



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

IDER 2020- 2023

PLAN DE TRABAJO

2023 EQUIPO DE COMUNICACIONES Y PRENSA





TABLA DE CONTENIDOS

- 1) Fundamentos
- 2) Objetivos
- 3) Modelo de comunicación
- 4) Enfoques estratégicos.
- 5) Procesos
- 6) Componentes y coordinaciones.
- 7) Organización interna del equipo de comunicaciones y prensa
- 8) Canales y medios.
- 9) Renovación de medios propios.
- 10) Fortalecimiento de producción audiovisual.
- 11) Estrategia de comunicación digital.
- 12) Identidad visual
- 13) Publicidad y marketing.
- 14) Presupuesto



1) Fundamentos:

El Plan estratégico de Comunicaciones del Instituto Distrital de Deporte y Recreación –IDER– fue diseñado, presentado y aprobado en enero de 2020 para su ejecución durante la vigencia de la actual Administración Distrital, con sus correspondientes ajustes anuales o acordes a las circunstancias.

Su implementación en 2023 busca seguir fortaleciendo la articulación con las diferentes áreas del Instituto, para contribuir al 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.

Por ser el último año de la actual Administración Distrital, se propone priorizar las acciones comunicativas en un enfoque de consolidación de logros y realizaciones de beneficios para los grupos de interés y para la comunidad en general, procurando generar al final del período, receptividad a la gestión realizada, y recordación ciudadana.

Continuaremos articulados con los lineamientos estratégicos de la Oficina de Comunicaciones y Prensa de la Alcaldía Mayor de Cartagena y en alianza colaborativa institucional, conservando la independencia que corresponde al instituto como ente descentralizado

En 2023 la estrategia se propone proyectar con énfasis el fortalecimiento de la infraestructura deportiva de la ciudad, teniendo como base las inversiones en construcción y adecuación de nuevos escenarios; la definición de la política pública distrital del deporte, como carta de navegación del sector para los próximos años, y la consolidación de logros misionales en materia de deporte, recreación y actividad física, en conjunto lo que contribuye a consolidar el propósito de afianzar a Cartagena como un destino deportivo, iniciativa comunicacional impulsada en el 2022.

Apuestas:

- El fortalecimiento de la infraestructura deportiva de la ciudad.
- Definición de la política pública distrital del deporte (carta de navegación del sector para los próximos años).
- Consolidación de logros misionales en materia de deporte, recreación y actividad física.

Sostenimiento del propósito de afianzar a Cartagena como destino deportivo.



En tal sentido el slogan sugerido para asumir este año para la estrategia comunicacional y como distintivo institucional es:

“2023: Victorias del presente para metas de futuro”





2) OBJETIVOS

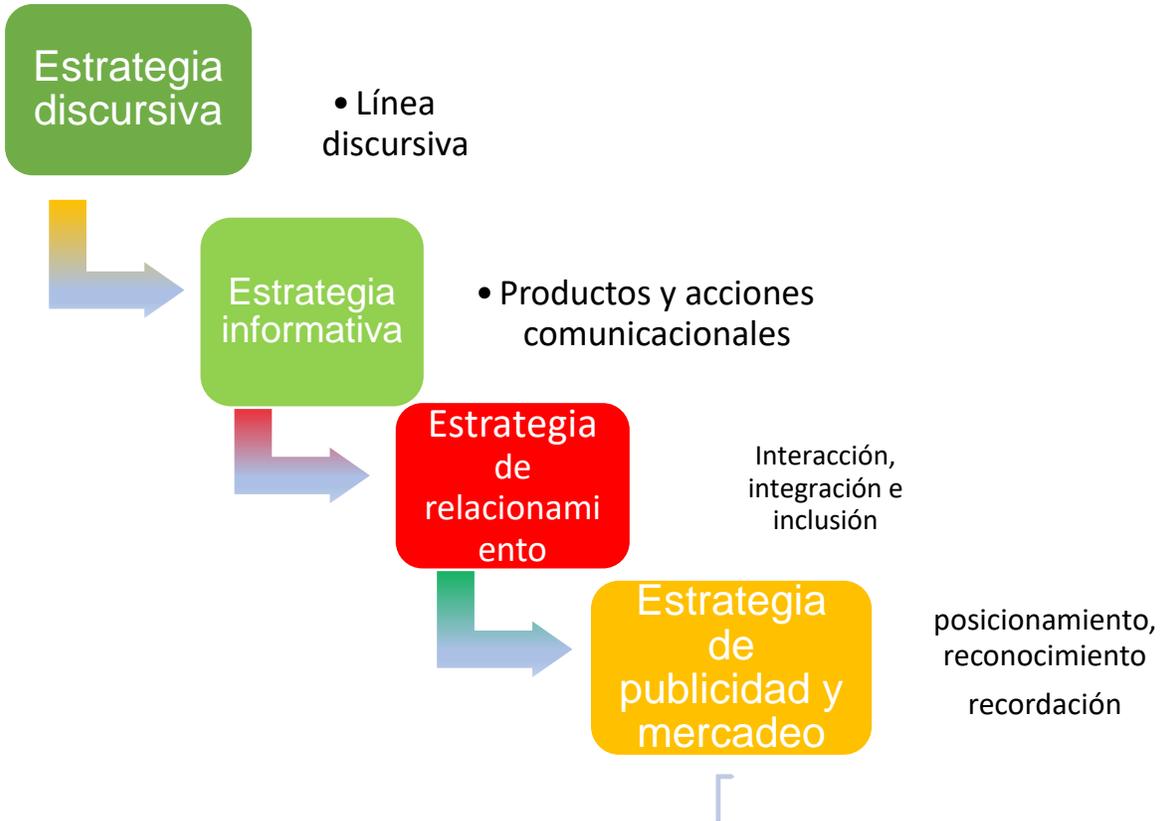
- Contribuir a alcanzar los propósitos misionales del IDER.
- Afianzar la articulación entre las diferentes áreas del Instituto, teniendo la comunicación como eje transversal de sus acciones.
- Divulgar a través de medios masivos de comunicación, plataformas virtuales, medios propios y alternativos, programas acciones y actividades que ejecute el instituto asociadas al deporte, la recreación y la actividad física, que generen impactos positivos en los sectores de interés y en la comunidad en general.
- Consolidar la confianza ciudadana en el Instituto, mediante la proyección de una gestión transparente, eficiente y eficaz.
- Aumentar la percepción ciudadana de cumplimiento en los compromisos adquiridos por la Administración Distrital y la dirección del instituto.
- Generar recordación ciudadana con relación a las acciones institucionales ejecutadas en materia de deporte, recreación y actividad física en el período 2020-2023.



3) MODELO DE COMUNICACIÓN

Conforme a los lineamientos del Plan Estratégico de Comunicaciones 2020 – 2023, El Plan de trabajo para la vigencia 2023 se enfoca en cuatro (estrategias) que desarrollarán su propia dinámica de acciones de manera articulada:

- 1) **Estrategia corporativa:** Corresponde al cumplimiento de la línea discursiva concertada con la dirección del Instituto, acorde con las circunstancias administrativas, institucionales, políticas y sociales.
- 2) **Estrategia informativa** orientará todas las acciones relacionadas con la producción y difusión de contenidos comunicacionales soportados en la ejecución de programas, proyectos y actividades de las diferentes áreas del IDER, orientados a públicos internos y externos.
- 3) **Estrategia de relacionamiento** apunta a consolidar y crear lazos de interacción e integración con entidades públicas y privadas, grupos de interés del Instituto, medios de comunicación y periodistas, en procura de lograr mayores impactos y alcances de los propósitos misionales.
- 4) **La estrategia de publicidad y mercadeo** se propone lograr un mayor posicionamiento de la marca IDER, aumentar los alcances e impactos relacionados con los objetivos institucionales y contribuir a los propósitos de reconocimiento y recordación ciudadana.





4) ENFOQUES ESTRATÉGICOS

- Comunicación con énfasis en proyección de resultados.
- Validación ciudadana y de grupos de interés a logros institucionales.
- Publicidad institucional enfocada en cumplimiento
- Consolidar confianza y alianzas con grupos de interés.
- Afianzar relacionamiento con medios de comunicación y periodistas.
- Fortalecer contenidos informativos multicanales.
- Fortalecimiento de la comunicación interna
- Consolidación de medios comunicacionales propios.





5) PROCESOS

Para la implementación de la estrategia comunicacional del IDER en 2023, se conservan dos (2) procesos generales, que enmarcarán un conjunto de productos y actividades.

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

Para su adecuada ejecución, el Plan Estratégico de Comunicaciones 2023 se soportará en tres componentes esenciales:

1) **Estrategias sectoriales de comunicación.** Definición estratégica de acompañamiento a programas, proyectos, campañas o jornadas, de las diferentes áreas del instituto, debidamente concertadas con sus responsables.

2) **Soporte comunicacional:** cubrimiento periodístico institucional (producción y publicación de contenidos informativos).



3) **Asesoría y acompañamiento** en comunicación corporativa. (Diseño y elaboración de productos institucionales (informes, piezas gráficas, apoyos audiovisuales, etc).





Organización interna

Para la adecuada implementación de los procesos, componentes, productos y actividades que contempla el Plan Estratégico de Comunicaciones 2023, el equipo de comunicaciones y prensa está integrado por un grupo de profesionales de diferentes disciplinas, con amplia experiencia y cuyos roles individuales estarán debidamente articulados para lograr resultados en equipo.

Conformación del equipo:





COMPOSICIÓN DEL EQUIPO COMUNICACIONES Y PRENSA DEL INSTITUTO DISTRITAL DE DEPORTE Y RECREACIÓN –IDER- 2023

Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
Germán Danilo Hernández	Trabajador social. Periodista. Especialización en Comunicación de Gobierno. Estudios de Maestría en Lingüística.	Asesor en comunicaciones de la dirección. Jefe del equipo de comunicaciones y prensa	Asesorar y orientar la construcción discursiva institucional. Asesorar a la dirección en temas de comunicación estratégica Liderar el diseño e implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones del Instituto. Coordinar el diseño e implementación de estrategias sectoriales Dirigir y velar por el cumplimiento de responsabilidades de los integrantes del equipo de comunicaciones y prensa del IDER	3 años
Ángela Mulet Barrios	Comunicadora social - periodista	Coordinadora de procesos del equipo de comunicaciones.	Coordinar y hacer seguimiento a las tareas asignadas a los integrantes del equipo de	6 años interrumpidos



Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
		<p>Enlace con la dirección administrativa y financiera.</p> <p>Enlace con el Observatorio del deporte</p>	<p>comunicaciones y prensa.</p> <p>Velar por el cumplimiento de las estrategias sectoriales.</p> <p>Hacer cubrimiento informativo institucional a las acciones de la dirección administrativa y financiera y del Observatorio del deporte</p>	
Paola Cabarcas	Comunicadora social - periodista	<p>Enlace con: área de recreación.</p> <p>Maestra de ceremonia</p> <p>Productora de contenidos programas de televisión.</p> <p>Enlace con prensa - alcaldía</p>	<p>Cubrimiento informativo institucional a los programas, proyectos y actividades del área de recreación.</p> <p>Presentadora oficial de eventos y actividades del Instituto</p> <p>Coordina la elaboración de contenidos para el programa institucional de televisión.</p> <p>Elaboración de contenidos</p>	6 años interrumpidos



Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
			informativos para medios propios y externos	
Alirio Pérez	Periodista deportivo	Enlace con: área de deportes Área de infraestructura	Responsable del cubrimiento periodístico institucional de los programas, proyectos y acciones ejecutadas por las áreas de deporte e infraestructura del IDER Elaboración de contenidos informativos para medios propios y externos	27 años continuos
Nora Lozano	Comunicador social - periodista	Comunicaciones internas Enlace con : Oficina Jurídica, talento humano, planeación.	Responsable de todo lo relacionado con las comunicaciones internas del instituto, que contemplan administración de chats internos, contenidos de pantallas digitales y de carteleras. Apoyo en la realización de eventos y actividades internas	3 años



Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
			con funcionarios y/o contratistas del IDER. Elaboración de contenidos informativos para medios propios y externos	
Alexandra Flórez	Publicista. Productora de Radio y Televisión	Community Manager (comunicación digital) Articulación con prensa alcaldía.	Coordina todo lo relacionado con la estrategia de comunicación digital, que incluye administración de cuentas institucionales en redes sociales, y contenidos en el portal web institucional	3 años
María Fernanda Moya	Diseñadora Gráfica	Diseñadora Gráfica	Responsable de la línea gráfica institucional. Diseño de piezas gráficas para: Promoción de actividades institucionales desde las diferentes áreas. Soporte a productos comunicacionales internos y externos.	2 años



Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
			Apoyo a elaboración de informes y documentos institucionales.	
Mauro Burgos	Comunicador audiovisual. Productor de Radio y Televisión	Coordinador de Producción audiovisual	Producción y post producción de contenidos audiovisuales (videos, fotografías, podcast) para medios propios, externos, redes sociales y portal web. Cubrimiento informativo institucional como camarógrafo y fotógrafo. Presentador ocasional	3 años
Emanuel Jimenez	Comunicador social - periodista	Productor de contenidos audiovisuales	Cubrimiento informativo institucional como camarógrafo y fotógrafo. Producción y post producción de contenidos audiovisuales (videos, fotografías, podcast), como apoyo a las	2 años



Salvemos Juntos
a Cartagena



Nombre	Perfil profesional	Rol	Responsabilidades	Antigüedad En el IDER
			<p>diferentes áreas, para redes sociales y portal web. ógrafo.</p> <p>Producción y post producción de contenidos audiovisuales (videos, fotografías, podcast) para medios propios, externos, redes sociales y portal web.</p>	



Coordinación interna del equipo

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.

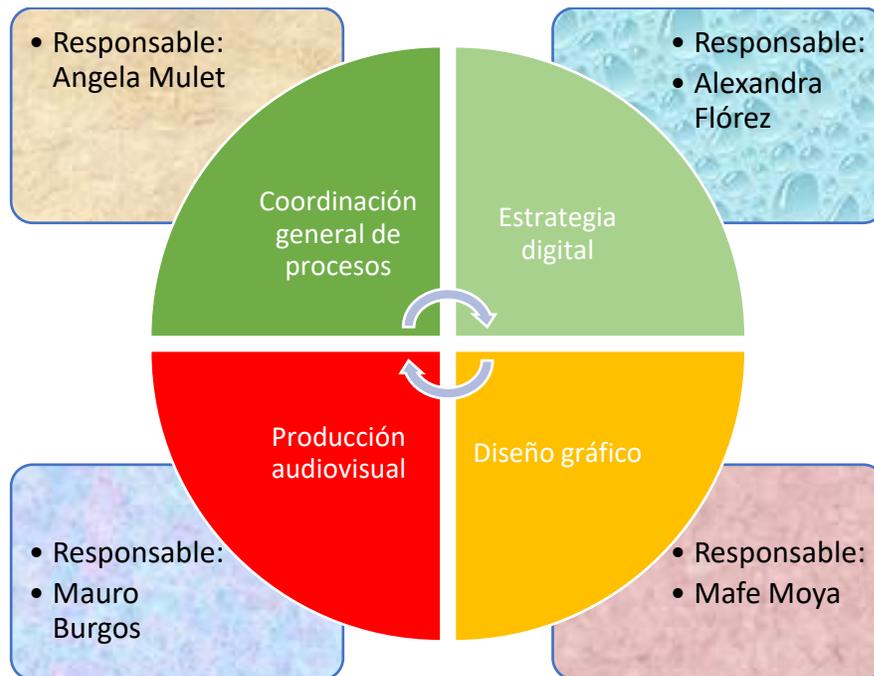
Articulará con el área de sistemas el manejo de contenidos informativos institucionales en el portal web.

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.



Esquema de organización Interna





7) 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:

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.

Comunicaciones internas:

- Carteleras institucionales.
- Pantallas digitales.
- Sistema de sonido interno.



- Circulares internas.
- Grupos de WhatsApp.
- Comunicación directa.
- Apoyo a realización de eventos y actividades internas del instituto.

8) Consolidación y aprovechamiento de medios propios

En 2023 se trabajará de manera integrada con el área de sistemas, para un máximo aprovechamiento del portal Web institucional, modernizado en el 2022, y que ofrece mejores posibilidades de calidad en la publicación de contenidos.

De igual manera, el Plan Estratégico de Comunicaciones contempla para 2023 la consolidación y renovación de formatos de medios propios y de sus redes sociales, implementando la actualización de su línea gráfica.

- 1) Rediseño del boletín informativo digital:
- 2) Ajuste de formato al programa de televisión Líder Deportivo, **cuya producción, post producción y emisión será contratada externamente.**
- 3) Alternancia de canales de difusión del programa (medios y plataformas digitales).
- 4) Generación de contenidos en formatos de audio (podcast).

9) PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

En 2023 nos proponemos fortalecer la generación de contenidos audiovisuales multicanales.

- Realización de producciones audiovisuales para proyectar las acciones ejecutadas desde las diferentes áreas en el marco de los programas misionales del instituto.
- Para apoyar los contenidos informativos dirigidos a los diferentes medios de comunicación.



- Como complemento a las acciones formativas en materia deportiva y recreativa.
- Como soporte a los programas institucionales contratados con operadores externos.
- Como mecanismo de divulgación de fortalezas institucionales y de ciudad.
- Como soporte a contenidos informativos en redes sociales.

En este aspecto, en 2023 nos proponemos generar mayor producción orgánica in- situ, mediante la realización de:

- Reel -TikTok de 30 segundos. (En actividades de gran impacto en las cuales podamos identificar mayor presencia de público que oscilen entre los 14 a 30 años).
- Alimentar los contenidos de redes sociales con notas segmentadas producidas para el programa de televisión institucional y enlazar estas con el programa completo en el Canal de Youtube.
- Generar campañas de promoción de actividades en formato vertical para aprovechar el mayor consumo de videos en ese formato.
- Realizar de manera semanal entrevistas de cinco minutos, tipo informativo de eventos y actividades relacionada con los programas y proyectos institucionales en formato Podcast.
- Seguir Incentivando la participación de funcionarios y contratistas que trabajan en el terreno con las comunidades para que sean protagonistas y multiplicadores de la información institucional.



10) ACTUALIZACIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

En 2020, 2021 y 2022 basamos nuestra estrategia digital de comunicaciones en el **POSICIONAMIENTO**, logrando así afianzar una imagen institucional en las diferentes redes sociales en las que el instituto hace presencia.

En lo corrido de estos tres años logramos posicionar nuestras redes sociales con las siguientes cifras:

COMPARATIVO DE AVANCES EN REDES SOCIALES 2020 -2022					
NOMBRE DE RED	CARACTERÍSTICA EVALUADA	SITUACIÓN FINAL 2019	SITUACIÓN FINAL 2020	SITUACIÓN FINAL 2021	SITUACIÓN FINAL 2022
FACEBOOK	Seguidores	11.050	20.047	34.939	39.365
	Alcance	1.272	8.100	1.635.996	2.356.736
TWITTER	Seguidores	5.700	6.374	6.675	7.021
	Impresiones	11.120	21.129	123.415 acumulado año	110.932 acumulado año
INSTAGRAM	Seguidores	15.100	19.952	24.013	27.387
	Alcance	852	35.852	174.090	171.283
YOUTUBE	Seguidores	-	1.800	2.211	2.319
TIKTOK	Seguidores				692
	Me gusta				2964



Para el 2023 basaremos nuestra estrategia digital en los **RESULTADOS**, como objetivo principal en donde se reflejen los 3 años de trabajo de la administración de Salvemos Juntos a Cartagena, buscando así lograr 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 aun no hace parte de nuestra comunidad virtual.

METAS QUE IMPULSARAN NUESTRA ESTRATEGIA DIGITAL PARA 2023

Los objetivos son el primer paso para cualquier estrategia digital, pero en realidad las metas a alcanzar se convierten en la hoja de la ruta que buscaremos trazar para poder llegar a ese objetivo general en el 2023.

¿Por qué definimos metas?

- Porque nos impulsa a conseguir lo mejor
- Porque nos ayuda a querer más en vez de conformarnos
- Porque nos ayuda a potenciar nuestra estrategia

Metas propuestas:

- Seguir logrando que la página web www.ider.gov.co sea un espacio de consulta constante por deportistas y comunidad en general que hace uso de nuestros servicios.
- Seguir trabajando en la percepción y reputación que tienen los usuarios hacia el instituto, con una estrategia basada en transparencia y con la constante promoción de todas nuestras actividades y servicios.
- Lograr que la comunidad Cartagenera conozca que nuestra misionalidad es 100% gratuita y que llegue a las 3 localidades de la ciudad.



- Entablar una relación de confianza entre marca y seguidores, logrando que nuestros 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 que les permitan participar en la toma de ciertas decisiones
- Apelar siempre a la premisa de que somos una comunidad en vez de una página o perfil con miles de fans que sólo reaccionan a veces. La comunidad siempre reacciona y participa del contenido.
- Aumentar los comentarios positivos relacionados a la marca.
- Crear experiencias positivas a través de contenidos de valor y entretenimiento.
- Conseguir acuerdo con “Deportistas” tipo influencers para llegar a más personas.
- Realizar pauta digital ojala todo el año
- Generar conversación constante con el público.
- Medir todas las acciones que se realizan a través de los medios digitales para poder siempre entender nuestro alcance y trafico.

Estrategias planteadas:

- Conseguir que nuestros usuarios activos de los puntos de actividad física generen contenido de las actividades que realiza el instituto en sus comunidades. Crearemos una estrategia basada en las “recompensas”, premios por su participación con menciones especiales en redes sociales.
- Basar la información del 2023 en los testimonios y las historias de vida de los deportistas beneficiados, a través del seguimiento constante de sus carreras. Capsula en redes “Un día entrenando con...” no mayor a 1 minuto para así sumarnos a las tendencias en reels y audios que nos permitan mejor posicionamiento en todas nuestras redes.
- Visibilizar a 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, unir esta nueva categoría al gimnasio virtual.



- 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. Así mismo vincular a profesores y demás usuarios a la experiencia.
- Reforzar las estrategias que se utilizaron en el 2021 para fortalecer nuestro gimnasio virtual (Activate gestante, Adulto mayor, Recreación Comunitaria”.
- El video en formato reel hará más presencia en nuestro feed y muro más que las imágenes fijas.
- Para Lider deportivo TV se sumarán profesores, usuarios y alumnos de nuestra Escuela en pequeños espacios y segmentos del programa.
- Microcapsulas informativas de no más de un minuto para reportar temas de interés “Ider reporta”.



11) IDENTIDAD VISUAL

La línea gráfica institucional del IDER fue definida en el marco del Plan Estratégico de Comunicaciones 2020-2023, respetando los elementos y conceptos bases de diseños originales de su identidad visual, para garantizar continuidad y posicionamiento a la marca, conservando articulación con los lineamientos gráficos de la Alcaldía Mayor de Cartagena, y actualizando aspectos de forma.

En ese orden de ideas, en 2023 se conservará en esencia la línea gráfica con ajustes refrescantes en sus colores y en actualización de contenidos visuales.

Conceptualización:

Identidad visual es el Conjunto de elementos gráficos y visuales que definen a una marca, comunican el concepto de esta y por medio de la unidad y la consistencia logran diferenciación, flexibilidad y reconocimiento.

Los lineamientos que se explican a continuación deben ser aplicados en todos y cada uno de los aspectos comunicacionales institucionales del IDER a nivel interno y externo, incluyendo en uso de plantillas de los programas Word y Power Point, y en todo tipo de productos corporativos y publicitarios para medios digitales o impresos.

Para tal efecto, el equipo de comunicaciones y prensa del instituto, estará presto a brindar los correspondientes soportes y asesorías, desde su proceso de diseño gráfico.



Identidad visual Institucional Marca

- Debe ir siempre sobre fondo blanco.
- No se permiten modificaciones en su contenido, tipografía ni colores.
- Debe ir en compañía de la identidad institucional de la ciudad (escudo) y de la administración vigente (salvemos juntos).
- Su uso deberá ser permitido y aprobado por el área de comunicaciones.



Isotipo

Logotipo

Imagotipo



Identidad visual Institucional Identificador de programa





Identidad visual Institucional

Colores

- El rojo, verde y amarillo, parten de la bandera de la ciudad y se encuentran en el logo que recibimos y decidimos mantener por su posicionamiento en la ciudad.
- Se hacen variaciones en brillo, y se juega con gradientes y mezclas entre estos colores para enriquecer la gráfica y generar dinamismo en cada pieza institucional.



Identidad visual Institucional

Tipografía

- La fuente usada en las comunicaciones externas, alineada a los requerimientos de la alcaldía es la **MONTSERRAT** (en todas sus variantes).
- Las fuentes permitidas para las comunicaciones internas y oficiales son: **Calibri** y **Arial**.





Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso

La línea de diseño para el instituto se mantiene en constante evolución y seguirá siendo así en el 2023, 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



www.IDER.gov.co

Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso



Se mantienen las formas circulares, se implementa el contraste de vértices rectos y redondos que representan la seriedad y rigurosidad de lo institucional más el dinamismo y variedad del deporte y la recreación.

Se mantienen los colores insignia del IDER (verde, amarillo y rojo) y se añaden variaciones de estos para diferenciar los distintos proyectos y actividades.



www.IDER.gov.co



Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso

Piezas gráficas 2023



vértice recto

vértice redondo

Identificadores Institucionales



www.IDER.gov.co

Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso

Piezas gráficas 2022



Piezas gráficas 2023



www.IDER.gov.co



Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso



www.IDER.gov.co

Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso



www.IDER.gov.co



Lineamientos gráficos – Logo – Ejemplos de uso



www.IDER.gov.co

Plantillas Institucionales

Títulos sobre fondo de color siempre deben ir blanco



www.IDER.gov.co



Plantillas Institucionales

Títulos sobre fondo blanco
Permitido solo en verde



12) PUBLICIDAD Y MARKETING

La publicidad y el marketing son componentes esenciales del Plan Estratégico de Comunicaciones 2023; 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:

En materia de proyección institucional y aumento de alcances e impactos de los programas misionales a través de la comunicación, se incluye la producción, posproducción y edición de los programas de televisión “Líder deportivo” de 15 minutos y Flash deportivo IDER, de 5 minutos de duración, a emitirse a través de un canal local de televisión y posterior difusión de notas segmentadas en redes



sociales y el Canal institucional de Youtube. Adicionalmente se contemplan acciones de publicidad y marketing en el siguiente orden:

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.



13) PRESUPUESTO:

El presupuesto para la ejecución de productos de contemplados en el Plan de publicidad y marketing de la Estrategia comunicacional del IDER 2023, 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 conforme a la siguiente distribución presupuestal proyectada:

PROYECCIÓN DE LA INVERSIÓN - ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DE LA LÍNEA DEPORTE Y RECREACIÓN COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL			
LINEA ESTRATEGICA DEPORTE Y RECREACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL	INVERSIÓN IDER 2023	PARTICIPACIÓN ESTRATEGIA COMUNICACIONAL POR PROGRAMA	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL POR PROGRAMA
Programa: "La Escuela y el Deporte son de Todos"	\$ 2.613.647.661,00	\$ -	0%
Programa: "Deporte Asociado - Incentivos Con Sentido"	\$ 2.145.805.725,00	\$ 100.000.000,00	5%
Programa: "Deporte Social Comunitario con Inclusión - Cartagena Incluyente"	\$ 2.050.592.850,00	\$ 80.524.633,46	4%
Programa: "Hábitos y Estilos de Vida Saludable - Actívale por tu Salud"	\$ 2.903.434.996,00	\$ 100.000.000,00	3%
Programa: "Recreación Comunitaria - Recréate Cartagena"	\$ 2.006.706.049,00	\$ 99.159.298,15	5%



Programa: "Observatorio de Ciencias Aplicadas al Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre"	\$ 651.767.695,00	\$ 115.118.843,53	18%
Programa: "Administración, Mantenimiento, Adecuación, Mejoramiento y Construcción de Escenarios Deportivos"	\$ 8.320.929.773,00	\$	0%
TOTAL PRESUPUESTO 2023	\$ 20.692.884.749,00	\$ 494.802.775,15	2%

Nota: Los \$494,8 millones corresponde a los recursos que se invertirán en la estrategia comunicacional para la contratación de Bienes y Servicios que permiten la divulgación y promoción de la oferta misional del IDER.



Distribución de presupuesto

Total presupuesto 2023 **\$494.802.775,15**

Programa de televisión	\$ 150.000.000	8 meses
Pauta en radio	130.000,000	8 meses
Pauta en medios digitales	100.000.000	8 meses
Pauta en redes sociales	94.000.000	8 meses
Impresos	20.802.775,15	10 meses



www.IDER.gov.co

Plan de marketing y publicidad

Proceso	Inicio	Tiempo de desarrollo	Responsables
Cotizaciones y estudios previos	Enero 20	Un mes	Comunicaciones y Jurídica
Apertura menor cuantía	20 de febrero	Dos meses (20 de abril)	Of. Jurídica
Ejecución de contratos	02 de mayo 2023	8 meses Mayo a diciembre	Supervisor y comunicaciones



El presente Plan Estratégico de Comunicaciones IDER 2023 fue aprobado por la dirección general del IDER el 18 de enero de 2023.



Germán Danilo Hernández Torres
Asesor de Dirección en Comunicaciones



Tel: 6563504 • 6563534 • 6563190
Email: asesorcomunicaciones@idercartagenodeindias.info
Pie de la Popa, Cra.30 No.18A-253, Cartagena de Indias, Colombia.

¡Deporte para la transformación social!

ider.gov.co