



**PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES – RUTA DE INNOVACIÓN  
PROGRAMA “TALENTOS COLOMBIA” MINISTERIO DEL DEPORTE.**

ALVARADO ALVARADO TATIANA  
GONZALEZ URIBE MAURICIO  
GRANADA OLARTE BAYRON NELSON

Universidad EAN  
Bogotá. Colombia  
29 de agosto de 2022

Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

**PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES – RUTA DE INNOVACIÓN  
PROGRAMA “TALENTOS COLOMBIA” MINISTERIO DEL DEPORTE.**

ALVARADO TATIANA  
GONZALEZ URIBE MAURICIO  
GRANADA OLARTE BAYRON NELSON

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:  
MBA – ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Director (a):  
OROZCO TRIANA JAIRO ALONSO

Modalidad:  
Consultoría Profesional

Universidad EAN  
Bogotá. Colombia  
22 de mayo de 2022

Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

A mi Esposo e Hijo que me han apoyado de manera incondicional y desinteresada en todos los propósitos de mi vida.

Tatiana Alvarado Alvarado.

Dedicatoria.

A mi hija Antonia y a mi esposa Ana María por el apoyo y la paciencia en los momentos que no pudimos compartir para que yo con disciplina cumpliera con mis anhelos.

Gracias, por tanto.

Mauricio González Uribe.

“A mis docentes y en especial al director de trabajo de grado por su ayuda, paciencia y dedicación, Agradecerle también a toda mi familia por darme ánimo durante este proceso. A mis compañeros que me acompañaron en el proceso de consultoría e investigación del trabajo de grado”

Bayrón Nelson Granada Olarte.

## Resumen

En el proceso metodológico de la consultoría profesional al Ministerio del Deporte, nos trazamos una línea de trabajo enfocado en estructurar un plan estratégico de comunicaciones que procurara evidenciar las fortalezas del programa Talentos Colombia en las diferentes regiones y ligas deportivas de todos los municipios del país y cuya finalidad sea descubrir nuevos talentos deportivos excepcionales en todo el territorio colombiano.

El diagnóstico al programa talentos Colombia determinó en nuestro análisis consultivo que es necesario una alta comunicación entre las diferentes entidades públicas (Gobernaciones, Departamentos, Municipios), una formulación de objetivos y metas que interactúen de forma efectiva en los procesos de construcción de canales y modelos tecnológicos de comunicación efectiva.

La propuesta está enfocada en recomendar una ruta de innovación a través del posicionamiento del programa, mediante un plan estratégico de comunicaciones eficiente que le permita al Ministerio del Deporte, potencializar el ingreso de más jóvenes y adolescentes, evidenciando las fortalezas, beneficios y atributos de éste para dirigir el programa de manera adecuada a diferentes regiones y municipios del país, aprovechando la experiencia obtenida por la entidad y los funcionarios responsables del proceso con el fin de transmitir, los diferentes logros, proyectos, planes y programas de la entidad.

Palabras clave: Comunicación Estratégica, Innovación, Comunicación asertiva, Estrategia, Medios de comunicación, Pautas

## Abstract

In the methodological process of professional consulting to the Ministry of Sport Public Entity, we traced a line of work focused on Structuring a strategic communications plan that seeks to demonstrate the strengths of the Colombia Talents program in the different regions and sports leagues of all the municipalities of the country and whose purpose is to discover new exceptional sports talents throughout the Colombian territory.

The diagnosis of the Colombia talents program determined in our consultative analysis that high communication is necessary between the different public entities (Governments, Departments, Municipalities) the formulation of objectives and goals that interact effectively in the processes of construction of channels and technological models of effective communication.

The proposal will be focused on recommending an innovation route through the positioning of the Program, through an efficient strategic communications plan that allows the Ministry of Sport to potentiate the entry of more young people and adolescents, evidencing its strengths, benefits and attributes. to direct the program in an appropriate manner to different regions and municipalities of the country, taking advantage of the experience obtained by the entity and the officials responsible for the process of communications within the organization and its effects of communication have to do with dissemination (channels) of the message to transmit, achievements, projects, plans, programs etc.

**Keywords:** Strategic Communication, Innovation, Assertive Communication, Strategy, Media, Guidelines

## CONTENIDO.

LISTA DE FIGURAS.....	10
INTRODUCCION. ....	11
OBJETIVO GENERAL. ....	13
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	13
JUSTIFICACIÓN. ....	14
MARCO INSTITUCIONAL. ....	17
MARCO CONTEXTUAL Y CONCEPTUAL.....	22
DISEÑO METODOLOGICO DE LA CONSULTORIA.....	25
Análisis PESTEL. ....	26
Análisis DOFA.....	28
Árbol de problemas.....	31
PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES. ....	37
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53

## LISTA DE FIGURAS.

Ilustración 1 Municipios y regiones que cubre el programa Talentos Colombia.....	15
Ilustración 2 Organigrama Ministerio del Deporte. ....	18
Ilustración 3 Dependencias y responsables de las áreas del Ministerio del Deporte. ....	20
Ilustración 4 Talentos Colombia. ....	21
Ilustración 5 análisis PESTEL. ....	26
Ilustración 6 análisis DOFA. ....	28
Ilustración 7 árbol de problemas. ....	32
Ilustración 8 Esquema plan estratégico de comunicaciones. ....	40
Ilustración 9 Cronograma de costos y actividades. ....	49

## INTRODUCCION.

La comunicación organizacional es considerada un proceso de generación de valor en las diferentes empresas y en todos los sectores, cada organización utiliza diferentes herramientas para transmitir mensajes a otras personas y grupos de interés; Fernández (1999) define la comunicación organizacional “como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre esta y su medio”; el buen desarrollo de esta actividad es considerada de gran importancia para la eficiencia en las empresas.

En el año 2019 la dirección de posicionamiento y liderazgo deportivo del Ministerio del Deporte, creo el programa Talentos Colombia con el objetivo de diseñar estrategias que permitieran encontrar, y motivar a niños, jóvenes y adolescentes con habilidades deportivas y potencial para deportes de alto rendimiento en la práctica de las diferentes disciplinas deportivas, y así ir preparándose para los posibles relevos generacionales y posteriormente potencializar la posibilidad de destacar al país en las diferentes competencias deportivas internacionales.

El programa de talentos Colombia se diseñó para descubrir jóvenes y adolescentes con capacidades deportivas con altos estándares, pero aún no establecen los procesos que entrelacen al ministerio con las regiones y se evidencia la falta de una estrategia comunicativa efectiva ya que el programa solo cubre tan solo 77 de los 1122 municipios de las 5 regiones del país; lo cual representa una cobertura del 6.8% del total posible.

El desarrollo de estos jóvenes talentos depende las políticas y propuestas generadas por cada municipio o departamento en el ámbito deportivo por lo tanto es necesario iniciar campañas informativas dirigidas a los municipios con información de los planes y proyectos del Ministerio; dichas campañas deberán proporcionar la información necesaria que les permita realizar seguimientos y la trazabilidad suficiente y apta para detectar estos jóvenes talentos; al indagar los

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

avances y desarrollo de los procedimientos de dicho programa, se determinó que no existen indicadores, cifras o datos para este proceso,

El insumo principal para el programa Talentos Colombia son los juegos nacionales, los juegos paranacionales y los juegos intercolegiados, pues al no tener divulgado este programa, se precisó que no llega a todas las ligas deportivas del país; ya que el Ministerio no posee las herramientas necesarias para gestionar la información.

Al conocer la situación actual de este programa y el conjunto de necesidades que afronta este proceso, se determinó que uno de las mayores retos que se debe afrontar, es el fortalecimiento de la comunicación entre el Ministerio y sus grupos de interés; por lo tanto la propuesta está enfocada en estructurar un plan estratégico de comunicaciones integral, que pueda ser divulgado y socializado en todo el territorio nacional con la intención de que el programa Talentos Colombia pueda llegar a todos los municipios del país y sobre todo que permita la inclusión de todos los grupos sociales y étnicos sin discriminación, brindando oportunidades para todos los jóvenes deportistas del territorio nacional motivando, capacitando e invitando a una mejor calidad de vida para los ellos sus familias y las regiones.

**OBJETIVO GENERAL.**

Estructurar un plan estratégico de comunicaciones que pretenda evidenciar las fortalezas del programa Talentos Colombia en las diferentes regiones y ligas deportivas de todos los municipios del país y cuya finalidad sea descubrir nuevos talentos deportivos excepcionales en todo el territorio colombiano.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS.**

- Analizar los criterios del programa Talentos Colombia con el fin de realizar un diagnóstico que revele la situación de dicho programa que permita enrutar las acciones más convenientes para el fortalecimiento de las comunicaciones.
- Verificar la calidad de la información, las estrategias y herramientas que posee el Ministerio para la difusión del programa Talentos Colombia.
- Lograr a través de un plan estratégico de comunicaciones la posibilidad de que la información del programa Talentos Colombia impacte a más personas y comunidades.

### **JUSTIFICACIÓN.**

La propuesta se enfoca en el posicionamiento del Programa, mediante un plan estratégico de comunicaciones eficiente que le permita al Ministerio del Deporte, potencializar el ingreso de más jóvenes y adolescentes, evidenciando las fortalezas, beneficios y atributos de éste para dirigir el programa de manera adecuada a diferentes regiones y municipios del país, aprovechando la experiencia obtenida por la entidad y los funcionarios responsables del proceso, las diferentes áreas; especialmente la de comunicaciones para la aplicación de las diferentes recomendaciones planteadas.

En este sentido Zapata (2005) dice: La comunicación estratégica en organizaciones deportivas como su nombre lo indica implica buscar las mejores herramientas para realizar estratégicamente una comunicación asertiva y útil que sirva para el crecimiento de una organización en este caso deportiva”.

Luego de realizar un análisis al programa, se determinó que uno de los principales interrogantes esta evidenciado en la cobertura nacional del mismo, debido a que sólo abriga 77 de los 1122 municipios de las 5 regiones del país; lo cual representa como se mencionó anteriormente en la introducción, una cobertura del 6.8% del total posible.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

*Ilustración 1 Municipios y regiones que cubre el programa Talentos Colombia.*



### Modalidades deportivas

Se hará intervención en las siguientes:

- |                             |                        |                            |                   |
|-----------------------------|------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1. Atletismo                | 11. Bowling            | 21. Gimnasia trampolín     | 31. Squash        |
| 2. Para atletismo           | 12. Boccia             | 22. Judo                   | 32. Surf          |
| 3. Arquería                 | 13. Canotaje           | 23. Karate do              | 33. Para surf     |
| 4. Actividades subacuáticas | 14. Ciclismo BMX       | 24. Lucha                  | 34. Taekwondo     |
| 5. Ajedrez                  | 15. Ciclismo pista     | 25. Levantamiento de pesas | 35. Tenis de mesa |
| 6. Para ajedrez             | 16. Ciclomotafismo     | 26. Para powerlifting      | 36. Triatlón      |
| 7. Balonmano                | 17. Esgrima            | 27. Natación Clavados      | 37. Voleibol      |
| 8. Badminton                | 18. Fútbol femenino    | 28. Para natación          |                   |
| 9. Baloncesto               | 19. Gimnasia artística | 29. Patinaje carreras      |                   |
| 10. Boxeo                   | 20. Gimnasia rítmica   | 30. Rugby                  |                   |

*Fuente: Tomada de [www.mindeporte.gov.co/contactos](http://www.mindeporte.gov.co/contactos).*

### Conveniencia y valor teórico.

En referencia a la ampliación de cobertura del Programa Talentos Colombia su objetivo radica en la posibilidad de incluir a jóvenes con talentos de diferentes regiones del país que por diversos motivos o circunstancias, no han podido ser partícipes de ninguna competencia deportiva pero que cumplen con los requisitos técnicos que exigen las competencias y disciplinas, permitiendo su ubicación y visibilidad para establecer contactos con profesionales especializados que de acuerdo con diferentes parámetros puedan determinar los aspectos básicos que los califique para participar de los procesos y estrategias del Ministerio del Deporte y ser considerados jóvenes talentos.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Como impacto social, estos programas generarán motivación y beneficios a jóvenes en condiciones vulnerables, entre otros, recibirán orientación profesional, que les proporcionara oportunidades y opciones de mejoramiento de su calidad de vida.

Las implicaciones prácticas del proyecto estarían determinadas a brindar información al Observatorio Nacional del Deporte para la toma de decisiones. Desde el punto de vista teórico, es importante conocer la definición de algunos conceptos claves de la consultoría para contextualizar el objetivo del trabajo.

El primero de ellos es la Innovación. La cual se define como “la aparición de productos y servicios nuevos o mejorados, o el mejoramiento en las vías para producir los productos y servicios respectivamente”. Fagerber, Mowery, & Nelson (2005) en pocas palabras hacer cosas nuevas.

El segundo término es Talento. Llamado así, como la capacidad para desempeñar o ejercer una actividad, se puede considerar como un potencial, “es la forma en que una persona dispone de una serie de características o aptitudes que puede llegar a desarrollar en función a diversas variables que se pueden encontrar en su desempeño”. Herrera, Arbazua, Araneda, Gutierrez, & Nivaldo (2012).

### **MARCO INSTITUCIONAL.**

El Ministerio del Deporte tiene como objetivo, dentro del marco de sus competencias y de la ley, formular, adoptar, dirigir, coordinar y ejecutar la política pública, planes, programas y proyectos en materia del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la actividad física, para promover el bienestar, la calidad de vida, así como contribuir a la salud pública, a la educación, a la cultura, a la cohesión social, a la conciencia nacional y a las relaciones internacionales, a través de la participación de los actores públicos y privados.

El Ministerio del Deporte cuenta con una sede en Bogotá, ubicada en la Av. 68 No. 55-65 con instalaciones adecuadas para el desarrollo de sus actividades. Tiene una planta globalizada de 180 funcionarios que están comprometidos con la calidad y el servicio al cliente a través de una comunicación permanente y eficaz.

#### **Misión:**

Formular, liderar y orientar una política eficiente incluyente e innovadora para el deporte, la recreación, la actividad física, la infraestructura recreativa y deportiva, y el aprovechamiento del tiempo libre contribuyendo a la educación, el bienestar y calidad de vida de las personas y ejercer la inspección, vigilancia y control, en el marco del Sistema Nacional del Deporte y la garantía de los derechos de las personas a la práctica de las actividades del sector.

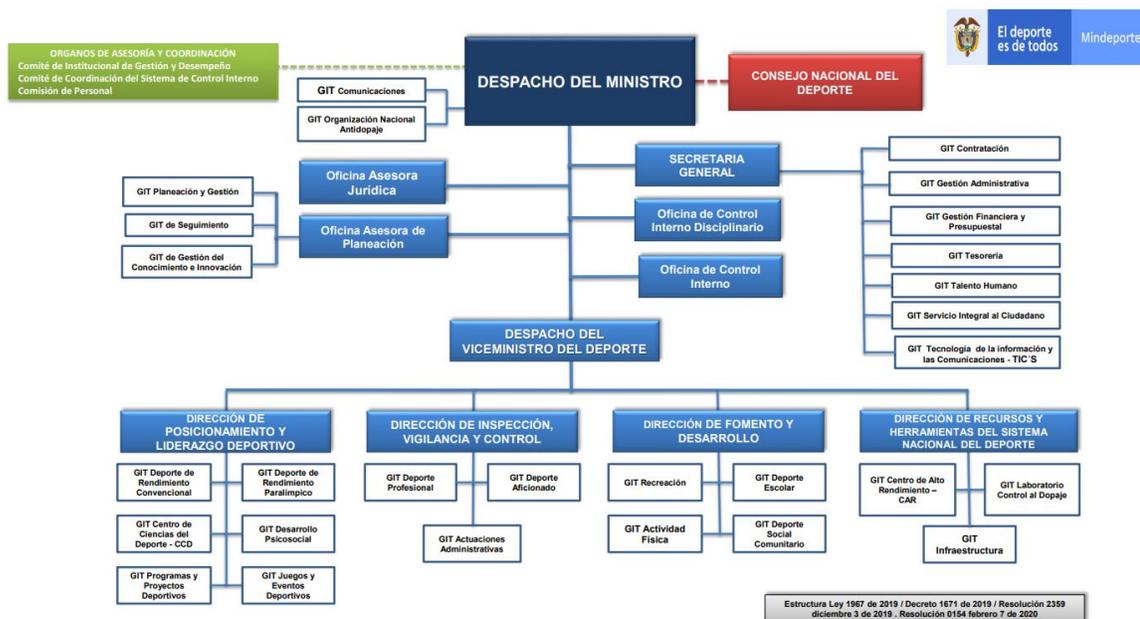
#### **Visión:**

En el año 2032 el Ministerio del Deporte será una plataforma de transformación y educación social a través del desarrollo del deporte, el alto rendimiento, la recreación, la actividad física y el aprovechamiento del tiempo libre.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### Organigrama:

*Ilustración 2 Organigrama Ministerio del Deporte.*



*Fuente: Tomada de [www.mindeporte.gov.co/organigrama](http://www.mindeporte.gov.co/organigrama)*

### Funciones:

Para el cumplimiento de su objeto, el Ministerio del Deporte cumplirá, además de las señaladas en la Constitución Política y en el artículo 59 de la Ley 489 de 1998, las siguientes funciones:

1. Elaborar, de conformidad con la ley orgánica respectiva y con base en los planes municipales y departamentales, el plan sectorial para ser incluido en el Plan Nacional de Desarrollo, que garantice el fomento y la práctica del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física en concordancia; con el Plan Nacional de Educación, regulado por la Ley 115 de 1994.
2. Dirigir, organizar, coordinar y evaluar el Sistema Nacional del Deporte para el cumplimiento de sus objetivos y orientar el deporte colombiano, el Comité Olímpico Colombiano, el Comité Paralímpico Colombiano, las federaciones deportivas, los institutos y ligas departamentales y

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

municipales, entre otros, en el marco de sus competencias, para apoyar a los nuevos talentos deportivos de todas las regiones del país.

3. Planificar promover e impulsar el deporte competitivo, los deportes autóctonos, de baja difusión, extremos, alternativos y de alto rendimiento y recreativos, en coordinación con las federaciones deportivas y otras autoridades competentes, velando porque se desarrolle de acuerdo con los principios del movimiento olímpico.
4. Fomentar la generación y creación de espacios que faciliten la actividad física, el aprovechamiento del tiempo libre, la recreación y el deporte en espacios públicos acondicionados, en coordinación con las entidades locales.
5. Planificar y programar la construcción de instalaciones deportivas con los equipamientos necesarios para la práctica del deporte en sus modalidades de bajo y alto rendimiento.
6. Promover que los municipios expidan normas urbanísticas que incluyan la reserva de espacios suficientes e infraestructuras mínimas para cubrir las necesidades sociales y colectivas de carácter deportivo y recreativo que faciliten la formulación de programas y acciones destinados al desarrollo de la actividad física y deportiva de la población.
7. Apoyar y promover las manifestaciones del deporte y la recreación que generen conciencia, inclusión, cohesión social e identidad nacional.
8. Formular y ejecutar programas para la educación física, deporte y recreación de las personas con discapacidades físicas, psíquicas, sensoriales, de la tercera edad y de los sectores sociales más necesitados o en condiciones de vulnerabilidad.
9. Apoyar y fomentar la promoción del deporte y la creación y el aprovechamiento del tiempo libre en las comunidades indígenas, campesinas y afrodescendientes a nivel local, regional y nacional representando sus culturas, en coordinación con las autoridades étnicas y comunitarias.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

*Ilustración 3 Dependencias y responsables de las áreas del Ministerio del Deporte.*

<b>Despacho del Ministro</b> Guillermo Antonio Herrera Castaño	<b>Despacho de la viceministra</b> Viceministra: Lina María Barrera Rueda	<b>Secretaría General</b> Diana Candia (e)
<b>Dirección Fomento y Desarrollo</b> Directora Técnico: Martín Emilio Ramírez Cardona	<b>Dirección Recursos y Herramientas del Sistema Nacional del Deporte</b> Fabián Darío Romero Moreno	<b>Dirección Posicionamiento y Liderazgo Deportivo</b> José Leonardo Hincapié Gómez
<b>Oficina Control Interno</b> Lizarazo Barbosa James Jilbert, Jefe Oficina Control Interno	<b>Oficina Jurídica</b> Diana Fernanda Candia Ángel	<b>Dirección Inspección, Vigilancia y Control</b> Miguel Alfredo Gómez Caicedo
		<b>Oficina Asesora de Planeación</b> Mónica Isabel Posso del Castillo, Jefe Oficina Asesora de Planeación
		<b>Oficina Control Interno Disciplinario</b> Jefe: Rubiola de Jesús Meléndez Vargas

*Fuente: Tomada de [www.mindeporte.gov.co/odependencias](http://www.mindeporte.gov.co/odependencias)*

### **Juegos y eventos deportivos para la integración y participación incluyente.**

- Juegos deportivos de integración de los servidores públicos.
- Juegos Comunales.
- Juegos del Litoral Pacifico.
- Juegos de la Orinoquia y Amazonia Colombiana.
- Programa Intercolegiados-
- Juegos por la Paz del Brazo de Mompox.
- Juegos del Catatumbo.
- Juegos Fronterizos Binacionales.

### **Juegos y Eventos deportivos de carácter nacional e internacional**

- Juegos Panamericanos Junior.
- Juegos Nacionales de Mar y Playa.
- Juegos Bolivarianos.
- Juegos Nacionales y Paranales.
- Juegos Sudamericanos.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### Programa Talentos Colombia.

En el marco de las funciones asignadas al Ministerio del Deporte, mediante la Ley 1967 del 11 de julio de 2019 y el Decreto 1670 del 12 de septiembre de 2019, con relación al desarrollo de talento y la reserva deportiva, la dirección de posicionamiento y liderazgo deportivo, diseñó el programa Talentos Colombia con el objetivo de convertir al país en una Colombia Tierra de Atletas, y adicionalmente contar con competidores integrales y comprometidos con el reto institucional.

Para la construcción del programa y la selección de los deportes a impactar en cada región, el Ministerio por medio del GIT Programas y Proyectos Deportivos realizó un análisis técnico y estadístico, basado en los resultados en los Juegos Nacionales y Paranales, campeonatos mundiales de categoría juvenil y Juegos Intercolegiados. Gracias a dicho análisis, se definieron las disciplinas deportivas con las cuales se impactará a los 32 departamentos del territorio nacional. De igual forma, se tuvo en cuenta el concepto de los actores del Sistema Nacional del Deporte, para lo cual se adelantaron mesas de trabajo con los comités, las federaciones, los entes departamentales y los entrenadores de alto rendimiento.

#### *Ilustración 4 Talentos Colombia.*

**TALENTOS COLOMBIA**

**¿Qué somos?**

Un programa de Mindeporte que ofrece procesos de captación, identificación, selección, seguimiento y desarrollo de niños, niñas, jóvenes y adolescentes con habilidades para la práctica deportiva y potencial de alto rendimiento, a fin de garantizar el relevo generacional y el posicionamiento del país como una Colombia Tierra de Atletas.

**5** serán las zonas del país, donde encontraremos a los Talentos Colombia.

El deporte es de todos Mindeporte

*Fuente: Tomada de <https://www.mindeporte.gov.co/mindeporte>*

### **MARCO CONTEXTUAL Y CONCEPTUAL.**

De acuerdo con el interés manifestado por el Ministerio en la búsqueda de orientación para resolver los problemas cotidianos en el deporte, en un análisis transversal de gestión se planteó enfocar esfuerzos hacia la consolidación de una ruta de innovación que permita al Ministerio definir nuevos parámetros y diferentes alternativas para alcanzar las metas del Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno Nacional.

Para empezar; se vio la oportunidad de fortalecer algunos de los programas y proyectos relacionados con el posicionamiento y liderazgo deportivo, buscando implementar desarrollos administrativos y técnicos que permitieran que los atletas colombianos de alto rendimiento cuenten con las condiciones necesarias para su preparación deportiva a corto, mediano y largo plazo,

El documento reporta una base de argumentación desde lo teórico, referenciando fuentes conocidas y actuales dentro de la esfera del deportiva, la cobertura es abordada desde diferentes momentos de afectación dentro de la organización, donde se plantea la necesidad de sociabilización del programa Talentos Colombia como una estrategia de comunicación que incremente en alto grado la participación de nuevos deportistas en todas las regiones colombianas.

En esta parte del proceso, se analizaron los aspectos esenciales o más visibles dentro de la organización, su estructura y el funcionamiento del programa, finalmente se definió un análisis cualitativo de los documentos normativos, captación, identificación, selección, desarrollo del programa e implementación, revisados desde componentes como: objetivos, justificación, estrategias, relación con la comunidad y a quien estaba dirigido.

Romero (2008) establece: una sistematización de los deportes actual, desde el punto de vista pedagógico, sociológico, y económico con base a seis manifestaciones diferentes:

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

- 1) Deporte de élite o alto nivel, realizado por una minoría selectiva,
- 2) Deporte espectáculo que sirve como diversión pública
- 3) Deporte ocio- recreación, realizado por placer y diversión
- 4) Deporte competición, en el que lo importante es el resultado
- 5) Deporte educativo, como desarrollo de las capacidades de formación
- 6) Deporte salud o búsqueda del bienestar Psico-físico, calidad de vida.

Esta clasificación permitirá al funcionario orientar, delimitar y comunicar en función del ámbito que se actúe.

El desarrollo de un plan estratégico de comunicaciones para el programa Talentos Colombia se plantean con principios relacionados con la transformación social, a partir de la generación de una nueva cultura comunicativa; es por esto, que algunos de los pasos a emprender en el desarrollo de dicho plan, se enfocan inicialmente en la búsqueda y desarrollo de las siguientes etapas.

Primero: Iniciar el desarrollo de un instrumento de comunicación que proporcione información clara, innovadora y atrayente que cumpla con las expectativas y necesidades dentro de la organización y que este en línea con las políticas, planes, programas, del Ministerio del Deporte y su población.

Segundo; contribuir en la gestión con una ruta de innovación para el programa Talentos Colombia donde se elaborará un plan estratégico de comunicaciones para la organización, que les permita dar a conocer los beneficios en el uso adecuado de dicho programa.

### **Comunicación en la innovación deportiva.**

Angulo (2016) afirma que el deporte es un microcosmos de la sociedad, puesto que su vocabulario propio ha terminado por permear las charlas familiares, conversaciones entre compañeros de trabajo, e incluso ambientes más especializados, como la política, la economía y la cultura.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Es importante enfatizar los efectos de la comunicación y la difusión del mensaje con el fin de transmitir, logros, proyectos, planes y programas. Así como reconocer “El papel de la comunicación en el aumento de la motivación en el ambiente laboral, la cooperación y su relación con la mejora de la productividad en la organización; y admitiendo la comunicación como un aspecto fundamental dentro de las prácticas organizacionales”. Garrido & Putman (2018).

Varias investigaciones evidencian la naturaleza interdisciplinaria de la comunicación organizacional, algunas de las categorías temáticas identificadas fueron: tecnologías organizacionales, redes sociales, grupos y equipos, relaciones interorganizacionales, comunidades de práctica, nos ha permitido articular una perspectiva integral de las organizaciones, como unidades de estudio dentro de la organización la comunicación como la necesidad declarada debe contar con planes bien articulados y en sintonía con sus planes de negocios y estrategias. Padron (2017)

Por lo tanto, debemos asumir que en los escenarios futuros existen múltiples desafíos del entorno y que las empresas deben tender a superar para adaptar a las “personas, estructuras y las estrategias” de un modo flexible y eficiente a todas las condiciones cambiantes, el adecuado uso que haga de las herramientas del proceso contextual, analítico, creativo, sintético y comunicacional se relacionara con los logros, éxitos o fracasos de la empresa o la organización.

### **DISEÑO METODOLOGICO DE LA CONSULTORIA.**

Durante el proceso de recolección de la información para realizar el diagnóstico de la investigación se determinó como primer punto revisar la normatividad vigente y algunos datos que permitieran un acercamiento en temas como la estructura organizativa, el recurso humano, la capacitación, el financiamiento, la distribución de recursos, la cobertura, el marco normativo, la población beneficiada y demás, con el fin de indagar y determinar un informe claro y acorde con la realidad de este programa del Ministerio del Deporte.

Algunos datos estaban disponibles en la página web de la entidad, y otros fueron suministrados por los funcionarios responsables del programa en diferentes reuniones realizadas dando como resultado la siguiente deducción.

El programa Talentos Colombia nace como proyecto de la actual dirección y por lo tanto aún no tienen la normatividad correspondiente para la ejecución de este, y es por esta misma razón que no existen en el momento documentos, trazabilidad ni indicadores que permitan generar información, lo cual se presenta como una oportunidad para desarrollar todo tipo de propuestas que permitan a futuro el éxito del programa; por último se debió orientar la investigación y analizar el entorno general desde diferentes ámbitos con el fin de adaptar una propuesta acorde a las necesidades.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### Herramientas utilizadas para realizar el diagnóstico integral.

Cumpliendo con el segundo objetivo del trabajo donde se planteó, verificar la calidad de la información, las estrategias y herramientas que posee el Ministerio del Deporte para la difusión del programa Talentos Colombia.

Se presentan algunas herramientas que usualmente se utilizan para realizar un diagnóstico integral que incluye dos categorías, un análisis externo y otro interno. Para estos análisis se plantean las siguientes alternativas.

### Análisis PESTEL.

*Ilustración 5 análisis PESTEL.*

		SIN IMPORTANCIA	IMPORTANCIA MODERADA	MUY IMPORTANTE	SIN IMPORTANCIA	IMPORTANCIA MODERADA	MUY IMPORTANTE
		1	2	3	1	2	3
ANÁLISIS PESTEL MIN-DEPORTES		IMPACTO EN LA ORGANIZACIÓN			PROBABILIDAD DE OCURRENCIA		
		BAJO	MEDIO	ALTO	BAJA	MEDIA	ALTA
Político	1. Posibles cambios de Gobierno.		2				3
	2. Poco apoyo a programas actuales			3	1		
	3. Disminución del presupuesto a programas del Ministerio			3	1		
Económico	1. Disminución de estudiantes matriculados en los colegios			3			3
	2. Ciclo económico del país Postpandemia			3		2	
	3. Incremento o decremento del presupuesto del Ministerio.			3	1		
Social	1. Evidencia de exclusión de población beneficiada con los programas del ministerio			3			3
Tecnológico	1. Inversión en tecnología y aplicaciones Móviles como herramienta para la promoción de programas			3		2	
	2. Evolución digital y crecimiento.			3		2	
Ambiental	1. Desarrollo sostenible y promoción de medios alternativos de transporte que fomente el deporte			3			3
Legal	1. Ampliación de lineamientos y políticas para actividades de bienestar deportivo			3			3
<b>TOTAL</b>		<b>0</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>15</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

La evaluación fue determinada de acuerdo con el posible impacto y establecidos así:

Sin importancia 1 – Importancia media 2 – Muy importante 3.

En resumen, se pueden observar resultados que pueden impactar tanto positiva como negativamente los diferentes escenarios posibles en todas las variables analizadas; los cuales están evidenciados desde cambios políticos, apoyos a programas que beneficien a la comunidad e incluso cambios positivos que impactarían el ámbito de tecnología.

Es preciso aclarar que dicha información esta aplicada bajo análisis de fuente de la página del Ministerio del Deporte <https://www.mindeporte.gov.co/> y la documentación relacionada con el programa Talentos Colombia que presenta esta página por lo tanto dicha información fue aclarada, actualizada y modificada con los responsables del proceso del Ministerio del deporte el martes 26 octubre de 2021.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

**Análisis DOFA.***Ilustración 6 análisis DOFA.*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Cuentan con estructura estrategica Mision - Vision y objetivos</li> <li>2.Politicas alineadas con las del Gobierno Nacional</li> <li>3.Poseen una normativa juridica legal debidamente actualizada</li> <li>4.Posicionamiento reconocido en temas deportivos</li> <li>5.Programas estructurados trasversales a nivel Nal e Internacional</li> <li>6.Programas para inicios deportivos a temprana edad</li> <li>7.Infraestructura administrativa robusta</li> <li>8.Recibe presupuesto del estado</li> <li>9.Estrategias a nivel Nal e Internacional que les genera visibilidad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Recursos limitados que deben ser aprobados por el gobierno</li> <li>2.Herramientas tecnologicas ausentes, limitadas o desactualizadas</li> <li>3.Sin bases de datos actualizadas en temas especificos</li> <li>4.Algunos programas no se pueden extender por falta de recursos</li> <li>5.No cuentan con apoyo para ofrecer programas</li> <li>6.Sin personal suficiente para atender todos los programas</li> <li>7.Ausencia de publicidad llamativa e innovadora</li> <li>8.Sinnumero de tramites administrativos para apoyo a deportistas</li> </ol>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Consecucion de recursos con el gobierno o instituciones aliadas</li> <li>2.Ampliar convenios Nacionales e Internacionales</li> <li>3.Creacion de nuevos programas que impacten nuevas generaciones</li> <li>4.Diseño de estrategias para apadrinamiento de talentos vulnerables</li> <li>5.ampliación de cobertura a todos los rincones del país</li> <li>6.Posicionamiento de sus programas y actividades a nivel nacional e internacional</li> <li>7.Generación de nuevas políticas de inclusión y equidad de género como parte de un programa de RSE</li> <li>8.Creación de programas en donde estén inmersos la población en general</li> <li>9.Hacer uso de las instalaciones de sus aliados estratégicos para el desarrollo de torneos y juegos deportivos</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Disminución de recursos por parte del estado</li> <li>2.Que se desvíen recursos a otros programas más innovadores o potencializados</li> <li>3.Cambio en las políticas de estado frente al ministerio</li> <li>4.Ausencia de recursos por parte de los aliados estratégicos.</li> <li>5.Ausencia de apoyos por parte de los municipios a intervenir</li> <li>6.Aumento de nuevos talentos frente al bajo presupuesto apropiado</li> <li>7.Deterioro de las instalaciones deportivas.</li> <li>8.Poca cultura deportiva a nivel nacional</li> <li>9.Falta de motivación por parte de los nuevos talentos deportivos</li> </ol>

*Fuente: Elaboración Propia.*

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Tras haber realizado el análisis DOFA, se elaborará la matriz CAME. Esta herramienta complementaria ayudara a fijar un plan estratégico según los datos obtenidos en el diagnóstico. La matriz CAME consiste en Corregir las debilidades, Afrontar las amenazas, Mejorar las fortalezas y Explotar las oportunidades. A continuación, mostramos los puntos de la matriz CAME según los resultados obtenidos mediante el DOFA.

### **Corregir las debilidades**

- Centrarnos en aquellos trabajos que nos proporcionen una mayor rentabilidad y rechazar propuestas de poco valor.

### **Afrontar las amenazas.**

- Utilizar la estrategia de diferenciación de servicio aportando un valor añadido a los clientes.
- Competir con una estrategia de diferenciación por calidad y enfocada al cliente.
- Penetración de mercado al ritmo de crecimiento del sector.
- Incrementar su cuota de mercado dentro del sector.

### **Mantener las fortalezas.**

- Aprovechar el potencial del equipo joven que forma la equipo de Mindeportes,
- Elevar el grado de formalización en la comunicación en la empresa y descentralizar la toma de decisiones.
- Todo en plan de comunicación, motivación y trabajo en equipo, que a la larga ayudarán a la mejora de la productividad.
- Seguir haciéndonos conocer a través de la comunicación (Fortaleceremos esta red de contactos mediante comunicaciones periódicas (vía mail, teléfono, visitas) y a través de la asistencia a ferias y actos relevantes en nuestro sector.).

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

- Reforzar la imagen de marca como proveedores únicos de un servicio de comunicación integral.

### **Explotar las oportunidades**

- Aprovechar el aumento del uso de Internet por parte de las empresas para tratar de conseguir nuevos clientes.
- Búsqueda de nuevos mercados.
- Aprovechar la creciente necesidad de la inversión por parte del presupuesto nacional en su comunicación corporativa y ofrecernos como su solución íntegra y eficaz.
- Como análisis se ha establecido matriz DOFA definiendo como análisis interno (debilidades y fortalezas) y análisis externo (oportunidades y amenazas) y el cual nos ayuda a determinar el éxito de los objetivos estratégicos, mediante una evaluación subjetiva analizando sistemáticamente todos los factores y componentes de la organización.

**Árbol de problemas.**

Se busca es transformar la situación actual a una deseada. definiendo la estructura y el impacto en este programa en estudio y diagnóstico, teniendo en cuenta que para llegar a un resultado se debe tener conocimiento en primer lugar de la realidad disponiendo de datos básicos para su correspondiente análisis e interpretación.

Es por ello, que para el desarrollo del presente instrumento se necesitó conocer la situación actual del programa talentos Colombia, esto mediante el siguiente avance:

**PASO 1:** Identificar los principales problemas con respecto a la situación en cuestión.

**PASO 2:** Formular en pocas palabras el problema central.

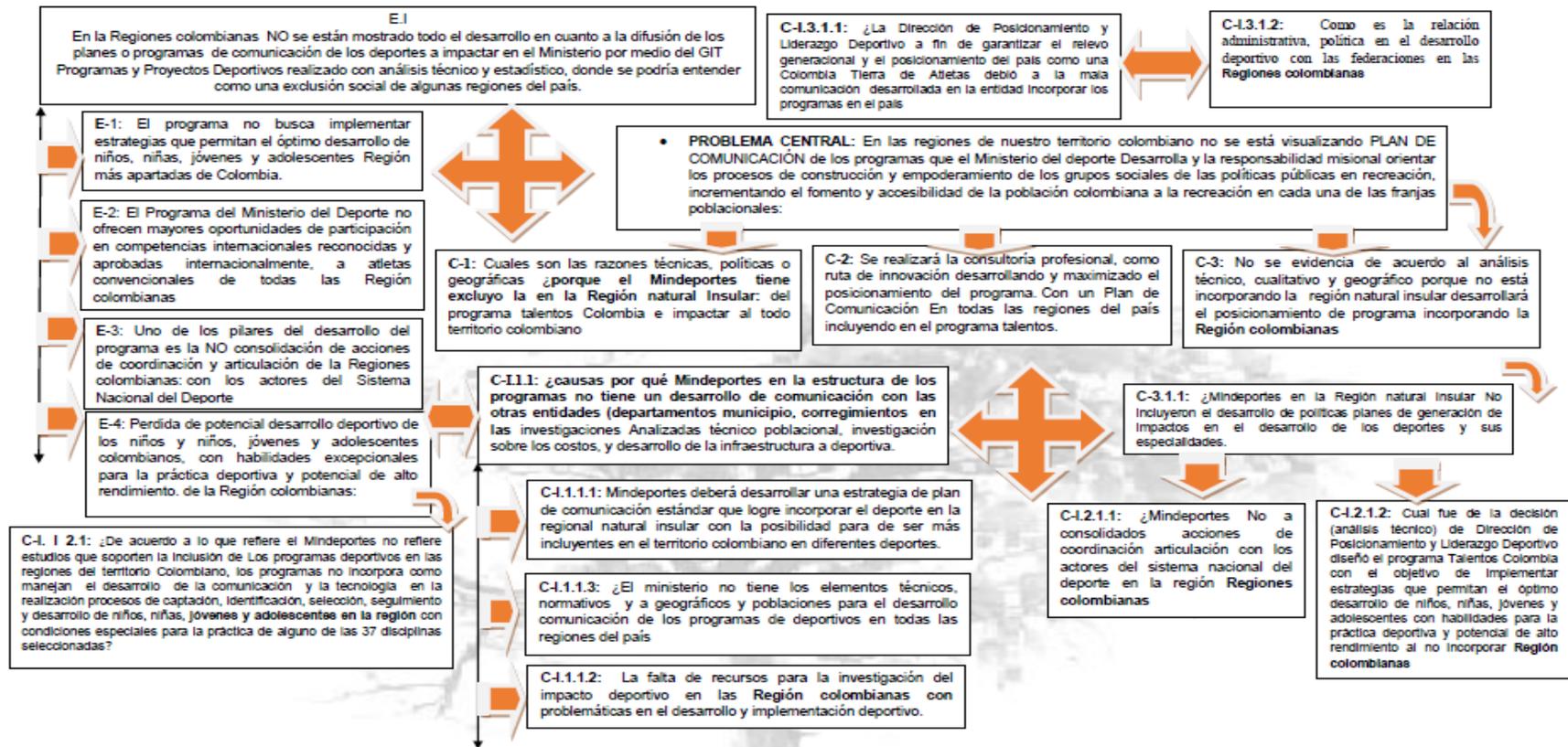
**PASO 3:** Anotar las causas del problema central.

**PASO 4:** Anotar los efectos provocados por el problema central.

Por medio de los resultados obtenidos se pretende lograr una apreciación general del problema y las necesidades que presenta en el programa para su posterior análisis, de esta manera se diseñará la mejor estrategia de comunicación con el fin de que todas los integrantes y participantes del sistema puedan comprender su funcionalidad y su propósito. Donde se permita resolver los problemas de divulgación del programa en la organización con un enfoque basado en objetivos, comunicación entre involucrados y orientación hacia beneficiarios.

Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Ilustración 7 árbol de problemas.



Fuente: Elaboración Propia

**Síntesis del árbol de problemas:****Identificación del problema y alternativas de solución.**

El primer paso era la identificación del problema existente, y como iba a afectar a una comunidad concreta. El problema denota una situación negativa, bien por la carencia de algo bueno o por la presencia de algo no tan bueno.

En este análisis de identificación se analizaron las características de los procesos, la situación en la que se encontraba el Ministerio del Deporte y las que hubiese vivido previamente, las necesidades que presentaban, sus capacidades e intereses, La meta era conocer una visión, lo más clara, precisa y cercana a la realidad.

La identificación es muy importante y debe ser lo más completa posible, ya que a partir de este análisis se decidió la situación actual del programa y se determinó el diagnóstico con que se iba a trabajar.

Para este análisis se puede realizar un árbol de Problemas: Para ello se seguirán los siguientes pasos:

Paso 1- Identificar los principales problemas con respecto a la situación en cuestión.

Paso 2- Formular en pocas palabras el problema central. Que se evidencia en los KPI que se desarrollan dentro del Ministerio del Deporte.

Paso 3- Anotar las causas del problema central.

Paso 4- Anotar los efectos provocados por el problema central.

Paso 5- Elaborar un esquema que muestre las relaciones de causa y efecto en forma de un Árbol de Problemas.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Análisis de participación.**

Los problemas identificados, afectaban a unas determinadas personas, por ello también se debe analizar de forma general los grupos y organizaciones que están en relación con el problema.

Dentro del análisis se revisó, la relación de los procesos de comunicación, sus características, sus necesidades, intereses, actitudes, aspiraciones, y el comportamiento general del programa talentos Colombia.

### **Análisis de los objetivos.**

Una vez que se ha identificado el problema y el grupo con el que se va a trabajar, se establecieron los objetivos. Éstos deben ser realistas y alcanzables, y tratarán de resolver los problemas planteados. La confección de objetivos consiste en convertir los problemas negativos detectados en estados positivos alcanzados.

Para ello se puede realizar un árbol de objetivos:

- Formular los términos negativos del árbol de problemas en forma de términos positivos.
- Estudiar las relaciones medio-fines para que sea lógico.
- Posteriormente los objetivos pueden ser modificados para su aclaración o adecuación.

Se realizó un análisis de los principios y metodologías más relevantes de los procesos y procedimientos, describiendo más en detalle el marco lógico del programa talentos Colombia; priorizando los diferentes aspectos a completar para llevar a cabo el objetivo.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Entrevista.**

Entrevista a profundidad con personal vinculado creador y experto del programa.

### **Condiciones particulares para su aplicación.**

#### **Cliente interno:**

Denominado así por tratarse de una persona que trabaja dentro del Ministerio o tiene una vinculación directa con el programa “Talentos Colombia”.

#### **Cliente Externo:**

Se les da esta denominación a los beneficiarios del programa “Talentos Colombia”.

#### **Número de entrevista mínima:**

Se requiere realizar la entrevista a 3 clientes internos y 5 clientes externos

#### **Duración:**

La duración de la entrevista no deberá exceder los 30 minutos de duración

En la consultoría que se realizó al cliente interno se efectuó una serie de preguntas que ayudaran a medir el nivel de satisfacción que perciben los funcionarios y clientes en cuanto a los procesos, procedimientos de comunicación del programa Talentos Colombia.

En cuanto a los clientes externos se indagó en la calidad y la forma en que se comunica, las campañas que desarrollan en las demás entidades gubernamentales obteniendo una percepción clara de los niveles de comunicación que brinda la organización dentro y fuera de la organización, esto sirvió para tomar las medidas correctivas para potencializar la comunicación del programa talentos Colombia.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Análisis general de los resultados.**

En los resultados obtenidos en las reuniones y entrevistas se pudo identificar que existen desaciertos en alguno procesos y procedimientos con los clientes externos (elaborar el mensaje, objetivos, propósitos y acciones de comunicación); y se estableció que no se implementan procedimientos de seguimiento con indicadores para la difusión del programa Talentos Colombia, siendo esta una de sus debilidades primordiales.

Se tienen algunas dificultades para potencializar el programa, una de ellas es que no se aplica; se percibe una comunicación no efectiva y no hay difusión en todas las áreas ni departamentos, aunque el programa está bien sensibilizado y definido en el área de comunicaciones.

Lo anterior permitió desarrollar la propuesta de potencializar el programa a través de un plan estratégico de comunicaciones, que de manera integral permita divulgar los atributos y beneficios de este a más personas y comunidades en general.

## **PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES.**

Para llevar a cabo este proceso, es necesario la elaboración de un plan estratégico de comunicaciones que logre abarcar las necesidades específicas de forma que el Ministerio del Deporte lo implemente desde el área que lo requiera, para lo que es indispensable tener el siguiente desarrollo.

### **Alcance.**

El alcance de la consultoría estará orientado a desarrollar un plan de comunicaciones estratégico acorde con los valores de la organización, ajustado a los objetivos del Programa ya implementado en el Ministerio del Deporte y fortaleciendo las estrategias para ser difundido en todo el territorio colombiano.

Para llevar a cabo este plan estratégico de comunicaciones se hace necesario alinearlo con el plan estratégico para la ciudadanía desarrollado por el Ministerio del deporte 2019 –2022, en donde mencionan específicamente 3 objetivos generales y sus objetivos estratégicos que aparecen en el documento así:

### **1. Fortalecer la institucionalidad y la articulación de las entidades que conforman el Sistema Nacional del Deporte. (SND)**

#### **Objetivos Estratégicos:**

- Elaborar propuestas de mejora normativa fomentando la articulación y cumplimiento de los objetivos del Sistema Nacional del Deporte
- Fortalecer las capacidades institucionales y de gestión de los actores del SND para el cumplimiento de los objetivos del sector

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

- Fortalecer las capacidades institucionales y de gestión de los actores del SND para el cumplimiento de los objetivos del sector.
- Ejercer inspección, vigilancia y control sobre las entidades, personas y los organismos deportivos y demás entidades que conforman el Sistema nacional del Deporte
- Consolidar la estrategia de gestión de la información del sector deporte que contribuya a la toma de decisiones
- Orientar, desarrollar y coordinar el Programa Nacional Antidopaje en cumplimiento de la normatividad nacional e internacional.
- Implementar un modelo de gestión pública efectivo, orientado a resultados y a la satisfacción de los grupos de valor

### **2. Incrementar las actividades de fomento en procura del logro de objetivos relacionados con la recreación, actividad física y aprovechamiento del tiempo libre.**

#### **Objetivos Estratégicos:**

- Incrementar programas que promuevan la práctica del deporte la recreación y la actividad física y fomente los estilos de vida saludables
- Garantizar la infraestructura recreo deportiva para el desarrollo de los programas de deporte, recreación, actividad física y aprovechamiento del tiempo libre

### **3. Fortalecer los programas de desarrollo deportivo del país con el propósito de garantizar los procesos de formación preparación y competencia de los deportistas de altos logros, así como aumentar la reserva y talento deportivo.**

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Objetivos Estratégicos:**

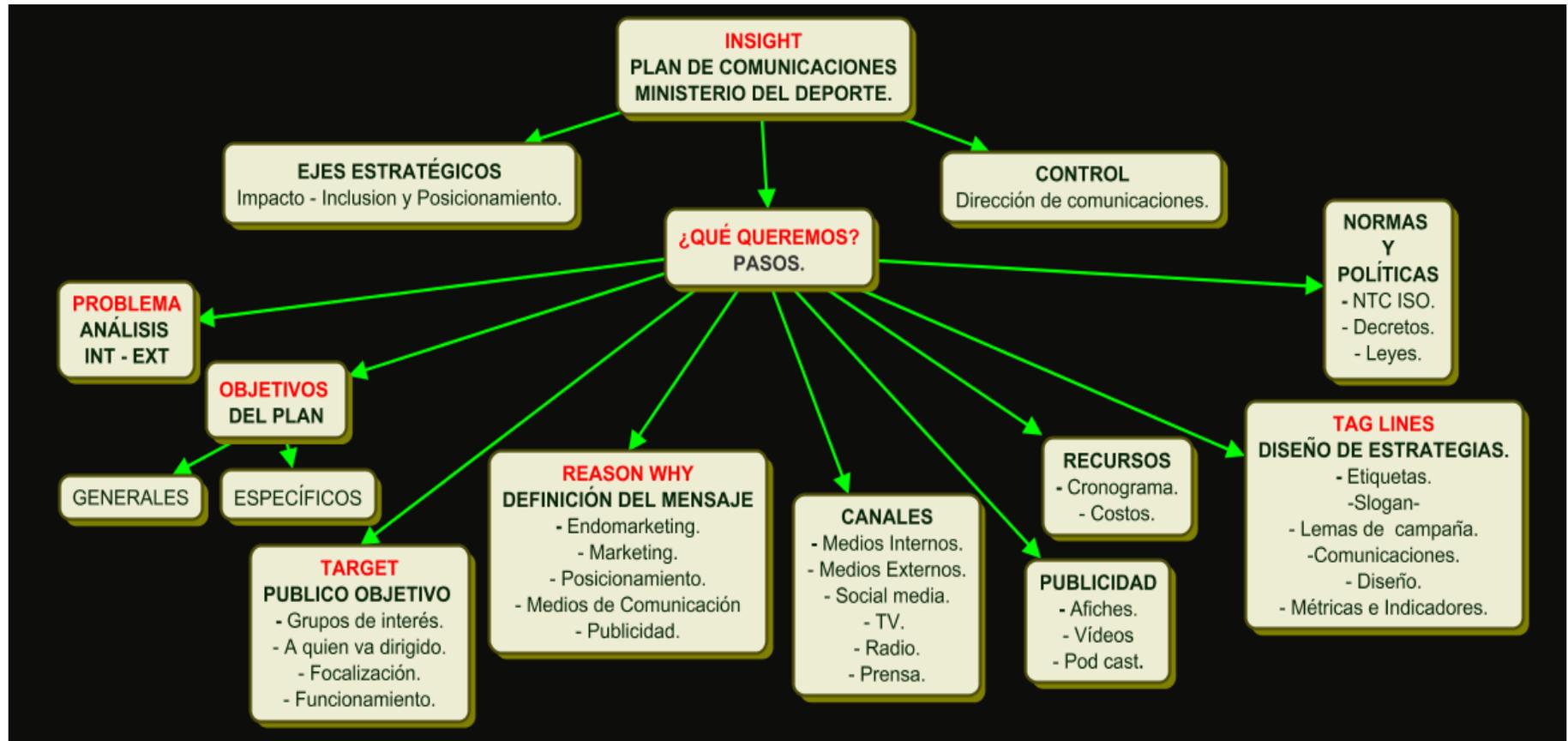
- Fortalecer y socializar los lineamientos de política pública en altos logros al SND y organización de eventos deportivos, así como el apoyo integral a los atletas.
- Aumentar el número de deportistas con talento deportivo identificados con proyección de alto rendimiento.
- Acreditar y mantener la certificación del del laboratorio antidopaje y sus procesos conforme a los requisitos establecidos por los organismos internacionales.

### **INTRODUCCION AL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES.**

El plan estratégico de comunicaciones está estructurado de tal forma que se encuentra alienado con el plan estratégico del Ministerio del Deporte en donde se logran identificar los objetivos que se quieren impactar. Es importante tener en cuenta que este plan estratégico está enfocado directamente en el programa Talentos Colombia y que tiene cuyo objetivo principal la consecución de jóvenes de diferentes edades para potencializarlos como jóvenes promesa del deporte nacional.

Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Ilustración 8 Esquema plan estratégico de comunicaciones.



Fuente: Elaboración Propia.

## **PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES.**

### **INSIGHT.**

Desarrollar un plan de comunicaciones estratégico acorde con los valores de la organización, ajustado a los objetivos del programa ya implementado en el Ministerio del Deporte y fortaleciendo las estrategias para ser difundido en todo el territorio colombiano.

### **Ejes Estratégicos.**

- ✓ Comunicación asertiva para impactar la comunidad deportiva.
- ✓ Comunicación enfocada en posicionamiento nacional e internacional del Ministerio del Deporte.
- ✓ Comunicación incluyente desde la participación.

### **Control.**

El control de este plan estratégico de Comunicaciones debe estar en cabeza de la dirección de comunicaciones del Ministerio quien es la encargada de generar líneas y planes de acción para implementación, así como su respectiva medición de implementación y eficacia.

### **Pasos para definir un plan estratégico de comunicaciones.**

Es importante que el Ministerio conozca y a manera de resumen deben tener presente los siguientes pasos que definen la implementación del plan estratégico de comunicaciones así:

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **1. Realiza un análisis interno y externo de tu empresa.**

Para poder definir una estrategia asertiva de comunicación es indispensable hacer un análisis que logre identificar los resultados de análisis pastel y la matriz DOFA, con el fin de conocer a profundidad el Ministerio del Deporte.

Es importante que las fortalezas sean el punto de partida para desarrollar una estrategia solida de comunicación teniendo en cuenta que son actividades que se encuentran establecidas y que permiten un punto solido de comienzo para la estrategia.

### **2. Define los objetivos de tu plan de comunicación.**

Basado en el proceso de divulgación y consecución de jóvenes talento se definen los siguientes objetivos los cuales darán los fundamentos para la implementación del plan estratégico de Comunicaciones.

#### **Objetivo General.**

Implementar de manera transversal políticas y estrategias de Comunicación al interior y exterior del Ministerio del Deporte.

#### **Objetivos Específicos.**

1. Contribuir de manera eficiente en la promoción del programa talentos Colombia, así como su consecución de nuevos talentos deportivos.
2. Favorecer la comunicación del programa talentos Colombia como parte activa de los programas de Ministerio.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

3. Generar impacto y recordación basada en la comunicación asertiva propia para promover el programa.
4. Asesorar en el desarrollo de herramientas de comunicación que proporcionen información clara, innovadora y atrayente que cumpla con las expectativas y necesidades de la población.
5. Contribuir para la elaboración de estrategias comunicativas que permitan dar a conocer los beneficios en el uso adecuado del tiempo libre a través del deporte y la recreación.
6. Orientar al diseño de una estructura organizacional eficiente con las habilidades necesarias para la creación de diferentes indicadores, que permitan la continua autoevaluación de las acciones emprendidas por el ministerio del deporte en el programa Talentos Colombia.

### **3. Conoce a tu público objetivo.**

#### **Grupos de Interés:**

Los grupos de interés son un elemento fundamental de la relación de las empresas con su entorno de actividad y están estrechamente vinculados con su capacidad para conseguir sus objetivos económicos y sobrevivir en el largo plazo.

Para el caso específico del Ministerio del Deporte es importante y se recomienda realizar un estudio demográfico que nos ayude a identificar las características principales de cada región a impactar, dentro de este estudio es importante conocer si cuentan con limitaciones físicas, económicas, tecnologías entre otras.

Este análisis demográfico permitirá desarrollar un plan de comunicación más enfocado y definido a la población a la que se le quiere comunicar y permitirá que las

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

pautas publicitarias sean más enfocadas en temas visuales o auditivos dependiendo del sector al que se le quiere comunicar.

### **¿A quién va dirigido?**

A niños, niñas, jóvenes y adolescentes colombianos, con habilidades excepcionales para la práctica deportiva y potencial de alto rendimiento.

### **Focalización.**

El programa llegará a los 32 departamentos del territorio nacional y Bogotá, con presencia directa en 77 municipios seleccionados, según el histórico de participación y resultados en las últimas cuatro versiones de los Juegos Deportivos Nacionales y Paranales, Juegos Intercolegiados desde el año 2015 a 2019 y los diferentes campeonatos nacionales en categorías infantil, junior (menores) y juvenil, así como las particularidades de las diferentes poblaciones del orden nacional.

### **¿Cómo funciona?**

El programa tiene previsto la atención de los niños, niñas y adolescentes con habilidades excepcionales para la práctica deportiva y de los atletas de talento y reserva deportiva que hayan obtenidos resultados o participación en eventos federativos y del Ministerio del Deporte (Juegos Nacionales e Intercolegiados), a través de procesos de entrenamiento y acompañamiento técnico metodológico. En el desarrollo del programa se pondrán en funcionamiento polos de desarrollo deportivo en los municipios priorizados.

El programa pretende realizar procesos de captación, identificación, selección, seguimiento y desarrollo de niños, niñas, jóvenes y adolescentes con condiciones

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

especiales para la práctica de alguna de las modalidades deportivas, sobre las cuales se pretende impactar.

### **4. Define el mensaje.**

Para definir el mensaje se debe tener en cuenta que es un medio de comunicación por medio del cual se pretende dar a conocer una información y que principalmente se emplea para captar talentos y generar recordación.

Para ello el Ministerio del Deporte debe tener presente las siguientes características:

1. Informar
2. Ser realista
3. Despertar interés
4. Entendible
5. Persuasivo
6. Ser original
7. Focalizado
8. Creíble

Es importante para definir este mensaje conocer las siguientes definiciones:

**Endomarketing:** El endomarketing (o marketing interno) constituye un proceso de gestión orientado a vender la empresa a sus propios trabajadores con el objetivo de comprometerlos, de incrementar su lealtad y de aumentar su rendimiento.

**Marketing:** El concepto de marketing describe una filosofía de dirección que tiene una orientación hacia la determinación y satisfacción de las necesidades y/o deseos de los clientes como una forma de obtener beneficios a largo plazo.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

**Mercadeo:** El mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste.

**Posicionamiento:** El posicionamiento tiende a situar o posicionar el nombre, la imagen de un determinado producto en un lugar tal que aparezca ante los usuarios o consumidores como que reúne las mejores características y atributos en la satisfacción de sus necesidades. Esto resume el objetivo principal del marketing.

**Medios de Comunicaciones:** Un medio de comunicación es un instrumento o forma de contenido tecnológico por el cual se realiza el proceso de comunicación. Usualmente se emplea el término para hacer referencia a los medios de comunicación de masas, sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

**Publicidad:** La publicidad es un tipo de comunicación audio y/o visual del marketing que emplea mensajes patrocinados e impersonales para promocionar o vender un producto marca o servicio.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **5. Selecciona los canales.**

Los mensajes publicitarios ejercen y desarrollan mecanismos de promoción que son empelados de manera eficaz para dar a conocer lo que se requiere, los canales de Comunicación propios al interior y exterior del Ministerio del Deporte deben posicionar en los medios que se mencionan a continuación:

#### **Medios Internos.**

- Emisoras
- Redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y LinkedIn)
- Boletines
- Correos Electrónicos
- Intranet

#### **Medios Externos.**

Todos los medios masivos de manera física y/o digital digitales que permita hacer una divulgación del programa jóvenes talento de manera rápida y efectiva.

Es importante que dentro de la definición y selección de los canales de comunicación se establezca un plan de medios en donde se perita establecer la campaña de comunicación, medios de divulgación y se realice la aprobación de las piezas publicitarias.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **6. Piezas publicitarias.**

Como se mencionó en el ítem anterior estas piezas publicitarias deben estar definidas en el plan de medios de comunicación los cuales deben ser altamente discutidos con las áreas encargadas del programa y la alta dirección, es importante que estas campañas publicitarias de comunicación cumplan con los siguientes lineamientos:

- Esten acordes con la Misión y Visión del Programa Talentos Colombia.
- Dentro de su divulgación tengan transversalidad, trabajo en equipo y acompañamiento de las emisoras de cada departamento, ciudad o región que quieran impactar.
- Es importante que el lenguaje y medio visual y auditivo sea adecuado a la población que se le quiere comunicar.

Dentro de esta sección es importante tener la claridad que existen muchos medios y herramientas tecnológicas que permiten diseñar estrategias de comunicación que sean adecuadas de entender y comprender basados que no todas las poblaciones y publico cuentan con las mismas capacidades tecnológicas, físicas, intelectuales y psicológicas para la comprensión de la información.

### **7. Planifica el tiempo y tus recursos.**

Es necesario para definir una política estratégica de comunicaciones definir las actividades tiempo, movimientos y costos para desde su planeación hasta su implementación.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

*Ilustración 9 Cronograma de costos y actividades.*

ACTIVIDADES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	COSTO
Identificación del programa específico a comunicar	x						\$ 0
Reunión entre las áreas responsables		x					\$ 0
Decidir qué y cómo se quiere comunicar		x					\$ 0
Selección de los medios y canales de comunicación			x				\$ 0
Creación de pauta publicitaria			x				Por definir
Lanzamiento de Slogan y pauta a cliente externo				x	x		Por definir
Análisis y retroalimentación de la pauta publicitaria						x	Por definir

*Fuente: Elaboración Propia.*

## 8. Desarrolla la estrategia que vas a seguir.

Para definir e implementar la Política Estratégica de comunicaciones se tienen definidas las siguientes estrategias:

### **Estrategia No. 1. diseño y estructuración del plan estratégico de comunicaciones.**

Este diseño está definido a lo largo del trabajo y como se ha mencionado en varias ocasiones está enfocado directamente en el programa Talento Colombia en donde se busca específicamente es la divulgación del programa y el reclutamiento a través de medio y canales de divulgación del programa y el reclutamiento de deportistas de alto rendimiento.

Para validar este plan de comunicaciones es importante que sea presentado y divulgado a la alta dirección y este sea avalado para su implementación y puesta en marcha.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Es importante que se definan los actores principales de este plan para lo cual se recomienda implementar las siguientes secciones:

### **Comunicaciones:**

Desarrolla el Contenido a divulgar, estudia la información específica del programa Talentos Colombia, utiliza medios tradicionales y a la vez los transforma en generación de contenido digital moderno y actualizado con un dialecto y lenguaje incluyente para todos los posibles interesados.

Genera encargados permanentes de la actualización de la información en los canales y medios de comunicación empleados para la divulgación de la información. Se encargarán de fortalecer los medios de comunicación y manejo de las redes sociales a emplear en la divulgación de la información y/o pauta publicitaria.

### **Diseño y publicaciones:**

Esta sección deberá ser la encargada de diseñar las pautas publicitarias teniendo en cuenta el manual de imagen corporativa, es de vital importancia que esta sección trabaje bajo lineamientos específicos de la alta dirección y este acorde con el programa a divulgar.

### **Producción audiovisual:**

Esta área será la encargada de aterrizar la idea de comunicación y plasmarla en una pauta que permita dar a conocer lo que se quiera informar.

Deberán responder por el uso adecuado del lenguaje y del medio audiovisual y/o auditivo que se desarrolle para el fin de la promoción de la información del programa.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Estrategia No. 2 Fortalecimiento de la Comunicación asertiva dentro de las dependencias del Ministerio y en especial de los directos encargados del programa.**

Es necesario que para la implementación del plan estratégico de comunicaciones se realice una política transversal entre todas las áreas del Ministerio que hagan parte del programa de Talentos Colombia, toda vez que ellos serán los responsables en primera instancia de la información e implementación del programa.

Acá es de vital importancia manejar un lenguaje Universal de comunicación al interior del ministerio y principalmente del área encargada del programa Talentos Colombia toda vez que se deben unificar conceptos, información al detalle para ser promulgada dentro de la política y lo que se quiere comunicar.

### **Estrategia No. 3 Posicionamiento de la Información**

Una vez definida la información a comunicar y definidos los canales de comunicación es indispensable hacer el posicionamiento de la pauta o información publicitaria, para esto es de vital importancia que se haya aprobado el plan de medios y redes como canal establecido de comunicación. Este manejo de medios puede ser tercerizado por empresas que manejan estos procesos y cuentan con las herramientas robustas capaces de impactar de manera directa a la población seleccionada.

En esta estrategia es importante la comunicación entre los encargados de manejar la divulgación y los dueños de la información toda vez que toca hacer una medición y seguimiento de impacto de lo que se quiere comunicar a fin de establecer mejoramientos o alineación dentro de la estrategia establecida.

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

### **Estrategia No. 4 Evaluación de la campaña y medición de medios**

La medición e impacto de los medios de comunicación empleados permite revisar la retrospectiva el buen manejo de la información. Es indispensable realizar una medición de aceptación e interés del programa, solo de esta forma se logra medir la eficacia y efectividad del plan de comunicaciones.

### **9. Normas y políticas**

Las Normas y políticas por las cuales se recomienda implementar el Plan Estratégico de Comunicaciones son:

#### Sistema Integrado de Gestión

- NTC ISO 45001:2018
- NTC ISO 14001:2015
- NTC ISO 9001:2015
- Decreto 1083 de 2015 Por la cual se expide el decreto único reglamentario del Sector de función Pública
- Ley 1712 de 2014 Regula el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de la información.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1. El diagnóstico al programa talentos Colombia determinó en nuestro análisis consultivo que es necesario una alta comunicación entre las diferentes entidades públicas (Gobernaciones, Departamentos, Municipios) la formulación de objetivos y metas que interactúen de forma efectiva en los procesos de construcción de canales y modelos tecnológicos de comunicación efectiva.
2. Es necesario que el plan de comunicación que se proponen en este trabajo se incorpore en un modelo de gestión de calidad para que se articulen estas acciones dentro de los procesos y se le haga el respectivo seguimiento y control para el cumplimiento de objetivos estratégicos.
3. Es importante que, si decide el ministerio del deporte desarrollar e implementar el plan de comunicación, sean retroalimentadas todas las áreas de la organización para involucrar a todo el personal, de tal manera, que exista un compromiso en todos los funcionarios que facilite la gestión de dichas actividades. Todo esto deberá ser acompañado de reuniones y capacitaciones a los empleados focalizadas en una ruta de innovación que se desarrollará en los procesos de mejora continua así y dentro de la organización.
4. Desarrollar en lo posible nuevas investigaciones utilizando nuevos instrumentos debido a los constantes cambios del entorno y la tecnología; que permitan fortalecer el programa y por ende este Plan Estratégico de Comunicaciones para beneficio de los diferentes grupos de interés.
5. Analizar la posibilidad de incluir el uso de nuevas tecnologías para el desarrollo de la comunicación efectiva y la divulgación de los diferentes programas del Ministerio que permitan el cumplimiento de los objetivos y que permitan llegar a una mayor población.
6. El Plan Estratégico de comunicación y su implementación, se convertirá en una herramienta que entrelazará los grupos de interés, los procesos y las áreas del

## Plan Estratégico de Comunicaciones Ministerio del Deporte

Ministerio del Deporte con la comunidad, dando cumplimiento al logro de objetivos y al fortalecimiento de imagen en cumplimiento de su razón misional.

7. Es importante que el Ministerio del Deporte integre en su organización elementos de la planificación estratégica para todos los procesos y subprocesos del programa Talentos Colombia, involucrando equipos de trabajo interdisciplinarios y realizar una línea de trabajo con el fin de optimizar y evaluar resultados.
8. El Ministerio del Deporte deberá desarrollar en su plan estratégico de comunicaciones, un sistema tecnológico que se articule (Gobernaciones, Departamentos, Municipios) para generar información en tiempo real; que permita fortalecer los programas de desarrollo deportivo del país y así garantizar los procesos de formación, preparación y competencia de los deportistas de alto rendimiento, así como aumentar la reserva y el talento deportivo.

**REFERENCIAS.**

- Angulo, L. (2016). Comunicación y deporte. 4, 101 -136.
- Fagerber, J., Mowery, D., & Nelson, R. R. (2005). *The Oxford Handbook of innovation*.  
New York: Oxford University Press.
- Fernández, C. (1999). La Comunicación en las Organizaciones. Mexico: Trillas.
- Garrido, F., & Putman, L. (2018). *Comunicacion organizacional 2.0 de las metáforas a la pragmática* (2da ed.). Mexico.
- Herrera, O., Arbazua, L., Aranceda, C., Gutierrez, J., & Nivaldo, H. (2012). Detección de talentos deportivos en los clubes profesionales de fútbol de la región del Bio-Bio Chile Propuesta de un modelo de selección. *EFDeportes.com*, 16(165). Obtenido de [www.efdeportes.com](http://www.efdeportes.com)
- Padron, C. L. (2017). La propuesta ética en la teoría de la Administración de Mary Parker.
- Romero, S. (2008). La Formación de la educación física y deportiva. *Fuentes*.
- Zapata, G. (2005). Comunicaciones estratégicas en Instituciones deportivas. Medellín.