



**INSTITUTO DE RECREACIÓN Y DEPORTES  
IDER**

**Plan Estratégico de Comunicaciones  
2021**

**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

- 1) Introducción
- 2) Objetivos
- 3) Prioridades de la estrategia
- 4) Estructura organizativa por procesos
  - 4.1- Proceso comunicación estratégica.
  4. Procesos claves.
    - 3.2.1- contenidos informativos.
    - 3.2.2- Proceso de producción audiovisual
    - 3.2.3-. Proceso de comunicación digital.
    - 3.2.4- Proceso de diseño gráfico.
    - 3.2.5- Proceso de publicidad y mercadeo.
  - 3.3- Procesos de apoyo
- 5) Formatos operativos
- 6) Alianzas estratégicas
- 7) Canales y medios
- 8) Plan de medios
  - a) Deportes
  - b) Recreación
- 9) Protocolo de medios.
- 10) Comunicaciones Internas
- 11) Mercadeo y Publicidad



## I- Introducción

El Plan estratégico de Comunicaciones del Instituto Distrital de Deporte y Recreación IDER para 2021 se fundamenta en la articulación y acompañamiento a todas y cada una de las áreas para contribuir al pleno cumplimiento de los objetivos misionales y lograr una buena proyección del organismo.

Se enmarca en el Plan diseñado y aprobado en enero de 2020 para la vigencia de los 4 años de gobierno, con los correspondientes ajustes que han motivado las circunstancias por la pandemia del Covid 19 y las experiencias adquiridas en el primer año de gestión. Estará articulado con los lineamientos estratégicos de la Oficina de Comunicaciones y Prensa de la Alcaldía Mayor de Cartagena.

## 2- Objetivos

Son objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones:

- Contribuir, desde la perspectiva comunicacional, a alcanzar los objetivos misionales del IDER.
- Generar articulación y complementariedad de las diferentes áreas del Instituto, teniendo la comunicación como eje transversal de sus acciones.
- Acercar más la institución a la comunidad cartagenera, mediante la conexión con sus diferentes programas, proyectos y actividades.
- Orientar el diseño y elaboración de contenidos informativos para diferentes medios de comunicación y plataformas digitales.
- Consolidar la confianza ciudadana en el Instituto, mediante la proyección de una gestión basada en la transparencia, eficiencia y eficacia.



### 3. PRIORIDADES DEL PLAN ESTRATEGICO

Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, el Plan Estratégico de Comunicaciones contempla el diseño y ejecución de estrategias sectoriales, tácticas y acciones para cada uno de los proyectos enmarcados en los programas del Plan de Desarrollo Salvemos juntos a Cartagena.

PROGRAMA (2020 - 2023)		PROYECTOS PLAN 2020
<b>LA ESCUELA Y EL DEPORTE SON DE TODOS</b>	<b>1.1</b>	Desarrollo de la Escuela de Iniciación y formación deportiva por núcleos y énfasis en la ciudad de Cartagena de Indias.
	<b>1.2</b>	Fortalecimiento del deporte estudiantil mediante la implementación de los Juegos Intercolegiados y universitarios en el Distrito de Cartagena de Indias
<b>DEPORTE ASOCIADO "INCENTIVOS CONSENTIDO"</b>	<b>2.3</b>	Consolidación del Sistema Deportivo Distrital mediante una estrategia de estímulos y/o apoyos a las organizaciones deportivas y deportistas de altos logros.
<b>DEPORTE SOCIAL COMUNITARIO CON INCLUSIÓN "CARTAGENA INCLUYENTE"</b>	<b>3.4</b>	FORTALECIMIENTO DEL DEPORTE SOCIAL COMUNITARIO EN TIEMPO DE PANDEMIA EN LA CIUDAD CARTAGENA DE INDIAS.
<b>HÁBITOS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE "ACTÍVATE POR TU SALUD"</b>	<b>4.5</b>	Mejoramiento de los estilos de vida mediante la Promoción masiva de una vida activa de la ciudadanía en el Distrito de Cartagena
	<b>4.6</b>	Transformación de hábitos para la generación de Entornos saludables en el Distrito de Cartagena de Indias
<b>RECREACIÓN COMUNITARIA "RECRÉATE CARTAGENA"</b>	<b>5.7</b>	Implementación de la estrategia "Escuela Recreativa" para fortalecer las capacidades emocionales y motrices de la primera infancia.
	<b>5.8</b>	Implementación del programa Nacional "campamentos Juveniles" En el Distrito de Cartagena
	<b>5.9</b>	Recreación para todos, como mecanismo para la cohesión comunitaria mediante el aprovechamiento y uso del tiempo libre.
	<b>5.10</b>	Aprovechamiento del espacio público para la realización de Eventos Recreativos que permitan la cohesión



		comunitaria.
<b>OBSERVATORIO DE CIENCIAS APLICADAS AL DEPORTE, LA RECREACIÓN, LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO LIBRE EN EL DISTRITO DE CARTAGENA DE INDIAS</b>	<b>6.11</b>	Aplicación de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTel) en el sector deporte en el distrito de Cartagena de Indias
	<b>6.12</b>	Divulgación, Apropiación de conocimiento y participación ciudadana en el sector deporte, del Distrito de Cartagena de Indias
	<b>6.13</b>	Recopilación de la memoria histórica del deporte cartagenero y bolivarense.
<b>ADMINISTRACIÓN, MANTENIMIENTO, ADECUACIÓN, MEJORAMIENTO Y CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS DEPORTIVOS</b>	<b>7.14</b>	Conservación, mantenimiento y mejoramiento de los escenarios deportivos de la ciudad como estrategia de preservación del patrimonio material del Distrito de Cartagena de Indias.

En ese orden de ideas, se definirán estrategias sectoriales basadas en los planes de trabajo diseñados para cada uno de los proyectos por parte de los jefes de las respectivas áreas.



**INSTITUTO DISTRITAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN –IDER-  
OFICINA DE COMUNICACIONES Y PRENSA  
ESTRATEGIAS SECTORIALES**

Programa		Deporte asociado “incentivos con sentido”		
Proyecto		Convocatorias PADAL y PAFID		
Fechas de ejecución				
Evento o actividad	Conceptualización	Público objetivo	Fases	Tácticas y acciones
Primera convocatoria PADAL Y PAFID- 2021	Se busca lograr la mayor participación de deportistas en el proceso y consolidar la percepción de transparencia en la entrega de los recursos	Deportistas de alto rendimiento. Deportistas entre 14 y 16 años. Familiares de deportistas Gremio deportivo de Cartagena	1) Promoción de convocatoria. 2) Divulgación de proceso de adjudicación. 3) Entrega de incentivos. 4) Seguimiento a beneficiarios	-Motivación a deportistas -Mensajes de ganadores de convocatorias anteriores.  -Mensajes de deportistas reconocidos que recibieron estímulos similares



#### **4. Estructura organizativa por procesos**

Con base en los resultados alcanzados, las experiencias vividas, las fortalezas y debilidades identificadas en 2020, y con el propósito de consolidar y mejorar resultados, el equipo de comunicaciones y prensa de IDER, adoptará en 2021 el esquema organizativo por procesos.

Tal decisión se soporta adicionalmente en teorías administrativas según las cuales, *“si una organización funciona como un proceso macro, ésta también puede ser definida como un conjunto de procesos que se realizan de forma simultánea y además están relacionados entre sí”*. En tal sentido las acciones a desarrollar por el equipo se enmarcarán en tres (3) tipos de procesos: estratégico, claves y de apoyo.

##### **4.1-Proceso estratégico - Resp. Germán Danilo Hernández**

Diseño y orientación de estrategias comunicacionales general y sectoriales.

Definición y orientación de estrategias discursivas.

Relacionamiento político-administrativo institucional.

Articulación y complementariedad interinstitucional

Dirección general del equipo.

##### **4.2- Procesos claves – Resp: Paola Cabarcas**

###### **4.2.1-Contenidos informativos**

Responde por la conceptualización, elaboración y publicación de información periodística institucional para medios masivos de comunicación en prensa, radio, televisión e internet.

Acompañamiento, registro y cubrimiento de actividades de las diferentes áreas.

Comunicados de prensa

Entrevistas



Infografía

Responsables por áreas:

Deporte – Infraestructura: Ángela Mulet

Recreación – Talento Humano: Nuevo (a) periodista

Observatorio del deporte -

#### **4.2.2- Proceso de producción audiovisual – Resp: Luis Bustamante.**

Se encarga de la coordinación y ejecución de todo lo concerniente a pre-producción – producción – post producción y emisión de contenidos audiovisuales para diferentes plataformas y usos institucionales.

Clases virtuales

Video clips

Documentales

Registro audiovisual de actividades.

Complemento audiovisual de contenidos informativos.

Producción y emisión de podcasts.

Enlace con productores externos.

#### **Lineamientos para la realización de productos audiovisuales en el IDER**

##### Etapas:

##### **1. Preproducción (planificación)**

- a) Brief: explicación de la idea y objetivos (uno o dos párrafos)
- b) Escaleta: se describe grosso modo el contenido del producto por escenas
- c) Guion literario/cuestionario: se definen parlamentos para personajes o preguntas para entrevistado (si aplica)
- d) Plan de producción: se propone cronograma y locaciones
- e) Gestión de logística: (si aplica) trámite de permisos, transportes y/o citación de personajes.

**ider.gov.co**

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

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



## 2. Producción (grabación)

- a) Dirección: se dan lineamientos sobre tratamiento del video
- b) Rodaje [grabación]: se graban clips de video acorde a las escenas descritas en la escaleta (si aplica) y en sintonía con los lineamientos de la dirección.

## 3. Posproducción (edición)

- a) Montaje: edición no lineal acorde a escaleta (si aplica) o a criterio del editor
  - b) Corrección de color
  - c) Mezcla de sonido
- *La preproducción es una guía muy importante para la producción y la posproducción, sin embargo, el producto final puede tener modificaciones en las siguientes dos etapas, de acuerdo con las condiciones dadas, a criterio del profesional que las ejecuta o a sugerencia del jefe de la oficina de comunicaciones y prensa.*

### **Etapa de preproducción**

#### Según tiempo de planificación:

#### **1. Videos programables con mucha anticipación**

- Planificación mensual
- Se desarrollan todos los puntos de la preproducción
- Proyecta periodista/enlace
- Corrige/aprueba productor

#### Incluye:

- Fechas importantes (Ej: Día mundial de la actividad física, día internacional de la discapacidad, día mundial contra el cáncer)
- Cubrimiento de eventos institucionales misionales (Ej: Lanzamiento de juegos carcelarios, final de juegos corregimentales, entrega de estímulos PADAL y PAFID)
- Apoyo a programas institucionales misionales (Ej: Aislamiento Activo, Familias Activas)



- Cubrimiento de competencias deportivas de interés institucional (Ej: Nacional sub-23 de levantamiento de pesas, Mundial de Patinaje, Copa Candelaria).

## 2. Videos programables con poca anticipación

- Planificación semanal
- Se omiten los dos primeros puntos de la preproducción (a y b), y se desarrollan los demás.
- Proyecta periodista/enlace
- Corrige/aprueba productor

### Incluye:

- Resultados de gestión institucional (Ej: mantenimiento de escenarios)
- Desarrollo de contenido para convenios inter-institucionales (Ej: HEVS MinDeporte, Todos a Aprender del Deporte)
- Solicitudes de otras áreas del instituto (Ej: Manual de lineamientos y especificaciones técnicas de escenarios)
- Campañas institucionales (Ej: Activos y Protegidos; Muévete en Bici; Vive, siente y piensa positivo).

## 3. Videos a desarrollar sin anticipación

- Uno o dos días de planificación
- Solo se desarrolla el último punto de la preproducción (e). Los demás puntos son opcionales de acuerdo con criterio de periodista/enlace.
- Gestiona periodista/enlace
- Se informa a productor

### Incluye:

- Cubrimiento a actividades y solicitudes de dirección (Ej: visita de director de Iderbol)
- Cubrimiento de hechos noticiosos de interés institucional (Ej: IDER respalda a Fredy Marimón)
- Notas informativas para Noticiero Institucional
- Material audiovisual para medios de comunicación
- Solicitudes de alcaldía



#### **4.2.3- Proceso de comunicación digital - Responsable: Alexandra Flórez**

Se encarga de diseño, coordinación y ejecución de estrategias de comunicación digital, en el marco del plan estratégico comunicacional y en concordancia con las necesidades específicas de las diferentes áreas del Instituto.

Articulación con el área de sistemas para manejo de contenidos en el portal web.

Administración de redes sociales.

Soportes a contenidos informativos.

Enlace Interinstitucional y con operadores externos en el área.

#### **4.2.4- Proceso Diseño gráfico – Resp: Luis Napoléon Barvalópez**

Responde por conceptualización diseño, implementación y ajustes de la línea gráfica institucional y la elaboración de piezas gráficas para los diferentes productos comunicacionales a publicar en diferentes productos, medios y plataformas.

Soporte a contenidos informativos.

Acompañamiento a rediseño de portal web.

Acompañamiento y articulación con administración de redes sociales.

Diseño y producción de piezas promocionales de actividades de las diferentes áreas.

Enlace interinstitucional (alcaldía, entidades en alianzas o contratadas) para temas relacionados.

#### **4.2.5- Publicidad y mercadeo**

Coordinación de procesos de contratación y ejecución de campañas y/o acciones de publicidad y mercadeo institucional de las diferentes áreas del Instituto.



- Posicionamiento de marca.
- Coordinación de productos tercerizados:  
(Producción audiovisual externa, impresos, etc).
- Marketing digital.
- Pauta publicitaria general.

### **3.2- Procesos de apoyo. Resp. Ángela Mulet**

Orientan el conjunto de acciones necesarias para que los procesos claves se ejecuten con efectividad. Permiten gestionar y proporcionar recursos (monetarios, humanos, etc), pero también la realización de diferentes actividades a nivel interno y externo.

- Comunicación interna.
- Campañas interinstitucionales.
- Articulación puntual con áreas administrativa y financiera, planeación, talento humano, infraestructura.



## Diseño gráfico IDER 2021

La línea de diseño para el instituto se mantiene en constante evolución y seguirá siendo así en el 2021, se prioriza la lectura de los símbolos institucionales y la información de la línea estratégica de tal manera que exista una estructura básica que permita a cada proyecto o actividad mantener una identidad propia. Esto se adapta a la campaña correspondiente para cada momento, sea nuestra o de la alcaldía.

### Ejemplo de la evolución:

**¡Empezamos con toda!**

En nuestro primer día atendimos **3.120 personas** en nuestros puntos de actividad física

Además, entregamos **508 formularios** de inscripción para la **Escuela de Iniciación y Formación Deportiva (EIFD)**

**Se permite la actividad física individual y ejercicios al aire libre**  
Siguiendo estas indicaciones:

- de 2 a 5 años:**
  - Miércoles, viernes y domingo.
  - Durante 1 hora entre las 3 y 5 pm.
- De 6 a 17 años:**
  - Miércoles, viernes y domingo.
  - Durante 1 hora entre las 3 y 5 pm.
- De 18 a 69 años:**
  - Durante dos horas diarias entre: de 5 a 9 am. y de 4 a 8 pm.
- Mayores de 70 años:**
  - Martes, jueves y sábado
  - Durante 2 horas entre las 5 y 9 am.

**Restricciones:**

- Espacios deportivos cerrados (públicos o privados).
- Máquinas saludables y juegos mecánicos infantiles instalados en parques.

CARTAGENA CONTRA EL CORONAVIRUS  
#MeQuedoEnCasa

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



En Navidad Cartagena Es **Recreación**

**Total población impactada en programas de Recreación**

**15.918**

Virtuales 11.171 | Presenciales: 4.747

Entornos Saludables: 7.127	Ciclovías: 145
Madrugale a la Salud: 1.641	Campamentos Juveniles: 364
Noches Saludables: 1.490	Escuela Recreativa: 2.180
Caminante Saludable: 188	Capacitaciones: 2.400
Joven Saludable: 383	

ADAPTA Y REACTIVA **CTG**

**PONTE PILAS POR TU PAGO**

Estamos pagando y necesitamos tus datos actualizados.

**Envíanos:**

1. RUT actualizado
2. Certificación bancaria actualizada

En formato PDF sin clave, JPG o PNG, al correo:

[vigencia2019@ider.gov.co](mailto:vigencia2019@ider.gov.co)

ADAPTA Y REACTIVA **CTG**

Ejemplos de la estructura base actual:

PROGRAMA | HABITOS Y ESTILOS DE VIDA SALUDABLE "ACTIVATE POR TU SALUD"

**Actívate en Casa ¡Este sábado!**

¡Súper clase de actividad física!

Live | IDER

Sábado 21/11  
Hora: 10 a.m.

ADAPTA Y REACTIVA **CTG**

PROGRAMA | LA GUEVOLA Y EL DEPORTE SON DE TODOS

**¡Este jueves!**

¡Mega clase deportiva para toda la familia!

Live | IDER

Jueves 03/12  
Hora: 5 p.m.

ADAPTA Y REACTIVA **CTG**

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



PROGRAMA | RECREACIÓN COMUNITARIA "DECRIBATE CARTAGENA"



### Actívate gestante

*Estrategia del IDER, diseñada especialmente para mujeres en estado de embarazo.*

*Inscríbete gratis, libérate del sedentarismo y disfruta al máximo esta linda etapa de tu vida.*

INSCRIPCIONES EN [ider.gov.co](http://ider.gov.co)

ADAPTA Y REACTIVA CTG



PROGRAMA | DEPORTE SOCIAL Y COMUNITARIO



### Taller motivacional para la convivencia deportiva y trabajo en equipo

Dirigido a: comunidad deportiva en general

8 de octubre 2020 | 4 p.m

ADAPTA Y REACTIVA CTG



Con estos ejemplos muestro que la personalidad de un arte la define el contenido, al estar los elementos institucionales encarrados de tal manera que se puedan leer sin entorpecer el mensaje central de la pieza. En el 2021 se sigue trabajando de esta manera para seguir brindando información clara y de impacto a los usuarios.

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



## ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA REDES SOCIALES y WEB DEL IDER 2021



Para el 2021 esperamos reforzar la estrategia digital que se incorporó en el 2020 a la estrategia de comunicaciones general diseñada para el instituto.

En este nuevo año contemplamos seguir impulsando el uso de todos nuestros canales virtuales como lo son las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) y la página web [www.ider.gov.co](http://www.ider.gov.co).

En el 2020 el instituto logró posicionar sus redes sociales con alcances y tráfico nunca antes visto. A corte de noviembre del 2020 registramos las siguientes cifras:

### **FACEBOOK: IDER**

Seguidores: 29.928

### **TWITTER: @idercartagena**

Seguidores: 6.374

### **INSTAGRAM: @ider\_ctg**

**ider.gov.co**

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

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



Seguidores: 20.000

## **YOUTUBE: IDER Cartagena**

Seguidores: 1.840

La estrategia digital del 2021 estará determinada por la serie de acciones que realizaremos para lograr nuestro objetivo de marketing principal que es seguir **POSICIONANDO** al IDER como una entidad institucional **CONFIABLE, TRANSPARENTE y CUMPLIDORA DE SU DEBER.**

Es importante que tengamos en cuenta 3 aspectos que nos ayudarán a desarrollar nuestra estrategia digital:

1. Objetivos – ¿Lo que queremos conseguir?
2. Estrategias – ¿Cómo lo vamos a conseguir?
3. Acciones/tácticas – ¿Qué haremos para conseguir cumplir los objetivos?

Teniendo en cuenta el objetivo principal de nuestra estrategia general trabajaremos con 3 objetivos secundarios que serán la hoja de ruta de nuestra estrategia digital:

1. **Identidad digital y Branding:** Reforzaremos el posicionamiento de la marca en los medios virtuales, con una imagen institucional definida que ya es reconocida por la comunidad por el uso adecuado de colores, tipografías y calidad de imagen.
2. **Reputación Online:** Mantendremos la reputación recuperada de la institucionalidad y buen nombre del instituto.
3. **Promoción de servicios:** Seguiremos trabajando por generar presencia tanto en redes sociales como en la web de todos los programas, proyectos, procesos y actividades que están bajo la administración del IDER.

## **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.

**ider.gov.co**

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

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



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 como lo pudimos realizar en el último trimestre del 2020.

#### Tácticas:

- ❖ Crear calendario editorial de publicaciones en redes sociales donde se incluyan variedad de contenidos de acuerdo a las temáticas a tratar. Esta táctica la utilizamos en el 2020, y nos dio excelentes resultados.
- ❖ Actualizar al día la web con noticias del instituto y eventos a realizarse según el cronograma de actividades.

- ✓ **Estrategia 2:** Posicionamiento del Ider

#### Tácticas:

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



- ❖ Cubrimiento a través de redes sociales (Facebook e Instagram) de los diferentes eventos deportivos y recreativos organizados por el Ider. Los eventos se pueden cubrir a través de LIVE o directos, videos y fotografías.
- ❖ Hacer 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 editorial. Incluir Google display, táctica que quedó pendiente de desarrollar en el 2020.

✓ **Estrategia 3:** Crear y fidelizar comunidad online

**Tácticas:**

- ❖ Mantener activos los perfiles en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, youtube)
- ❖ Creación de hashtags específicos de acuerdo a las actividades, programas e información a compartir.
- ❖ Social Customer (Atención al cliente) compartiendo contenido diario de interés, interactuando a diarios con los fans y los no fans y respondiendo las dudas, sugerencias y comentarios de la comunidad virtual.

✓ **Estrategia 4:** Dinamizar comunidades online

**Tácticas:**

- ❖ Crear concursos online para premiar a los fans de la página con productos relacionados con el instituto que pueden ser camisetas, gorras, termos o boletería para eventos recreativos.

✓ **Estrategia 5:** Monitorización de los resultados

**Tácticas:**



- ❖ Crear informe de resultados donde se pueda evidenciar el crecimiento de la comunidad virtual de las diferentes redes sociales Facebook, Instagram, twitter y youtube. Así mismo identificar que publicaciones representan más tráfico en nuestras redes para así implementar las respectivas acciones de mejora.
- ❖ Crear archivo de menciones en medios virtuales para así identificar nuestra presencia y posicionamiento online.

### CUADRO DE ACCIONES ESTRATEGIA DIGITAL

ACCIONES GENERALES	RED SOCIAL	ACCIONES CONCRETAS SEGÚN RED SOCIAL	MÉTRICAS
- Personalización de cabeceras y portadas, imágenes de fondo, avatares y publicaciones con imagen de marca: Logos, tipografías y colores.  - Crear contenido de calidad y de interés que incentive siempre al engagement.	FACEBOOK	Crear publicaciones siempre con la imagen institucional del instituto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta.</li> <li>• Número de comentarios.</li> <li>• Número de compartidos.</li> <li>• Número de clics por publicaciones.</li> </ul>
		Compartir noticias y novedades.	
Crear concursos donde se pueda premiar a los seguidores con productos que representen la marca. (Gorras, camisetas, termos, etc)			
		Crear publicaciones siempre con la imagen institucional del instituto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta.</li> <li>• Número de comentarios.</li> <li>• Número de Repost.</li> <li>• Número de clics por</li> </ul>
		Compartir noticias y	



<p>- Realizar preguntas en redes sociales para aumentar interacción en publicaciones.</p> <p>-Utilización de hashtags oficiales en las publicaciones.</p> <p>- Invitar a seguir perfiles de otras redes sociales propias.</p> <p>-Creación de campañas de anuncios para aumentar comunidad y así posicionar la marca.</p> <p>-Creación de campañas de anuncios para promocionar algún evento o actividad puntual.</p>	<b>INSTAGRAM</b>	novedades.	<p>publicaciones a enlaces.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de historias visualizadas.</li> <li>• Número de menciones hashtag.</li> </ul>
		Crear concursos donde se pueda premiar a los seguidores con productos que representen la marca. (Gorras, camisetas, termos, etc)	
	<b>TWITTER</b>	Compartir noticias y novedades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de seguidores.</li> <li>• Número de me gusta.</li> <li>• Número de comentarios.</li> <li>• Número de Repost.</li> <li>• Número de clics por publicaciones a enlaces.</li> <li>• Número de menciones hashtag.</li> </ul>
		Crear publicaciones siempre con la imagen institucional del instituto.	
	<b>YOUTUBE</b>	Videos con imagen institucional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de me gusta.</li> <li>• Número de comentarios.</li> <li>• Número de compartidos.</li> <li>• Número de reproducciones</li> </ul>



## Formatos de procesos

### Formato para planeación de procesos

#### Área de deporte

Programa		Actívate por tu salud		
Proyecto		Mejoramiento de los estilos de vida mediante la promoción masiva de una vida activa de la ciudadanía en el Distrito de Cartagena		
Fechas de ejecución				
Evento o actividad	Procesos que intervienen	Productos a realizar	Publicación	Responsables
Inscripciones Madrúgale a la salud	Contenidos informativos  Producción audiovisual  Diseño gráfico  Comunicación digital.	Comunicado de prensa  3 Videos promocionales  Piezas gráficas	Medios (PRT)    Redes sociales	



## Canales y medios

En 2021 el IDER consolidará los medios propios de comunicación con que contó en el año anterior y fortalecerá alianzas con otros medios masivos de comunicación, para lograr un mayor impacto en la ejecución de sus programas misionales y conservar el nivel de confianza por parte de la comunidad.

### Medios propios

Portal web institucional

Cuentas en redes sociales

Programa de televisión institucional “Líder deportivo”. Emisión semanal de 15 minutos.

“Flash informativo IDER”. Emisión semanal de 5 minutos.

Boletín Informativo digital “El Líder”. Edición quincenal. Tendrá un ajuste en su formato con desarrollo de temas en mayor profundidad: informes especiales, crónicas, entrevistas, infografía.

### Medios masivos

Emisoras de radio – Bandas AM- FM- Plataformas digitales.

Periódicos impresos.

Programas e informativos de televisión.

Portales web

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



## Productos comunicacionales

- 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
- Mailing
- Mensajes de Wsp.
- Impresos (afiches, plegables, flyers).

## Mecanismos de articulación con medios y periodistas

- a) Reuniones periódicas (briefing).
- b) Ruedas de prensa.
- c) Rondas de medios.
- d) Entrevistas.
- e) Acciones comunicacionales alternativas

## Alianzas estratégicas

Con el fin de lograr mayores alcances en la comunicación institucional, se propone la realización de alianzas estratégicas con medios de comunicación, organizaciones periodísticas y periodistas independientes, para la realización de diferentes actividades que respondan a las necesidades de divulgación de los diferentes programas y proyectos misionales.

Tales alianzas pueden darse desde diferentes enfoques:

Informativo

Publicitario

Académico – formativo (seminarios, talleres, capacitaciones)

Organización de eventos.

[ider.gov.co](http://ider.gov.co)

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

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



## PLAN DE MEDIOS

### Deportes

### Convenciones:

“P”- Prensa

“R” – Radio

“TV” –Televisión

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

Programa	Proyecto	Actividad	Fecha
Observatorio de Ciencias Aplicadas al Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre.	Aplicación de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTel) en el sector deporte en el distrito de Cartagena de Indias	“Primer taller y deporte ciencia”	Febrero 2021

Productos	Medios	Fechas	Frecuencia de emisión	Responsable
Piezas gráficas convocatoria.	P.R. y T PED	Último sema de enero 2021	Radio: una semana	
Entrevista con director del Observatorio.		Enero 19	Internet	
Video promocional sobre contenidos del taller.				



Registro sobre No. de Inscripciones		Febrero 05		

### Cronograma de contratación

Producto o servicio	Tipo de contrato	Preparación Y publicación	Adjudicación	Ejecución
Producción y emisión de programas de TV Líder deportivo y Flash deportivo.	Menor cuantía	Enero 5 al 20	Febrero 28	01 de marzo 30 de diciembre 2021
Producción y emisión de micro programas de radio	Menor cuantía	5 al 20 enero	Febrero 28	01 de marzo Al 30 de diciembre
Emisión de pauta publicitaria en radio	Menor cuantía	5- al 20 de enero	Febrero 28	01 de marzo al 30 de diciembre
Marketing digital Sitios web Y redes sociales	Menor cuantía	5 al 20 de enero	Febrero 28	01 de marzo al 30 de diciembre.



<b>Diseño, publicación y distribución de impresos</b>	<b>Menor cuantía</b>	<b>5 al 20 de enero</b>	<b>Febrero 28</b>	<b>01 de marzo a 30 de diciembre.</b>
<b>Comunicación deporte y recreación</b>	<b>Mínima cuantía</b>	<b>15 al 25 de enero</b>		