

Requerimientos mínimos del Plan de Comunicación Institucional

Nombre del Formato: Plan de Comunicación Institucional

Introducción

El presente documento tiene como finalidad proporcionar una visión clara de la gestión comunicativa Institucional a implementar dentro de la Secretaría de Desarrollo Económico a través de su Unidad de Comunicaciones, mediante una serie de procesos que poseen como propósito la supervisión y administración de la imagen interna y externa de la SDE, proporcionando la identificación de mensajes clave, canales de comunicación y un protocolo de gestión adecuado con el fin de preservar la confianza pública, minimizando los impactos hacia la Secretaría para el mantenimiento de una adecuada credibilidad.

Objetivos del Plan Institucional de Comunicaciones

a) Objetivo General

1. Establecer una serie de pautas y procedimientos que permitan la adecuada gestión comunicativa dentro de la Secretaría de Desarrollo Económico, protegiendo y brindando una mayor reputación Institucional mediante una garantía de comunicación interna y externa, la cual sea desarrollada de manera coherente y concisa.

b) Objetivos Específicos

1. Determinar los medios de comunicación, portavoces y el protocolo correspondiente que se llevará a cabo durante toda gestión o periodo de crisis.
2. Proporcionar una comunicación íntegra que permita un adecuado alcance a todo el personal interno y externo de la Secretaría de Desarrollo Económico a través de nuestro procedimiento operativo de comunicación.

Período

Enero - Diciembre 2024.

Fecha de elaboración

Marzo, 2024

1 Marco Normativo

....

2 Definiciones / Glosario

1. *Campañas informativas*: Tipo de publicidad que tiene como finalidad proporcionar a la audiencia la información necesaria y relevante sobre las características de diferentes temáticas o problemáticas, así como otros datos relevantes para que la población se mantenga debidamente informada.
2. *Audiencia clave*: Público objetivo para el posicionamiento de imagen de una empresa mediante estrategias de comunicación, logrando mayores niveles de visibilidad.
3. *Gestión de crisis*: Proceso mediante el cual la Institución enfrenta un proceso sumamente importante que podría generar daño a la misma, por lo cual, consiste en reconocer y actuar frente a las señales que se encuentran perjudicando al organismo.
4. *Canales clave*: Son los medios mediante los cuales la Institución puede llegar hasta el público meta, y crear una interacción con el mismo para mantenerlo informado.
5. *Protocolo institucional*: Conjunto de usos, costumbres y normas completamente reguladas, necesarias para la realización de actos y ceremonias de las instituciones político-administrativas.

3 Roles y Responsabilidades

Involucrado principal: Dirección de la Unidad de Comunicaciones, Lic. Melissa N. Handal.

Responsabilidades:

- Gestión de contenido (planificación, programación y organización de contenido relevante y actualizado para los diferentes canales de comunicación).
- Redacción de comunicados de prensa, artículos, informes, notas de prensa u otro contenido relevante que conlleve relación directa con la SDE.
- Gestión de redes sociales (Presencia activa en todas las redes, estrategias de crecimiento, análisis de datos y métricas de evaluación al desempeño de las mismas).
- Relación con los Medios de Comunicación (Coordinación de conferencias de prensa y entrevistas, redacción y distribución de comunicados de prensa y material informativo de manera oportuna con los medios locales, nacionales y regionales).
- Manejo de Sitio Web y Plataformas Digitales.
- Planificación, redacción y distribución de Publicaciones Impresas y Materiales Promocionales.
- Gestión de Crisis.

Demás involucrados: Unidad de Comunicaciones, Secretaría de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Desarrollo Empresarial y Comercio Interior, Subsecretaría de Integración Económica y Comercio Exterior, Dirección de Protección al Consumidor, Dirección General de Trámites Empresariales (CENTREX).

- Secretario de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico, Ministro Fredis Cerrato.
- Subsecretaria de Desarrollo Empresarial y Comercio Interior, MSc. Cinthya Arteaga.
- Director General de Protección al Consumidor, José Enrique Santos.

4 Tipos de Comunicación

4.1 Medios de Comunicación Interna

(Intranet, correo electrónico institucional, Pizarras informativas, Otros (chats institucionales, oficios, circulares, avisos, comunicados, etc.)

- Correo electrónico institucional.
- Página web de la SDE.
- Otros (Oficios, Comunicaciones Internas, Memorándums, etc.)

4.2 Medios de Comunicación Externa

(Prensa, Radio, TV, Medios especializados, Medios digitales, etc.)

- Prensa (Medios de Comunicación locales, nacionales y regionales).
- Comunicados de prensa.
- Redes sociales de la Institución (Facebook, Instagram, Twitter y TikTok.)
- Página web de la SDE.

5 Lineamientos de Comunicación

5.1 Lineamientos específicos de Comunicación Interna

- Manter la visión y misión de la SDE dentro de cada comunicación Institucional, así como el cumplimiento del reglamento interno de la misma.
- Al momento de elaborar Oficios, Comunicaciones Internas y Memorándums, se debe compartir copia original a los Directores o Personal a cargo de la Unidad o Dirección a la que se dirige.
- Dada la Comunicación Interna a través del Correo Institucional, se debe utilizar el formato correspondiente de redacción, con copia a los Directores o Personal a cargo de dicha Unidad o Dirección.
- Dada la Comunicación a utilizar, siempre indicar el acuse de recibido, con la finalidad de proporcionar un mayor control y planificación dentro de la Unidad, para fines de auditoría interna.

Público en General y Medios de Comunicación	informativas institucionales.	Con la creación de contenidos de la CSE en conjunto con las direcciones y unidades que la conforman.	Medios electrónicos y digitales, y comunicaciones masivas.	<ul style="list-style-type: none"> Subsecretaría de Desarrollo Empresarial y Comercio Interior (MSc. Cinthya Arteaga) 																
	2.Coordinación y ejecución de conferencias de prensa.	Entablar una comunicación efectiva con los medios, para la difusión de información y políticas importantes.	Conferencias de prensa y materiales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicaciones (Lic. Melissa Handal) 																
	Publicaciones de notas de prensa en las páginas web.	Campañas informativas, talleres en línea, promoción de programas de gobierno y trabajo en conjunto con otras Secretarías.	Medios electrónicos y digitales.	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicaciones (Lic. Melissa Handal) Apoyo del Diseñador Gráfico 																
	3.Monitoreo de medios de comunicación.	Sostener una conexión sólida con los medios para una mayor credibilidad, visibilidad y oportunidades de cobertura mediática.	Programación de comunicados de prensa.	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Comunicaciones (Lic. Melissa Handal) 																

7 Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones

7.1 Metas

7.2 Indicadores

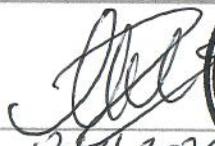
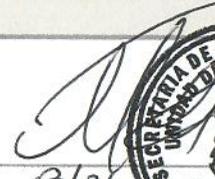
8 Monitoreo y Evaluación

9 Firmas

9.1 Elaborado

9.2 Revisado

9.3 Aprobado

Elaborado por: Directora de Comunicaciones, Lic. Melissa N. Handal	Revisado por: Directora de Comunicaciones, Lic. Melissa N. Handal	Aprobado por: Secretario de Desarrollo Económico, Abg. Fredis Cerrato
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: 31/3/2024	Fecha: 31/3/2024	Fecha: 10/3/24

