – 20/04	Redacción, diseño piezas, convocatorias	Comunicador + Diseñador	Boletines	9 piezas gráficas	8.000.000	Diseño y producción
Difusión	23/04 – 30/06	Envío a medios, publicación	Comunicadores	Boletines publicados	3	13.553.000	Distribución y herramientas
Seguimiento	25/04 – 30/06	Clipping, monitoreo de medios	Comunicador 2	Informe	1	10.400.000	Análítica

**Señalética institucional y carteleras digitales: valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa por ítem	Uso del presupuesto
Diagnóstico	10/04 – 18/04	Levantamiento de necesidades	Comunicaciones	Informe	N/A	10.000.000	Planeación
Diseño	19/04 –	Prototipos, línea	Diseñadores	Diseños	2	10.500.000	Diseño

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

**VIGILADA**  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

	05/05	gráfica					gráfico
Producción	09/05 – 30/05	Impresión y fabricación	Diseñadores	Señalética	10	3.800.000	Producción física
Instalación	01/06 – 10/06	Instalación en sedes	Infraestructura	Señalética instalada	10	5.800.000	Logística
Socialización	11/06 – 20/06	Divulgación interna	Comunicaciones	Campaña	N/A	5.853.000	Comunicación

**Ruedas de prensa y eventos públicos: valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa total	Uso del presupuesto
Planeación	12/04 – 14/04	Agenda, logística, voceros	Comunicadores	Plan evento	N/A	8.000.000	Organización
Producción	14/04 – 15/04	Kit de prensa, piezas	Comunicador + Diseñador	Kit	40	10.000.000	Producción
Ejecución	15/04 – 15/06	Desarrollo eventos	Comunicadores	Eventos	2	7.953.000	Logística y operación
Cubrimiento	15/04 – 15/06	Registro audiovisual	Cineastas	Material audiovisual	30	5.000.000	Producción audiovisual
Cierre	16/04 – 20/06	Informe y evaluación	Comunicaciones	Informe	1	5.000.000	Evaluación

**Gestión de medios (pauta estratégica): valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa por ítem	Uso del presupuesto
Planeación	18/04 – 22/04	Definición de públicos y medios	Comunicador	Plan de medios	1	5.500.000	Estrategia
Producción	23/04 – 05/05	Diseño de piezas	Diseñadores	Piezas	9	5.000.000	Creatividad
Activación	06/05 – 30/05	Pauta digital y medios	Comunicaciones	Campañas	3	10.253.000	Visibilidad en medios
Monitoreo	10/05 – 18/06	Seguimiento métricas	Comunicador	Reportes	N/A	10.200.000	Análítica
Evaluación	19/06 – 25/06	Informe final	Comunicaciones	Informe	1	5.000.000	Evaluación

- **IUIPC – NIT.** 901817826-2
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

**ACUERDO No.092 DE 2026.-.**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

**Relacionamiento con aliados culturales: valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa total	Uso del presupuesto
Mapeo	22/04 – 30/04	Identificación de aliados	Comunicador	Base de datos	1	5.000.000	Investigación
Contacto	01/05 – 10/05	Invitaciones y acercamiento	Comunicador	Registro	30	6.000.000	Gestión
Reuniones	11/05 – 31/05	Mesas de trabajo	Comunicaciones	Actas	10	8.000.000	Logística
Ejecución	01/06 – 15/06	Actividades conjuntas	Comunicaciones	Acciones	9	11.953.000	Operación
Seguimiento	16/06 – 22/06	Evaluación alianzas	Comunicador	Informe	3	5.000.000	Evaluación

**Equipos tecnológicos: valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa por ítem	Uso del presupuesto
Diagnóstico	25/04 – 05/05	Inventario y necesidades	Cineasta + Comunicador	Informe	1	2.000.000	Evaluación
Cotización	06/05 – 15/05	Proveedores y propuestas	Comunicaciones	Cotizaciones	5	5.000.000	Gestión
Adquisición	16/05 – 10/06	Compra de equipos	Comunicaciones	Micrófonos y luz led.	3	22.953.000	Inversión
Implementación	11/06 – 25/06	Instalación y pruebas	Cineastas	Equipos operativos	3	1.000.000	Implementación
Evaluación	26/06 – 30/06	Informe técnico	Comunicaciones	Informe	1	5.000.000	Seguimiento

- **IUIPC – NIT. 901817826-2**
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco – Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)



**IUIPC**

Institución Universitaria de las  
Culturas y las Artes Populares

VIGILADA  
MINEDUCACIÓN

**ACUERDO No.092 DE 2026.-**  
(Abril 15 de 2026).

Por el cual se adopta el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Institución Universitaria de las Culturas y las Artes Populares – IPC.

**Actualización de la página web: valor total anual de \$107.858.000.**

**El presupuesto correspondiente al periodo de abril a junio de 2026 asciende a un total de \$35.953.000.**

Fase	Fechas	Acciones	Responsable	Producto	Cant	Tarifa por ítem	Uso del presupuesto
Auditoría	30/04 – 05/05	Revisión de contenidos	Comunicadores	Diagnóstico	N/A	5.000.000	Evaluación
Planeación	06/05 – 10/05	Estructura y prioridades	Empresa especializada en desarrollo web que tenga conocimientos en certificación de sedes electrónicas.	Maquetación, CEO, arquitectura, diseño de experiencia del usuario, certificación de la sede electrónica	5	10.000.000	Estrategia
Actualización	11/05 – 20/06	Carga de contenido y diseño	Comunicadores + Diseñadores	Web actualizada	N/A	20.000.000	Producción
Validación	21/06 – 25/06	Revisión final	Comunicaciones	Aprobación	N/A	10.000.000	Control
Publicación	26/06 – 30/06	Actualización	Comunicaciones	Portal activo	N/A	5.000.000	Implementación

Tabla de seguimiento para el Consejo Directivo.

Actividad	Meta trimestral	Avance (%)	Ejecución presupuestal (%)	Responsable	Producto	Observaciones
Boletín de prensa	3 boletines	0	0%	Comunicaciones	Boletines	Inició en abril
Señalética	1 piloto	0	0%	Comunicaciones + Infraestructura	Señalética	Pendiente
Eventos	2 eventos	0	0%	Comunicaciones + Rectoría	Eventos	Programados
Pauta medios	3 campaña	0	0%	Comunicaciones	Campaña	Inició en marzo
Aliados	3 alianzas	0	0%	Comunicaciones	Convenios	En mapeo
Equipos	3 equipos tecnológicos	0	0%	Comunicaciones + Sistemas	Equipos	Diagnóstico
Web	3 secciones	0	0%	Comunicaciones	Web actualizada	En proceso

35-001-002

- **IUIPC – NIT. 901817826-2**
- **Sede Principal:** Edificio Coltabaco - Calle 12 No. 1-12
- **Página Web:** [www.iuipc.edu.co](http://www.iuipc.edu.co)

