

Equipo de comunicaciones y prensa IDER 2022

WWW.IDER.GOV.CO



PLAN ESTRATÉGICO Y MODELO DE COMUNICACIONES

Construcción discursiva

Audiencias internas y externas

Participación e inclusión

Posicionamiento de marca

Estrategia corporativa

Estrategia informativa

Estrategia de relacionamiento

Estrategia de publicidad y mercadeo

- Toma de decisiones
- Prioridades e impactos.
- Gestión institucional.
- Comunicación política y de gobierno

- Identificación y producción de contenidos.
 - Acciones multicanales.
- Medios propios.
- Comunicación alternativa.
- Comunicación directa.

- Construir lazos de confianza con:
 - Entidades públicas y privadas.
 - Con deportistas y organismos deportivos.
 - Con dirigentes de medios y periodistas
 - dirigencia cívica.
 - Con comunidades.

- Proyectar imagen institucional de gestión y acción.
- Promocionar actividades misionales por áreas.



Monitoreo, revisión y actualización

3.

OBJETIVOS

- Contribuir a alcanzar los objetivos misionales del IDER.
- Afianzar la articulación entre las diferentes áreas del Instituto, teniendo la comunicación como eje transversal de sus acciones.
- Identificar y divulgar a través de medios masivos de comunicación, plataformas virtuales, medios propios y alternativos, las acciones y actividades que ejecute el instituto asociadas al deporte, la recreación y la actividad física, que sean de interés para los sectores de interés y para la comunidad en general.
- Fortalecer la confianza ciudadana en el Instituto, mediante la proyección de una gestión transparente, eficiente y eficaz.
- Propiciar mayor acercamiento del instituto con deportistas, organizaciones deportivas y comunidades.



ENFOQUES ESTRATÉGICOS 2022

Avanzar en posicionamiento de la marca IDER.

Mayor impacto de publicidad institucional.

Comunicación efectiva de resultados.

Generar empatía con grupos de interés.

Afianzar alianzas con medios y periodistas.

Innovar en producción de contenidos informativos.

Fortalecimiento de la comunicación interna.

Renovación de medios propios.



Componentes generales



1) **Soporte comunicacional** a programas misionales (producción y publicación de contenidos formativos).

2) **Estrategias sectoriales.**

Basadas en los planes de trabajo diseñados para proyectar contenidos informativos sobre cada uno de los proyectos, que deberán ser concertados con los jefes de las respectivas áreas.



COORDINACIONES Y PROCESOS

Procesos estratégicos y de contenidos

Dirección del equipo

Coord.
General

Coord.
Audiovisual

Coord.
Digital

Coord.
Diseño



DISTRIBUCIÓN DE ROLES





Viviana Londoño Moreno
Directora General

Ángela Mulett B.
Coordinadora de procesos

Luis Barvalópez V.
Coordinador de diseño gráfico

María Fernanda Moya
Profesional de apoyo
diseño gráfico

Ayda Polo R.
Enlace con las áreas de
recreación e infraestructura



Germán Danilo Hernández T.
Asesor de dirección
Director del equipo

Alexandra Flórez S.
Community Manager

Luis Bustamante P.
Coordinador de producción
audiovisual – Enlace con área
de deporte

Mauro Burgos M.
Camarógrafo y fotógrafo

Alirio Pérez R.
Enlace con el Observatorio del
deporte, la recreación y la actividad
física, y con el área jurídica

Norah Lozano M.
Comunicaciones internas
Enlace con: Talento humano,
planeación, control interno

CANALES Y MEDIOS

Para la implementación de las acciones contempladas en el Plan de Trabajo 2022 de la estrategia comunicacional se hará uso de medios convencionales y alternativos a nivel interno y externo, a través de diferentes productos comunicacionales, entre los que se incluyen:

Comunicación interna:

- Carteleras institucionales.
- Pantallas digitales.
- Sistema de sonido interno.
- Circulares internas.
- Grupos de WhatsApp.
- Comunicación directa.
- Eventos internos.

Comunicaciones externas:

- Comunicados de prensa.
- Declaraciones oficiales.
- Entrevistas institucionales
- Videos informativos.
- Podcast.
- Ruedas de prensa.
- Rondas de medios.
- Entrevistas individuales con periodistas.
- Piezas gráficas.
- Contenidos en redes sociales.
- Comunicación directa.
- Productos en medios propios



MEDIOS PROPIOS

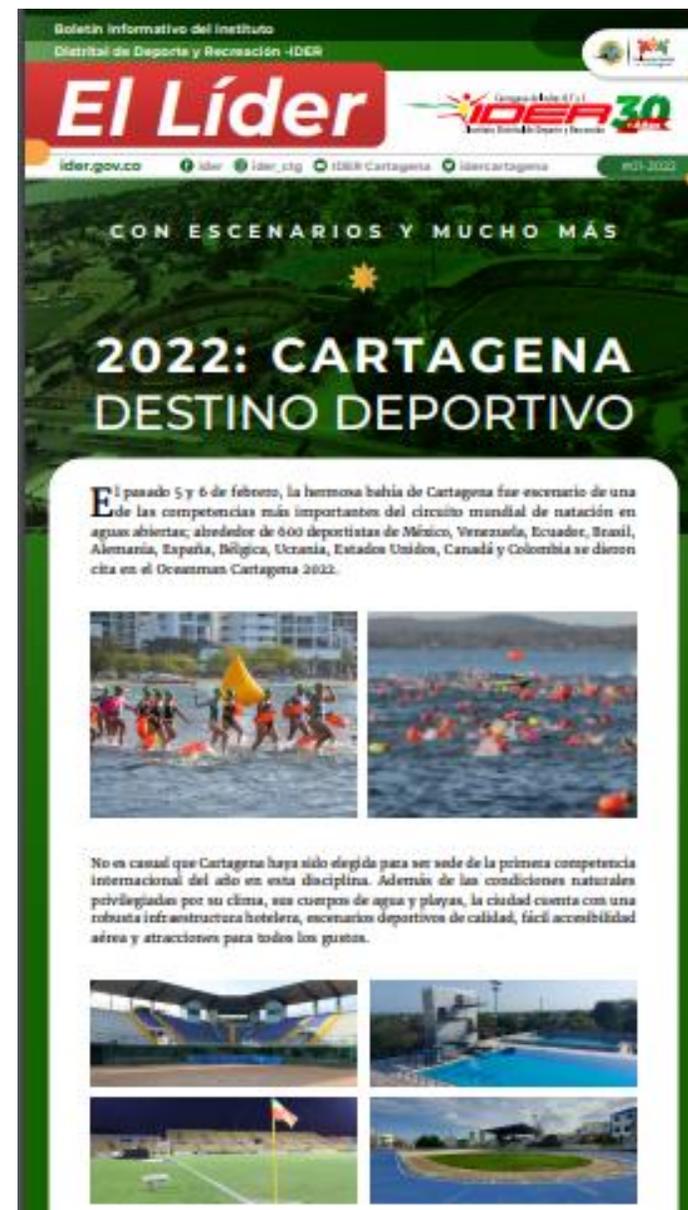
El principal órgano informativo institucional del IDER es su portal Web, cuyo manejo directo depende del área de sistemas del instituto, pero en algunos de sus contenidos tiene injerencia el equipo de comunicaciones y prensa, que de igual manera administra otros medios propios de divulgación como:

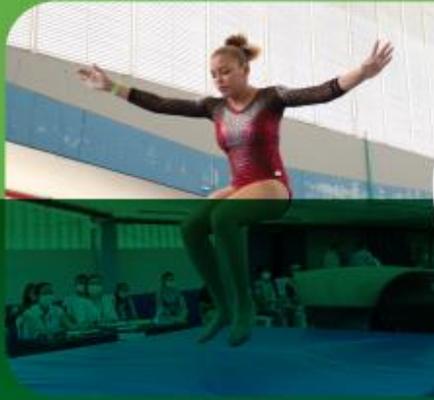
Boletín informativo digital.

Programas de televisión Líder deportivo y Flash deportivo IDER.

Podcast.

Énfasis: Cuentas en redes sociales.





Cartagena de Indias: **destino deportivo**

Gracias

www.IDER.gov.co

