

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 brindado 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.

Periodo

Enero - Diciembre 2024.

Fecha de elaboración

Marzo, 2024

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.
- Subsecretaría 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**

- Mantener 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.

5.2 **Lineamientos específicos de Comunicación Externa**

Comercio Exterior, y la Dirección General de Protección al Consumidor.

- Dar conocimiento de las gestiones del Ministro en su labor como Secretario de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico.
- Dar a conocer avances del país en temas de cooperación internacional en donde se ve involucrada la Secretaría.
- Demostrar el fortalecimiento nacional a través de las reuniones de la Secretaría de Desarrollo Económico y diversos sectores productivos e industrias del país.
- Facultades y atribuciones establecidas en la Ley de Protección al Consumidor.
- Líneas de denuncias brindadas por la Dirección General de Protección al Consumidor.
- Respeto y cumplimiento a los Acuerdos Ministeriales.

Misión de la Secretaría en el Despacho de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Desarrollo Empresarial y Comercio Interior, Subsecretaría de Integración Económica y Comercio

6 **Plan Institucional de Comunicaciones (Cómo vamos a hacerlo?)**

6.1 **Cronograma**

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN											
Objetivo General: Desarrollar una relación estrecha y eficaz con los medios de comunicación y el público en general, con el fin de obtener una mejor comunicación externa.											
Unidad de Comunicaciones											
Público Meta	Descripción	Acciones	Recursos	Participantes	Programación Mensual						
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Público en General y Medios de Comunicación	1.Redacción de comunicados de prensa, artículos, informes, etc.; los cuales contengan mensajes institucionales.	Dar a conocer a los medios de comunicación y al público en general la información veraz y precisa por parte de la SDE.	Documentación física y digital	• Unidad de Comunicaciones (Lic. Melissa Handa) • Despacho Ministerial (Abog. Fredis Carrato)							
	2.Elaboración de contenido visual con el fin de enriquecer la comunicación y facilitar la comprensión de información compleja.	Captar la atención del público en general, con la finalidad de dar paso a una mejor comunicación externa.	Diseño de contenido	• Unidad de Comunicaciones (Lic. Melissa Handa) • Apoyo del Diseñador Gráfico							

