	<b>INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA INDER VALLEDUPAR</b>  <b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Código: PL - IC - 01
		Fecha: 09/12/2021
		Versión: 02
		Pág: 1

## PLAN DE COMUNICACIONES

**Objetivo:**

El Plan de Comunicaciones está diseñado para identificar y llegar a los grupos de interés de nuestra entidad, con el propósito de desarrollar estrategias que optimicen la comunicación de los servicios y objetivos de la entidad.

**Propósito:**

Al implementar el Plan de Comunicaciones, se busca que los públicos objetivos reciban información que sea:

**Práctica:** Útil y aplicable a sus necesidades diarias.

**Confiable:** Basada en datos y hechos verificables.

**Pertinente:** Relevante para los intereses y necesidades de los grupos de interés.

**Implementación:**

Para garantizar la efectividad del Plan de Comunicaciones, es crucial que se desarrolle, distribuya y mantenga de manera alineada con los programas misionales de nuestro Instituto. Esto asegura que todas las comunicaciones reflejen y apoyen los objetivos y actividades principales de la entidad.

**Componentes Clave:**

**Identificación de Públicos:** Reconocimiento de los diferentes grupos de interés y sus características.


**Estrategias de Comunicación:** Desarrollo de métodos y canales específicos para alcanzar a cada grupo de interés.

**Contenido de Comunicación:** Creación de mensajes que sean claros, precisos y alineados con las necesidades de los públicos.

**Distribución:** Selección de los medios y métodos adecuados para difundir la información.

**Monitoreo y Evaluación:** Seguimiento continuo del impacto de las comunicaciones y ajustes según sea necesario.

Bajo estos lineamientos, el Plan de Comunicaciones no solo facilita una comunicación eficaz, sino que también refuerza el compromiso y la comprensión entre la entidad y sus grupos de interés.

	<b>INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FISICA INDER VALLEDUPAR</b>  <b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	Código: PL - IC - 01
		Fecha: 09/12/2021
		Versión: 02
		Pág: 2

Una matriz de comunicaciones debe tener los siguientes aspectos:

- ¿Qué se comunica?
- ¿Quién lleva a cargo la comunicación?
- ¿A quién se comunica?
- ¿Cuándo se comunica?
- ¿Quién recibe la comunicación?

### **MONITOREO DE PLAN DE MEDIOS**


Se trata de un sondeo realizado a la información publicada por diferentes medios de comunicación, en donde se identifican aquellos contenidos con relación a la entidad. Es además una herramienta para la toma de decisión, por tanto, es estratégica para el equipo directivo de la entidad y el equipo de comunicaciones.

**Direccionamiento para el Monitoreo del Plan Medios:** se debe realizar monitoreo semanal a todos los canales y medios de comunicación adscritos a nuestro plan de medios y elaborar un informe final por mes.


### **ANÁLISIS DE REDES SOCIALES**

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la comunicación digital a través de las redes sociales, se realiza de forma trimestral el análisis a las redes sociales de la entidad, con el fin de evaluar los materiales audiovisuales y periodísticos que genera INDER VALLEDUPAR para determinar las acciones estratégicas que ayuden a posicionar la imagen y los servicios de la entidad, cumpliendo los lineamientos de la matriz de indicadores institucional.


**Variables de Análisis de Redes Sociales:** se debe realizar un reporte trimestral sobre monitoreo realizado a todas las redes sociales de la entidad y desarrollar un diagnóstico de impacto.

 <p>ALCALDÍA DE VALLEDUPAR INDER</p>	<p><b>INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA INDER VALLEDUPAR</b></p> <p><b>PLAN DE COMUNICACIONES</b></p>	Código: PL - IC - 01
		Fecha: 09/12/2021
		Versión: 02
		Pág: 3

COMPONENTE	OBJETIVO	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN COMUNICA?	¿CUÁNDO COMUNICA?	ACCIONES DE COMUNICACIÓN	PRODUCTO
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>	Divulgar los programas y proyectos del plan de acción institucional, con la finalidad de dar a conocer las acciones de la entidad y generar mayor flujo comunicacional entre la dirección y los empleados.	jefaturas de oficina, a través del área de comunicaciones de INDER VALLEDUPAR	Funcionarios y contratistas	Permanentemente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseñar la estrategia de comunicación interna.</li> <li>-Recolección de información a través de las distintas dependencias.</li> <li>-Elaboración de mensajes institucionales sobre las actividades que desarrolla la entidad.</li> <li>-Elaboración y publicación de mensajes sobre actividades de fomento como parte misional de los servicios que ofrece INDER VALLEDUPAR.</li> <li>-Realizar actividades que fortalezcan el sentido de pertenencia y la comunicación entre funcionarios y contratistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Boletines Internos.</li> <li>Piezas publicadas en carteleras digitales y físicas, redes sociales y grupos de WhatsApp.</li> </ul>

 <p>ALCALDÍA DE <b>VALLEDUPAR</b> INDER</p>	<p><b>INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA INDER VALLEDUPAR</b></p> <p><b>PLAN DE COMUNICACIONES</b></p>	Código: PL - IC - 01
		Fecha: 09/12/2021
		Versión: 02
		Pág: 4

					<ul style="list-style-type: none"> <li>-Difundir las actividades que promueva la entidad.</li> <li>-Fortalecer la imagen interna de INDER VALLEDUPAR</li> <li>-Divulgar resultados de la Gestión de INDER VALLEDUPAR</li> </ul>	
<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<p>Divulgar y posicionar a través de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) y los medios digitales (página web y redes sociales), los resultados y avances en las actividades de INDER VALLEDUPAR.</p>	<p><b>-Oficina de comunicaciones.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Usuarios</li> <li>-Comunidad deportiva (ligas, clubes, dirigentes deportivos, deportistas, entrenadores, etc)</li> <li>-Entes territoriales</li> <li>-Ministerio del Deporte</li> <li>-Federaciones deportivas</li> <li>-Departamento Nacional de Planeación -DNP</li> </ul>	<p>Permanentemente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Free Press: entrevistas, rondas de medios, boletines de prensa, entre otros.</li> <li>-Plan de medios: pautas, spots de televisión, campañas, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Boletines, notas, cuñas, audio, entre otros.</li> <li>-Mensajes informativos, a través de las redes sociales y página web.</li> <li>-Entrevista, rondas de medios y ruedas de prensa.</li> <li>-Publicación de productos audiovisuales a través de todos los canales de comunicación</li> </ul>

 <p>ALCALDÍA DE <b>VALLEDUPAR</b> INDER</p>	<p><b>INSTITUTO DE DEPORTE, RECREACIÓN Y ACTIVIDAD FÍSICA INDER VALLEDUPAR</b></p> <p><b>PLAN DE COMUNICACIONES</b></p>	Código: PL - IC - 01
		Fecha: 09/12/2021
		Versión: 02
		Pág: 5

			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Otras instituciones del SINA</li> <li>-Comunidades indígenas</li> <li>-Comunidades afrodescendientes</li> <li>-Instituciones educativas y academia</li> <li>-Entidades financieras</li> <li>-Órganos de entidades públicas o privadas involucradas en materia deportiva.</li> <li>-Medios de comunicación.</li> <li>-Opinión pública en general</li> </ul>			que tiene la entidad.
--	--	--	--	--	--	-----------------------

*Proyectó:* Eduardo Iván Retamozo Polo – Jefe de la Oficina de Prensa y Comunicaciones