Deporte

ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

Rendición de Cuentas

Vigencia 2025. Vr. 1

GIT COMUNICACIONES

Estrategia de Comunicaciones Rendición de Cuentas 2025

1. **Objetivo**
   Garantizar una comunicación clara, transparente y efectiva sobre la gestión del Ministerio del Deporte en 2025, promoviendo el acceso a la información pública y la participación ciudadana. A través de diversos canales y formatos, se busca fortalecer la confianza de la ciudadanía, fomentar el diálogo y visibilizar los logros, avances de la entidad.

2. **Elementos:** el Ministerio del Deporte implementa productos de difusión permanente sobre la rendición de cuentas, asegurando tanto el cumplimiento de la responsabilidad pública de las autoridades como el derecho ciudadano al control y vigilancia. Estos productos se elaboran con un lenguaje claro y accesible para todos los grupos de interés, garantizando una comunicación efectiva y transparente.

   - ✓ **Información:** se informa sobre los avances, resultados y logros alcanzados en relación con la misionalidad, cuya ruta para esta vigencia está sustentada a los siguientes hitos:
     - Deporte escolar.
     - Articulación y fortalecimiento del sector asociado.
     - Trabajo con y desde los territorios
     - Sistema Único de Información (Art. 119 PND)
     - Aplicación de la Encuesta Nacional de Actividad Física
   - ✓ **Diálogo:** se realiza registro de las acciones de diálogo con grupos de valor ejecutadas por las áreas misionales, estratégicas y de apoyo.
   - ✓ **Responsabilidad:** se difunden los resultados de la gestión, de manera permanente. También incluye la capacidad de la entidad para responder al control de la ciudadanía, los medios de comunicación, la sociedad civil y los órganos de control asegurando el cumplimiento de obligaciones o de imponer sanciones si la gestión no es satisfactoria.

2.1 Objetivo específico: fortalecer y consolidar las audiencias mediante la información publicada en los canales de información internos y externos.

2.2 ¿Cómo perfilamos nuestra audiencia interna y externa?

El enfoque está puesto en las necesidades colectivas en lugar de las individuales, buscando construir campañas dirigidas a comunidades que estén alineadas con nuestros mensajes y puedan ser potenciales beneficiarios de nuestros programas.

Internamente, se promueve la participación del equipo de comunicaciones en la creación colaborativa de campañas, fomentando así un ambiente de cooperación y creatividad en el desarrollo de las iniciativas de comunicación relacionadas con la rendición de cuentas permanente.

2.3 Productos:

- ✓ Piezas gráficas
- ✓ Mailing
- ✓ Videos
- ✓ Boletines de prensa
- ✓ Estrategias digitales

2.4 Desarrollo del concepto de la estrategia 2025

- Posicionamiento de marca “Ministerio del Deporte”
- Campaña de cierre de gobierno: ‘Legado’
- Recuperar la credibilidad ante los medios de comunicación
- Narrativas desde el territorio: Voces del Deporte Colombiano
- Crear nuevas audiencias

3. Valores que caracterizarán la estrategia de comunicación en 2025

- **Claridad –** El mensaje debe ser preciso y comprensible.
- **Coherencia –** La comunicación debe alinearse con la identidad, misión y valores del Ministerio.

- **Autenticidad –** Es fundamental ser genuino y transparente para generar confianza con la audiencia.
- **Empatía –** Comprender las necesidades, emociones y expectativas del público facilita una comunicación efectiva.
- **Relevancia –** La información debe ser útil, oportuna y significativa para los grupos de valor.
- **Consistencia –** Mantener un tono, estilo y mensaje uniforme en todos los canales para fortalecer la identidad de la comunicación.
- **Interactividad –** La comunicación debe fomentar el diálogo y la participación.
- **Adaptabilidad –** Ajustada a los cambios del entorno, tendencias y necesidades de la audiencia.
- **Credibilidad –** La información debe ser veraz y respaldada con datos o hechos verificables.
- **Innovación –** Explorar nuevas formas y canales de comunicación ayuda a mantener el interés y la efectividad del mensaje.

4. Acciones de la estrategia

Se toma como referencia lo establecido en el Manual Único de Rendición de Cuentas versión 2, del Departamento Administrativo de la Función Pública.

Medio	Descripción	Mecanismo
Medios electrónicos	Facilitan la rendición de cuentas de manera permanente, incentivando, en las entidades públicas, el hábito diario de comunicar e interactuar con la ciudadanía.	Chats Foros virtuales Streaming
Canales digitales	Las tecnologías de la información y las comunicaciones son un apoyo fundamental en la creación de la cultura de rendición de cuentas, pues facilitan el acceso a la información pública a la vez que complementan espacios presenciales de diálogo mediante el uso de plataformas y medios de interacción.	**Página web:** es el centro de información donde el ciudadano accede a los avances en la gestión de Mindeporte a través de publicaciones, notas de prensa, chats, foros, etc., en donde se posibilitan acciones de consulta. La información debe ser de fácil acceso, entendible y actualizada. **Correo electrónico:** mediante la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés y la construcción y actualización de bases de datos, se pueden desarrollar acciones de información personalizadas para cada grupo de valor y de interés específico. Así es posible compartir invitaciones a participar en espacios de rendición de cuentas, enfatizando los intereses particulares de cada uno.

		Redes sociales: por este canal se puede llegar a la ciudadanía de forma amplia dado el volumen de visualizaciones de la información que cada entidad busca divulgar. Es importante hacer un manejo estratégico de las redes sociales para diseñar textos e imágenes llamativas que logren cautivar la atención para diferentes acciones: dar a conocer la entidad y su gestión, dialogar con los ciudadanos y atender sus necesidades. **Actividades virtuales:** se da al realizar transmisiones vía streaming, a un número de personas que se conectan a través de las plataformas digitales de la entidad, porque el tema es de su interés. **Intranet:** medio interno que permite hacer una rendición de cuentas permanente sobre los programas, proyectos y actividades de la entidad, de cara a los colaboradores de Mindeporte.
Presenciales	Actividades con acciones de rendición de cuentas programadas por cada área del ministerio.	Ruedas de prensa, gira de medios, entrevistas para informes especiales reportajes, reuniones con grupos de valor.

4.1 Subcomponente información

El plan de acción que se desarrollará está compuesto así:

Acciones	Entregable	Responsable
Publicaciones en redes sociales de Mindeporte	Reporte de métricas de las redes sociales	GIT Comunicaciones
Notas de prensa publicadas en la página Web	Formato con publicaciones	GIT Comunicaciones
Informe de actualización de la página web	Informe de actualización de la página web	GIT Comunicaciones
Informar a la ciudadanía sobre los proyectos y actividades misionales de Mindeporte.	Informe de las campañas implementadas	GIT Comunicaciones

4.2 Subcomponente diálogo

El plan de acción a desarrollar es el siguiente:

Acciones	Entregable	Responsable
Audiencia pública de rendición de cuentas.	Informe de la audiencia	GIT Servicio Integral al Ciudadano/ GIT Comunicaciones / OAP
Espacios de socialización e interacción dispuestos en la página web.	Informe de las consultas ciudadanas dispuestos en la página web.	GIT Comunicaciones / GIT Servicio Integral al Ciudadano

4.3 Subcomponente responsabilidad

El plan de acción que se desarrollará está compuesto por:

Acciones	Entregable	Responsable
Realizar dos campañas internas anuales sobre la importancia de la rendición de cuentas	Evidencias de socialización de las piezas gráficas en la Intranet Institucional	GIT Servicio Integral al Ciudadano
Diseñar e implementar una campaña para incentivar la participación de los ciudadanos en los ejercicios de rendición de cuentas	Piezas de campaña	GIT Servicio Integral al Ciudadano

En 2025:

- Nuestros canales de comunicación estarán alineados con las acciones ejecutadas en la estrategia de rendición de cuentas para la vigencia.
- Se hará la producción de contenidos en diferentes formatos y con narrativas atractivas, frescas y empáticas sin perder el foco de la organización y del Gobierno.
- Se incorporará el enfoque de género en las estrategias de comunicación internas y externas del ministerio del deporte.

5. Indicadores

ACTIVIDAD	NO. ACCIONES	ACCIONES CUMPLIDAS	% CUMPLIMIENTO
Subcomponente información	4		
Subcomponente diálogo	2		
Subcomponente responsabilidad	2		
TOTAL	**8**		