



02/05/2024

Doctora

DIANA RAIGOZA

Directora Jurídica Comunicaciones

Gobernación de Antioquia

Correo: Juliana.arismendy@antioquia.gov.co; Diana.raigoza@antioquia.gov.co

Medellín - Colombia

Asunto: Justificación para utilizar un logotipo diferente al escudo del departamento.

La Ley 2345 de 2023 por el medio de la cual se implementa el manual de identidad de las entidades estatales y se prohíben las marcas del gobierno como medidas para la austeridad en la publicidad estatal en su artículo 4 numeral e) establece lo siguiente:

“Las entidades estatales podrán emplear excepcionalmente un uso de logotipo distinto al del escudo o la bandera del orden nacional o territorial según corresponda, siempre que se acredite la apropiación cultural e histórica de otro logo, circunstancia que deberá motivarse dentro del respectivo manual”

En virtud de lo anterior, esta justificación tiene como finalidad, explicar y argumentar porqué **Indeportes Antioquia** debe continuar usando la presencia gráfica de su logosímbolo en todas las piezas que permiten cumplir con su misionalidad en todo el departamento.

Nuestra entidad, cuenta con tres pilares fundamentales: recreación, deporte y actividad física. De ellos, se desprenden una serie de programas que tienen como finalidad la construcción de hábitos y estilos de vida saludables en los antioqueños.

Dichos programas atienden una diversidad de públicos objetivos que van desde niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y población en situación de discapacidad.

Las actividades desplegadas por los mencionados programas, han permitido el posicionamiento de **Indeportes Antioquia** en todos los municipios del departamento, como una entidad que promueve la práctica del deporte, la actividad física y la recreación, de la mano de los entes deportivos municipales, las ligas y clubes deportivos.

Indeportes Antioquia ya suma 55 años de labores, de posicionamiento, de construcción de una marca sólida en los territorios.

Por ello, a continuación, detallaremos a fondo cómo hemos logrado perpetuar el logotipo a través del tiempo y justificaremos desde enfoques social-cultural, jurídico, mercadeo, histórico y de seguridad, el porqué debemos continuar usando este último el cual no solo pertenece a Indeportes sino a todas las comunidades.

1. Tradición histórica

En el año de 1969 nació Coldeportes Antioquia, como una entidad descentralizada de Coldeportes Nacional creado en 1968, que buscaba fomentar la práctica del deporte en nuestro departamento.

En ese entonces, funcionaba bajo las directrices del Instituto Colombiano de la Juventud y el Deporte. Más tarde en 1996, mediante la ordenanza 8E de 1996 se crea **Indeportes Antioquia**, la cual se fundamentó en la Ley 181 de 1995 que define al “(...)deporte como un derecho social y un factor básico en la formación integral de personas”.

Teniendo en cuenta lo anterior, son ya 55 años de labores de nuestra entidad desde su creación como Coldeportes Antioquia y luego como **Indeportes Antioquia**, con la misión clara de promover el deporte en nuestro departamento.



2. Construcción de una marca

Como ya lo habíamos mencionado, son más de cinco décadas de presencia en los municipios de Antioquia de la marca **Indeportes Antioquia**. Y decimos marca, porque en términos estrictamente de mercadeo y comunicacionales, una marca no es simplemente un logo, símbolo, tipografía o colores.

Una marca es una experiencia que se le brinda a un público objetivo, con el fin de que pueda experimentarla de manera positiva, desee repetir ese momento y pueda recomendarla a otros.

La experiencia **Indeportes Antioquia**, se ha construido con cientos de servidores públicos que han servido a las comunidades de los municipios en miles de eventos tales como festivales, Juegos Deportivos Institucionales, copas, clases de deporte formativo, seminarios, encuentros, carreras, entre muchos otros.

Esta experiencia de marca con nuestros programas, la han vivido padres de familia de deportistas, deportistas recreativos, atletas de alto rendimiento, entrenadores, directivos de ligas y clubes deportivos y público que practica recreación, actividad física o deporte por salud y diversión por solo mencionar algunos públicos.

Este reconocimiento a esa experiencia con nuestra marca, lo hemos evidenciado cada vez que nuestros servidores visitan los territorios por la acogida de nuestros públicos, por la

respuesta a las convocatorias que realizamos a nuestros eventos deportivos, por las asistencias a nuestras capacitaciones, por el alcance mes a mes que podemos evidenciar en nuestras redes sociales con base en los contenidos que publicamos y por las estadísticas de nuestro Sistema Departamental de Capacitación, entre otros.

2.1. Valor económico y emocional

Una marca, desde el punto de vista del *branding*, se planea de forma estratégica, definiendo sus atributos y valores para comunicarla y construir así su posicionamiento, pero cuando este se logra en el tiempo, ya no le pertenece a las empresas o entidades: ya le pertenece a sus públicos objetivos que la vivenciaron y acogieron.

El posicionamiento de una marca es un trabajo intenso que requiere de una estrategia comunicacional adecuada y de permanencia en el tiempo lo cual no surge de la noche a la mañana.

De otro lado, las marcas se crean para establecer relaciones de largo plazo con sus públicos objetivos, para establecer lazos de comunicación con ellos, para fidelizarlos hacia sus productos y/o servicios.

Esta relación de largo plazo que tiene nuestra marca **Indeportes Antioquia** con las comunidades se ha venido fomentado y cuidando a través de los años.

Asimismo, vale la pena señalar que, en el mundo de hoy, las marcas son activos contables porque tienen valor económico. En los Estados Financieros de las entidades actuales, las marcas tienen un valor económico por ello se venden y se compran marcas.

Por eso, una marca posicionada y bien manejada, tiene un valor económico importante que hace parte de los activos, del patrimonio de una empresa.

Indeportes Antioquia, no es la excepción y además de su valor económico en cuanto a recursos públicos, es una marca que ha logrado la lealtad de sus públicos objetivos.

Cuando mencionamos el término lealtad de marca, significa que los usuarios de **Indeportes Antioquia**, además de ser fieles a los programas mencionados, han desarrollado una lealtad emocional, pues el deporte, la actividad y la recreación, son aspectos emocionales, ligados al bienestar y la felicidad de las personas.

2.2. Recordación de marca

La recordación de marca está conectada con la percepción que los públicos objetivos tienen con relación a una marca, con base en la experiencia que han tenido con ella.

En este aspecto, vale decir que, en muchos municipios del departamento, existen canchas, placas polideportivas y gimnasios, entre otros, en los cuales está pintado el logotipo de **Indeportes Antioquia** porque esos escenarios fueron construidos con recursos propios de la entidad o bajo la figura de la cofinanciación. Miles de personas que han practicado deporte en esos escenarios, se han relacionado con ese logotipo.

Asimismo, en las poblaciones de esos municipios, es frecuente encontrar personas que practican deporte, actividad física o recreación usando camisetas con nuestro logotipo debido a que participaron en alguno de nuestros Juegos Institucionales como son Campesinos, Escolares, Intercolegiados o Departamentales.

Esto habla de la percepción positiva e identificación que esos antioqueños tienen con nuestra marca. Lo anterior, sin contar con trofeos y medallas que reposan con orgullo en los hogares de esos deportistas que comenzaron de forma recreativa.

Igualmente, los atletas de altos rendimiento apoyados por **Indeportes Antioquia** y que hacen parte de Selecciones Antioquia, tienen un sentido de pertenencia muy fuerte con nuestra entidad pues de niños, comenzaron sus carreras enfundados en uniformes que portaron orgullosos con nuestro logotipo y que hoy, lo siguen sintiendo cuando se ponen el uniforme que nos representa a todos los antioqueños en competencias nacionales o internacionales.

También es de resaltar que el logotipo que se tiene no se ha modificado en más de 30 años, lo que nos demuestra una apropiación institucional de todas las administraciones y que realizar un cambio en este momento sería contraproducente para la imagen que ha creado la entidad.

3. Garantía de seguridad

Antioquia es un departamento que tradicionalmente ha presentado problemas de orden público, debido a la presencia de grupos armados ilegales en varios municipios.

Los organismos de seguridad, como Policía y Ejército, dentro de sus recomendaciones de seguridad, nos han recomendado que debemos estar uniformados con ropa corporativa, exhibir en nuestra ropa de forma visible y usar los logotipos oficiales que nos identifiquen claramente como servidores públicos, una vez ponemos un pie en esas zonas.

Nuestra marca es una garantía de seguridad en esos territorios pues en estos la marca Indeportes es respetada y no genera resistencias e inconvenientes de seguridad para que los servidores desarrollen su trabajo.

Gracias a la marca **Indeportes Antioquia** nuestros funcionarios pueden realizar sus actividades sin inconvenientes. La razón de peso para lo anterior, tiene que ver con que el deporte une, cohesiona y genera equidad e igualdad en quienes lo practican. El deporte forma en valores como el respeto, la tolerancia y la resiliencia.

Debido a la presencia de tantos años en los territorios cumpliendo nuestra misionalidad de manera independiente y neutral, la marca **Indeportes Antioquia** es respetada y aceptada por las comunidades porque además de todo lo anterior, se asocia con la No-violencia por su esencia misma.

4. Trascendencia a las administraciones

La ley 2345 de 2023 unifica el manejo de las marcas estatales buscando prohibir las marcas de gobierno y darles identidad institucional a las entidades del Estado.

Ese espíritu de la ley también se relaciona con la austeridad, para impedir el gasto de recursos públicos en la creación de marcas efímeras que solo duran 4 años y que no tienen un adecuado posicionamiento en las comunidades.

Lo anterior es una medida adecuada, útil y pertinente para entes descentralizados como **Indeportes Antioquia** pues, su labor misional de promover los estilos y hábitos de vida saludables en los antioqueños, a través de la promoción de la actividad física, el deporte y la recreación, trasciende las administraciones departamentales.

Finalmente, con base en todo lo anterior, esperamos poder haber explicado desde los puntos de vista legal, marketing y comunicaciones, social y de seguridad, porqué nuestra marca **Indeportes Antioquia** debe continuar acompañando a nuestra Gobernación de Antioquia en todas las piezas que amerite, con miras a seguir cumpliendo su misionalidad con todos sus públicos objetivos y en todos los municipios del departamento, a los que vamos a servir con la alegría que el deporte, la recreación y la actividad física genera en los antioqueños.



SANTIAGO TORO SIERRA
JEFE DE OFICINA JURIDICA



ALEJANDRO ZULUAGA MORA
JEFE DE OFICINA