

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES ANEXO 1

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

PLAN OPERATIVO ANUAL CORRESPONDIENTE AL AÑO 2016

Objetivo estratégico

Poner a disposición de la población la información sobre las acciones y actividades de gobierno, promoviendo el debate público y el desarrollo de acciones comunicativas con

Área estratégica	Objetivo específico	Meta	Indicadores de resultado
Comunicación gubernamental	Integrar en un discurso coordinado y en hechos comunicativos la visión de país contenida tanto el programa de gobierno como en el plan quinquenal de desarrollo, al mismo tiempo que establecer, dinamizar y conducir la agenda nacional sobre los temas críticos y coyunturales, con el fin de visibilizar un trabajo gubernamental eficiente, eficaz y con altos niveles de articulación institucional.	Articular 4 coordinaciones de gabinete que articulen el trabajo de las jefaturas de comunicaciones institucionales a objetivos integrados.	<ol style="list-style-type: none">1. Coordinación comunicacional activa del Gabinete de Desarrollo Social.2. Coordinación activa del Gabinete de Seguridad3. Coordinación activa del Gabinete Económico4. Coordinación activa del Gabinete de Sustentabilidad Ambiental5. Desarrollo de al menos dos campañas interinstitucionales por semestre para tratamiento comunicacional de temas relevantes para la nación.

			6. Articulación directa con los espacios de diálogo y consenso nacional institucionalizados por la Presidencia de la República: Consejo de Seguridad, Consejo de Sustentabilidad Ambiental y Consejo de Educación.
Imagen presidencial	Consolidar una imagen del presidente de la república positiva, popular, esperanzadora, con liderazgo, capacidad y visión de país en la conducción del aparato gubernamental.	Fortalecer y continuar los programas de contacto directo con la ciudadanía: Gobernando con la Gente y Casa Abierta, desarrollando al menos un 2 programas mensuales.	7. Coordinación, diseño, producción y transmisión en directo de al menos 1 programa mensual <u>Gobernando con la Gente</u> 8. Coordinación, diseño, producción y transmisión en directo de al menos 1 programa mensual Casa Abierta.
Prensa, información y comunciación digital	informar a la población sobre el trabajo desarrollado por el Gobierno, de manera sencilla, clara, ágil y oportuna, con objeto de generar un impacto positivo en la conciencia ciudadana y aportar respuestas oportunas ante los grandes temas de país.	Fortalecer y continuar los mecanismo de información mediante la Dirección de Prensa, elaborando al menos 1 comunicado por actividad presidencial y dando cobertura	9. Coordinación, diseño, producción y difusión de materiales periodísticos propios (en formato escrito, audio, fotografía y video) del 100 % de actividades presidenciales.

		Cuando cobertura noticiosa al 100 % de las actividades presidenciales.	<p>10. Coordinación, diseño, producción y difusión de piezas gráficas y audiovisuales para difusión en redes sociales del 100 % de actividades presidenciales.</p> <p>11. Coordinación, administración y gestión de plataforma digital de la Presidencia de la República (perfiles de Facebook, Twitter y YouTube, así como el sitio electrónico institucional).</p> <p>12. Coordinación, convocatoria y atención a cobertura mediática nacional (en formato escrito, audio, fotografía y video) del 100 % de actividades presidenciales.</p>
--	--	--	---

Opinión pública	Posicionar ante la ciudadanía juicios de valor que sean pertinentes para el desarrollo exitoso de las políticas públicas, con el objeto de movilizar opinión ciudadana y sostener las iniciativas de cambio que impulsa el Gobierno.	Desarrollo de al menos 1 espacio mensual de discusión acerca de temas de relevancia nacional con personas influyentes en la opinión pública, periodistas, tomadores de decisión de políticas públicas y dueños/directores de medios de comunicación.	<p>13. Coordinación, convocatoria y desarrollo de al menos 1 espacio de discusión acerca de temas de relevancia nacional con un mínimo de 10 personas invitadas, con criterio de alta receptividad y reproducción de argumentos mediante influencia en entrevistas y otros espacios de opinión.</p> <p>14. Elaboración de un directorio general de personas influyentes en medios de comunicación que contenga al menos 30 registros, con nombre, contacto telefónico y electrónico, así como área de especialidad y temas de opinión.</p>
-----------------	--	--	--

		<p>15. Registro semanal de espacios de opinión, entrevistas y actividades de impacto mediático utilizados por funcionarios o tomadores de decisión en general del Gobierno de El Salvador.</p>
--	--	--