PLAN ANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES DEL INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA

VIGENCIA 2023

Elaborado por:
Giancarlos Villarreal Larios

Santa Marta, enero de 2023

PRESENTACIÓN

El presenta Plan Estratégico de Divulgación, nace con el objetivo de ser la guía fundamental para las comunicaciones internas y externas que se desarrollen en el marco de la estrategia para la promoción y divulgación de las actividades desarrolladas por el INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA – INDETUR para la vigencia 2023.

La comunicación como herramienta fundamental en los procesos de toda organización, es no solo comprender sino también entender a los seres como actores sociales, que necesitan así mismo comunicarse permanente y mantenerse al tanto de los hechos que sucedan en su entorno y que los afecten de manera directa o indirecta.

Este Plan Estratégico de Divulgación, realiza inicialmente un análisis del estado actual de las comunicaciones en esta materia desarrolladas desde el INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA –INDETUR, y con base en esto poder plantear los objetivos y las estrategias que permitan a través de diversas actividades lograr a satisfacción una masificación y visibilización a través de la divulgación y promoción de cada una de las actividades ejecutadas en el marco de la vigencia.

1. OBJETIVO DEL PLAN DE DIVULGACIÓN

Precisar los lineamientos para la ejecución de aquellas estrategias planteadas que conlleven a la promoción y divulgación de las actividades misionales del INDETUR

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Generar estrategias que permitan la promoción y divulgación de las actividades de las áreas y equipos que conforman el INDETUR

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar productos comunicativos con base en el plan de acción del INDETUR para la vigencia 2023
- Articular acciones con medios de comunicación de Santa Marta y la región caribe para la divulgación de las actividades misionales del INDETUR
- Fortalecer el reconocimiento de INDETUR como una entidad que trabaja en pro del desarrollo sostenible de la actividad turística en las playas en Santa Marta.

2. SITUACIÓN ACTUAL

La no promoción y divulgación de las actividades realizadas desde el INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA – INDETUR y/o en articulación con otras entidades a la fecha no permite que estas cuenten con un reconocimiento y aceptación por parte de la ciudadanía, entre esos los diferentes actores de la cadena del turismo.

Entre sus objetivos misionales como entidad el INDETUR señala *"Fomentar la industria del Turismo en Santa Marta convirtiendo la ciudad en destino turístico sostenibilidad"* asimismo, *"Promover la incorporación del manejo ambiental en los proyectos turísticos, en coordinación con las entidades u organismos del orden distrital y nacional pertinente"*, funciones que son claves y que a la fecha no se evidencia acciones de comunicación que soporten el cumplimiento de esas acciones, en el dado caso de estar desarrollándose.

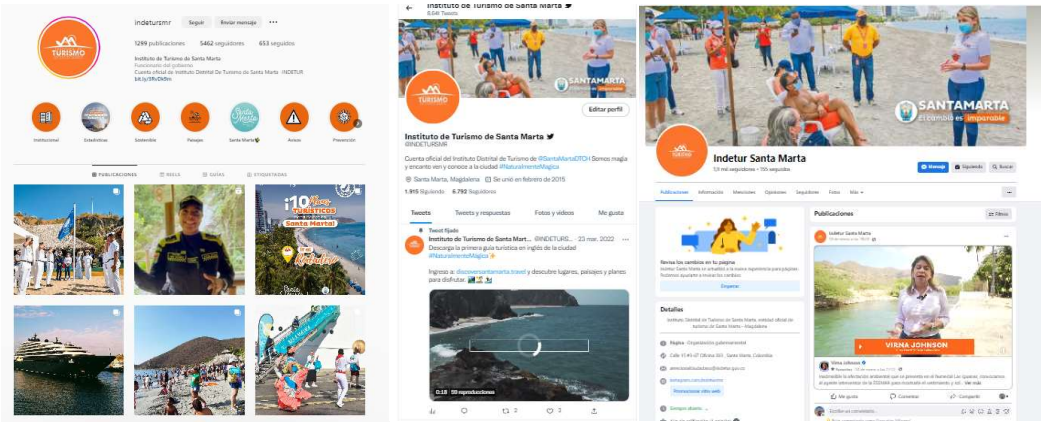
Ante este escenario se hace necesario el desarrollo de estrategias de comunicación que fortalezcan, difundan, posiciones una campaña de sensibilización en materia de desarrollo y uso sostenible de los entornos litorales como playas de la ciudad de Santa Marta.

2.1 CANALES DE COMUNICACIÓN

En la actualidad, el INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA – INDETUR, cuenta con varios canales de comunicación a través de los cuales vienen difundiendo sus actividades y la programación de las acciones misionales a realizar, los cuales servirán para poner en marcha la estrategia de divulgación que se plantea en este documento.

Social Media

Con presencia en las redes sociales como Facebook, Instagram, y Twitter. En dichas redes sociales se cuentan un total aproximado de 12 mil seguidores y personas activas que se mantienen al tanto de toda la información que se comparte a través de estas como: piezas audiovisuales comunicativas de las actividades y proyectos que se desarrollan desde esta oficina; enlaces de interés entre otros elementos de divulgación y promoción.



Página web

El INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA - INDETUR cuenta con un sitio web en la URL: www.indetur.gov.co en la que se publican hechos noticiosos en los que se ve involucrada; proyectos que se desarrollan desde esta dependencia; sitios de carácter cultural y turístico de gran importancia en la ciudad; además de enlaces a sitios externos como redes sociales de la oficina y sitios web de aliados; así como un cronograma de actividades próximos a realizarse en la ciudad.

A través de la misma los navegantes pueden informarse de la estructura de la organización. La actualización de dicha página web corre a cargo del equipo de Tecnologías de la información y la comunicación – TIC'S.

Cabe mencionar que de forma indirecta se cuenta con la página web: www.santamarta.gov.co sitio web oficial de la Alcaldía distrital de Santa Marta, a través de la cual también se difunden y promocionan los hechos noticiosos, actividades y acciones misionales del INDETUR.

Radio

Actualmente la Alcaldía Distrital de Santa Marta cuenta con un programa de radio digital los días miércoles en horario de 8:30am -9:30 am, a través de sus redes digitales, en dicho espacio todas las dependencias de la entidad territorial cuentan con un espacio en el que divulgan la gestión realizadas desde sus oficinas.

Es así como el INDETUR también cuenta con un espacio dentro de este programa de radio para promocionar y divulgar cada una de las actividades que desarrollan.

Envío masivo de boletines

El INSTITUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA – INDETUR también ha encontrado en la prensa un canal para comunicar no solo su gestión sino también el trabajo realizado por aquellos proyectos que apoya y con los que trabaja articuladamente.

A través del envío masivo de boletines a la base de datos que comprende desde los diarios de mayor circulación en la ciudad; aliados del turismo; sitios web especializados de información de actualidad; emisoras de radio y aquellos que se han inscrito para recibir información del INDETUR.

3. ESTRATEGIA

3.1 PRODUCTOS POR ENTREGAR

Serán 4 los tipos de productos que se desarrollarán en torno a cada uno de actividades; prensa, social media y audiovisuales. A través del desarrollo de material publicitario de cada una de estas propuestas se divulgará y promocionará actividades, muestras, socializaciones, encuentros y presentaciones que ejecuten entre los meses de enero y diciembre de 2023.

PRENSA

- Redacción de boletines de prensa en los que se publicite las actividades a desarrollar en el marco de la campaña de sensibilización, estos boletines contendrán información como lugares, horas del desarrollo de estas actividades; además de toda aquella información que invite a los lectores a hacer parte de estas actividades.

  Los boletines serán enviados desde los canales de comunicación con los que cuenta el INSTTUTO DISTRITAL DE TURISMO DE SANTA MARTA – INDETUR.

  Frecuencia: Se sugiere una frecuencia promedio de dos boletines de prensa al mes.

VIDEO SPOT

- A través de la creación de contenido audiovisual tipo capsula, se busca por medio de testimonios de los beneficiarios y aliados de los programas desarrollados desde el INDETUR a través de sus subdirecciones.

- *Frecuencia: Se sugiere una frecuencia promedio de un video de este tipo al mes.*

DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO

Diseño de piezas gráficas con el lineamiento gráfico establecido por el INDETUR y por la Alcaldía distrital de Santa Marta, en estos se emitirán mensajes informativos a los actores que conforman la cadena del turismo en Santa Marta.

Frecuencia: Se sugiere una frecuencia de una pieza gráfica semanal, en día por determinar.

REELS

Aprovechando las nuevas formas de comunicación a través de las redes digitales se propone hacer uso de este tipo de productos audiovisuales en los que se emitirán mensajes de sensibilización haciendo uso de tendencias digitales en las mencionadas plataformas.

Frecuencia: Se sugiere una frecuencia promedio de dos 1 reel al mes.

3.2 PLAN DE TRABAJO

3.2.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Las fechas de ejecución de la campaña de sensibilización según lo informado se extenderá desde el mes de enero hasta diciembre de 2023.

A continuación, se presenta el cronograma de la publicación de material publicitario producido en los diferentes canales de comunicación con los que cuenta el INDETUR.

(Ver anexo 1: "CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES")

3.3 PÚBLICO OBJETIVO

Es imprescindible definir a quién se va a dirigir la comunicación; cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos.

- **Potenciales beneficiarios**: niños, niñas, jóvenes, adolescentes y adultos que en un futuro luego de conocer las actividades que deseen ser parte.

4. **Ciudadanía en general**: samarios, samarias y ciudadanía en general que consuma información de carácter turístico.