



Secretaría de Estado para  
el Desarrollo y Seguimiento  
de Proyectos y Acuerdos  
Gobierno de la República



## EMORÁNDUM

No. UCI-SEDESPA-02-2025

Para: **LUIS COLINDRES**  
Director de COCOIN

De: **RAUL FABRICIO MEDINA TORRES**  
Oficial de Monitoreo y Comunicación UCI

Asunto: **REMISION DE PLAN DE COMUNICACIÓN**

Fecha: 20 de marzo del 2025

Por este medio, se remite plan de comunicación NCI-TSC/421 según lo solicitado en **Memorándum COCOIN-SEDESPA-27-2025**, con el objetivo de darle seguimiento a lo solicitado por la Secretaría de Transparencia y Lucha contra la Corrupción (STLCC) a través de la Oficina Nacional de Desarrollo Integral del Control Interno (ONADICI), según Plan Anual para la Implementación de Marco Rector de Control Interno Institucional de los Recursos Públicos (MARCI) Ejercicio Fiscal 2025.

Con las muestras de mi acostumbrado respeto.

CC: Archivo

|  |               |
|--|---------------|
| SECRETARÍA DE ESTADO PARA EL DESARROLLO<br>Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS Y ACUERDOS |               |
| <b>RECIBIDO</b>  |               |
| FECHA:   | 20-3-2025     |
| NOMBRE:  | Juonne Zuniga |
| HORA:  | 13:45 pm      |
| COCOIN   |               |



Boulevard Fuerzas Armadas  
contiguo a Chiminike, CA-6, Tegucigalpa  
Telefono: 2240-1400



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2025



**SE**  
Secretaría de Estado para  
el Desarrollo y Seguimiento  
de Proyectos y Acuerdos  
Gobierno de la República

# ÍNDICE

---

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN .....                                  | 3  |
| OBJETIVO GENERAL .....                              | 4  |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                          | 4  |
| NUESTRA AUDIENCIA .....                             | 5  |
| ACTIVIDADES GENERALES.....                          | 6  |
| LÍNEAS DE TRABAJO Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN ..... | 6  |
| ENFOQUE ESTRATÉGICO.....                            | 7  |
| METAS POR ALCANZAR.....                             | 8  |
| ATRIBUCIONES DE LA UNIDAD .....                     | 9  |
| PLAN DE ACCIÓN .....                                | 10 |

# **INTRODUCCIÓN**

---

La comunicación es un elemento de suma importancia en toda institución, ya que facilita y agiliza el flujo de mensajes entre los servidores públicos.

Una buena comunicación entre los integrantes de una institución, la vuelve más competitiva y tiene mayores oportunidades de crecimiento y éxito.

Las Estrategias se crean para el logro de objetivos comunes y la comunicación es fundamental para que todos los involucrados interactúen en conjunto y, así, logren los propósitos como Unidades y Gerencias en apoyo a la SEDESPA y que finalmente se proyectan como logros institucionales.

De esta forma, la comunicación constituye como una herramienta de trabajo indispensable para que esta Secretaría sea reconocida mediante la difusión de mensajes claros y oportunos, permaneciendo en la palestra pública y generando opinión en temas de la realidad nacional.

La presente Estrategia de Comunicación tiene como objetivo llegar a todo público incluyendo los aliados estratégicos y medios de comunicación mediante la divulgación de las acciones de la SEDESPA en redes sociales y sitios web, así como proporcionar el material informativo para los comunicadores sociales, lo que permitirá, ganar una mayor visibilidad y llegar al pueblo hondureño en general.

## **OBJETIVO GENERAL**

---

La presente Estrategia de Comunicación tiene como objetivo llegar a todo público, incluyendo los aliados estratégicos y medios de comunicación, mediante la divulgación de las actividades de la SEDESPA en redes sociales y sitios web, así como proporcionar el material informativo para los comunicadores sociales y televisivos, lo que permitirá, ganar una mayor visibilidad y llegar a la ciudadanía en general.

Informar por todos los medios disponibles de manera sistemática y oportuna, de cada uno de los logros del Gobierno y que fueron objeto de campaña de la presidente de la república.

Las conferencias de prensa y las cadenas nacionales son herramientas que no requieren costo alguno, pero exige preparación con información que impacte de manera favorable.

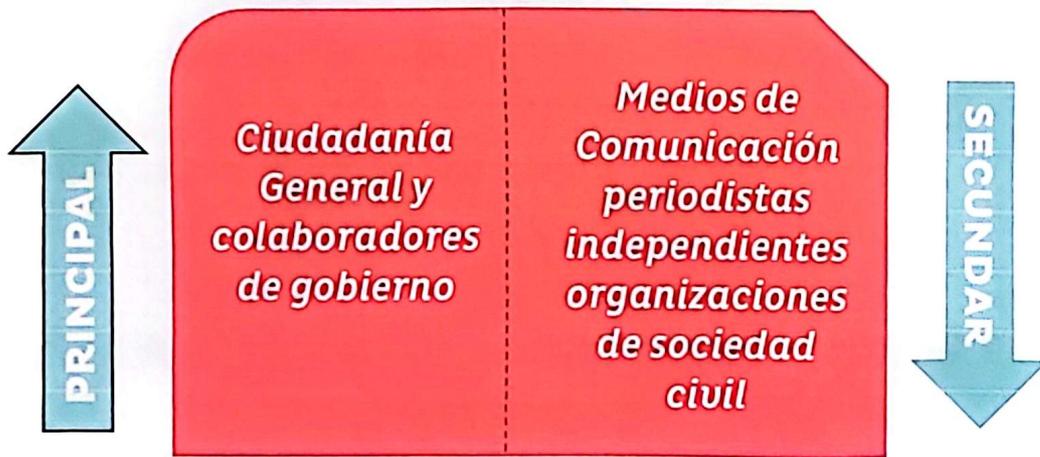
## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

---

1. Ser enlace entre la máxima autoridad y los Medios de Comunicación.
2. Compartir con prontitud la información solicitada por los medios comunicación.
3. Crear campañas para promocionar la Imagen Institucional.
4. Garantizar a través de los medios públicos el esparcimiento de todos los eventos de SEDESPA.
5. Replicar información de los logros del Gobierno de la República por los medios institucionales (comunicación interna) y medios sociales de la Secretaría.

## **NUESTRA AUDIENCIA**

La audiencia principal para la Estrategia de Comunicación fue identificada por su importancia para el logro de los objetivos específicos.



## **ACTIVIDADES GENERALES**

---

- Cobertura de trabajos de campo y reuniones de la MAE.
- Elaboración de boletines informativos sobre todas las actividades de SEDESPA.
- Monitoreo de medios de comunicación escritos, radiales, televisivos, redes sociales, periódicos virtuales.
- Actualización de noticias en la página web institucional y redes sociales.
- Enlace entre los medios de comunicación y la máxima autoridad.
- Producción de Material Audiovisual.
- Colaborar con las direcciones y unidades de la SEDESPA, en cuanto a diseños, informes, diagramaciones donde se requiera.

## **LÍNEAS DE TRABAJO Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN**

---

Las siguientes líneas de comunicación agrupan estrategias que buscan incorporar, en acciones y productos, los mensajes centrales que promueve esta Secretaría de Estado.

|                    |  |
|--------------------|--|
| Enfoque presencial | <ul style="list-style-type: none"><li>• Participación en eventos públicos y privados</li><li>• Boletín Informativo</li></ul>     |
| Enfoque digital    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión de redes sociales</li><li>• Productos multimedia (fotografías, videos)</li></ul> |
| Gestión de medios  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Enlaces con medios de comunicación y periodistas</li></ul>                               |

## **ENFOQUE ESTRATÉGICO**

---

### ➤ ENFOQUE PRESENCIAL / ESPACIOS PÚBLICOS

#### El enfoque:

Participar en eventos relacionados con los temas y objetivos de la SEDESPA, es necesario por diferentes razones: desde lo más evidente para dar a conocer las acciones de esta Secretaría de Estado entre públicos clave, hasta la búsqueda necesaria de aliados para promover algunas de sus actividades.

Por lo tanto, las acciones de la SEDESPA en espacios públicos se relacionan con tres líneas de acción. El primero es participar en espacios existentes, desde conferencias hasta reuniones regionales, donde diferentes actores puedan establecer un diálogo.

La segunda línea de acción es la búsqueda de reuniones con autoridades del más alto nivel, con la capacidad de influir en las políticas públicas, las inversiones públicas o el desarrollo de proyectos.

La última línea de acción está relacionada con la promoción y búsqueda de alianzas en espacios internacionales y cooperantes.

#### Las acciones:

- Participación en eventos públicos y privados

### ➤ ENFOQUE DIGITAL / PRODUCTOS DIGITALES

#### El enfoque:

La creación de productos digitales es un paso necesario en cualquier estrategia de comunicación. Nuestro enfoque está fuertemente relacionado con el uso de canales de distribución digital.

Los productos realizados se distribuirán a través de espacios consolidados, como ser: X, Instagram, Facebook, página web y cualquier otro canal o medio de distribución masiva.

#### Las acciones:

- Boletines publicados en redes sociales
- Fotografías y videos
- Boletín Informativos entregados vía correo electrónico.

## ➤ GESTIÓN DE MEDIOS

Por Gestión de medios entendemos las relaciones que los comunicadores (o, en algunos casos, los relacionistas públicos) establecen con los medios de comunicación y con periodistas, con el objetivo de socializar las actividades y proyectos generados.

Nuestra Estrategia incluye:

- Redacción y socialización de boletines de prensa.
- Gestiones con medios de prensa y periodistas, con el fin de posicionar a la SEDESPA

## **METAS POR ALCANZAR**

- Disponer de un equipo humano y técnico adecuado para el desempeño óptimo de la Unidad de Comunicación Institucional.
- Contar con materiales equipos tecnológicos para el normal desempeño de las actividades de la Unidad de Comunicación Institucional.
- Lograr que el personal y la ciudadanía en general conozcan los objetivos y labor que desempeña la SEDESPA.
- Producción de videos informativos.
-

## **ATRIBUCIONES DE LA UNIDAD**

- Elaborar la Estrategia de Comunicación.
- Asesorar a la máxima autoridad en materia de comunicación social.
- Manejar la política de prensa e información de la SEDESPA en base a las normas establecidas.
- Redactar, revisar las notas de prensa, comunicado y textos de redes sociales antes de divulgarla.
- Realizar acciones de enlace entre la prensa y las autoridades de esta Secretaría de Estado.
- Realizar el monitoreo de medios de comunicación, dándoles así seguimiento al trabajo hecho por esta Secretaría de Estado.
- Organizar y dirigir las conferencias de prensa de la SEDESPA, convocar a los medios de comunicación.
- Montaje y actos protocolarios que lleva a cabo la SEDESPA y reuniones especiales.

# PLAN DE ACCIÓN

| FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN  |   |  |   |                    |                 |
|---|---|--|---|--------------------|-----------------|
| Año: 2024   |   |  |   |                    |                 |
| Secretaría de Estado Para el Desarrollo y Seguimiento de Proyectos y Acuerdos |   |  |   |                    |                 |
| GERENCIA O UNIDAD   | META DE LA GERENCIA/ UNIDAD   | ACTIVIDADES  | MEDIO DE VALIDACIÓN   | FECHA DE EJECUCIÓN | INICIO FINAL    |
| UCI   | Convocar a cobertura de actividades y conferencias de Prensa de SEDESPA | Elaborar y diseñar la invitación para los medios de comunicación.                              | Revisión del diseño de la invitación y Correo electrónicos,                                     | 02 de enero        | 31 de diciembre |
|   |   | Toma de lista de asistencia de los participantes de cada medio de comunicación                 | Lista de asistencia   | 02 de enero        | 31 de diciembre |
|   |   | Elaboración y publicación de boletines informativos y comunicados de prensa.                   | Notas de prensa físico o digital (redes sociales)   | 02 de enero        | 31 de diciembre |
| UCI   | Dar seguimiento a la estrategia de comunicación.                        | Monitoreo de los diferentes medios de comunicación para medir el impacto que genera la noticia | Archivos físicos y digitales.   | 02 de enero        | 31 de diciembre |
|   |   | Promover y divulgar las actividades de la MAE, Gerencias y Unidades de la SEDESPA              | Divulgación en Redes Sociales de la SEDESPA<br>Compartir la noticia con Secretarías de Estado e | 02 de enero        | 31 de diciembre |

|                   |  |   |  |                                       |   |
|-------------------|--|---|--|---------------------------------------|---|
| <p><b>UCI</b></p> | <p>Elaborar materiales impresos, digitales y audiovisuales para el fomento de los objetivos y labor de la SEDESPA.</p> | <p>Diseñar y reproducir material de visibilidad.</p> <p>Post y producción de trabajos multimedia para dar a conocer las atribuciones de la SEDESPA, mediante talleres, conferencias, mensajes oficiales de La MAE, como parte del compromiso y en apoyo a las instituciones centrales y municipalidades, capacitando y formando a los servidores públicos en temas relacionados con el quehacer de esta Secretaría de Estado</p> <p>Solicitar la compra de la Licencias ya establecidas en el POA</p> | <p>instituciones aliadas y medios de comunicación.</p> <p>Diseño e impreso en (caso que aplique) el material de visibilidad</p> <p>Trabajos multimedia</p> | <p>02 de enero</p> <p>02 de enero</p> | <p>31 de diciembre</p> <p>31 de diciembre</p> |
|                   | <p>Elaborar boletines para promover la</p>   | <p>Elaboración de un boletín Semestral de Actividades de COCOIN-SEDESPA.</p>  | <p>Memorándum de solicitud de compra anual de la licencia.</p> <p>Boletines informativos elaborados y diseñados</p>  | <p>02 de enero</p> <p>02 de enero</p> | <p>31 de diciembre</p> <p>31 de diciembre</p> |

|                   |   |   |  |  |  |
|-------------------|---|---|--|--|--|
| <p><b>UCI</b></p> | <p>transparencia en las diferentes actividades realizadas por SEDESPA</p> | <p>Elaboración de informe mensual de actividades realizadas.<br/>Brindar apoyo a los medios de comunicación que dan cobertura a la SEDESPA mediante boletines informativos.<br/>Actualización de las noticias publicadas en la Página web y redes sociales de la SEDESPA</p>        | <p>Informes elaborados y enviados<br/>Medios de comunicación con información de la SEDESPA<br/>Página web y redes sociales de la SEDESPA actualizadas</p>  | <p>02 de enero<br/>02 de enero<br/>02 de enero</p>                 | <p>31 de diciembre<br/>31 de diciembre<br/>31 de diciembre</p> |
| <p><b>UCI</b></p> | <p>Realizar el montaje y actos protocolarios de eventos de la SEDESPA</p> | <p>Actualización de Manual de Procesos y Procedimientos.<br/>Cotizar el alquiler de un salón/local, que brinde los servicios completos de: Refrigerio, Tarima, Audio, Pantallas, Arreglo Floral, Sillas, Mesas, Pódium entre otros<br/>Diseño e Impresión de material necesario</p> | <p>Manuales de procesos institucionales<br/>Evento realizado/<br/>gestiones en conjunto con Gerencia Administrativa<br/>Propuestas económicas de proveedores<br/>Elaboración del arte a ser entregado a la Gerencia Administrativa para gestionar su impresión.<br/>Correo electrónico dirigido a la MAE, solicitando el apoyo del personal de la SEDESPA para los actos del evento.</p> | <p>02 de enero<br/>Dependerá de la fecha que establezca la MAE</p> |  |



  
\_\_\_\_\_  
Heidy Magali Montoya Flores  
**Aprobado**

  
\_\_\_\_\_  
Raul Fabricio Medina Torres  
**Realizado**

  
\_\_\_\_\_  
Luis Alfredo Colindres Moncada  
**Aprobado**