



# **CORREOS DE HONDURAS**

## **RELACIONES PÚBLICAS**

---

### **MANUAL DE PROCESOS DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS**

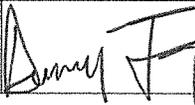
**CODIGO  
GM-DGJRP-004**

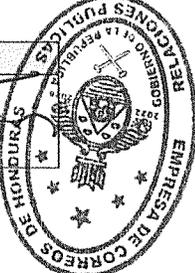
**Febrero 2024**

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	2 de 52

## Responsables de los Cambios al Manual de Procedimientos

### Elaboración del Documento

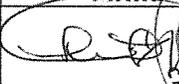
Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Albany Flores	Jefe de Relaciones Pública	Comunicación	Febrero 2024	



### Revisión del Documento

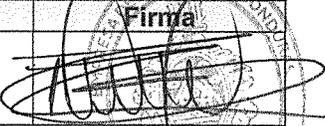
Revisado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Comité de Control interno COCOIN	Varia Jefaturas	Varias Áreas	Febrero 2024	

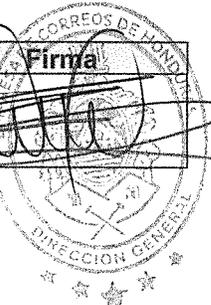
### Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe Canon Postal	Coordinadora COCOIN	Febrero 2024	



### Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	



## Tabla de contenido

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> <small>PAÍS DE LA ESPERANZA</small></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">3 de 52</p>

**INTRODUCCIÓN.....4**

**ANTECEDENTES.....4,5**

**JUSTIFICACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....6**

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....6**

**IDENTIFICACIÓN DE FUNCIONES SUSTANTIVAS.....7**

**IDENTIFICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS SUSTANTIVOS.....8**

**FICHAS DE PROCESOS .....9,10,11**

**DESCRIPCION DE LOS PROCEDIMIENTOS.....12**

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE HONDURAS</small></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">4 de 52</p>

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento hace referencia de las actividades que desarrolla Correos de Honduras brindando de manera detallada cada uno de los procesos y cómo hacer los procedimientos de manera equilibrada y organizada, con el fin de brindarles información atractiva para nuestro público interno y externo en general.

Gracias a la elaboración de un manual de procesos y procedimientos podemos enmarcar cada paso y se le permite la intervención de las diferentes áreas de trabajo relacionadas con el departamento de comunicaciones.

Además, el siguiente documento resaltaré el plan de comunicación e imagen institucional de Correos de Honduras realizando diferentes campañas publicitarias.

También se fortalecerá la opinión de la población mediante estudios en opinión y contenido de prensa, asesoría de imagen y líneas de vocería institucional.

Por último, se detalla el manejo de las crisis mediáticas para controlar tanto los medios de comunicación como la opinión pública.

## MISIÓN

Brindar servicios postales de calidad con rapidez, seguridad y confianza, con los precios más accesibles y la red logística más amplia a nivel nacional e internacional.

## VISIÓN

Ser una empresa en constante innovación que ofrece soluciones logísticas integrales para convertirnos en el ente postal predilecto a nivel global.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">5 de 52</p>

## ANTECEDENTES

En el año 2014, se reanudan las actividades en el departamento de Relaciones Públicas, aperturando la plaza de relacionador público I, después de más de 15 años atrás, la institución postal, no contaba con el área de comunicaciones, es así que se comienza la creación de redes sociales, mantenimiento en la página web y una relación estrechamente con la prensa general.

Correos de Honduras, siendo una institución con más de 140 años, brindando el servicio postal a la población hondureña, contando con una cantidad de información que es de vital importancia para la población hondureña, se vio en la obscuridad por no contar con un departamento de comunicaciones, que brindaran esa ventana directa con el público en general.

## OBJETIVO DEL MANUAL

Los procesos que se brinda en el manual, permiten lograr el ordenamiento de cada uno de las jefaturas con el fin de organizar las áreas de trabajo, volviéndolas efectivas y eficientes. este documento es de gran apoyo, ya que queda plasmado como se manejarán las relaciones publicas en este caso, cuales son los procesos y procedimientos a seguir, cada una de las actividades que se ejecuten llevaran una secuencia y con ellos llevar a cabo los programas de trabajo de manera satisfactoria.

## JUSTIFICACIÓN DE MANUAL

La elaboración de este tipo de documentos, son de gran ayuda, ya que nos permite la creación de planes de trabajo, organización de actividades, y la distribución de la carga laboral entre las personas que integran los equipos de trabajo, con un manual bien elaborado, se nos facilita la planeación de las actividades y la ejecución, logrando garantizar que cada una de ellas se cumplan en el tiempo establecido.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	6 de 52

## MARCO LEGAL DE CREACIÓN

Las políticas y procedimientos descritos en el presente manual están enmarcados en:

- Ley Orgánica de HONDUCOR
- Reglamento de la Ley Orgánica de HONDUCOR

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizativa del departamento de Relaciones Públicas de la Empresas de Correos de Honduras constituye las líneas jerárquicas que conforman el departamento



## IDENTIFICACIÓN DE FUNCIONES SUSTANTIVAS

La Empresa de Correos de Honduras, como funcionalidad principal, es el envío de Correspondencia a nivel nacional e internacional, cabe mencionar que su prioridad es cumplir con los Servicios Postales Universales (SPU), es por ello que el departamento de Relaciones Públicas es el encargado de tomar

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	7 de 52

la información y de esa manera realizar la difusión en los distintos medios de comunicación. Actualmente Correos de Honduras cuenta con una plataforma de redes sociales, pagina web, medios de comunicación de gobierno y prensa en general.

#### a). Funciones de la jefatura de Relaciones Públicas

- Crear un plan estratégico anual de las actividades institucionales y cronograma de actividades correspondientes a las fechas festivas.
- Supervisión y apoyo requerido en eventos, entre ellos lanzamientos de sellos postales, de productos y servicios, entre otros.
- Coordinación de la elaboración del material audiovisual, prensa escrita, contenido total para redes sociales y página web.
- Asesoramiento de imagen de las máximas autoridades y asesoramiento en:
  - a) Líneas de vocerías institucional
  - b) Jefaturas
  - c) Administraciones
  - d) Director General.
- Elaboración de discursos del director general.
- Organización de conferencias de prensa y giras de medios.
- Mantenimiento de información constante con medios de comunicación aliados.
- Portavoz en caso de no tener director general o en situaciones de emergencia en la institución.

## IDENTIFICACIÓN DE PROCEDIMIENTOS SUSTANTIVOS

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS

<b>Funciones Sustantivas</b>	<b>Procedimientos a incluir en el manual</b>
------------------------------	--

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL</small>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">8 de 52</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan de comunicación actualizado, con el contenido, institucional y corporativo</li> <li>2. Elaboración de estudios de opinión pública para fortalecer los servicios postales</li> <li>3. Realizar los procesos en materia de comunicación mediática a disposición del público interno y externo, de esta manera brindar la información idónea a nuestro público meta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar plan de comunicación de la institución y producir contenido para las plataformas digitales de comunicación sobre la imagen pública.</li> <li>2. Realizar estudios de opinión pública, elaborar contenido para prensa escrita, radial y televisiva, asesoría de imagen y líneas de vocería a las autoridades de la empresa.</li> <li>3. Gestionar los contactos y las relaciones, lidiar con las críticas y las crisis mediáticas en la institución.</li> </ol>
---	---

	<b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b>	
	<b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	9 de 52

## FICHAS DE PROCESOS No.1

LUGAR INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		CÓDIGO DEL FORMULARIO		
		<b>FICHA DE PROCESOS</b>		NÚMERO DE REGISTRO INSTITUCIONAL		
				CÓDIGO DE LA INSTITUCIÓN		
				CÓDIGO DE LA NOMENCLATURA INSTITUCIONAL		
FECHA DE ELABORACIÓN:	Febrero año 2024					
PROCESO:	Plan de Comunicación e Imagen Institucional					
SUBPROCESO:	Elaboración del Plan de Comunicación e Imagen Institucional, realizando campañas publicitarias					
OBJETIVO:	Colocar un trabajo de calidad en medios de comunicación, que nos permita visualizar como una empresa que le brinda seguridad, rapidez y confianza en sus envíos.					
ALCANCE:	La coordinación de cada una de las actividades, logra ejecutar los trabajos con mayor orden, indicando que cada proceso se cumple en los tiempos establecidos y de esta manera ejecutarlo planificado.					
RESPONSABLE DEL PROCESO:	Jefe de Relaciones Públicas, Departamento de Marketing, seguidamente Diseño Gráfico, aprobación de los filtros internos del departamento, visto bueno de la máxima autoridad para su divulgación					
NORMATIVAS APLICABLES:						
ENTRADAS:	PRODUCTOS: Público interno, público externo, medios de comunicación, elaboración de publicidad institucional.		INSUMOS: Información de Marketing, equipo de comunicación y talento humano.			
SALIDAS:	#	PRODUCTOS: [Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso]	#	CLIENTES INTERNOS: [Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos]	#	CLIENTES EXTERNOS: [Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso]
	1	Información de los servicios	1	Departamento de Marketing	1	Medios de comunicación y redes sociales
	2	Información de la cobertura	2	Dirección Marketing	2	Medios de comunicación y redes sociales
	3	Información de las tarifas	3	Departamento de Marketing y Comercial	3	Medios de comunicación y redes sociales
	4	Difusión		Relaciones Públicas		
PROCESOS RELACIONADOS:	[Detallar los procesos que tienen relación directa con el proceso]					
#	ACTIVIDADES:	RESPONSABLES: (Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad)	PERIODICIDAD: (Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad)	INDICADORES: (Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada actividad o grupo de actividades relacionadas)	PRODUCTOS: (Detallar los productos de los procesos)	
1	Coordinación con el equipo de trabajo	Departamento de Relaciones Públicas	Anual	Plan de Comunicación Institucional	Campañas publicitarias	
2	Elaboración de campaña publicitaria	Departamento de Relaciones Públicas y Diseñador Gráfico	Mensual	Cronograma de Actividades, según campaña	Medios publicitarios	
3	Aprobación de campaña publicitaria	Departamento de Relaciones Públicas y Diseñador Gráfico	Mensual	Verificación de los filtros	Medios publicitarios	
4	Lanzamiento de campañas	Departamento de Relaciones Públicas y Marketing	Mensual	Difusión de campaña en medios de comunicación	Spot publicitario	
5	Seguimiento de campaña	Departamento de Relaciones Públicas	Diano	Monitoreos en medios de comunicación	Spot publicitario	
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
PLANES DE DIFUSIÓN:	Interno y externo					
Elaborado por: Abog. Luis Calix	Revisado por: Albany Flores	Verificado por: Patricia Barahona	Aprobado por: Lic. David Zelaya Flores			
Firma:	Firma:	Firma:	Firma:			
Fecha: 20 de febrero del 2024	Fecha: febrero 2024	Fecha: febrero 2024	Fecha: febrero 2024			

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p> <p align="center"><b>FEBRERO 2024</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p> <p align="center">Versión “1.1”</p>		

## FICHAS DE PROCESOS No.2

UNIDAD INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		ÁMBITO DEL PROCEDIMIENTO		
<b>FICHA DE PROCESOS</b>						
<b>FECHA DE ELABORACION:</b>	Febrero año 2024					
<b>PROCESO:</b>	Estudios de opinión y contenido de prensa, asesoría de imagen y líneas de voz para institucional					
<b>SUBPROCESO:</b>	Elaboración de estudios de opinión y contenido de prensa, asesoría de imagen y en líneas de voz para institucional					
<b>OBJETIVO:</b>	La creación de contenido mediante el manejo de la información y la opinión de nuestros usuarios para difundir en medios de comunicación					
<b>ALCANCE:</b>	Lograr materializar todo lo sugerido en este proceso, hacer un manejo eficiente, debido a que Relaciones Públicas es la ventana al público externo					
<b>RESPONSABLE DEL PROCESO:</b>	Jefe de Relaciones Públicas, Departamento de Mercado, seguidamente Diseño Gráfico, aprobación de los filtros internos del departamento, visto bueno de la máxima autoridad para su divulgación					
<b>NORMATIVAS APLICABLES:</b>						
<b>ENTRADAS:</b>	PRODUCTOS: Público externo, medios de comunicación, voces institucionales		INSUMOS: Información de Mercado, equipo de comunicación y talento humano.			
<b>SAIDAS:</b>	#	<b>PRODUCTOS:</b> (Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso)	#	<b>CLIENTES INTERNOS:</b> (Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos)	#	<b>CLIENTES EXTERNOS:</b> (Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso)
	1	Estudio de opinión	1	Departamento de Relaciones Públicas	1	Plataformas digitales
	2	Contenido en prensa escrita, radio, televisión y la web	2	Departamento de Relaciones Públicas	2	Medios de comunicación y redes sociales
	3	Líneas de voz para institucional	3	Departamento de Relaciones Públicas y Dirección General	3	Medios de comunicación y redes sociales
	4					
<b>PROCESOS RELACIONADOS:</b>	Plan de trabajo socializado con el departamento de mercado					
#	<b>ACTIVIDADES:</b>	<b>RESPONSABLES:</b> (Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad)	<b>PERIODICIDAD:</b> (Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad)	<b>INDICADORES:</b> (Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada actividad o grupo de actividades relacionadas)	<b>PRODUCTOS:</b> (Detallar los productos de los procesos)	
1	Coordinación con el equipo de trabajo	Departamento de Relaciones Públicas	Mensual	Cronegramas de trabajo	Materia publicitario	
2	Elaboración de instrumento para sondeo	Departamento de Relaciones Públicas y Diseñador gráfico	Semanal	Encuesta	Materia publicitario	
3	Elaboración de contenido para medios de comunicación	Departamento de Relaciones Públicas y Diseñador gráfico	Semanal	Notas de prensa, reportajes, spot para radio y televisión	Materia publicitario	
4	Asesoría líneas de voz para	Departamento de Relaciones Públicas y Mercado	Mensual	Difusión de campaña en medios de comunicación	Presencia en medios de comunicación	
5	Seguimiento de las reacciones	Departamento de Relaciones Públicas	Diano	Monitoreos en medios de comunicación	Spot publicitario	
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
<b>PLANES DE DIFUSIÓN:</b>	Interno y externo, medios de comunicación					
<b>Elaborado por:</b> Abog. Luis Calix	<b>Revisado por:</b> Albany Flores	<b>Verificado por:</b> Patricia Barahona	<b>Aprobado por:</b> Lic. David Zelaya Flores			
<b>Firma:</b>	<b>Firma:</b>	<b>Firma:</b>	<b>Firma:</b>			
<b>Fecha:</b> 20 de febrero del 2024	<b>Fecha:</b> febrero 2024	<b>Fecha:</b> febrero 2024	<b>Fecha:</b> febrero 2024			

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p>	
	<p><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<p><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p><b>HONDUCOR</b></p>
<p>Versión “1.1”</p>	<p><b>FEBRERO 2024</b></p>	<p>11 de 52</p>

### FICHAS DE PROCESOS No.3

LEGAJE INSTITUCIONAL		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN		CODIGO DEL FORMULARIO			
<b>FICHA DE PROCESOS</b>							
FECHA DE ELABORACION:	Febrero año 2024						
PROCESO:	Manejo de crisis mediática						
SUBPROCESO:	Cómo lidiar con las crisis mediáticas a nivel interno y externo						
OBJETIVO:	Control de los medios de comunicación, a través de la empatía y las buenas relaciones con los comunicadores, mediante personal calificado.						
ALCANCE:	Establecer comunicaciones efectivas a nivel interno y externo, en armonía con la prensa y sin ataques directos.						
RESPONSABLE DEL PROCESO:	Jefe de Relaciones Públicas, Departamento de Mercado, seguimiento Diseño Gráfico, aprobación de los filtros internos del departamento, visto bueno de la máxima autoridad para su divulgación						
NORMATIVAS APLICABLES:							
ENTRADAS:	PRODUCTOS: Público externo, medios de comunicación, voceros institucionales		INSUMOS: Información de Mercado, equipo de comunicación y talento humano.				
SALIDAS:	#	<b>PRODUCTOS:</b> [Describir los documentos, informes y otros resultados que genera el proceso]	#	<b>CLIENTES INTERNOS:</b> [Detallar los procesos o unidades que recibirán los productos]	#	<b>CLIENTES EXTERNOS:</b> [Detallar los organismos, instituciones que recibirán los productos del proceso]	
	1	Contactos con medios de comunicación	1	Departamento de Relaciones Públicas y Dirección General	1	Medios de comunicación	
	2	Mantener buenas relaciones interpersonales con los periodistas	2	Departamento de Relaciones Públicas y Dirección General	2	Medios de comunicación	
	3	Manejo de crisis institucional	3	Departamento de Relaciones Públicas y Dirección General	3	Medios de comunicación y redes sociales	
	4						
PROCESOS RELACIONADOS:	Plan de trabajo, socializado con el departamento de mercado						
#	<b>ACTIVIDADES:</b>	<b>RESPONSABLES:</b> [Escribir los cargos de los responsables directos de cada actividad]	<b>PERIODICIDAD:</b> [Escribir el tiempo que se emplea para cada actividad]	<b>INDICADORES:</b> [Escribir los indicadores que permitan medir eficiencia, eficacia, costos y otros de cada actividad o grupo de actividades relacionadas]	<b>PRODUCTOS:</b> [Detallar los productos de los procesos]		
1	Coordinación con el equipo de trabajo	Departamento de Relaciones Públicas	Mensual	Cronogramas de trabajo	Material publicitario		
2	Elaboración de una lista de medios de comunicación	Departamento de Relaciones Públicas	Semanal	Nombre del medio de comunicación	Material publicitario, gira en medios de comunicación		
3	Contacto con los periodistas de forma directa	Departamento de Relaciones Públicas	Mensual	Nombres de periodistas	Presencia en medios de comunicación		
4	Atenciones para los medios en ocasiones especiales	Departamento de Relaciones Públicas y Mercado	Mensual	Regalar a los medios	Presencia en medios de comunicación		
5	Elaboración de manual de crisis	Departamento de Relaciones Públicas	Mensual	Manual de crisis	Material publicitario		
6	Actores involucrados en cuarto de crisis y soluciones	Departamento de Relaciones Públicas, Jefaturas y Dirección General	Anual	Documento soporte de las jefaturas	Entrevistas en medios de comunicación		
7							
8							
9							
10							
11							
12							
PLANES DE DIFUSIÓN:	Interno y externo, medios de comunicación						
Elaborado por:	Abog. Luis Calix	Revisado por:	Abany Flores	Verificado por:	Patricia Barahona	Aprobado por:	Lic. David Zelaya Flores
Firma:		Firma:		Firma:		Firma:	
Fecha:	20 de febrero del 2024	Fecha:	febrero 2024	Fecha:	febrero 2024	Fecha:	febrero 2024

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p><b>HONDURAS</b> LA PAZ EN LA DIVERSIDAD</p>
<p>GM-DGJRP-004</p>	<p><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.1”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>12 de 52</p>

# **EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS HONDUCOR**

## **“RELACIONES PÚBLICAS”**

---

### **PRODEDIMIENTO PARA ELABORACIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL**

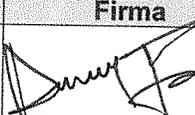
**CÓDIGO  
“EPI-JRP-001”**

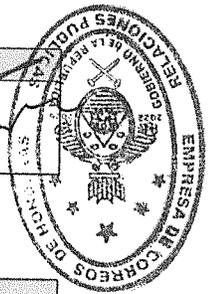
**Febrero 2024**

Elaboración del Documento

---

	<p align="center"><b>"EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS"</b> <b>"HONDUCOR"</b></p> <p align="center"><b>"DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS"</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión "1.1"	FEBRERO 2024	13 de 52

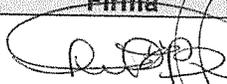
Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Albany Flores	Jefe de Relaciones Públicas	Comunicación	Febrero 2024	



**Revisión del Documento**

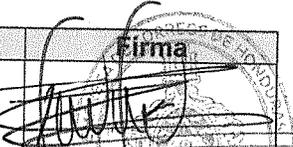
Revisado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Comité de Control interno COCOIN	Varias Jefaturas	Varias Áreas	Febrero 2024	

**Verificación del Documento**

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	



**Aprobación del Documento**

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	



**TABLA DE CONTENIDO**

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> <small>CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA</small></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">14 de 52</p>

1. Objetivo del Procedimiento.....	14
2. Alcance del Procedimiento.....	14
3. Marco Legal del Procedimiento.....	14
4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	14
5. Responsable del Procedimiento.....	15
6. Insumos del Procedimiento.....	15
7. Productos o Resultados del Procedimiento.....	15
8. Definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	16
9. Descripción del Procedimiento.....	17.18
10. Gestión de Riesgo.....	18
11. Elementos Transversales del Procedimiento .....	20
12. Diagrama de Flujo del Procedimiento.....	19
13. Biografía.....	20
14. Anexos.....	20
15. Control de cambios del Procedimientos.....	21

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	15 de 52

## 1. Objetivo del Procedimiento

Elaborar, aprobar y difundir el material de comunicación

## 2. Alcance del Procedimiento

Coordinar con el equipo de comunicaciones, como elaborar el trabajado en materia periodística y logrando posesionar en medios de comunicación y plataformas digitales los servicios que ofrece la institución, noticias de interés general.

## 3. Marco Legal del Procedimiento

No.	Código	Documento
1	Decreto 120-93	Ley Orgánica Empresa de Correos
2	La Gaceta 6 -12-2003	Reglamento Regulador de La Prestación Del Servicio de Mensajerías por Parte de Empresas Privadas

## 4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento

Establecer comunicación, con el público interno, colaboradores postales, publico externo, medios de comunicación y a través de las plataformas digitales.

## 5. Responsables del Procedimiento

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Unidad de Relaciones Públicas	Jefe de Relaciones Públicas	Elaboración de material audiovisual para medios de comunicación

## 6. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de Guarda	Tiempo de Guarda
PC-JRP-001	Plan de Comunicación	Relaciones Públicas	Indefinido

## 7. Productos o Resultados del Procedimiento

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	16 de 52

Código	Productos	Lugar de Guarda	Tiempo de Guarda
MP-JRPMMC-001	Material de difusión para los medios de comunicación	Plataformas de Redes Sociales y Medios de comunicación	indefinido

## 8. Definición de Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas

**Relaciones Públicas:** Como relaciones públicas (o RR.PP. por sus siglas) se denomina la actividad profesional que se encarga de gestionar la comunicación, la interacción y la imagen que una persona, organización o institución proyecta a su público.

**Diseñador gráfico:** El diseño gráfico es una importante actividad artística que no aporta sólo elementos creativos o artísticos sino también y especialmente se relaciona con la comunicación y el hecho de enviar un mensaje a un determinado público.

**Publicidad:** Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etcétera

**Medios de Comunicación:** Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos que brindan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio.

**Guion:** Escrito en que breve y ordenadamente se han apuntado algunas ideas o cosas con objeto de que sirva de guía para determinado fin.

**Spot publicitario:** Un spot publicitario es un anuncio formado por un mensaje persuasivo, elementos visuales, auditivos, imágenes y música que sirven para estimular a los usuarios para que compren o se identifiquen con una marca.

**Videografo:** Técnico en grabaciones de video.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">17 de 52</p>

## 9. Descripción del Procedimiento

1. Coordinación con el equipo de trabajo para evaluar qué tipo de publicaciones se elaborará, ya sea para radio, televisión, prensa digital o redes sociales
2. se elabora un guion con la información ya consensuada por el equipo de trabajo.
3. Se remite al diseñador gráfico para la elaboración de artes publicitarios.
4. Si es vídeo, se remite a la videografía, para la elaboración de spot.
5. Todo el material debe contar con el visto bueno de la máxima autoridad, (director general).
6. Una vez finalizado, se ejecuta en los canales correspondientes.

### **Jefatura Relaciones Públicas / Asistente I:**

Se realiza un Plan de comunicación y estrategia cada año, con las actividades y fechas festivas, con el fin de hacerlo mediático en los medios de comunicación, escritos y digitales.

### **Director General:**

Es el responsable de dar el visto bueno para la socialización del contenido que se desea envía a los medios de comunicación en general

### **Jefatura Relaciones Públicas / Asistente I:**

Archivo digital, plataformas de comunicación

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	18 de 52

## 10. MATRIZ DE ACTIVIDADES, RESPONSABLES Y FORMULARIOS

No	Etapa del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsabilidad	Producto	Envío a:
1	Elaboración del plan de Comunicaciones	Aprobación de la campaña	CDP-RRPP-001	Tabla de programación de actividades	5 días	Coordinador Relaciones Públicas		Dirección General
2	se envía en un borrador al diseñador gráfico	Comienza el proceso de diseño con el Relacionador Público		Revisión de contenido	2 días	Coordinador Relaciones Públicas	CDP-RRPP	Filtros de Relaciones Públicas
3	Entrega del Material Realizado	Verificación del material publicitario	CDP-RRPP-001	Cronograma de las publicaciones	2 días	Relacionador Público I		Difusión en redes sociales y a medios de comunicación

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	19 de 52

## 11. MATRIZ DE RIESGO



EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS  
MATRIZ PARA LA EVALUACION, ANALISIS Y RESPUESTA A LOS RIESGOS



PROCESO:

Plan de comunicación institucional

NOMBRE DEL SUBPROCESO:

Elaboración de plan de comunicación institucional

OBJETIVO:

(1) no.	(2) Etapa del Proceso	(3) Descripción del Riesgo	Riesgo Inherente		(6) Zona de Riesgo Preliminar	(7) Controles Obligatorios para mitigar los riesgos	(8) Controles que existen en la entidad	Riesgo Residual		(12) Zona de Riesgo Final	(13) Respuesta a los Riesgos	
			(4) P	(5) I				(10) P	(11) I			
1	Colaboración con el equipo de trabajo en el plan de comunicación institucional	No contar con el personal en el equipo de comunicación	3	3	A	No mantener el personal permanente	equipo de trabajo de comunicaciones	3	3	M	Aceptar el riesgo	
2	Elaboración de campaña publicitaria	No contar con el personal en el equipo de comunicación	3	2	M	No contar con la campaña solicitada	equipo de trabajo de comunicaciones	3	4	M	Costo Beneficio	
3	Aprobación de campaña publicitaria	No contar con la aprobación de la máxima seguridad	3	2	B	No contar con el material de prensa	equipo de trabajo de comunicaciones	3	3	M	Reducir el Riesgo	
4	Lanzamiento de Campaña a los medios de comunicación	No contar con los insumos en materia de comunicación a tiempo	4	5	E	Campaña en proceso de aprobación	Maxima autoridad y equipo de trabajo de comunicaciones	3	3	M	Reducir el Riesgo	
5	Seguimiento de la campaña	no contar con el equipo de monitoreo	2	2	B	Campaña restringida	equipo de trabajo medios de comunicación	3	3	A	Reducir el Riesgo	
Elaborado Yoanna Chapas					Revisado por: Abogado David Archega					Autorizado por: Lic. David Zelaya		
Firma:					Firma:					Firma:		
Fecha: Noviembre 2024					Fecha: Noviembre 2024					Fecha: Noviembre 2024		

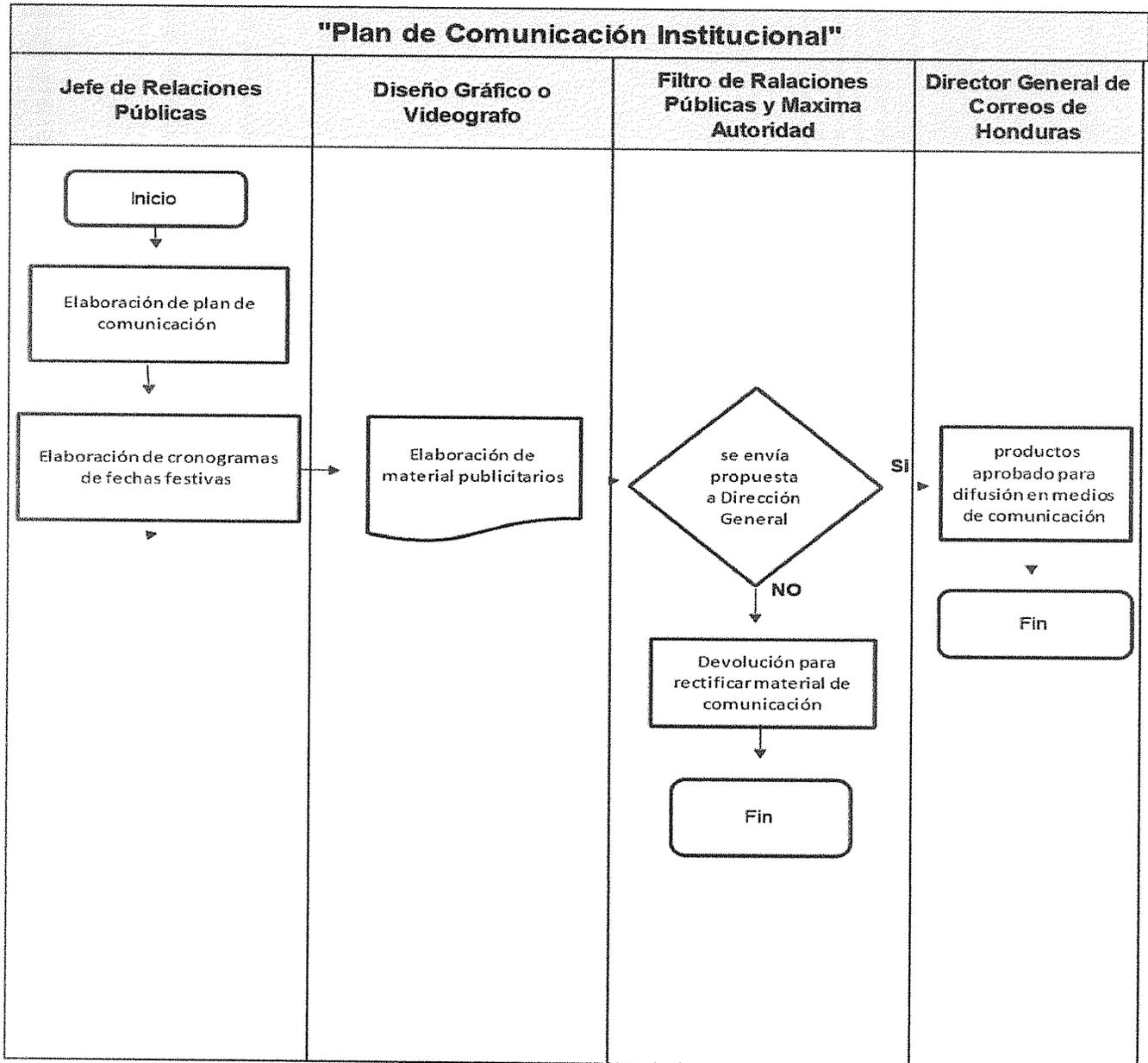
	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	20 de 52

## 12. Elementos Transversales del Procedimiento

<b>Denominación del Proceso: Plan de Comunicación e Imagen Institucional</b>			
<b>Preguntas de Verificación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Respuestas de Verificación</b>
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		Mediante la difusión de campañas publicitarias y mediante un monitoreo constante a los medios de comunicación.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?		X	Al necesitar la aprobación de varios entes involucrados en los temas que nos regulan en temas de comunicación no somos descentralizados.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		A través de los medios de comunicación y las redes sociales se interactúa directamente con el público mediante campañas publicitarias.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		Todo es verificado en nuestros portales de difusión, página web y redes sociales.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Al ser información de carácter público que se brinda al departamento de Relaciones Públicas todo es documentado y difundido a los medios y público en general.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Nuestro proceso debe seguir el cumplimiento que indique el PEI institucional.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">21 de 52</p>

### 13. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO



 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL</p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">22 de 52</p>

## 14. Bibliografía

- Ley Orgánica Empresa de Correos Decreto 120-93
- Reglamento Regulador de La Prestación Del Servicio de Mensajerías por Parte de Empresas Privadas La Gaceta 6 -12-2003
- Plataformas Digitales

<https://www.facebook.com/Correoshn?mibextid=ZbWKwL>

<https://x.com/EmpresaCorreos?t=qdliSKbzbE43tfuO4jDcFA&s=08>

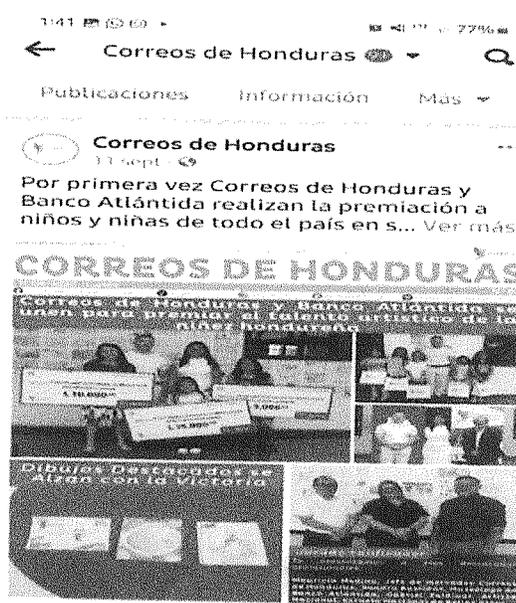
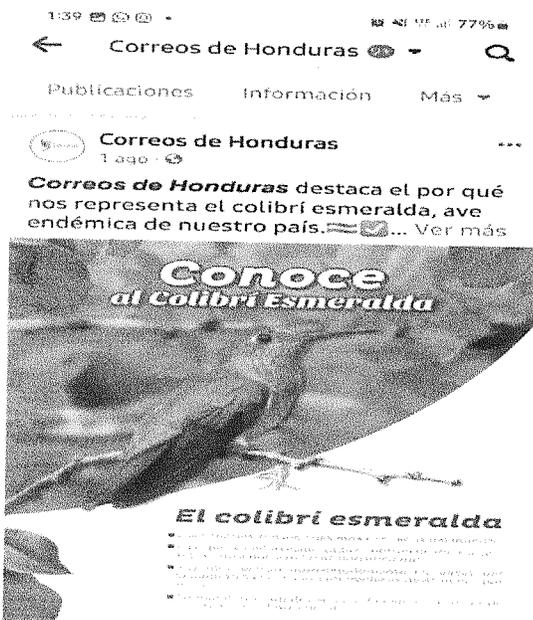
<https://instagram.com/correosdehonduras?igshid=NzZIODBKYWE4Ng==>

<https://www.tiktok.com/@correoshn?t=8i9wblldSX&r=1>

<https://youtube.com/@CorreosDeHonduras1?si=phG7-QXyGfgxuCTS>

## 15. ANEXOS

Equipo del departamento de Relaciones Públicas en la elaboración del plan de comunicación:



Formato de directorio telefónico de periodistas:

	<b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b>	 <b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE HONDURAS</small>
	<b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b> <b>FEBRERO 2024</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”		23 de 52

Ítem	Nombre del comunicador	Nombre del Medio	Correo electrónico	Número telefónico	Responsable

### CONTROL DE CAMBIOS AL PROCEDIMIENTO

Dentro de los cambios que percibimos están: capacitaciones técnicas en temas audiovisuales en materia de comunicación, entre las que se pueden destacar; el manejo correcto de cámaras, edición de videos, diseño publicitario y web, con el fin de mejorar la calidad del material de comunicaciones difundido en todas las plataformas de comunicación digital y mantenernos con vigencia.

### Historia de Cambios al Procedimiento

(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)

Fecha	Versión	Autor		descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p><b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL</small></p>
<p>GM-DGJRP-004</p>	<p><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p>HONDUCOR</p>
<p>Versión “1.1”</p>	<p>FEBRERO 2024</p>	<p>24 de 52</p>

# **EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS HONDUCOR**

## **“RELACIONES PÚBLICAS”**

---

### **PROCEDIMIENTO PARA ELABORACIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL**

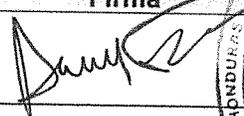
**CÓDIGO  
“XXX”**

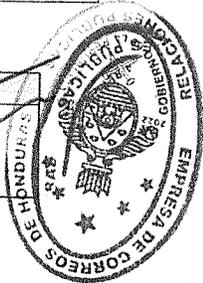
**Febrero 2024**

Elaboración del Documento

---

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	25 de 52

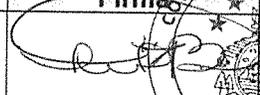
Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Albany Flores	Jefe de Relaciones Pública	Comunicación	Febrero 2024	



### Revisión del Documento

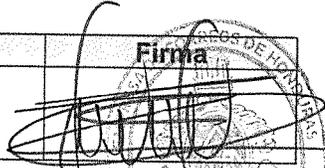
Revisado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Comité de Control interno COCOIN	Varias Jefaturas	Varias áreas	Febrero 2024	

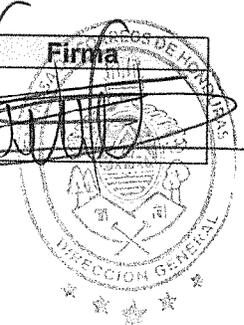
### Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	



### Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	



	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">26 de 52</p>

## TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivo del Procedimiento.....	26
2. Alcancen de del Procedimiento.....	26
3. Marco Legal del Procedimiento.....	26
4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	26
5. Responsable del Procedimiento.....	26
6. Insumos del Procedimiento.....	27
7. Productos o resultados del Procedimiento.....	27
8. Definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	27,28
9. Descripción del Procedimiento.....	28
10. Diagrama de Flujo del procedimiento.....	29
11. Gestión del Riesgo.....	30,31
12. Elementos Transversales del Procedimiento.....	32
13. Biografía.....	33,34
14. Anexos.....	34
Control de Cambios del Procedimientos.....	35

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">27 de 52</p>

## 1. Objetivo del procedimiento no.2

Conocer nuestros clientes, crear contenido y socializar a través de nuestros voceros.

## 2. Alcance del procedimiento

En este proceso podemos conocer el comportamiento directamente de nuestros clientes y público en general, creando contenido directamente para nuestro target, e instruyendo a nuestros voceros como lo podemos colocar en los medios de comunicación y en las diferentes plataformas digitales.

## 3. Marco Legal del Procedimiento

No.	Código	Documento
1	Decreto 120-93	Ley Orgánica Empresa de Correos
2	La Gaceta 6 -12-2003	Reglamento Regulador de La Prestación Del Servicio de Mensajerías por Parte de Empresas Privadas

## 4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento

En este documento detallaremos, como serán los mecanismos a seguir, con el fin de mejorar y organizar cada proceso haciendo énfasis, en cada paso, de esa manera los equipos de trabajo tendrán un documento que les sustente, cuáles son los pasos a seguir y como llevar una relación de cada actividad programada, personal de institución involucrado, medios de comunicación y la población quien es la beneficiada.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	28 de 52

## 5. Responsables del Proceso

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Departamento Relaciones Públicas	Jefe de Relaciones Públicas	Es responsable de la coordinación del equipo de trabajo y darle seguimiento al proceso
Departamento Relaciones Públicas	Diseñador gráfico	Se encarga de la elaboración del material Gráfico
Director General de la Institución	Máxima Seguridad	Responsable de brindar la información a los diferentes medios de comunicación con e apoyo de los equipos de comunicaciones.

## 6. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de guarda	Tiempo de Guarda
	Instrumento o encuesta, material de comunicación y voceros de comunicación.	Departamento de Relaciones Públicas Dirección General	1 año

	<p align="center">“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p align="center">“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</p>	
GM-DGJRP-004	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	29 de 52

## 7. Definición de Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas

**Instrumento:** se refiere a un objeto fabricado, relativamente sencillo, con el que se puede realizar una actividad. También puede referirse a una cosa o persona de que alguien se sirve para hacer algo o conseguir un fin.

**Notas de prensa:** Las notas de prensa siguen siendo un recurso muy utilizado en los departamentos de marketing de las empresas. Permiten hacer llegar a los medios las noticias y novedades corporativas

**Página web:** página electrónica o página digital a un documento digital de carácter multimediático (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la World Wide Web (WWW) y a la que se puede acceder a través de un navegador Web.

**Vocería:** La vocería es una herramienta clave en la comunicación corporativa, la que se convierte en un verdadero arte a la hora de comunicar y más aún cuando se debe enfrentar una crisis. Claramente esta actividad está sujeta a las políticas de quienes lideran una organización con el objetivo de lograr posicionamiento.

**Asesoría de imagen:** busca potenciar al asesorado a través de aquello que proyecta hacia el exterior. Muchas personalidades contratan asesores de imagen que les brindan consejos sobre vestuario, peinados, posturas corporales, lenguaje, etc. El objetivo es generar empatía entre el individuo y el público.

 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">30 de 52</p>

## 8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO No .2

Procedimientos de la Elaboración de estudios de opinión y contenido de prensa, asesoría de imagen y en líneas de vocería institucional.

1. Coordinar con el equipo para la realización de una estudio o encuesta para conocer la opinión de nuestros usuarios.
2. Tabular la información y conocer las necesidades de nuestros clientes
3. Una vez teniendo el resultado, atacar ese mercado que esta carente de información de nuestros servicios.
4. Elaboración de material periodístico, atractivo para nuestros usuarios.
5. segmentar cada red social, logrando colocar la información a un publico selecto y de esa manera lograr abarcar el mercado
6. Asesoría a nuestros voceros de comunicación, en las diferentes áreas asignadas, de como deben dirigirse a ese público, que está a la espera de conocer los que ofrece la institución

### **Jefatura Relaciones Públicas / Asistente I:**

Se coordina con los equipos de trabajo para la elaboración de las actividades en mención, jefe de comunicaciones, relacionador público, diseño gráfico.

### **Director General:**

Como primer filtro y el responsable de dar el visto bueno para la socialización del contenido que se desea envía a los medios de comunicación en general

### **Jefatura Relaciones Públicas / Asistente I:**

Realizar la difusión o el envió del material a los interesados

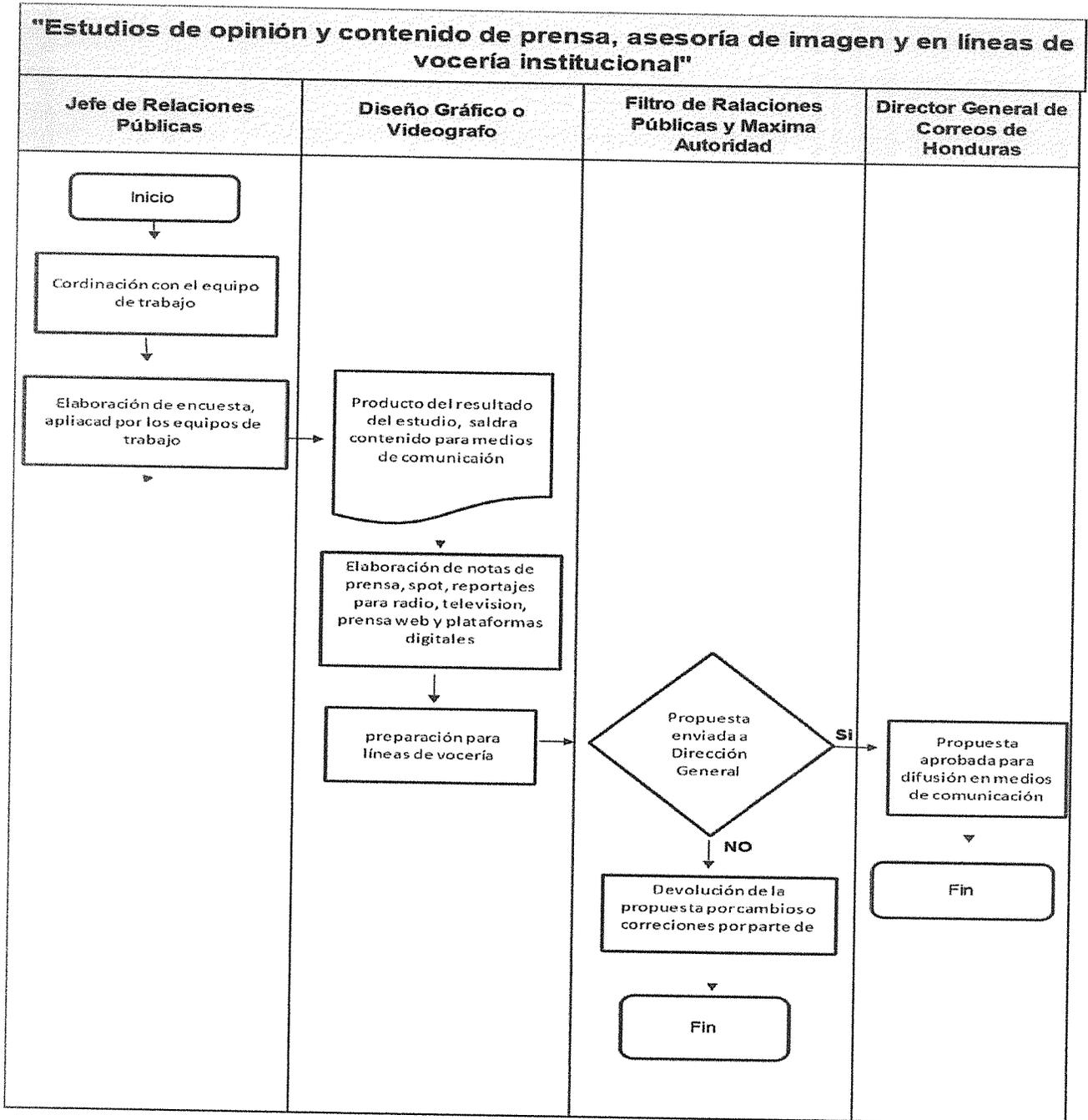
	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	31 de 52

## 9. Matriz de Actividades, Responsables y Formularios

No	Etapas del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsable	Producto	Envío a:
1	Creación de un instrumento de opinión pública	Seleccionar el target	CDP-RRPP-001	Aplicación de la encuesta de manera digital	5 días	Jefe Relaciones Públicas	El resultado del estudio	Externo
2	Elaboración de material atractivo prensa, escrita y digital	Redacción	CDP-RRPP-02	Elaboración de nota prensa, reportajes entre otros	3 horas	Relacionador Público I	Material de prensa, USB, vía witrafer o correos electrónicos	Externo
3	Asesoría a nuestros voceros de comunicación	Capacitaciones	CDP-RRPP-03	Entrenamiento con medios de comunicación para conocer su capacidad y facilidad de expresión	Indefinido	Jefatura de Relaciones Públicas	Jefaturas de áreas	Interno



	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">33 de 52</p>



	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	34 de 52

## 12. Elementos Transversales del Procedimiento

Denominación del Proceso: Estudios de opinión y contenido de prensa, asesoría de imagen y líneas de vocería			
Preguntas de Verificación	Si	No	Respuestas de Verificación
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		Las publicaciones e investigaciones internas siempre son expuestas al público en general.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?		X	No tiene relevancia.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		Mediante a las encuestas y diferentes estudios se cuenta con una amplia participación ciudadana.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		Todo a través de nuestras plataformas digitales.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Si, debido a que recibimos diferentes insumos que deben ser documentados y archivados.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Nuestro proceso debe seguir el cumplimiento que indique el PEI institucional.

## 13. BIOGRAFÍA

- Reglamento de la Ley Orgánica de Correos de Honduras.
- Plataformas digitales

<https://www.facebook.com/Correoshn?mibextid=ZbWKwL>

<https://x.com/EmpresaCorreos?t=qdliSKbzbE43tfuO4jDcFA&s=08>

<https://instagram.com/correosdehonduras?igshid=NzZlODBKyWE4Ng==>

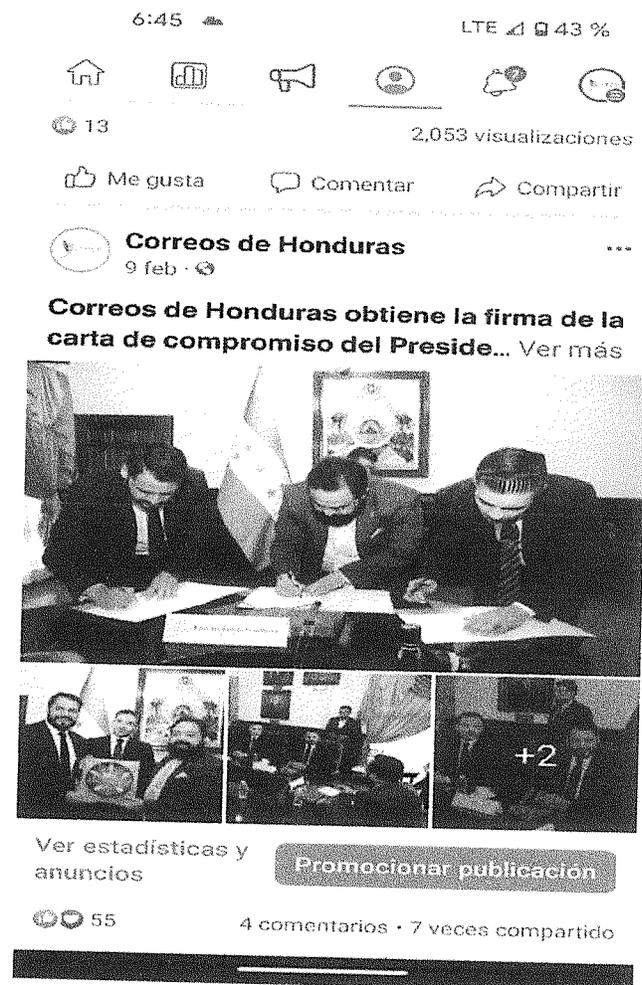
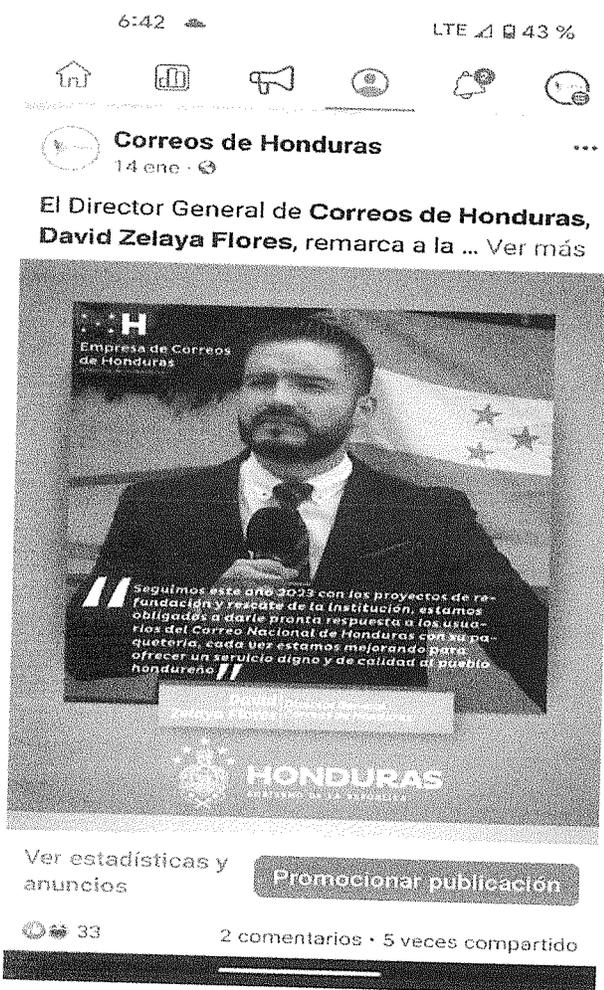
[https://www.tiktok.com/@correoshn?\\_t=8i9wblldSX&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@correoshn?_t=8i9wblldSX&_r=1)

<https://youtube.com/@CorreosDeHonduras1?si=phG7-QXyGfgxuCTS>

	<p><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	35 de 52

## 14. ANEXOS

Equipo del departamento de Relaciones Públicas en temas de opinión pública, difusión y líneas de vocería.



	<b>"EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS"</b> <b>"HONDUCOR"</b>	
	<b>"DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS"</b>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión "1.1"	FEBRERO 2024	36 de 52

Formato de directorio telefónico de periodistas

Ítem	Nombre del comunicador	Nombre del Medio	Correo electrónico	Número telefónico	Responsable

### CONTROL DE CAMBIOS

Los cambios que se puedan realizar en este proceso deben de ir encaminados al mejoramiento y evolución del mismo, esto nos permite crear nuevas ideas y mantenernos a la vanguardia, ya que la competencia es un tanto desleal y agresiva, es por ello que las comunicaciones deben estar fuertemente aliadas con el trabajo que realiza el departamento de mercadeo, ya que ellos son creadores de contenido y conocen las necesidades de sus clientes potenciales.

#### Historia de Cambios al Procedimiento

(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)

Fecha	Versión	Autor		Descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma

	<p align="center">"EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS" "HONDUCOR"</p> <p align="center">"DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS"</p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión "1.1"</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">37 de 52</p>

# EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS HONDUCOR

## "RELACIONES PÚBLICAS"

---

### PROCEDIMIENTO PARA ELABORACIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

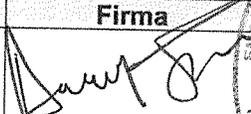
**CÓDIGO  
"XXX"**

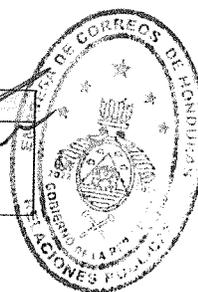
**Febrero 2024**

---

	<p>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</p> <p>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	38 de 52

### Elaboración del Documento

Elaborado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Albany Flores	Jefe de Relaciones Públicas	Comunicación	Febrero 2024	



### Revisión del Documento

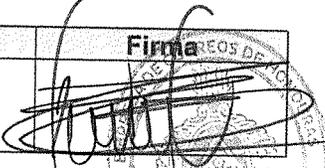
Revisado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Comité de Control Interno	Varias Jefaturas	Varias áreas	Febrero 2024	

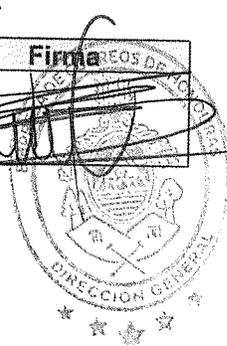
### Verificación del Documento

Verificado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Patricia Barahona	Jefe de Canon Postal	Coordinador COCOIN	Febrero 2024	



### Aprobación del Documento

Aprobado por:	Cargo	Área de Trabajo	Fecha	Firma
Ramón David Zelaya Flores	Director General	Dirección General	Febrero 2024	



 <p><b>CORREOS DE HONDURAS</b></p>	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL</small></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">39 de 52</p>

## TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivo del Procedimiento.....	37
2. Alcance del Procedimiento.....	37
3. Marco Legal del Procedimiento.....	37
4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento.....	37
5. Responsable del Procedimiento.....	38
6. Insumos del Procedimiento.....	38
7. Productos o Resultados del Procedimiento.....	38,39
8 definición del Glosario de Términos, Siglas y Abreviaturas.....	39,40
9. Descripción del Procedimiento.....	40,41
10. Gestión de Riesgo.....	41,42
11. Elementos Transversales del Procedimiento.....	42
12 Diagrama de Flujo del Procedimiento.....	42
13 Biografía.....	43
14. Anexos.....	43
15. Control de cambios del Procedimientos.....	44

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	40 de 52

## 1. Objetivo del procedimiento

Gestionar con medios de comunicación, lidiar con los comentarios sin fundamento o productos de una crisis mediática en las instituciones.

## 2. Alcance del procedimiento

Gran parte del éxito de las instituciones se debe a las buenas relaciones con los medios de comunicación y los periodistas que laboran en ellos, como defender una situación crítica cuando la institución está en graves problemas ya sea por los colaboradores o por la insatisfacción del publica en la prestación del servicio.

## 3. Marco Legal del Procedimiento

No.	Código	Documento
1	Decreto 120-93	Ley Orgánica Empresa de Correos
2	La Gaceta 6 -12-2003	Reglamento Regulador de La Prestación Del Servicio de Mensajerías por Parte de Empresas Privadas

## 4. Políticas y Lineamientos del Procedimiento

La mayor parte de las buenas relaciones con medios de comunicación, radica en valorar el trabajo que realiza la prensa y hacerlo notar, no todo el tiempo las instituciones cuentan con una partida presupuestaria para hace efectiva una pauta publicitaria, como relaciones publicas debemos buscar estrategia de como brindar atención a medios que visitan nuestras institución evitamos, criticas, lidiamos con la crisis y por muy fuerte que sea, podemos menguar la situación y que no trascienda públicamente.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	41 de 52

## 5. Responsabilidades del Proceso

Área	Puesto de Trabajo	Responsabilidad
Departamento Relaciones Públicas	Jefe de Relaciones Públicas	Es responsable de la coordinación con los medios de comunicación y darle seguimiento
Departamento Relaciones Públicas	Diseñador gráfico	Mantener contacto directamente con la prensa
Director General de la Institución	Máxima Seguridad	Responsable de realizar un manual de crisis con los actores involucrados y brindar solución inmediata al conflicto

## 6. Insumos del Procedimiento

Código	Insumos	Lugar de guarda	Tiempo de Guarda
	Mantener información de los medios de comunicación, y material periodístico que sirva para contrarrestar cualquier conflicto dentro de la institución	Departamento de Relaciones Públicas Dirección General, jefaturas y Director General	1 año

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <p align="center"><b>HONDURAS</b> <small>CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA</small></p>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">42 de 52</p>

## 7. Definición de Glosario de Términos, siglas y Abreviaturas

**Periodista:** Un periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, como en la documentación fotográfica, radio, televisión o medios digitales.

**Empatía:** El asertividad es expresar las ideas y sensaciones, tanto positivas como negativas en el momento propicio y de manera apropiada.

**Manual de crisis:** Documento que contiene un plan de acción que debe ejecutar una empresa antes una posible situación de riesgo.

**Cuarto de Crisis:** Lo conforman una serie de personas, involucradas en una posible situación de riesgo.

## 8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO No. 3

**Procedimientos para gestionar los contactos y las relaciones, lidiar con las críticas y las crisis mediáticas en la institución.**

1. Realizar lista de medios de comunicación con nombre, correos electrónicos, números telefónicos y direcciones del canal.
2. Mantener estos contactos, la comunicación constante es muy importante, invitarles a cubrir nuestras actividades.
3. Realizar visitas a sus medios de comunicación de esa manera tenemos presencia de nuestra marca, es muy importante llevar un detalle ya sea de la misma institución.
4. Debemos aprender a diferencia ese periodista que siempre está atacando nuestro trabajo y contrarrestarle, manteniéndolo ocupado, proporcionándole la información de manera permanente.

	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	43 de 52

5. en casos de crisis laboral, involucrar a los colaboradores de la empresa, ya que ellos deben ser los primeros actores principales, quienes brindaran la información para defender la imagen de la institución.
6. Se realiza un cuarto de crisis, por lo general con los jefes de área, se busca una pronta solución al problema que atraviesa la empresa.
7. Posteriormente se convoca a los medios de comunicación y a través de una conferencia de prensa, comunicado se les manifiesta la situación laboral y se brindan las acciones y soluciones que se tomaran a favor de los afectados en este caso de nuestros usuarios.

## 9. Matriz de Actividades, Responsables y Formularios

No .	Etapas del Proceso	Objetivo de la Etapa	Insumo	Actividad	Tiempo	Responsable	Producto	Envío a:
1	Medios de comunicación	Seleccionar los medios que nos apoyan	CDP - RRPP-001	Realizar una lista y mantener contacto con ellos	Indefinido	Jefe Relaciones Públicas	Cobertura de eventos	Externo
2	Visitas a medios de comunicación	Presencia en programas de radio televisión	CDP- RRPP-002	Entrevistas	Indefinido	Jefe Relaciones Públicas	Publicidad mediática	Externo
3	Cuartos de crisis	Convocar a los jefes de áreas	CDP- RRPP-003	Solicitar información por la cual se genera el conflicto	Indefinido	Jefatura de Relaciones Públicas	Voceros preparados	Interno



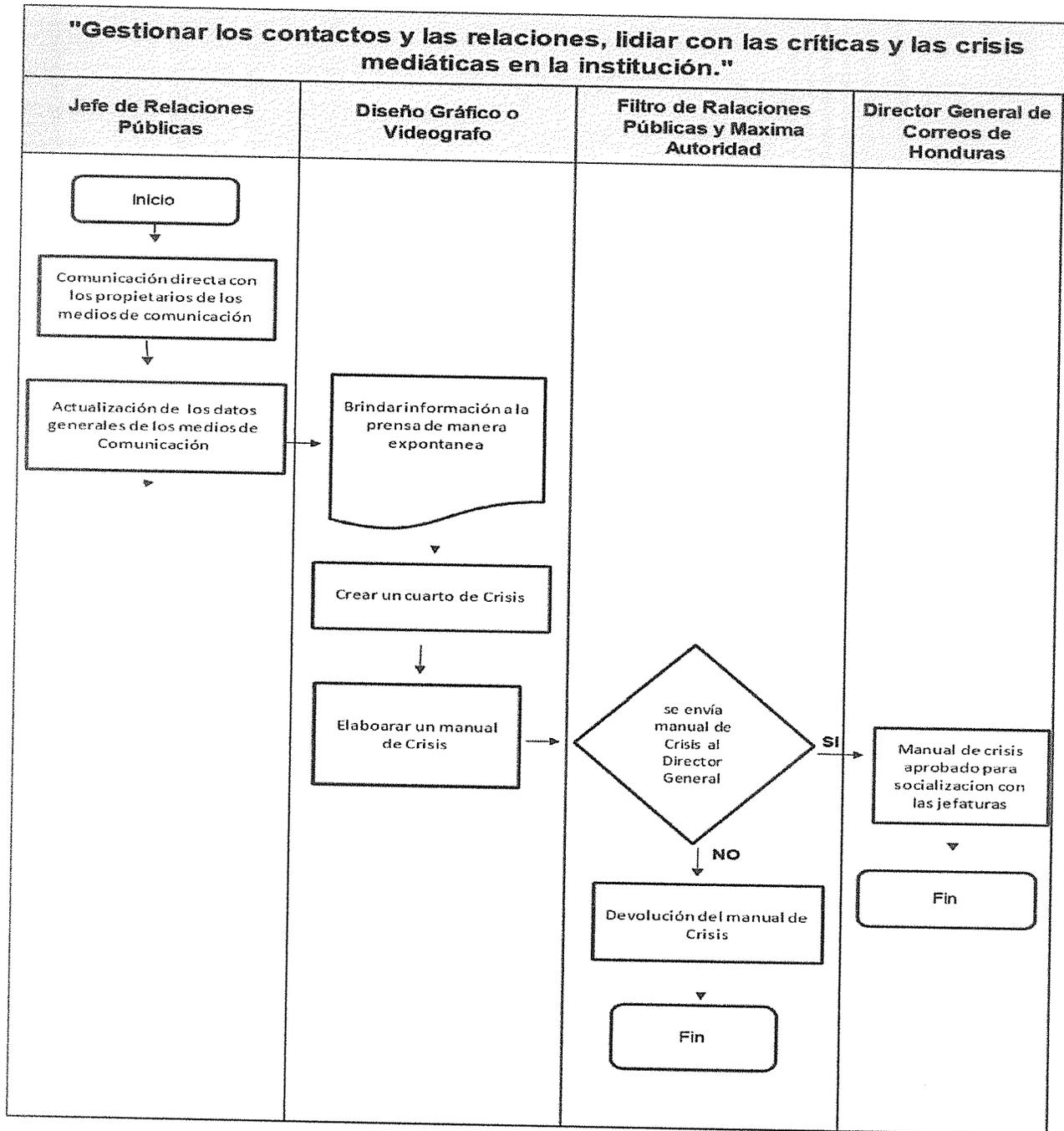
	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	45 de 52

## 11. Elementos transversales del procedimiento

<b>Denominación del Proceso: Manejo de Crisis Mediática</b>			
<b>Preguntas de Verificación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Respuestas de Verificación</b>
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Control Interno y anticorrupción</u> ?	X		Sí, debido a que se responde de manera inmediata a las situaciones tanto a nivel interno como externo.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Descentralización</u> ?		X	
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Participación Ciudadana</u> ?	X		Sí, debido a que se le brinda respuesta inmediata a la población.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas a la <u>Transparencia y Acceso a la Información Pública</u> ?	X		Todo lo orientado al manual de crisis es publicado en nuestras plataformas digitales.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al <u>Archivo Documental</u> ?	X		Sí, porque dejamos un registro o evidencia del hecho ocurrido a la crisis del momento.
¿La descripción del proceso incluye medidas concretas (actividades) orientadas al cumplimiento de los indicadores de <u>PEI Institucional</u> ?	X		Damos cumplimiento a las ordenes brindadas por la PEI Institucional.

	<p align="center"><b>"EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS" "HONDUCOR"</b></p> <p align="center"><b>"DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS"</b></p>	
<p>GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p>Versión "1.1"</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">46 de 52</p>

## 12. Diagrama de Flujo del procedimiento



	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS” “HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	 <b>HONDURAS</b> <small>REPUBLICA DE LA AMÉRICA CENTRAL</small>
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center"><b>HONDUCOR</b></p>
<p align="center">Versión “1.1”</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">47 de 52</p>

### 13. BIOGRAFÍA

- Reglamento de la Ley Orgánica de Correos de Honduras.
- Plataformas digitales

<https://www.facebook.com/Correoshn?mibextid=ZbWKwL>

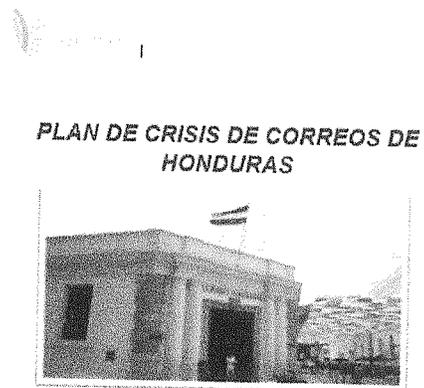
<https://x.com/EmpresaCorreos?t=qdliSKbzbE43tfuO4jDcFA&s=08>

<https://instagram.com/correosdehonduras?igshid=NzZIODBkYWE4Ng==>

[https://www.tiktok.com/@correoshn?\\_t=8i9wblldSX&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@correoshn?_t=8i9wblldSX&_r=1)

<https://youtube.com/@CorreosDeHonduras1?si=phG7-QXyGfgxuCTS>

### 14. ANEXOS



	<p align="center"><b>“EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS”</b> <b>“HONDUCOR”</b></p> <p align="center"><b>“DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS”</b></p>	
GM-DGJRP-004	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b>	HONDUCOR
Versión “1.1”	FEBRERO 2024	48 de 52

El equipo de Relaciones Públicas Mantiene contactos con los medios de comunicación y manejos de crisis institucional.

Formato de directorio telefónico de periodistas:

Ítem	Nombre del comunicador	Nombre del Medio	Correo electrónico	Número telefónico	Responsable

### CONTROL DE CAMBIOS AL PROCEDIMIENTOS

Mantener una buena relación con los medios de comunicación en tareas de las relaciones publicas a diario, gozar de esa empatía con los periodistas no es fácil, debido a su tarea de investigación, y es que un tema conlleva a otro, puede que se les invite a darle cobertura una noticia y luego descubran algos más. Es por ello que debemos mantener informado a los colaboradores cercanos y así contrarrestar cualquier ataque. En este control de cambio nos damos cuenta de algunas necesidades que son básicas para los departamentos y muchas veces tiene que ver con talento humano y en nuestro casi en equipo de comunicación y capacitaciones al personal.

### Historia de Cambios al Procedimiento

	<p align="center">"EMPRESA DE CORREOS DE HONDURAS" "HONDUCOR"</p> <p align="center">"DEPARTAMENTO RELACIONES PÚBLICAS"</p>	
<p align="center">GM-DGJRP-004</p>	<p align="center"><b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS</b></p>	<p align="center">HONDUCOR</p>
<p align="center">Versión "1.1"</p>	<p align="center">FEBRERO 2024</p>	<p align="center">49 de 52</p>

**(Este cuadro es ejecutado en base a las personas que lo aprueban)**

Fecha	Versión	Autor		Descripción del cambio	Cambio Autorizado Por:	
		Cargo	Área		Cargo	Firma