

**PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES DEL INSTITUTO DISTRITAL DE
DEPORTE Y RECREACIÓN DE CARTAGENA**

**INFORME DE AVANCES
TRIMESTRE JULIO, AGOSTO, SEPTIEMBRE DE 2024**

Contenidos:

- ✓ Generalidades del Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER 2024
 - ✓ Procesos
 - ✓ Énfasis
 - ✓ Avances en implementación de la estrategia
 - ✓ Estrategias sectoriales
 - ✓ Relación de Contenidos informativos:
 - Comunicados de prensa emitidos
 - Productos de diseño Gráfico
 - Producción audiovisual (fotografías, videos, reels)
 - ✓ Seguimiento a resultados de estrategia digital
- Anexo: formulación de Política Institucional de Comunicaciones del IDER

Generalidades de la estrategia

En el tercer trimestre de 2024, el Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) del IDER avanzó de conformidad con los lineamientos de la dirección del instituto, haciendo énfasis en la comunicación digital.

Se trabajaron abundantes contenidos informativos en las redes sociales y plataformas digitales, al tiempo que se consolidó la sección “noticias” en la página Web del Instituto, en la que se publican hechos de interés sobre el cumplimiento de sus objetivos misionales.

Énfasis comunicacionales

- Fortalecimiento de la comunicación multicanales para una mayor articulación del instituto con los grupos de valor y la comunidad en general.
- Énfasis en contenidos digitales.
- Difusión de resultados de la gestión institucional.
- Cumplimiento de metas en los programas misionales.

PROCESOS

El Plan Estratégico de Comunicaciones –PEC- conserva como guías de gestión para el equipo de comunicaciones y prensa dos (2) procesos generales:

- 1) **Proceso estratégico:** Que refiere a la construcción discursiva institucional, el diseño de estrategias sectoriales y el componente de publicidad y mercadeo.
- 2) **Proceso de contenidos informativos** (internos y externos), integrado por cuatro componentes debidamente articulados:
 - Contenidos informativos
 - Comunicación digital.
 - Diseño gráfico.
 - Producción audiovisual.

Avances de implementación

En el trimestre julio, agosto, septiembre de 2024 se registraron los siguientes avances:

a) **Contenidos informativos:**

Se cumplió con la producción de contenidos informativos sobre acciones ejecutadas por las áreas misionales del instituto, mediante la elaboración de los siguientes productos:

Producto	Mes	Cantidad
Comunicados de prensa	Julio	8
	Agosto	12
	septiembre	6
TOTAL TRIMESTRE		30 comunicados

Producto	Mes	Cantidad
TOTAL TRIMESTRE		20 notas

Informe Trimestral de Diseño Gráfico - Julio a septiembre de 2024

Este informe trimestral, presentado por el departamento de Comunicaciones y Prensa, detalla las actividades llevadas a cabo por el equipo de diseño gráfico, liderado por Joseph Pérez, durante los meses de Julio, agosto y septiembre del presente año.

Durante este trimestre, se han desarrollado una variedad de piezas gráficas destinadas tanto para el ámbito digital como para el material impreso, con el propósito de satisfacer las diversas necesidades del Instituto. A continuación, se describen en detalle las actividades realizadas:

Julio:

Durante el mes de Julio, se produjeron un total de 120 Archivos. De estos, 120 fueron diseñadas tanto para su difusión en redes sociales 91 piezas y 14 archivos de material impreso.

Entre las piezas destacadas se encuentran:

- Gráficos para redes sociales, incluyendo publicaciones promocionales, anuncios de eventos y contenido informativo.
- Material Impreso para distintos eventos de ciudad de carácter deportivos.

Agosto:

Durante el mes de agosto, se produjeron un total de 110 piezas gráficas. De estas, 88 fueron diseñadas para su uso en redes sociales, mientras que 22 estuvo destinadas al material impreso. Se destacan los siguientes proyectos:

- Diseño de todo el material impreso del evento de ciudad “reto movistar”
- Continuación de la labor de diseño para redes sociales, manteniendo una presencia activa y atractiva en línea.

Septiembre:

Durante el mes de septiembre, se produjeron un total de 85 piezas gráficas. De estas, 67 fueron diseñadas para su uso en redes sociales, mientras que 6 fueron destinadas al material impreso. Se destacan los siguientes proyectos:

- Diseño de backings y Stand para el IRONMAN 5150
- Continuación de la labor de diseño para redes sociales, manteniendo una presencia activa y atractiva en línea.

En resumen, durante los meses de Julio a septiembre, el equipo de diseño gráfico ha completado un total de 315 piezas para el Instituto. Este trabajo refleja el compromiso continuo del departamento de Comunicaciones y Prensa en proporcionar materiales visuales de alta calidad que apoyen los objetivos y la identidad de la institución.



Muestras de piezas diseñadas y publicadas:



Anexo informe de redes sociales

Firmado



Germán Danilo Hernández
Asesor comunicaciones IDER



»»»» **INFORME** ««««

TRIMESTRAL

JULIO - AGOSTO - SEPTIEMBRE



ASÍ NOS VEMOS...

Durante el trimestre, el Instituto Distrital de Deporte y Recreación de Cartagena se ha enfocado en fortalecer su presencia en las redes sociales principales: Instagram, Facebook y TikTok, con el objetivo de conectar de manera efectiva con las comunidades cartageneras y aumentar la visibilidad de nuestras iniciativas.

Adicionalmente, se inició la implementación de X (antes Twitter) como un canal de comunicación clave para alcanzar audiencias más amplias y mantener una comunicación constante y directa con los ciudadanos. Este paso es esencial para la expansión digital del instituto y su integración en nuevas plataformas.

TIPOS DE CONTENIDOS PUBLICADOS

El contenido desarrollado en estas redes sociales ha estado alineado con los intereses y necesidades de la comunidad, centrándose en los siguientes temas:

- **Visitas a comunidades:** Se ha documentado y compartido la presencia del instituto en los barrios y sectores de la ciudad, mostrando cómo nuestras actividades deportivas y recreativas impactan directamente a los residentes.
- **Contenido de valor:** En esta categoría, destacamos las publicaciones “No sabías de nuestros escenarios deportivos”, donde mostramos las infraestructuras con las que contamos, sus características, y cómo pueden ser aprovechadas por la comunidad.
- **Dando voz a los beneficiarios:** Entrevistas y testimonios de personas que se benefician de nuestros programas recreativos y deportivos, mostrando cómo el deporte ha mejorado su calidad de vida.

Este enfoque ha permitido una mayor interacción con el público, generando un sentido de pertenencia y orgullo por las iniciativas del instituto.





RESUMEN DE LA CUENTA

Seguidores Nuevos: 2,029 seguidores adicionales en comparación con el período anterior (2 mayo - 16 julio).

Cuentas Alcanzadas: 212 mil cuentas, lo que representa una disminución del 41% en alcance.

Cuentas que Interactuaron: 15 mil cuentas interactuaron, con una caída del 55.4%.

Total de Seguidores Actuales: 48,9 mil seguidores.

Interpretación y Análisis

Aumento en Seguidores (+2,029):

Aunque el alcance e interacción han disminuido considerablemente, el hecho de que hayamos ganado más de 2,000 nuevos seguidores indica que el contenido sigue siendo atractivo para nuevas audiencias. Esto puede estar relacionado con campañas específicas, la promoción de eventos o colaboraciones que hayan captado el interés de nuevos usuarios.



ALCANCE

Cuentas Alcanzadas: 212,397 cuentas, con un 0% de anuncios utilizados para alcanzar este número.

Seguidores que han visto el contenido: 11.8% de las cuentas alcanzadas son seguidores actuales.

No seguidores: 88.2% de las cuentas alcanzadas no siguen la página.

Impresiones: 1,504,915 impresiones totales.

Interpretación y Análisis:

Cuentas Alcanzadas (212,397):

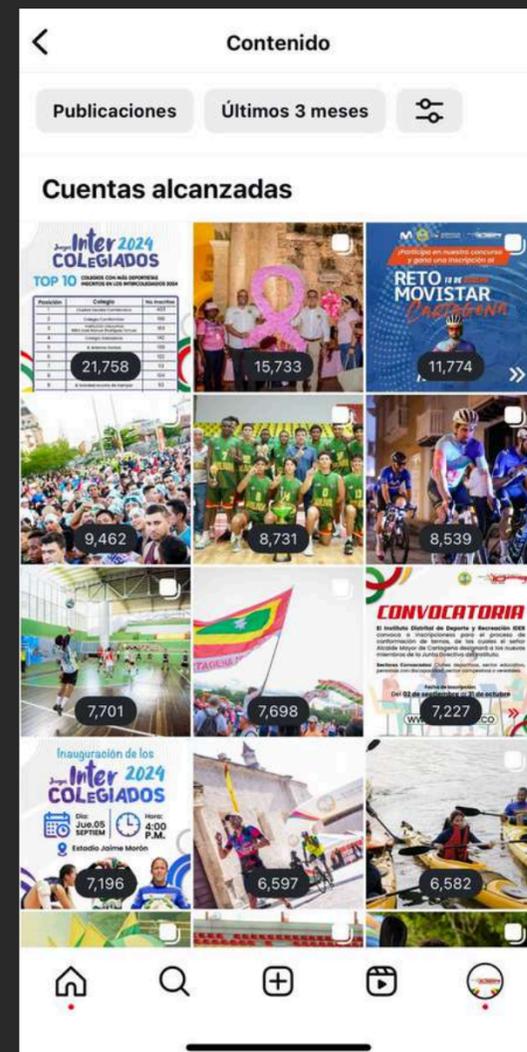
Este número muestra un buen nivel de alcance orgánico, dado que no se han utilizado anuncios para promocionar las publicaciones. Esto sugiere que el contenido está logrando captar la atención de una amplia audiencia de forma natural.

Impresiones (1,504,915):

El número de impresiones muestra cuántas veces se han visto las publicaciones en total. Con más de 1.5 millones de impresiones, es claro que el contenido ha sido repetidamente visible para la audiencia, lo que es un indicador de buen rendimiento en términos de exposición.

El hecho de tener un alto número de impresiones con un alcance de 212,397 cuentas indica que algunas personas han visto el contenido múltiples veces, lo que refuerza la idea de que hay una buena tasa de repetición y retención visual.

SEGUIMIENTO Y ALCANCE



En este apartado se presenta la evidencia de las estadísticas de seguimiento y alcance de nuestras publicaciones.

PLAN DE TRABAJO PARA MEJORAR EL ALCANCE EN REDES EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL AÑO

Para aumentar aún más el alcance y la interacción en los meses restantes del año, se propone un plan estratégico basado en los siguientes pilares:

Historias de Deportistas Locales:

- Publicar contenido regular que destaque a los deportistas locales que participan en los programas del instituto. Entrevistas, entrenamientos, y logros deportivos que puedan inspirar a la comunidad.
- Crear una serie de videos cortos para TikTok e Instagram Reels bajo el título “Un día en la vida de nuestros atletas”, mostrando sus rutinas diarias y cómo el instituto contribuye a su desarrollo.

Retos y Participación Comunitaria:

- Lanzar retos virales y competencias interactivas en redes sociales, como el “Reto Deportivo del Mes”, donde se invite a los seguidores a realizar alguna actividad física y compartir su progreso con el hashtag #CartagenaSeMueve.
- Incentivar la participación con sorteos y premios relacionados con el deporte.

Temas de Salud y Bienestar:

- Desarrollar contenido educativo relacionado con la salud y el bienestar físico, como consejos de nutrición, prevención de lesiones, y la importancia del ejercicio en la vida diaria.





GRACIAS