

ESTRATEGIA DE COMUNIACIÓN

Gerencia de Centro de Negocios

2026



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA



CONTENIDO

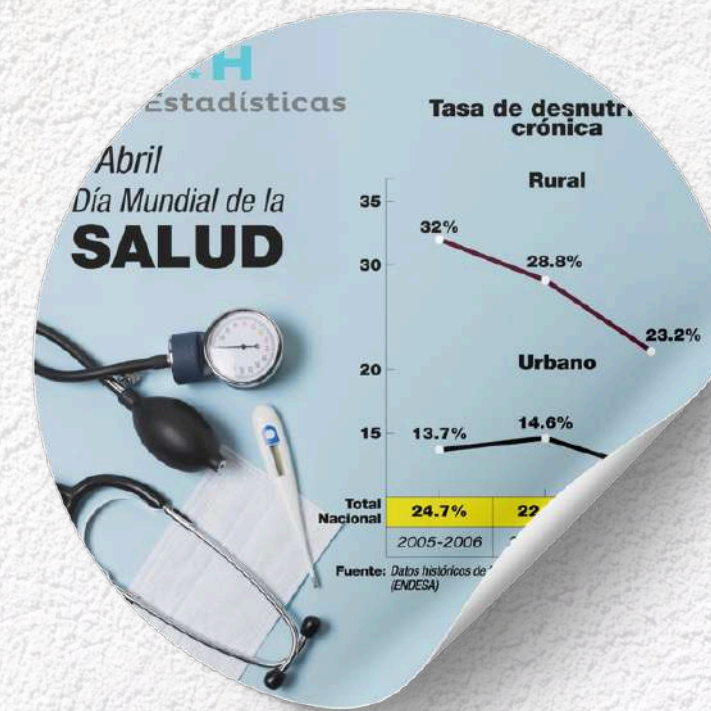
- Objetivo General
- Objetivos Estratégicos
- Público Objetivo
- Comunicación Externa
- Comunicación Interna
- Comunicación por Proyecto
- Biblioteca INE
- Evaluación y Seguimiento



OBJETIVO GENERAL

La estrategia de comunicación institucional tiene como objetivo principal fortalecer la imagen de la institución como una fuente confiable de datos estadísticos, acercando la información a la ciudadanía y facilitando su comprensión y uso.

Se busca generar una comunicación transparente, oportuna y bidireccional, aprovechando las herramientas digitales disponibles y fortaleciendo la relación con los medios de comunicación y otros actores clave.





OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Posicionar al INE como la principal fuente de datos estadísticos del país.

Incrementar la visibilidad de los productos y servicios del INE.

Fortalecer la relación con los usuarios internos y externos.

Promover la cultura estadística en la población.

Facilitar el acceso a la información estadística a través de canales digitales.

PÚBLICO OBJETIVO

1

Ciudadanía en general: Difundir información estadística relevante y de interés público.

2

Sector académico: Facilitar el acceso a datos para la investigación.

3

Sector público: Apoyar la toma de decisiones basadas en evidencia.

PÚBLICO OBJETIVO

4

ONGs o Fundaciones:

Proporcionar indicadores estadísticos para la planificación de proyectos o programas.

5

Medios de comunicación:

Proporcionar información oportuna y precisa para la elaboración de noticias y reportajes.

6

Publico General:

Apoyar en la comprensión de la realidad a través de los indicadores estadísticos sociales o económicos.

PÚBLICO OBJETIVO

7

Cooperación externa:

proporcionar indicadores para programas y proyectos.

8

Empleados del INE:

Facilitar la comunicación interna y el intercambio de conocimientos.

9

Organizaciones sociales:

Proporcionar información estadística sobre la realidad nacional.

EQUIPO NECESARIO



Diseñadores Gráficos



Videografos



Relaciones Públicas



Webmaster – RRSS

Contar con un equipo cualificado que permita desde la creación de contenidos, la realización de eventos, la búsqueda de vínculos interinstitucionales y el manejo de canales tradicionales y digitales de comunicación es importante para el desarrollo de una estrategia de comunicación exitosa.

COMUNICACIÓN EXTERNA



COMUNICACIÓN EXTERNA

Redes Sociales:

- Utilizar un calendario para programar publicaciones.
- Interactuar con los seguidores y responder a sus preguntas.
- Promocionar los productos y servicios del INE



COMUNICACIÓN EXTERNA

Se busca desarrollar productos comunicativos dirigidos a diversos públicos externos, con el objetivo de ofrecer estadísticas oportunas relacionadas con la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples, encuestas especializadas, censos y productos derivados del análisis de registros administrativos de entidades estatales. Asimismo, se pretende poner a disposición información relevante que promueva la transparencia, incluyendo convenios interinstitucionales que refuercen la colaboración y el acceso a datos clave para la toma de decisiones.



COMUNICACIÓN EXTERNA

Crear contenido atractivo y visualmente llamativo para cada canal de comunicación:

- Elaborar piezas de comunicación de calidad visual y sonora para cada espacio de comunicación tradicional o digital a los que tenga acceso la institución.



COMUNICACIÓN EXTERNA

Página Web:

- Mantener la página web actualizada con los productos de cada proyecto estadístico.
- Mantener actualizados los indicadores históricos sociales y económicos de las gráficas web.
- Promover la elaboración e incorporación de geoportales y tableros interactivos para una mejor visualización de datos.



COMUNICACIÓN EXTERNA

Envío masivo de correos o msj instantáneos:

- Realizar envío masivo de correo a los distintos públicos que demuestran interés por las estadísticas generadas por la institución.
- Crear un grupo de whatsapp y otras aplicaciones de mensajería instantánea para difundir las estadísticas producidas institucionalmente.



COMUNICACIÓN EXTERNA

Medios de Comunicación:

- Establecer relaciones con periodistas y medios de comunicación.
- Organizar ruedas de prensa y eventos para presentar los resultados de las investigaciones.
- Proporcionar materiales de prensa de calidad.
- Identificar espacios para entrevistas para las vocerías del INE.



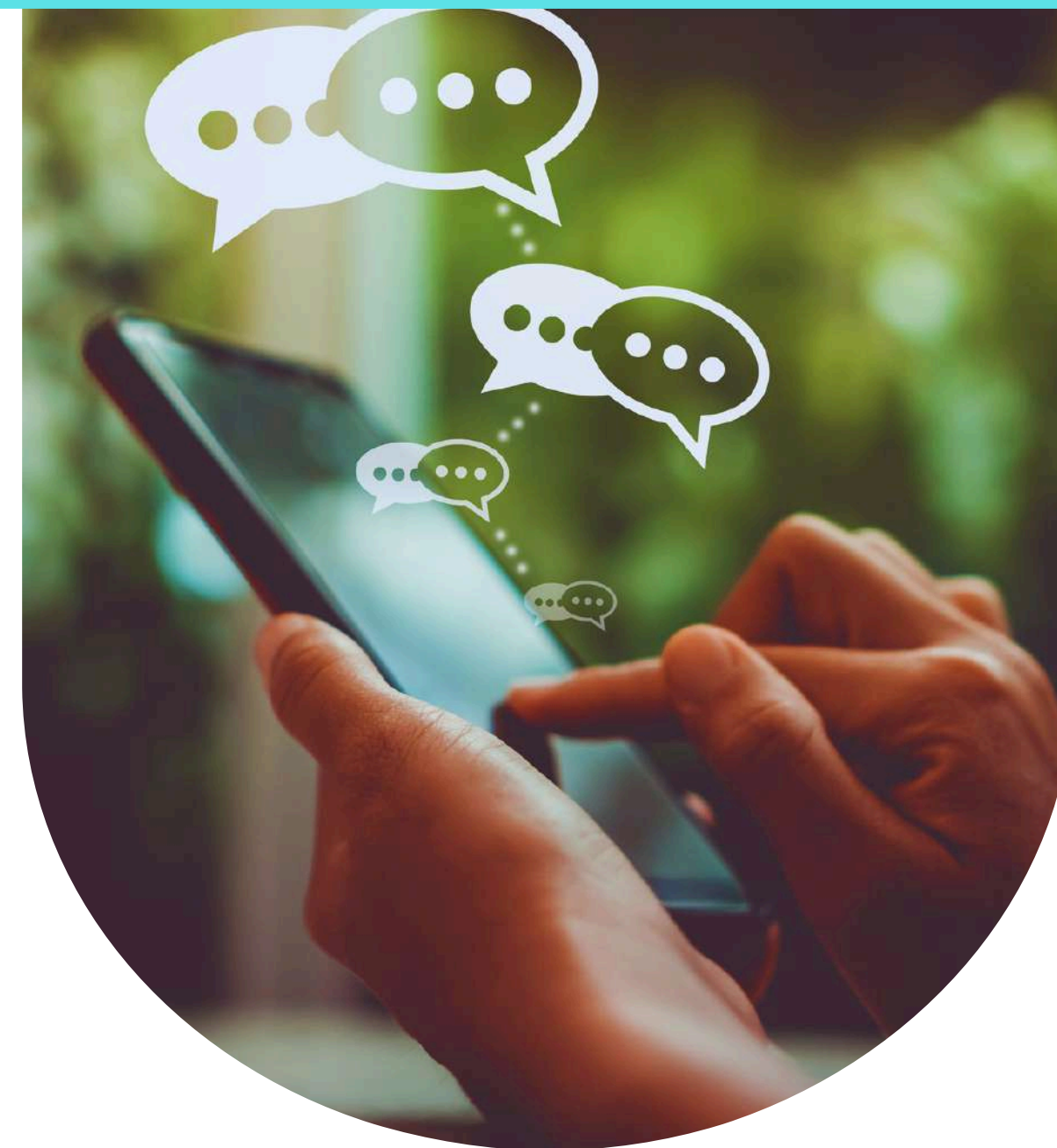
COMUNICACIÓN EXTERNA

Relaciones Públicas:

- Participar en eventos y ferias relacionadas con el sector estadístico.
- Colaborar con otras instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil.



COMUNICACIÓN INTERNA



GRUPOS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA:

- Utilizar plataformas como WhatsApp, Zoom o similares para facilitar la comunicación virtual entre los empleados.
- Crear grupos específicos para cada proyecto o área para segmentar los espacios comunicativos.



ESPACIO COLABORATIVO VIRTUAL:

- Utilizar plataformas como el espacio de trabajo virtual de Google o similares que integran herramientas de trabajo colaborativo virtual.



COMUNICACIÓN PARA PROYECTOS CENSALES O ENCUESTAS ESPECIALIZADAS



MANUAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN:

Elaborar un plan de comunicación y de relaciones públicas específico para cada proyecto, definiendo los objetivos, los públicos, los mensajes clave, espacios de comunicación y las acciones a realizar.

Elaboración de manuales de uso de imagen del proyecto e idea creativa.

- XVII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda
- ENDESA
- Encuesta de Hogares



CAMPAÑAS PERMANENTES

Mantener campaña permanente, difundiendo datos o resultados de los proyectos estadísticos:

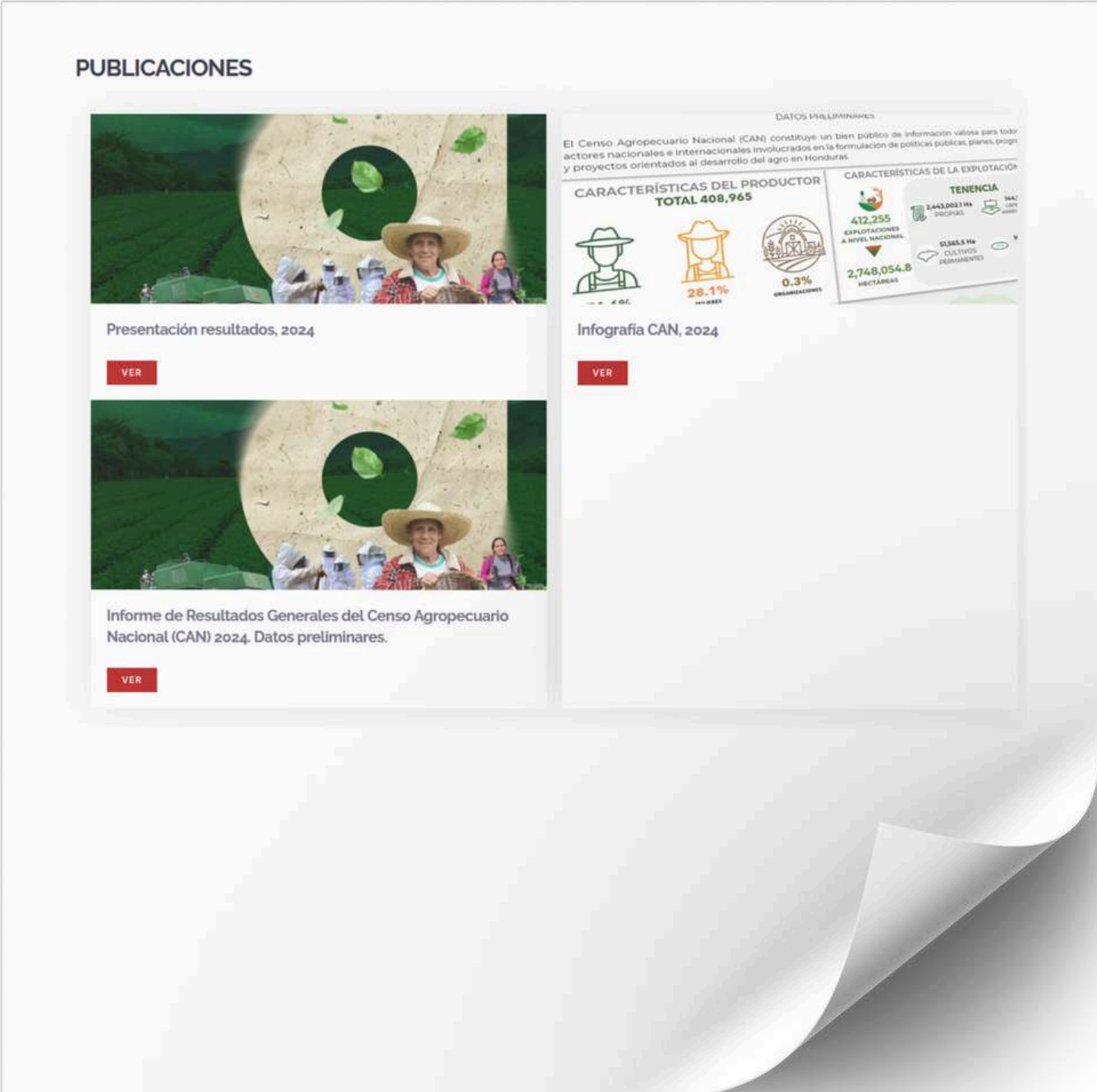
- Calendario de fechas conmemorativas (infografías y post tradicionales)
- Estadísticas provenientes de fuentes administrativas de la plataforma del Sistema Estadístico Nacional (SEN).



MATERIALES DE DIFUSIÓN:

Elaborar materiales de difusión adaptados a cada etapa del proyecto, como imagotipos, infografías, videos explicativos, boletines informativos, etc.

PUBLICACIONES



The screenshot displays a digital publication interface with the following content:

- Presentación resultados, 2024**: A thumbnail image showing a group of people in a rural setting. Below the image is a red button labeled "VER".
- Informe de Resultados Generales del Censo Agropecuario Nacional (CAN) 2024. Datos preliminares.**: A thumbnail image showing a group of people in a rural setting. Below the image is a red button labeled "VER".
- Infografía CAN, 2024**: A detailed infographic titled "DATOS PRELIMINARES" and "El Censo Agropecuario Nacional (CAN) constituye un bien público de información valiosa para todos los actores nacionales e internacionales involucrados en la formulación de políticas públicas, planes, programas y proyectos orientados al desarrollo del agro en Honduras". It includes the following data:
 - CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTOR**: TOTAL 408,965
 - CARACTERÍSTICAS DE LA EXPLOTACIÓN**: 412,255 EXPLOTACIONES A NIVEL NACIONAL, 2,748,054.8 HECTÁREAS, 0.3% ORGANIZACIONES
 - TENENCIA**: 2,443,002.1 Ha (parcelas), 8,365.5 Ha (CULTIVOS PERMANENTES)

EVENTOS DE LANZAMIENTO Y CONFERENCIA DE PRENSA:

Organizar eventos de lanzamiento para presentar los resultados de los proyectos a los medios de comunicación y al público en general.



BIBLIOTECA INE

La biblioteca del INE desempeña un rol como puente entre la información estadística y la sociedad. Su estrategia de comunicación busca fortalecer su presencia física, digital y móvil.



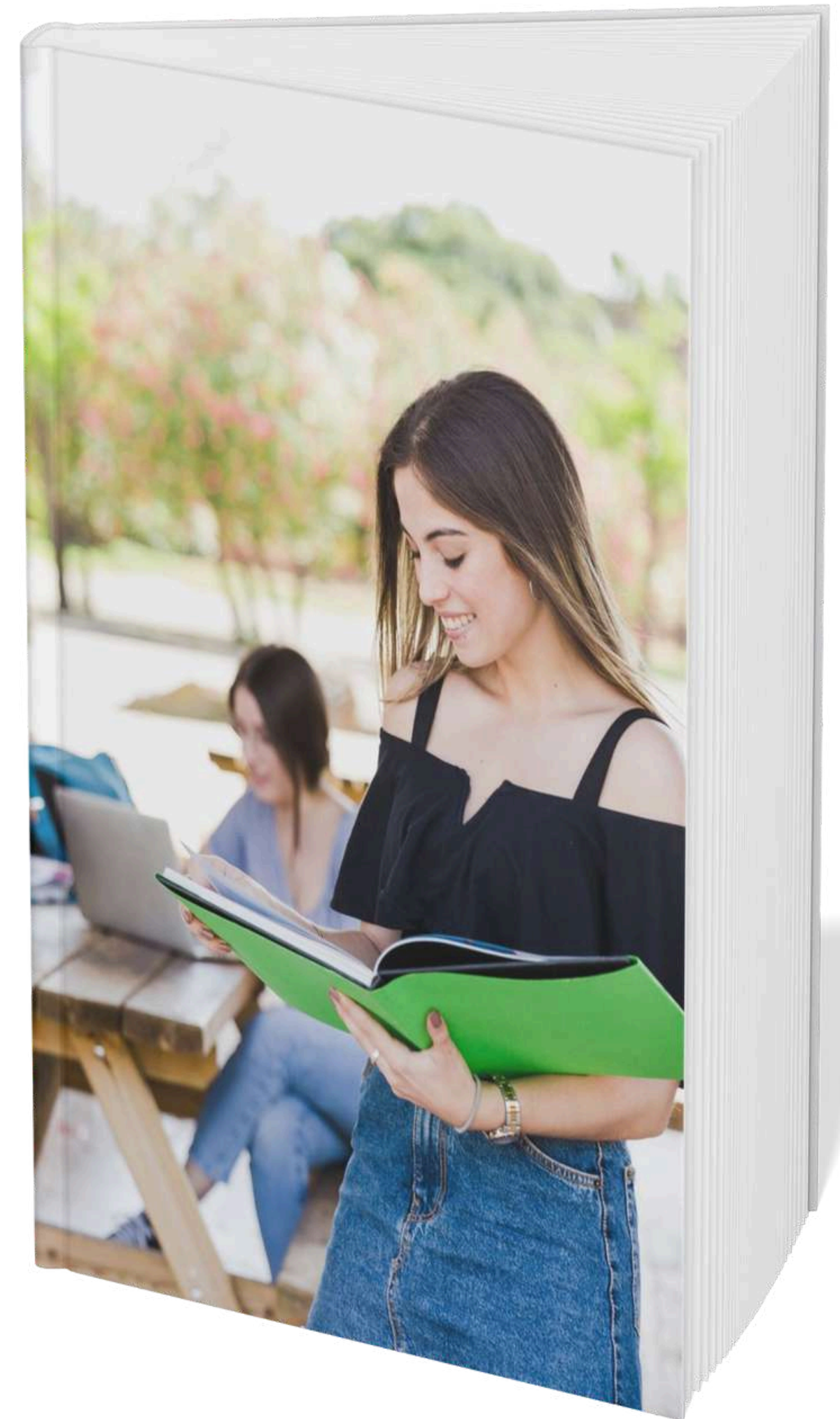
ATENCIÓN PRESENCIAL (BIBLIOTECA DEL 4TO PISO)

- Mantener la atención personalizada a los usuarios interesados en consultar material físico o acceder a asistencia especializada en el cuarto piso del INE.
- Promover la biblioteca a través de afiches en el edificio institucional y publicaciones en redes sociales.



BIBLIOTECA MÓVIL

- Continuar llevando la biblioteca móvil a centros educativos, culturales, ferias, eventos y otras instituciones.
- Incorporar actividades dinámicas (charlas educativas, talleres sobre estadísticas) en la agenda de la biblioteca móvil.



BIBLIOTECA VIRTUAL

- Alojarse y promover la nueva biblioteca virtual en la página web institucional.
- Garantizar que el acceso sea sencillo y que los recursos digitales (documentos, bases de datos, publicaciones) sean actualizados constantemente.
- Crear tutoriales en video para que los usuarios naveguen de manera eficiente por la biblioteca virtual.





EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Indicadores clave de rendimiento (KPI): Definir y monitorear indicadores clave para evaluar el impacto de las acciones de comunicación, como el alcance en redes sociales, el número de descargas de publicaciones, la cobertura mediática, número de personas atendidas por correo electrónico "info@ine.gob.hn, número de personas atendidos por la biblioteca INE, etc.



Encuestas de satisfacción: Realizando encuestas periódicas para conocer la opinión de los usuarios internos y externos sobre los productos y servicios del INE.

Análisis de datos: Utilizando herramientas de análisis de datos para identificar tendencias y oportunidades de mejora.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA**

**Estadísticas científicas y oportunas
para la transformación de Honduras**