



MINISTERIO
DE CULTURA

DESPACHO MINISTERIAL
UNIDAD DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

PLAN OPERATIVO ANUAL 2020

Subjefa de la Unidad de Comunicaciones Institucionales: Lorena Arias

San Salvador, enero 2020

ÍNDICE

Pág.

I.	Introducción.....	2
II.	Objetivos del plan.....	3
III.	Elaboración de diagnóstico.....	4
IV.	Elaboración de matriz de riesgo.....	5
V.	Elaboración de matriz de acciones contingenciales.....	6
VI.	Recomendaciones.....	6
VII.	Aprobación.....	7
VIII.	Cronograma.....	8

I. INTRODUCCIÓN

El Plan Operativo Anual (POA) 2020 de la Unidad de Comunicaciones Institucionales del Ministerio de Cultura ha sido creado bajo la participación de las coordinaciones que la integran: Prensa, Diseño, Multimedia y Redes.

Para el desarrollo de la planificación se llevó a cabo una consulta con los jefes de las Coordinaciones de Prensa, Diseño, Multimedia y Redes, para definir las necesidades comunicacionales.

El POA 2020 contiene los objetivos claros que se deben seguir, además de los riesgos posibles a los que se enfrentará la Unidad. Para garantizar el cumplimiento de los objetivos y resultados que se han planteado, este documento ha sido elaborado de conformidad con los lineamientos generales previstos en el Manual para la Elaboración de la Planificación Operativa Anual 2020.

El POA es una consolidación de todos los resultados presentados en el cronograma representativo de esta Unidad.

II. OBJETIVOS DEL PLAN

A. General

Ejecutar el Plan Operativo Anual de la Unidad de Comunicaciones Institucionales 2020 a través de diferentes acciones y actividades comunicacionales, que contribuya a fortalecer la imagen del Ministerio de Cultura.

B. Específicos

- Planificar las diferentes acciones comunicacionales de manera coordinada con el Despacho Ministerial y las direcciones del Ministerio de Cultura.
- Elaborar diferentes productos comunicacionales que den respuesta a las necesidades o requerimientos del Despacho Ministerial y las direcciones del Ministerio de Cultura.
- Armonizar la línea gráfica y el mensaje institucional con los lineamientos y las estrategias del Ejecutivo en materia comunicacional.
- Gestión de espacios en los medios de comunicación para posicionar una imagen positiva del Ministerio de Cultura.

III. ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO

DETALLE MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Se cuenta con personal especializado en las diferentes coordinaciones que posee la Unidad de Comunicaciones Institucionales.	D1: Se carece de técnico de audio.
F2: Presencia gratuita en diferentes medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita y digital) a través de gestión.	D2: Hay necesidad de otro fotoperiodista.
F3: Personal da cumplimiento a los objetivos estratégicos de la Unidad de Comunicaciones Institucionales.	D3: Falta de recurso económico para tener mayor alcance en la difusión de la imagen institucional.
F4: Inclusión de las Coordinaciones de Diseño Gráfico y de Redes.	D4: Falta de equipo y adecuación de los espacios de trabajo (oficina de Comunicaciones y estudio de audio) –no hay aire acondicionado, mobiliario obsoleto, entre otros–.

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1: Buena relación con los medios de comunicación públicos y privados.	A1: Críticas de algunos medios de comunicación al Ejecutivo.
O2: Cambio en la administración pública a partir del plan Cuscatlán.	A2: Desastres naturales o siniestros que pueden llegar a afectar la infraestructura cultural.
O3: Adecuación del quehacer de la Unidad apegado a los lineamientos y las estrategias del Ejecutivo.	A3: Tensión mediática provocadas por la intervención de diferentes actores contra el patrimonio y la infraestructura cultural.

IV. ELABORACIÓN DE MATRIZ DE RIESGO

Unidad de Comunicaciones Riesgos	MAGNITUD DE DAÑO	PROBABILIDAD DE AMENAZA	RESULTADO
1. F2O1A1A2A3 Escasa visibilización de los proyectos impulsados por el despacho ministerial y las direcciones en los medios de comunicación tradicionales.	3	3	9
2. F1F4O2O3 Poco posicionamiento de la nueva imagen institucional.	3	2	6
3. F1F4O2O3A2A3 Retraso en la elaboración de productos comunicacionales por equipo tecnológico obsoleto.	3	3	9
4. F3D4O3 Daño en mobiliario y equipos de trabajo.	4	4	16

V. ELABORACIÓN DE MATRIZ DE ACCIONES CONTINGENCIALES

1. Escasa visibilización de los proyectos impulsados por el despacho ministerial y las direcciones en los medios de comunicación tradicionales.	Difusión a través de redes sociales y sitio web.
2. Poco posicionamiento de la nueva imagen institucional.	Establecer canales efectivos y eficaces de comunicación interministerial y Casa Presidencial.
3. Retraso en la elaboración de productos comunicacionales por equipo tecnológico obsoleto.	Adquisición y actualización de equipo tecnológico.
4. Daño en mobiliario y equipos de trabajo.	Plan de adquisiciones y actualización de equipo.

VI. RECOMENDACIONES

- Incorporación de una partida presupuestaria (específico) para la Unidad de Comunicaciones Institucionales en el presupuesto del Ministerio de Cultura con el fin de promocionar y proyectar la imagen institucional en los distintos medios de comunicación y difusión.
- Inversión en nuevas tecnologías que posibiliten la sostenibilidad de los proyectos comunicacionales en el tiempo y la innovación en las maneras de comunicar.

VII. APROBACIÓN

El presente Plan Operativo Anual 2020 entrará en vigencia a partir de la autorización de la Ministra de Cultura.

Autorizado: _____
Lcda. Suecy Callejas Estrada
Ministra de Cultura

Revisado: _____
Lcda. Claudia de Iglesias
Jefa de la Unidad de Planificación y Desarrollo Institucional

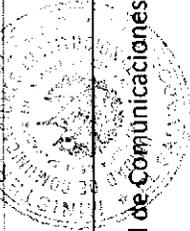
Firma: _____
Lcda. Lorena Arias
Subjefa de la Unidad de Comunicaciones Institucionales

Apoyo técnico en la elaboración:
Jasmine Campos _____
Ricardo Cruz _____
Óscar Girón _____
Julio Portillo _____

Fecha de autorización: _____



RO	3.1 Elaboración de un informe trimestral de la información de tipo oficioso identificada	Documento trimestral	Jasmine Campos	4	1	1	1	1	1
	4. Diseñado un plan de comunicación (Tunelwayu) para la sensibilización en la conservación de la biodiversidad y fortalecimiento del náhuat (Enfoque de comunicación para el desarrollo y género)	Documento del plan diseñado							
	4.1 Socialización del plan de comunicación (Tunelwayu) con las direcciones y unidades protagonistas	Listas de asistencia	Óscar Girón		1	1			
	4.2 Ejecución del plan de comunicación (Tunelwayu)	Productos comunicacionales	Óscar Girón	1					1



[Handwritten signature]

AUTORIZADO: _____
 Lorena Arias, subjefta de la Unidad de Comunicaciones Institucionales