



**INSTITUTO DE RECREACIÓN Y DEPORTES
IDER**

**Plan Estratégico de Comunicaciones
2020**

Oficina de Comunicaciones y Prensa

ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



Contenidos

- I- Introducción
- II- Misión – Visión
- III- Generalidades de la estrategia
- IV- Objetivos
- V- Grupos de Interés
- VI- Enfoque de comunicación
- VII- Articulación Institucional
- VIII- Estructura organizativa Oficina de Comunicaciones y Prensa
- IX- Línea de tiempo
- X- Identidad visual
- XI- Estrategia digital
- XII- Canales y medios
- XIII- Plan de medios
 - a) Deportes
 - b) Recreación
- XIV- Protocolo de medios.
- XV- Comunicaciones Internas
- XVI- Mercadeo y Publicidad



I- Introducción

La elección de William Dau Chamat, como Alcalde Mayor de Cartagena de Indias, para el período 2020- 2023, marca una ruptura con los esquemas de gobierno que venían registrándose por décadas en la ciudad, en la medida que el mandatario toma distancia de la dinámica política convencional y ofrece un enfoque de gobierno que privilegia la independencia, transparencia y la eficiencia en el manejo de lo público, con una visión socialmente incluyente.

Siendo el Instituto de Recreación y Deportes –IDER- un ente descentralizado del orden Distrital, corresponde a su dirección, en cabeza de Viviana Londoño Moreno, acogerse a los lineamientos de la nueva administración, ajustando para ello todos sus procesos administrativos, financieros, operacionales y comunicacionales, conservando los propósitos misionales del Instituto.

En tal sentido, esta nueva fase en el manejo del organismo rector del deporte y la recreación en Cartagena, requiere del acompañamiento de procesos comunicacionales acordes al nuevo enfoque administrativo, que contribuyan al cumplimiento de las metas trazadas en las diferentes áreas de acción del Instituto, a la adecuada socialización de sus ejecutorias y a lograr una mayor interacción y articulación con la comunidad.

Para orientar ese acompañamiento, el grupo de profesionales que integra el equipo de comunicaciones y prensa del Instituto, construyó de manera conjunta el Plan Estratégico de Comunicaciones que se consigna en el presente documento, como una carta de navegación que orientará el conjunto de actividades a realizar en los próximos cuatro (4) años, sin representar una “camisa de fuerza” y susceptible de ajustar periódicamente conforme a las circunstancias de modo, tiempo y lugar.

Germán Danilo Hernández T
Asesor de Dirección IDER – Comunicaciones



II – Misión – Visión

Conforme a lo dispuesto en el decreto 535 de 31 de mayo de 1955, mediante el cual fue reorganizado el Instituto Distrital de Deporte y Recreación –IDER-, el Instituto, que tiene autonomía administrativa y patrimonio independiente, es responsable de fomentar, masificar, divulgar, planificar, coordinar, ejecutar y asesorar la práctica del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física en el Distrito de Cartagena de Indias.

En consonancia con tales postulados fueron definidos la visión y misión como principios rectores de su funcionamiento, que se ajustan y actualizan en cada período administrativo.

MISION

La recreación, el deporte, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre se asumirán como una poderosa herramienta de inclusión y desarrollo social con el fin de generar espacios de sana convivencia y paz en el Distrito de Cartagena de Indias, así como también mejorar el bienestar y la calidad de vida de toda la comunidad

VISION

En 2023 el Instituto de Deporte y Recreación -IDER- se consolidará como entidad líder en la promoción de desarrollo e inclusión social desde la perspectiva del deporte, la recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre, mediante la implementación de programas de amplia cobertura y calidad, enfocados en la formación y prácticas de diferentes disciplinas, como factores de articulación social y construcción de ciudadanía.



Entre los resultados de tal proceso, se proyecta la identificación, fortalecimiento y proyección de talentos deportivos como dignos representantes de Cartagena, articulados con las bases comunitarias, bajo el enfoque de deporte y recreación para la transformación social.

III Generalidades del Plan Estratégico de Comunicaciones

El presente documento se concibe como un marco de referencia para el desarrollo de los procesos comunicacionales que se ejecutarán de manera transversal a los programas, proyectos y actividades que realiza el Instituto de Recreación y Deportes –IDER- para dar cumplimiento a sus objetivos misionales.

Contempla un conjunto de procedimientos metodológicos y herramientas comunicacionales que, bajo la coordinación de la Oficina de Comunicaciones y prensa, serán transversales a las acciones diferentes áreas y dependencias del Instituto.

La ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER estará debidamente articulado con las políticas que en ese campo desarrolle la Alcaldía Mayor de Cartagena, para lo cual habrá estrecha coordinación entre los respectivos equipos de comunicaciones y prensa.

IV- Objetivos

Son objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones:

- Contribuir, desde la perspectiva comunicacional, a alcanzar los objetivos misionales del IDER.
- Orientar de manera planificada y efectiva la ejecución de procesos y acciones comunicacionales para lograr la mayor y adecuada proyección institucional del IDER.



- Propiciar una Interacción efectiva, dinámica y participativa con los grupos de interés.
- Propiciar el desarrollar de contenidos informativos para el buen posicionamiento del IDER en la comunidad, mediante el uso de formatos para los diferentes medios de comunicación y plataformas informativas.
- Contribuir desde la comunicación institucional a consolidar y demostrar la vigencia de los principios de transparencia y eficiencia, como principios rectores del nuevo enfoque administrativo y operativo del IDER

V - Grupos de Interés

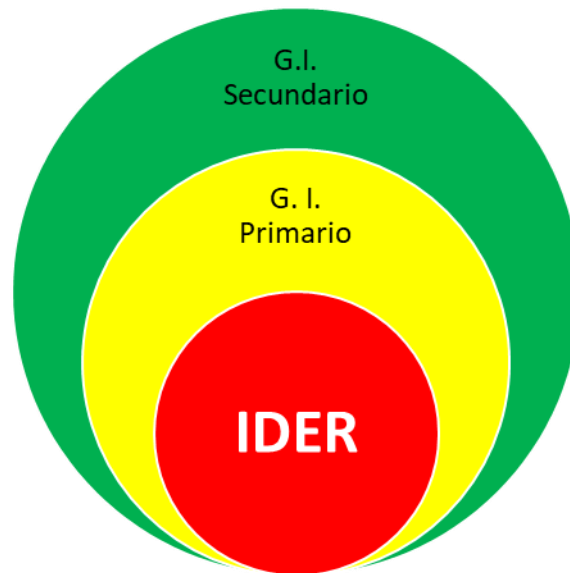
Se definen como Grupos de Interés para este Plan Estratégico de Comunicaciones, los diferentes sectores que intervienen en la realización de los diferentes programas, proyectos y acciones que realiza el IDER para el cumplimiento de sus objetivos misionales y aquellos de son impactados con éstas de manera directa e indirecta.

Solo por denominación de proximidad, sin que implique una relevancia excluyente, identificaremos estos grupos en dos grandes segmentos: Grupo de Interés primario y Grupo de Interés secundario.

El Grupo de Interés Primario, estará conformado por deportistas, dirigentes deportivos (Ligas, clubes, organizaciones deportivas), entornos deportivos (técnicos, entrenadores, etc), autoridades del Distrito, organizaciones comunitarias participantes de programas deportivos y recreativos.



El Grupo de Interés secundario está integrado por medios de comunicación, periodistas, líderes de opinión, autoridades deportivas nacionales y departamentales, organizaciones sociales y comunitarias, comunidades involucradas en la ejecución de programas institucionales y ciudadanía en general.



VI- Enfoque de comunicación

Los diferentes componentes de la presente estrategia estarán mediados por un enfoque de comunicación institucional centrado en el ciudadano, no solo como destinatario puntual de mensajes, sino como participante activo del proceso de la comunicación, partiendo de la premisa de que ésta contribuye a los propósitos de transformación social, a los que apuntan los objetivos misionales del IDER.

Tal enfoque está soportado en las propuestas de innovación que impulsa el Banco Interamericano de Desarrollo –BID- en los llamados “ecosistemas de gobierno abierto”, para lo que sugieren que *“Los gobiernos deben idear nuevas formas de interactuar con los ciudadanos, quienes a su vez exigen una mayor inclusión y*



participación, así como una mayor rendición de cuentas por la calidad de los servicios públicos que se entregan. Esta tendencia se ha visto reforzada por la incorporación masiva de nuevos instrumentos brindados por las tecnologías de información y comunicación, incluidas las redes sociales”.

En tal sentido, los productos comunicacionales del Instituto de Deportes y Recreación –IDER- harán especial énfasis en las expectativas ciudadanas, sus demandas de servicios públicos en el área correspondiente, y su debida retroalimentación en el proceso comunicacional.

VII- Articulación Institucional

Para el cumplimiento de los propósitos misionales del IDER y de los objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones, corresponde establecer una estrecha articulación de las diferentes áreas del Instituto con el equipo de la Oficina de Comunicaciones y Prensa, desde la definición de los programas, proyectos y actividades a implementar, y su acompañamiento a lo largo de las diferentes fases de ejecución, que garantice la realización de procesos comunicacionales coherentes y efectivos.



Esquema de articulación comunicacional



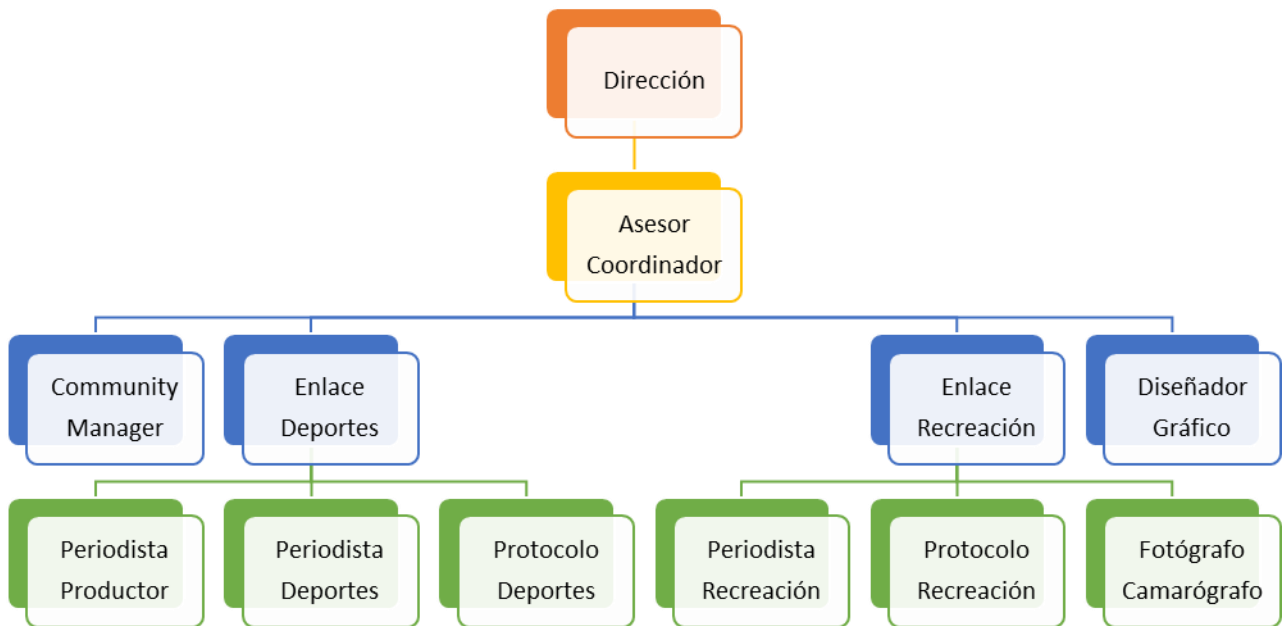
ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



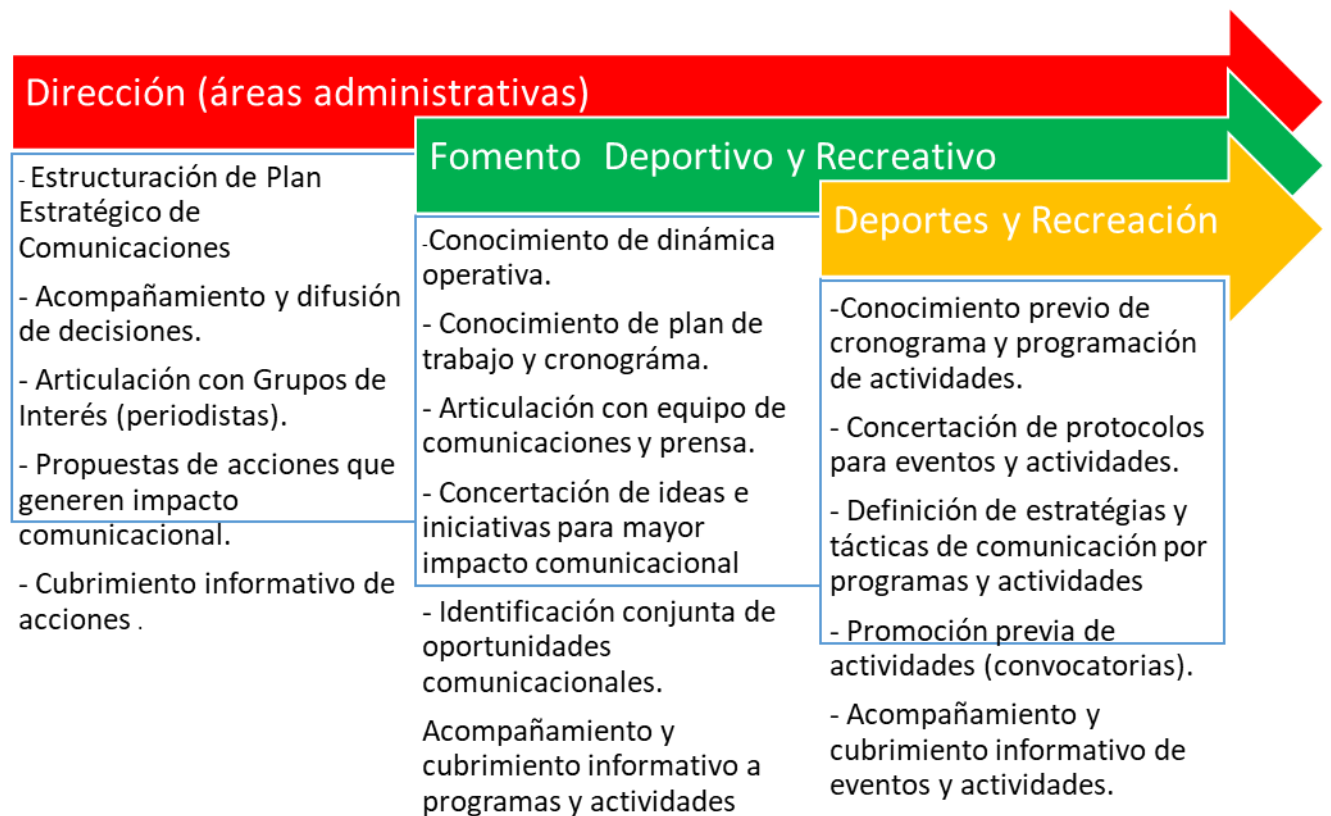
VIII- Estructura organizativa de la oficina de Comunicaciones y Prensa – IDER-





IX Línea de tiempo

El Plan estratégico de comunicaciones del IDER, será implementado en simultánea con la planeación y ejecución de los diferentes programas, proyectos y actividades que realicen las diferentes dependencias del Instituto, especialmente aquellas que tienen a su cargo las acciones que conllevan al cumplimiento de los objetivos misionales.





X- Identidad visual

El Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER contempla un componente de identidad visual, que será transversal a todas y cada una de las acciones comunicacionales internas y externas del Instituto, en permanente articulación con las directrices sobre manejo de imagen institucional que imparta la Alcaldía Mayor de Cartagena, a través de la dirección de su Oficina de Comunicaciones y Prensa.

Al momento de esta formulación, el diseñador gráfico, profesional responsable de este componente de la estrategia, realiza el reconocimiento y evaluación del material gráfico existente, evidenciando la falta de una identidad corporativa, en



la que corresponde trabajar a fondo para transmitir el rigor, seriedad y la importancia del instituto en cada programa y actividad que realiza

Actividades a realizar por categorías:

Sistema de Identidad corporativa:

Tomar los elementos institucionales y generar un sistema de identidad coherente, donde además del logo adoptado en enero de 2020, y sus colores, se establezca un estilo para el manejo de todo lo visual, que sirva como guía para que cada pieza comunicativa sea efectiva.

1. Establecer un estilo para el manejo de las comunicaciones internas y externas.
2. Actualizar los identificadores de cada programa y subprograma.
3. Proponer rediseño del sitio web.
4. Diseñar piezas de branding para los escenarios deportivos.
5. Diseñar piezas institucionales: carné, señalética en instituto y escenarios, carteleras informativas, etc.

Apoyo a estrategia de marketing digital y redes sociales:

1. Diseñar banners y cabezotes de las distintas redes sociales.
2. Diseñar marcos para cada actividad y programa del instituto, para reforzar el sentido de identidad corporativa.
3. Diseñar un sistema de historias destacadas con información de horarios, escenarios y actividades para Instagram.



4. Diseñar un boletín mensual para enviar por correo electrónico a entidades del distrito, deportistas y comunidad en general, donde se muestren los hechos más importantes del mes.

Productos gráficos definidos

Plantilla de Word



Plantilla de Power Point



Imagen preliminar Escuela de Formación

ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



Diseño de camisas



ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



XI- Estrategia digital

En el marco del Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER, se incorpora como componente esencial la estrategia digital, concebida para orientar los procesos comunicacionales que involucran los canales virtuales, como redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) y el manejo institucional de la página web www.ider.gov.co.

En este momento el instituto cuenta con las siguientes redes sociales activas:

FACEBOOK: IDER

TWITTER: @idercartagena

INSTAGRAM: @ider_ctg

YOUTUBE: IDER Cartagena

La estrategia digital estará determinada por la serie de acciones que realizaremos para lograr nuestros objetivos desde la perspectiva del marketing. Se centra en 3 aspectos esenciales:

1. Objetivos – (lo que queremos conseguir)
2. Estrategias – (Cómo lo vamos a conseguir)

ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



3. Tácticas y acciones – (Lo que haremos para conseguir cumplir los objetivos).

Teniendo en cuenta los objetivos generales del Plan Estratégico de Comunicaciones, soportaremos la estrategia digital en cuatro pilares fundamentales:

1. **Identidad digital y Branding:** Posicionamiento de la marca en los medios virtuales.
2. **Reputación Online:** Recuperación de la institucionalidad y buen nombre del Instituto.
3. **Promoción de servicios:** Generar presencia tanto en redes sociales como en la web de todos los proyectos, procesos y actividades que están bajo la administración del IDER, desde la perspectiva comunicacional. Aquellos procesos de carácter normativo y de transparencia institucional (contratos, licitaciones, trámites jurídicos, planeación, control interno y todo lo relacionado con MECI- Calidad), serán manejados por el área de sistemas en coordinación con las dependencias respectivas.
4. **Interacción efectiva con los Grupos de Interés.** Propiciar y atender la retroalimentación de los diferentes sectores involucrados directa e indirectamente en los propósitos misionales del Instituto, acatando el enfoque de comunicación institucional centrado en el ciudadano.

ESTRATEGIAS Y TACTICAS A DESARROLLAR

- ✓ **Estrategia 1: Inbound Marketing**

El Inbound Marketing está principalmente basado en generar contenido de calidad que sea de interés para los seguidores y comunidad en general.

Los pilares fundamentales para poner en práctica esta técnica de marketing que cada vez es más utilizadas por las marcas son:

- ✓ **Social Media Marketing:** Presencia en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) aportando contenido de interés



general relacionado con todas las actividades, procesos y proyectos del instituto.

- ✓ **Content Marketing:** Generar contenido actualizado para la web que permita a la comunidad poder estar al tanto de todos los procesos administrativos, financieros y misionales del IDER.
- ✓ **Visual Content:** Elaborar vídeos, infografías, animaciones y contenido visual de alta calidad que permita dinamizar la experiencia de los seguidores al acceder a nuestros medios virtuales.
- ✓ **SEO:** Optimización de presencia en buscadores con una imagen positiva y favorable de la institución.
- ✓ **Inversión en publicidad digital:** Crear campañas de PPC (Pago por click) para mejorar el tráfico a nuestra web y campañas específicas por temáticas en Instagram y Facebook.

Tácticas:

- ❖ Crear calendario editorial de publicaciones en redes sociales donde se incluyan variedad de contenidos de acuerdo a las temáticas a tratar. (Adjunto cuadro de calendario editorial)
- ❖ Actualizar al día la web con noticias del instituto y eventos a realizarse según el cronograma de actividades.

Acciones proyectadas:

- ❖ Cubrimiento a través de redes sociales (Facebook e Instagram) de los diferentes eventos deportivos y recreativos organizados por el Ider, a través de LIVE o directos, videos y fotografías.



- ❖ Propiciar acciones en redes sociales con influencers destacados, que pueden ser deportistas reconocidos de nuestra ciudad o artistas que generen tráfico positivo a nuestras redes.
- ❖ Publicidad paga a través de Facebook, Instagram y Google (Google AdWords) respetando el calendario para promoción de actividades puntuales.

XII- Canales y medios

Para alcanzar los objetivos trazados en el Plan Estratégico de Comunicaciones, será necesario contemplar la variedad de plataformas informativas, con acciones específicas para cada una de ellas.

Definidas en el capítulo anterior las acciones para los canales virtuales, corresponde tener en cuenta a los llamados medios convencionales (radio, prensa y televisión) y aquellos que a pesar de su carácter informal, conservan vigencia por su impacto en algunas comunidades, como perifoneo, narración oral (voz a voz), e impresos básicos. De igualmente se contempla incorporar formas alternativas de comunicación como Flashmob, grafitis, teatro, expresiones artísticas, entre otras, generadas inclusive desde la propia comunidad.

En algunos casos los productos comunicacionales realizados podrán servir como insumos a diferentes medios, pero en otros será necesario desarrollarlos con las especificaciones técnicas y de contenido, de la plataforma a la que se dirigen:

En tal sentido, se identifican los diferentes productos comunicaciones que serán priorizados en esta estrategia:



- Comunicados de prensa.
- Entrevistas (audio y video)
- Registro fotográfico.
- Infografía.
- Notas informativas audiovisuales
- Clips de videos.
- Clips de audio.
- Spots para Televisión.
- Spots para radio
- Mailyng
- Mensajes de Wsp.
- Impresos (afiches, plegables, flyers).

Tales productos serán elaborados en simultánea con actividades con propósitos informativos como:

- a) Reuniones con periodistas (briefing).
- b) Ruedas de prensa.
- c) Rondas de medios.
- d) Entrevistas en televisión.
- e) Entrevistas en radio.
- f) Acciones comunicacionales alternativas

Productos Institucionales

Dependiendo de las posibilidades presupuestales del Instituto, la Oficina de Comunicaciones y Prensa, se propone contar con dos productos comunicacionales de carácter institucional, así:

- Un programa de televisión de media hora semanal, a ser emitido a través de diferentes canales.
- Un programa de radio semanal con duración de 30 minutos, que sería emitido por una o varias emisoras locales.

Para la producción, post producción y emisión de ambos programas, será necesario contratar producción externa.



XIII PLAN DE MEDIOS

Deportes

Convenciones:

“P”- Prensa

“R” – Radio

“TV” –Televisión

“P.E.D” Productos de Estrategia Digital.

“P.C.A”: Productos de comunicación alternativa

Programa	Actividad	Medios	Producto
Escuela de Iniciación y formación deportiva	Convocatoria a cursos	P- R – TV – PED-	Comunicados de prensa. -Video promocional. - Clip de audio. - Mensajes de Wsp. - Recorrido de medios
Juegos Supérate Intercolegiados y festivales escolares	Convocatoria a inscripción de Instituciones Educativas	P- R – TV – PED-	Comunicados de prensa. -Video promocional. - Clip de audio. - Mensajes de Wsp. -Afiches promocionales para las I.E



			-Recorrido de medios
Juegos Universitarios	Apoyo con la difusión	P - PED-	Comunicados de prensa.
Juegos Corregimentales	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística lanzamiento -Logística inauguración -Logística clausura o premiación	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Juegos Discapacidad	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística lanzamiento -Logística inauguración -Logística clausura o premiación	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Juegos Carcelarios	-Cubrimiento	P- PED-	-Comunicado de prensa -Fotografía -Página web -Mensajes Whats app



Juegos Afrodescendientes	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística lanzamiento -Logística inauguración -Logística clausura o premiación	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Juegos Indígenas	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística lanzamiento -Logística inauguración -Logística clausura o premiación	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Juegos Comunes	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística lanzamiento -Logística inauguración -Logística clausura o premiación	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Apoyo iniciativa			



PAFID	Seguimiento resultados a	PED-	-Videos -Fotografía -Página web
PADAL	Seguimiento resultados a	PED-	-Videos -Fotografía -Página web
Viejas glorias del deporte	Historias apoyo al Observatorio	PED	-Videos -Fotografía -Página web
Seminarios, cursos, talleres	Apoyo en difusión y convocatorias al Observatorio del Deporte	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Día mundial de la lucha contra el Cáncer	-Información -Convocatoria -Cubrimiento	PED-	-Videos -Fotografía -Página web



Día internacional de la lucha contra el Cáncer infantil	-Información -Convocatoria -Cubrimiento	PED-	-Videos -Fotografía -Página web
Actívate en Bici-Ciclopaseo	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Cartagena es de los niños	Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Cartagena es de todos	Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía



			<ul style="list-style-type: none">-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app
Caminante Saludable	Convocatoria Promoción	P- R – TV – PED-	<ul style="list-style-type: none">-Comunicados de prensa-Videos-Fotografía-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app-Recorrido de medios
Mega evento día mundial de la salud- día mundial de la actividad física	<ul style="list-style-type: none">-Convocatoria-Cubrimiento-Logística	P- R – TV – PED-	<ul style="list-style-type: none">-Comunicados de prensa-Videos-Fotografía-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app-Recorrido de medios
Playas Recreativas	Convocatoria Promoción	P- R – TV – PED-	<ul style="list-style-type: none">-Comunicados de prensa-Videos-Fotografía-Clip de audio



			-Página web -Mensajes Whats app
Día de la niñez y la recreación	-Promoción -Cubrimiento	PED-	-Videos -Fotografía -Página web
Carnavales lúdicos	Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Día Mundial del Maestro	-Información	PED	-Videos -Fotografía -Página web
Día Mundial de la Hipertensión Arterial	-Información	PED	-Videos -Fotografía -Página web
III Campamento Juvenil Distrital	Promoción	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa



	Cubrimiento		-Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Día mundial del tabaco	-Información	PED	-Videos -Fotografía -Página web
Actívate en Bici- Día Mundial de la Bici	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app -Recorrido de medios
Vacaciones recreativas	-Promoción -Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app



Semillero de profesores de actividad física	-Convocatoria -Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app -Recorrido de medios
Día mundial del medio ambiente	-Información	PED	-Videos -Fotografía -Página web
Joven saludable vive la danza vive el movimiento	-Promoción -Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app -Recorrido de medios
XXVIII Campamento Juvenil Nacional	-Difusión	PED-	-Fotografía -Página web
Joven saludable al	-Promoción	PED-	-Videos



parque	-Cubrimiento		-Fotografía -Página web
Día del recreador	-Información	PED	-Videos -Fotografía -Página web
Mega evento- festival Internacional de la Cometa	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app -Recorrido de medios
Escuelas recreativas-caminata mes de la lactancia materna	-Convocatoria -Cubrimiento	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos -Fotografía -Clip de audio -Página web -Mensajes Whats app
Mega Evento día mundial por la prevención del suicidio	-Convocatoria -Cubrimiento -Logística	P- R – TV – PED-	-Comunicados de prensa -Videos



			<ul style="list-style-type: none">-Fotografía-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app-Recorrido de medios
Día mundial de la obesidad y día mundial del corazón	-Información	PED	<ul style="list-style-type: none">-Videos-Fotografía-Página web
Mega evento caminata 5K por la salud	<ul style="list-style-type: none">-Convocatoria-Cubrimiento-Logística		<ul style="list-style-type: none">-Comunicados de prensa-Videos-Fotografía-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app-Recorrido de medios
Escuelas recreativas- Cuentos que no son cuentos	<ul style="list-style-type: none">-Convocatoria-Cubrimiento	P- R – TV – PED-	<ul style="list-style-type: none">-Comunicados de prensa-Videos-Fotografía-Clip de audio-Página web-Mensajes Whats app



--	--	--	--

XIV- Protocolo y comunicaciones

Para dar cumplimiento al plan estratégico de comunicaciones, es de vital importancia definir para el instituto, una línea conductual de protocolo para organizar eventos propios, el cual genere identidad en Cartagena y dicha línea estratégica sea implementada de manera permanente, abarcando todas sus áreas y programas.

Para lograr lo anterior, concientizaremos a los colaboradores y jefes de áreas, acerca de los siguientes puntos:

- Importancia de cumplir con un protocolo para eventos deportivos y recreativos con el fin de generar identidad
- Implementar el protocolo para eventos deportivos y recreativos a partir del primer evento organizado por el IDER
- Fortalecer la imagen institucional del IDER a través de la planificación y buena ejecución de eventos puntuales y masivos guiándonos del protocolo para eventos deportivos y recreativos del IDER

Para alcanzar los anteriores objetivos, trabajaremos con base a la siguiente estructura que contempla 3 pasos.

PASO 1:

Recopilación de la información:

El coordinador del evento, programa o subprograma deberá diligenciar un formato denominado "AYUDA DE MEMORIA", en el cual deberá consignar toda la información básica y general del evento a desarrollar.

PASO 2:



Tener en cuenta el listado general de materiales que se necesiten según el evento a desarrollar a la hora de planificar el evento:

1. Ayuda de memoria revisada y aprobada
2. Inspección del lugar con el equipo encargado del evento
3. Desarrolla el formato “MINUTO A MINUTO”
4. Confirmación de presupuesto y proveedores
5. Invitaciones formales
6. Discurso de la directora
7. Libreto del presentador
8. Ensayo previo al evento

PASO 3:

Identificar las necesidades generales para una adecuada logística del evento:

1. Montaje del evento
 - tarima
 - sonido
 - pantalla
 - micrófonos
 - vallas
 - carpas
 - sillas
 - mesas y manteles
2. Imagen institucional
 - pendones
 - arañas
 - backing
 - heraldos
 - pebetero
 - carpetas
 - libretas



- lapiceros
- pines
- memorias
- bolsos
- abanicos
- aplaudidores
- banderines
- mascotas del evento
- camisetas y/o uniformes

3. Atril

4. Banderas de Cartagena y Colombia

5. Habladores para mesa principal

6. Videos institucionales, fotos, animaciones (todo lo que se proyecta en caso tal se cuente con pantallas en el evento)

7. Refrigerios según el evento

- agua
- café
- alimentos
- coctel

8. Personal de apoyo para:

- tarima
- refrigerios
- atención a deportistas
- atención a medios de comunicación
- atención a transporte
- logística de montaje y desmontaje
- personal de aseo.

OBSERVACIONES: importante tener en cuenta que esta es una guía para evitar improvisaciones a la hora de planificar y ejecutar eventos en cualquiera de las áreas del IDER.

ider.gov.co

Tel: 6567702 - 6567677. - Fax: 6567708 / 6567709

Cartagena de Indias, Colombia - Barrio Pie de la Popa, calle 30 No. 18A-253



XIV- Comunicación Interna

Son procesos orientados a garantizar un adecuado flujo de información al interior de la organización, que contribuya a lograr sus objetivos misionales, y a propiciar un adecuado ambiente laboral, generando motivación, entusiasmo y compromiso por parte de los integrantes del equipo humano.

BENEFICIOS DE UNA BUENA COMUNICACIÓN INTERNA:

- ✓ Impacta directamente sobre la gestión diaria y en los resultados finales de la institución.
- ✓ Reduce la conflictividad y mejora el clima laboral.
- ✓ Es decisiva para optimizar los procesos internos ya que satisface las necesidades propias del Instituto y contribuye a trabajar basados en la misión y visión del mismo.
- ✓ Incrementa la satisfacción de los empleados y su grado de compromiso e implicación con la dirección.
- ✓ Mejora la comunicación entre las aéreas y los empleados.

La comunicación interna en el Instituto de Recreación y Deportes –IDER- será orientada a:

- Consolidar la identidad Institucional, en un clima de confianza y de motivación a nivel individual y colectivo.
- Desarrollar una constante y fluida información entre las diferentes áreas del instituto y entre sus respectivos funcionarios y/o servidores.
- Socializar a nivel interno los logros obtenidos por el Instituto.
- Promover, a través de la comunicación, un mayor empoderamiento de funcionarios y contratistas, sobre las diferentes actividades que realiza el instituto.
- Fortalecer la imagen corporativa del Instituto desde lo interno hacia lo externo, con la participación activa de todos sus colaboradores.



RESPONSABILIDADES

Para lograr tales propósitos, la comunicación interna seguirá orientada, en la perspectiva misional y organizacional, desde la dirección de Talento Humano, que trabajará de manera articulada con la Oficina de Comunicaciones y Prensa del IDER, en la conceptualización, diseño y ejecución de productos y acciones comunicacionales.

En tal sentido, los diferentes productos de comunicación interna que se propongan desarrollar desde las diferentes áreas del IDER, deberán ser consensuados con la dirección de las mencionadas dependencias y ajustarse a los lineamientos de identidad visual corporativa, contemplados en el Plan Estratégico de Comunicaciones.

Tales lineamientos de identidad incluyen el uso correcto por parte de funcionarios y contratistas de los formatos previamente definidos, como plantillas de Word, de Power Point, salva pantallas, y de los distintivos institucionales (logos) para las diferentes piezas informativas y/o publicitarias que se exhiban o circulen en las diferentes dependencias del Instituto (incluyendo escenarios deportivos) y en los diferentes programas y actividades que realice el Instituto con las comunidades.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA:

Además de los mecanismos o herramientas de comunicación interna que de manera convencional desarrolla el Instituto a través de la Dirección de Talento Humano (reuniones, memorandos, teléfono, eventos institucionales, entre otras), desde la Oficina de Comunicaciones y Prensa del IDER, se proponen implementar los siguientes:

- Reactivación del sistema de sonido interno
- Correo electrónico institucional
- Carteleras
- Buzón de Sugerencias
- Chats Internos.
- Redes Sociales Corporativas.
- Formatos de protocolos.
- Eventos internos.
- Comunicando con talentos.



Reactivación del sistema de sonido interno.

Aprovechando la existencia de un sistema de sonido instalado en la sede administrativa del IDER en el Pie de la Popa (Gimnasio Chico de Hierro), desde la Oficina de Comunicaciones y Prensa del IDER, en coordinación con el área de Sistemas, se dispuso su reactivación, como un medio de información y entretenimiento para todo el personal que labora en esas instalaciones y para usuarios de las mismas.

En tal sentido el sistema está habilitado para la escucha colectiva de música ambiental y para la emisión de mensajes de voz alusivos a información de carácter interno (anuncios, invitaciones, felicitaciones, convocatorias a reuniones y eventos, etc). Eventualmente podrá ser usado en simulacros de evacuación y/o en situaciones reales de riesgo.

Correos electrónicos: La comunicación vía email es el medio efectivo para gestionar tareas y comunicar procesos, e información de interés relacionada con la parte misional del Instituto y a su vez sirve para que quede registro de éstas.

En tal sentido se gestionará el uso de correos institucionales por parte de los funcionarios y contratistas del Instituto, como medio oficial para el envío y recepción de mensajes relacionados con sus actividades y/o compromisos laborales. Para ello es fundamental trabajar articulados con el área de sistemas del IDER.

Carteleras

En la sede administrativa del IDER y en los escenarios deportivos donde se requiera, serán instaladas carteleras institucionales, destinadas exclusivamente a la divulgación de información interna, y cuyo manejo será concertado entre la dirección de área correspondiente y la Oficina de Comunicaciones y Prensa, con estricto apego a la identidad visual corporativa.

Buzon de Sugerencias: Siendo un medio, tradicional, garantiza la comunicación de funcionarios y contratistas hacia el Instituto sobre temas relevantes, sobre los cuales se desee aportar sugerencias, ideas,



recomendaciones, o quejas. Serán instalados en la sede administrativa del Instituto y en escenarios donde se realicen actividades con participación de servidores del IDER.

Chats Internos: Disponer de esta herramienta puede agilizar el traspaso de información entre compañeros y equipos de trabajo. Es fundamental establecer reglas para su uso. Actualmente en IDER se está en la construcción de la base de datos de todo el personal para la creación del mismo, y se coordinará con el área de sistemas su respectiva implementación.

Redes Sociales Corporativas: Cada vez más las empresas complementan sus procesos de digitalización implementando redes sociales corporativas. En ellas el intercambio de información entre la empresa y los empleados es continuo, inmediato y flexible.

Es de vital importancia que todo el equipo humano que trabaja e interactúa con el IDER conozca, siga y se convierta en factor multiplicador de los mensajes institucionales que se comparten a través de las redes sociales del Instituto.

La comunicación institucional no es de exclusivo resorte de la dirección y de quienes laboran en la Oficina de Comunicaciones y Prensa, sino de todos y cada uno de quienes hacen parte de la organización (funcionarios, contratistas y usuarios). En tal sentido, la principal red de difusión de mensajes en redes sociales deberá ser integrada por el personal interno en todas las áreas y ser motivadores de su uso con los participantes en los diferentes programas y actividades que realiza el Instituto.



FORMATOS DE PROTOCOLO

En consonancia con lo planteado en el capítulo correspondiente a protocolos en este Plan Estratégico, se formaliza el uso de formatos para la mejor planeación, coordinación, ejecución y evaluación de actividades a realizar por parte de las diferentes áreas del IDER.

Los formatos permiten una comunicación interna más efectiva y una mejor organización de actividades, por lo que su uso se implementará para dinamizar los procesos entre las diferentes áreas del Instituto y para la planeación de eventos puntuales.

Entre los formatos a ser implementados se cuentan:

- 1) Ayuda de Memoria: Documento guía de uso interno, para ilustrar a la dirección del Instituto y/o directores de las diferentes áreas, sobre la realización de compromisos de carácter institucional (reuniones, actividades, eventos).

Es responsabilidad de cada jefe de área diligenciar la Ayuda de memoria para las actividades que programe con participación de la dirección y entregarla de manera anticipada.

A nivel de dependencias se podrá implementar, siendo responsables quienes esté a cargo de la organización de la actividad específica. (Ver formato adjunto)

- 2) Minuto a Minuto:

Este formato detalla paso a paso la planeación de las diferentes actividades y eventos a realizar por parte de las diferentes áreas del Instituto, para garantizar su éxito. (Ver formato)

- 3) Check List

Listado de chequeo de los diferentes ítems que se requieren para la organización de eventos y actividades. Su elaboración debe estar a cargo de quien organiza la actividad.



- 4) Insumos y discursos. Los frecuentes eventos a los que asiste el director (a) del IDER, o su delegado (a), demandan su intervención con saludos, palabras formales o discursos, en los cuales se recomienda evitar la improvisación. Para ello los responsables de coordinar tales compromisos, deberán suministrar a la dirección de Comunicaciones y Prensa del Instituto, un borrador o insumos, sobre los temas a tratar, contexto y sugerencias de propuestas o de iniciativas a presentar. Sobre esas bases y previa concertación con la dirección se elaborará el texto que leerá el director (a), cuando se requiera.

EVENTOS SOCIALES INTERNOS

La realización de eventos o actividades internas, con participación de funcionarios y contratistas, contribuye a una mayor interacción y al consecuente mejoramiento del ambiente laboral, repercutiendo en motivación y rendimiento colectivo e individual.

En tal sentido, la Oficina de Comunicaciones y Prensa del IDER propiciará la realización de las tales jornadas de integración, por áreas o a nivel general, con diferentes motivaciones y de manera periódica.

Así, por ejemplo, se podrán promover celebraciones y agasajos (cumpleaños, reconocimientos, exaltaciones, o similares), eventos académicos, recreativos, deportivos) y eventuales participaciones de personal del instituto en eventos y actividades externas.

Para el cumplimiento de tales actividades, el equipo de comunicaciones y prensa trabajará de manera articulada con la Dirección de Talento Humano y con los jefes de las diferentes áreas involucradas.

COMUNICANDO CON TALENTOS

Entre las grandes fortalezas con que cuenta el Instituto de Recreación y Deportes, IDER, se incluyen las capacidades profesionales y talentos que distinguen a funcionarios y contratistas adscritos a las diferentes áreas. Tales potencialidades son de gran importancia a la hora de realizar procesos de comunicación interna y externa.



En tal sentido, y en consonancia con la decisión de hacer uso de medios y/o de mecanismos de comunicación alternativa o no convencionales, el presente Plan Estratégico se propone involucrar, previa concertación con los jefes de las diferentes áreas, a esos talentos en acciones específicas.

Así por ejemplo, la participación activa de grupos de instructores de deportes y recreación, podrían ser motivadores excepcionales en la realización de campañas informativas internas, de integración, o de promoción de actividades institucionales a nivel externo, con la comunidad o con medios masivos de comunicación.

De igual manera, la identificación de otros talentos al interior del instituto (artísticos, musicales, etc), permitirán generar actividades específicas de comunicación interna, orientadas a estrechar relaciones y mejorar el ambiente laboral.

CONCLUSION:

La comunicación interna es un pilar fundamental en los procesos de modernización de la gestión pública. La incorporación de este capítulo al Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER, responde a su consideración como pilar esencial de dicha estrategia y por consiguiente para el cumplimiento de los objetivos institucionales del Instituto.

Comprender este componente, asimilarlo y participar activamente en su ejecución es responsabilidad de todos y cada uno de quienes hoy hacen parte de este gran equipo, aportando así su cuota de compromiso con la premisa que orienta las acciones del IDER: Deporte y Recreación, para la Transformación Social. Esa transformación comienza por casa.



XVI-Publicidad y mercadeo

Para poder cumplir debidamente con sus propósitos misionales, el Instituto Distrital de Deporte y Recreación – IDER- requiere la implementación de estrategias y tácticas de promoción de sus diferentes programas y actividades.

Para tal efecto se requiere acceder a las diferentes ofertas que presenta el mercado publicitario y que serán priorizadas conforme al impacto y trascendencia de las actividades, al igual que del presupuesto que para tal efecto asigne el instituto.

Entre las acciones promocionales contempladas se incluyen:

- Publicidad en medios impresos (avisos en periódicos locales).
- Productos BTL (afiches, flyers, pendones, banners, backing, etc).
- Pauta publicitaria en radio.
- Pauta publicitaria en televisión.
- Pauta publicitaria en portales informativos virtuales.
- Pauta publicitaria en redes sociales.
- Mupis en paraderos y centros comerciales.
- Vallas publicitarias.

Nota: Este Plan Estratégico de Comunicaciones fue presentado por el equipo de Comunicaciones y Prensa del IDER, a la directora del Instituto, Viviana Londoño Moreno, el 24 de enero de 2020, siendo aprobado por ella.