



# Plan estratégico de Comunicaciones

## IDER 2020- 2023



# PLAN DE TRABAJO

# 2022

Equipo de Comunicaciones y prensa





## TABLA DE CONTENIDOS

- 1) Generalidades
- 2) Objetivos
- 3) Modelo de comunicación
- 4) Enfoques estratégicos.
- 5) Procesos
- 6) Componentes y coordinaciones.
- 7) Roles y enlaces
- 8) Canales y medios.
- 9) Renovación de medios propios.
- 10) Fortalecimiento de producción audiovisual.
- 11) Estrategia de comunicación digital.
- 12) Diseño gráfico
- 13) Publicidad y marketing.
- 14) Presupuesto
- 15) Cronogramas



## 1) GENERALIDADES:

Para 2022 el Plan estratégico de Comunicaciones del Instituto Distrital de Deporte y Recreación –IDER- estará enmarcado en el diseñado y aprobado en enero de 2020 para su ejecución durante la vigencia de la actual Administración Distrital, con sus correspondientes ajustes acordes a las circunstancias.

Se propone seguir fortaleciendo la articulación con las diferente áreas del Instituto, para contribuir al pleno cumplimiento de los objetivos misionales, proyectar su imagen positiva (a nivel interno y externo), y generar sinergias con los grupos de interés (deportistas, organizaciones deportivas, entidades del sector) y con la comunidad en general.

Continuará articulado con los lineamientos estratégicos de la Oficina de Comunicaciones y Prensa de la Alcaldía Mayor de Cartagena y hará énfasis en la ejecución de tácticas y acciones que conjuguen la experiencia de la virtualidad que se impuso durante las fases más duras de la pandemia, y el retorno a la presencialidad.

En 2022 la estrategia buscará igualmente promover los escenarios deportivos, como unas de las fortalezas para generar mayor flujo de visitantes a la ciudad, y empoderamiento de la comunidad, mediante la realización de eventos nacionales e internacionales. Para ellos se adoptará como frase distintiva “**Cartagena destino deportivo**”.

De igual manera todas las actividades misionales y comunicacionales serán marcadas con el rótulo “IDER. 30 años”, como parte de la celebración de ese aniversario de creación del instituto.





## 2) 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.

## 3) MODELO DE COMUNICACIÓN

El modelo de comunicación que orienta el Plan Estratégico de Comunicaciones del IDER para la vigencia 2022 se enfoca en cuatro (estrategias) que desarrollarán su propia dinámica de acciones de manera articulada: corporativa, informativa, de relacionamiento, de publicidad y mercadeo.

**La estrategia corporativa** se enfocará en el cumplimiento de la línea discursiva definida de manera concertada con la dirección del Instituto.

**La estrategia informativa** orientará todas las acciones relacionadas con la producción y difusión de contenidos comunicacionales generados con la ejecución de programas, proyectos y actividades de las diferentes áreas del IDER, orientados a públicos internos y externos.

**La estrategia de relacionamiento** apunta a consolidar y crear lazos de interacción e integración con entidades públicas y privadas, y grupos de interés del Instituto, en el marco de los propósitos de participación e inclusión ciudadana.

La estrategia de publicidad y mercadeo define los lineamientos a seguir para el posicionamiento de la marca IDER, mediante la adecuada proyección de la imagen institucional, soportada en las acciones ejecutadas desde sus diferentes áreas.



#### 4) ENFOQUES ESTRATÉGICOS

- 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.

#### 5) PROCESOS

Para la implementación de la estrategia comunicacional del IDER en el 2022, conforme a los enfoques mencionados, se definen dos (2) procesos generales, que enmarcarán un conjunto de productos y actividades a desarrollar, que permitan



atender integralmente los aspectos estratégicos y operacionales del equipo de comunicaciones y prensa:

### **Proceso estratégico**

- Construcción discursiva
- Estrategias generales
- Estrategias sectoriales
- Publicidad y mercadeo

### **Proceso Contenidos informativos (internos y externos)**

- Producción de textos
- Producción audiovisual
- Comunicación digital.
- Diseño gráfico.

## **6) COMPONENTES y COORDINACIONES**

En cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones, el plan de trabajo 2022 consta de dos grandes componentes que integran las diferentes tácticas y acciones a desarrollar por el área de comunicaciones y prensa del IDER:

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

**2) Estrategias sectoriales de comunicación.**

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

Para la adecuada ejecución de las acciones y productos que conforman los dos procesos identificados y aplicados en los correspondientes componentes, se establecen cuatro (4) líneas de coordinación, en el siguiente orden:

## COORDINACIONES Y PROCESOS

Procesos estratégicos y de contenidos)



[www.IDER.gov.co](http://www.IDER.gov.co)

**Coordinación general:** Coordinará la ejecución de acciones por parte de los integrantes del equipo de comunicaciones y prensa (enlaces), conforme a lineamientos de la dirección.

Apoyará el desarrollo del proceso estratégico, y velará por el adecuado cumplimiento de compromisos en cada una de las acciones y productos del proceso de contenidos informativos (proceso clave).

**Coordinación audiovisual:** Se encarga de la coordinación y ejecución de todo lo concerniente a preproducción – producción – post producción y emisión de contenidos audiovisuales institucionales para diferentes medios y plataformas digitales.

**Coordinación comunicación digital:**

Responderá por el diseño, coordinación y ejecución de estrategias de comunicación digital como parte del plan estratégico comunicacional, conforme a las necesidades específicas de las diferentes áreas del Instituto.



Articulará con el área de sistemas el manejo de contenidos informativos institucionales en el portal web.

**Coordinación de diseño gráfico:**

Responderá por la conceptualización diseño, implementación y ajustes de la línea gráfica institucional, la elaboración de productos, y piezas gráficas para publicar en medios convencionales, alternativos y plataformas virtuales.

**7) Roles y enlaces**

Para una adecuada cobertura informativa de las diferentes áreas del instituto, se establece una distribución de roles y enlaces por parte de todos y cada uno de los integrantes del equipo de comunicaciones y prensa:





## 8) 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.



## 9) RENOVACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE 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.

El Plan Estratégico de Comunicaciones contempla para 2022 las siguientes acciones de actualización de tales medios:

- 1) Renovación de la plataforma Web del IDER, cambiando el servidor Joomla por Word Press, en procura de hacerlo más robusto, dinámico y con mayores posibilidades de recursos visuales.
- 2) Incorporar componente gráfico de proyección de escenarios para consolidar la oferta “Cartagena destino deportivo”.
- 3) Rediseño del boletín informativo digital.
- 4) Ajuste de formato al programa de televisión Líder Deportivo, **cuya producción, post producción y emisión será contratada externamente.**
- 5) Alternancia de canales de difusión del programa (medios y plataformas digitales).
- 6) Generación de contenidos en formatos de audio (podcast).

## 10) FORTALECIMIENTO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Desde la coordinación de producción audiovisual se trabajará en la vigencia 2022 por una mayor proyección de las actividades misionales del Instituto, mediante el fortalecimiento y generación de contenidos, mediante las siguientes acciones:

### Fotografía

- Mantener visibles los programas misionales del IDER con visitas semanales en el portal Web y redes sociales, impactando a diferentes segmentos de la población cartagenera.
- Realizar capacitaciones al personal de campo del IDER para aumentar la calidad de las fotos recibidas



- Endurecer el filtro de las fotos que se reciben y son escogidas para publicación (selectividad)

### **Video**

- Realizar Flash informativos quincenales con información concisa durante la mayor parte del año como complemento a los programas de TV
- Enfocar los esfuerzos de las clases virtuales de bajo impacto en videos cortos funcionales y segmentados.
- Incentivar la participación de funcionarios y contratistas que trabajan en el terreno con las comunidades para que sean protagonistas y multiplicadores de la información institucional.

### **11) ESTRATEGIA DIGITAL**

Para el 2022 basaremos nuestra estrategia digital en la FIDELIZACIÓN, como objetivo principal, como complemento al enfoque de posicionamiento que primó en el Plan Estratégico de Comunicaciones 2020- 2021, buscando seguir afianzando nuestra comunidad virtual, a través de contenido de calidad que le brinde al usuario la información de interés que busca, pero que al mismo tiempo genere que el mismo usuario produzca contenido relacionado con la misionalidad del instituto.

De esta forma generaremos un esquema de información que tendrá retroalimentación de los usuarios y por ende nos servirá para generar “voz a voz” con aquella comunidad Cartagenera que aún no hace parte de nuestra comunidad virtual.

#### **Propósitos:**

- Seguir logrando que la página web [www.ider.gov.co](http://www.ider.gov.co) sea un espacio de consulta constante por deportistas y comunidad en general.
- .Hacer énfasis en la gratuidad de los servicios a la comunidad.
- Propiciar que usuarios más activos generen contenido de interés desde sus comunidades y lo compartan con nosotros.
- Conocer más los gustos de nuestros usuarios, generando constantes encuestas.



- Afianzarnos como una comunidad en vez de una página o perfil con miles de fans que sólo reaccionan a veces.
- Crear experiencias positivas a través de contenidos de valor y entretenimiento.
- Conseguir acuerdo con deportistas tipo influencers para llegar a más personas.
- Generar conversación constante con el público.

### **Tácticas y acciones:**

Motivar a usuarios activos de los puntos de actividad física para que generen contenido de las actividades que realiza el instituto en sus comunidades. Estimular con “recompensas” o premios por su participación.

Promocionar testimonios de deportistas beneficiados. Capsula en redes “Un día entrenando con...”

Visibilizar más la Escuela de iniciación y Formación Deportiva a través de tutoriales realizados por los mismos alumnos en compañía de sus profesores, enseñando tácticas y rutinas de entrenamiento en los momentos de tiempo libre y esparcimiento.

Activar los “Reels y Tick toks” con los alumnos de los diferentes puntos de Joven Saludable, a través de tutoriales de bailes y trends de moda.

Reforzar las estrategias que se utilizaron en el 2021 (Activate gestante, Adulto mayor, Recreación Comunitaria”.

Manejar presupuesto de redes directamente para hacer distribución durante todo el año de forma responsable y estratégica.



## 12) DISEÑO GRÁFICO

La línea de diseño gráfico para el instituto se mantiene en constante evolución; lo ha sido desde el 2020, lo fue en el 2021 y seguirá así en el 2022, 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.

Las formas representan la seriedad y rigurosidad de lo institucional más el dinamismo y variedad del deporte y la recreación. Se Resaltan los colores insignia del IDER (verde, amarillo y rojo) y se añaden variaciones de estos para diferenciar los distintos proyectos y actividades.





### **13) PUBLICIDAD Y MARKETING**

La publicidad y el marketing son componentes esenciales del Plan Estratégico de Comunicaciones y de su correspondiente Plan de Trabajo 2022, para tal efecto se identifican las necesidades de proyección institucional y de generación de impactos en la comunidad de los programas, proyectos y actividades de las diferentes áreas, para generar contenidos promocionales de la siguiente manera:

**Publicidad radial:** mensajes radiofónicos a ser difundidos en programas informativos (deportivos y generales) de emisoras radiales con sede en Cartagena.

**Marketing digital:** Difusión de piezas gráficas, videos y mensajes institucionales a través de plataformas digitales y generación de mayores impactos en redes sociales.

**Impresos:** elaboración divulgación y entrega de diferentes productos con contenidos comunicacionales que aporten al posicionamiento de marca institucional y a generar mayores impactos en los propósitos de los programas y proyectos misionales.

Pendones.

Afiches

Flyers.

Productos POP (camisetas, gorras, llaveros, libretas de anotaciones, etc.) asociados a la ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones.

### **14) PRESUPUESTO:**

El presupuesto para la ejecución de productos contemplados en el Plan de Trabajo 2022 de la Estrategia comunicacional del IDER, se soporta en las asignaciones provenientes de los diferentes programas y proyectos misionales, y su distribución se enfocará en la producción, post producción y emisión de contenidos audiovisuales, y en la difusión de acciones de publicidad y marketing a nivel impreso, radial y digital, de la siguiente manera:



## DISTRIBUCIÓN DE PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL 2022 POR PROGRAMAS Y PROYECTOS

**Ejecución: 10 meses**

**Inicio: marzo 2022**

Contrato a realizar	Valor estimado	Programas	Proyectos aportantes	Valor inversión
Producción y emisión de programas de televisión institucional  Presentación institucional	\$ 110.000.000	La escuela y el deporte son de todos”	Fortalecimiento del deporte estudiantil	\$20.000.000
		Deporte asociado incentivo con sentido	Consolidación del deporte distrital.	50.000.000
		Hábitos y estilos de vida saludable.	Mejoramiento de los estilos de vida mediante la promoción masiva de una vida activa	35.000.000
		Observatorio del deporte		5.000.000
Producción y emisión de mensajes de radio (cuñas)	\$150.000.000	Deporte Asociado “Incentivos Con-Sentido”	Consolidación del Sistema Deportivo Distrital mediante una estrategia de estímulos y/o apoyos	50.000.000
		Deporte social y comunitario	Integración Comunitaria a través del Deporte	50.000.000



			como Herramienta para la inclusión Social	
		Deporte Social Comunitario con Inclusion "Cartagena Incluyente"	Integración Comunitaria A Traves Del Deporte	15.000.000
		Hábitos Y Estilo De Vida Saludable	Mejoramiento De Los Estilos de Vida Mediante la Promoción Masiva De una Vida Activa	35.000.000
<b>Marketing digital</b>	150.000.000	Deporte Asociado "Incentivos Con-Sentido"	Consolidación Del Sistema Deportivo Distrital	50.000.000
		Recreación Comunitaria "Recréate Cartagena"	Recreación Comunitaria y Aprovechamiento Del Tiempo Libre, como Mecanismo de Cohesión e Integración Social	50.000.000
		Observatorio de Ciencias Aplicadas al deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre.	Implementación del Observatorio de Ciencias Aplicadas al deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre	50.000.000
Modernización portal Web	25.000.000	Recreación Comunitaria "Recréate Cartagena"	Recreación Comunitaria y Aprovechamiento del Tiempo Libre, como Mecanismo de Cohesión e Integración Social	25.000.000



<b>Impresos</b>	34.000.000	Recreación Comunitaria "Recréate Cartagena"	Recreación Comunitaria y Aprovechamiento Del Tiempo Libre, como Mecanismo de Cohesión e Integración Social	25.000.000
Flyers				
Material POP (Lapiceros, gorras, camisetas, etc.)		Observatorio de Ciencias Aplicadas al deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento Del Tiempo Libre en el Distrito de Cartagena De Indias	Implementación del Observatorio de Ciencias Aplicadas al deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre.	9-000.000
<b>TOTAL</b>	<b>469.000.000</b>			<b>469.000.000</b>



## 15) CRONOGRAMAS

### Cronograma estrategia digital

Cronograma de ejecución calendario Digital													
Acciones	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Frases posicionamiento para inicio de año	Piezas para arrancar 2022												
Estrategia visibilización escenarios deportivos	Nueva sección página web apoyado por piezas y videos redes												
Enfasis en "GRATUIDAD" de nuestra oferta	Iniciaremos con EIFD y HEVS												
Estrategia de generación de contenido desde los puntos de actividad física	Concursos y premios para usuarios activos												
Estrategia de generación de contenido desde los núcleos EIFD	Videos tutoriales con profes y niños												
Trivias deportivas desde el observatorio	Premios para usuarios activos												
Capsulas deportivas "Un día entrenando con"	Video para redes y youtube												
Tutoriales de baile y trends de moda	Videos para reels y nueva cuenta en tiktok												
Tips para madres Gestantes	Piezas graficas												
Tips Adultos mayores	Piezas graficas												
Infografias con porcentajes sobre ejercicios y actividad física	Piezas graficas												
Tutoriales Activate Gestante	Videos redes y youtube												
Tutoriales Adulto Mayor	Videos redes y youtube												
Recordatorios de que son cada programa y cada proyecto de Recreación	Piezas Graficas												
Recordatorios de que son cada programa y cada proyecto de deportes	Piezas Graficas												
Entre tiempo	Piezas graficas												



**Anexos:**

**Cronograma general de actividades por áreas.**

Aprobado ante la dirección general del IDER el 13 de enero de 2022.

Socializado con jefes de áreas y coordinadores el 14 de enero de 2022

Germán Danilo Hernández Torres

Asesor en comunicaciones

Jefe equipo de comunicaciones y prensa

