

Requerimientos mínimos del Plan de Comunicación Institucional

Nombre del Formato: Plan de Comunicación Institucional

- Introducción:** El plan de comunicación tiene como objetivo establecer las estrategias y acciones para fortalecer la comunicación del Instituto Nacional de Estadística (INE) con sus públicos de interés, tanto internos como externos.
- a) Objetivo General** Posicionar al INE como el ente estatal rector de la producción y difusión de información estadística confiable, oportuna y relevante para la toma de decisiones informadas en el país.
- Fortalecer la imagen del INE como una institución confiable y transparente.
 - Promover la cultura estadística en la sociedad.
- b) Objetivos Específicos**
- Divulgar de manera efectiva los datos y productos estadísticos del IE.
 - Interactuar y generar relaciones de confianza con los diferentes públicos objetivo.
 - Mejorar la comunicación interna y el trabajo en equipo.
- Período** 2024 - 2025
- Fecha de elaboración** miércoles 28 de febrero de 2024
- 1 Marco Normativo**
- Comunicación interna: La comunicación que se produce entre los miembros de la institución.
 - Comunicación externa: La comunicación que se produce entre la institución y sus públicos externos.
- 2 Definiciones / Glosario**
- Información estadística: Datos numéricos que se recopilan, procesan y analizan para describir y comprender la realidad social, económica y ambiental.
 - Cultura estadística: El conocimiento y la comprensión de la importancia de la información estadística para la toma de decisiones informadas.
- 3 Roles y Responsabilidad**
- Unidad de Comunicación: responsable de la planificación, implementación y evaluación de la estrategia de comunicación del INE.
 - Dirección Ejecutiva: responsable de la aprobación estrategias y campañas de comunicación, y asignación de recursos.
 - Todas las Gerencias y Jefaturas del INE: responsables de colaborar con la Unidad de Comunicación en la implementación de las estrategias y campañas de los diferentes proyectos.
- 4 Tipos de Comunicación**
- Comunicación informativa: Brindar información precisa y veraz sobre las actividades del INE, sus productos y servicios.
 - Comunicación persuasiva: Convencer a los públicos objetivo de la importancia de la información estadística y del uso de los datos del INE.
 - Comunicación de diálogo: Interactuar con los públicos objetivo para conocer sus necesidades y expectativas.

Requerimientos mínimos del Plan de Comunicación Institucional

Nombre del Formato: Plan de Comunicación Institucional

4.1	Medios de Comunicación Interna	Correos electrónicos institucionales, grupos de whatsapp internos, pantallas de tv, afiches, reuniones grupales	(Intranet, correo electrónico institucional, Pizarras informativas, Otros (chats institucionales, oficios, circulares, avisos, comunicados, etc.)
		Página web Redes sociales	
4.2	Medios de Comunicación Externa	Boletines de prensa Notas informativas Eventos de prensa Conferencias y seminarios Publicaciones	(Prensa, Radio, TV, Medios especializados, Medios digitales, etc.)
5	Lineamientos de Comunicación	Claridad: Los mensajes deben ser claros, concisos y comprensibles para todos los públicos objetivo. Precisión: La información que se difunda debe ser precisa, veraz y confiable. Oportunidad: La información debe difundirse de manera oportuna y en el momento adecuado. Pertinencia: La información debe ser relevante para los intereses de los públicos objetivo. Transparencia: La comunicación del INE debe ser transparente y abierta.	
5.1	Lineamientos específicos de Comunicación Interna	Fomentar la comunicación abierta y bidireccional entre los empleados. Celebrar los logros y éxitos del INE. Brindar información oportuna sobre las actividades del INE.	
5.2	Lineamientos específicos de Comunicación Externa	Adaptar los mensajes a los diferentes públicos objetivo. Utilizar un lenguaje claro y sencillo. Promover la participación de los públicos objetivo. Generar contenido atractivo y de calidad.	

Requerimientos mínimos del Plan de Comunicación Institucional

Nombre del Formato: Plan de Comunicación Institucional

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

Análisis del entorno: Se analizará el entorno interno y externo del INE para identificar las oportunidades y desafíos para la comunicación.
 Definición de estrategias: Se definirán las estrategias de comunicación para alcanzar los objetivos del plan de comunicación.
 Implementación de acciones: Se implementarán las acciones de comunicación planificadas.
 Evaluación y seguimiento: Se evaluará y monitoreará el impacto de las acciones de comunicación para realizar ajustes en el plan de comunicación.

7 Cronograma

El plan de comunicación se ejecutará durante el período 2023-2025. Se elaborará un cronograma anual de actividades con responsables y fechas de entrega.

8 Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones

Reportes trimestrales.

Meta 1: Fortalecer la imagen del INE como una institución confiable y transparente.

Indicadores:

Porcentaje de conocimiento de la marca INE: Se medirá mediante incremento de usuarios de los productos y seguidores en espacios virtuales de comunicación.

9 Metas

Número de publicaciones en medios de comunicación: Se registrará el número de menciones del INE en medios de comunicación.

Nivel de satisfacción de los usuarios con la información del INE: Se medirá mediante encuestas de satisfacción.

Meta 2: Promover la cultura estadística en la sociedad.

Indicadores:

Número de personas que visitan la página web del INE: Se registrará el número de visitas a la página web del INE.

Número de descargas de publicaciones del INE: Se registrará el número de descargas de publicaciones del INE.

Número de participantes en eventos de difusión estadística: Se registrará el número de asistentes a eventos de difusión estadística.

Requerimientos mínimos del Plan de Comunicación Institucional

Nombre del Formato: Plan de Comunicación Institucional

Meta 3: Divulgar de manera efectiva los datos y productos estadísticos del INE.

Indicadores:

Número de solicitudes de información estadística: Se registrará el número de solicitudes de información estadística al INE.

Nivel de satisfacción de los usuarios con la información estadística del INE: Se medirá mediante encuestas de satisfacción.

Meta 4: Interactuar y generar relaciones de confianza con los diferentes públicos objetivo.

Indicadores:

Número de seguidores en redes sociales del INE: Se registrará el número de seguidores en redes sociales del INE.

Meta 5: Mejorar la comunicación interna y el trabajo en equipo.

Indicadores:

Número de apoyos a los diferentes equipos de trabajo del INE en temas de comunicación.




10 Indicadores

Medir el alcance y el impacto de las acciones de comunicación.

11 Monitoreo y Evaluación

Evaluar la satisfacción de los diferentes públicos objetivo.

Realizar ajustes al plan de comunicación en función de los resultados de la evaluación.

<p>Elaborado por: JAIME ARIEL MARTINEZ</p>	<p>Revisado por: Jaime Ariel Martinez</p>	<p>Aprobado por: EUGENIO SOSA</p>
<p>Firma: </p>	<p>Firma: </p>	<p>Firma: </p>
<p>Fecha: 05 DE Marzo de 2024</p>	<p>Fecha: 05 DE Marzo de 2024</p>	<p>Fecha: 05 DE Marzo de 2024</p>

