



MINISTERIO DE CULTURA

PLAN OPERATIVO ANUAL 2021
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIONES
INSTITUCIONALES

San Salvador, enero 2021



MINISTERIO DE CULTURA

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



MINISTERIO DE CULTURA

I. INTRODUCCIÓN

El Plan Operativo Anual (POA) 2021 de la Dirección General de Comunicaciones Institucionales del Ministerio de Cultura ha sido creado bajo la participación de las coordinaciones que la integran: Prensa, Diseño y Fotografía, Multimedia y Redes, además de la dirección general y la sub Jefatura, con el objetivo de orientar de mejor manera el desempeño de las funciones enfocadas a la promoción y difusión de la cultura.

Para el desarrollo de la planificación se llevó a cabo una consulta con cada una de las jefaturas de las Coordinaciones de Prensa, Diseño y Fotografía, Multimedia y Redes Sociales, para definir las necesidades comunicacionales que se tienen para el presente año.

El POA 2021 contiene los objetivos claros que se deben seguir para la buena comunicación institucional; asimismo, los riesgos posibles a los que se enfrentará la Dirección General para cumplir con las metas propuestas.

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 2021.

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



MINISTERIO DE CULTURA

II. OBJETIVOS DEL PLAN

A. General

Ejecutar el Plan Operativo Anual de la Dirección General de Comunicaciones Institucionales 2021 a través de diferentes acciones y actividades comunicacionales que contribuyan a fortalecer la imagen institucional del Ministerio de Cultura.

B. Específicos

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



MINISTERIO DE CULTURA

III. ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: Se cuenta con personal especializado en las diferentes coordinaciones que posee la Dirección General de Comunicaciones Institucionales.</p> <p>F2: Presencia gratuita en diferentes medios de comunicación (radio, televisión, prensa escrita y digital) a través de gestiones realizadas.</p> <p>F3: El personal da cumplimiento a los objetivos estratégicos de la Dirección General de Comunicaciones Institucionales.</p> <p>F4: Incorporación en 2020 de 2 fotógrafos, 1 productor audiovisual y 1 coordinadora de redes.</p> <p>F5: Incorporación de presupuesto para posicionar agenda cultural en medio impreso de circulación nacional en diciembre 2020.</p>	<p>D1: Se carece de técnico de audio para estudio de grabación.</p> <p>D2: Falta de recurso económico fijo para tener mayor alcance en la difusión de la imagen institucional.</p> <p>D3: Falta de adecuación de los espacios de trabajo (oficina de Comunicaciones y estudio de audio) – no hay aire acondicionado ni ventiladores, hay mobiliario obsoleto, entre otros–.</p> <p>D4: La información no llega con suficiente antelación para preparar las estrategias de difusión.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Buena relación con algunos medios de comunicación públicos y privados.</p> <p>O2: Mejora en la producción de materiales comunicacionales para la difusión de los servicios que ofrece la institución.</p> <p>O3: Adecuación del quehacer de la Dirección de Comunicaciones, apegado a los lineamientos y las estrategias del Ejecutivo.</p>	<p>A1: Críticas de algunos medios de comunicación al Ejecutivo.</p> <p>A2: Desastres naturales o siniestros que pueden llegar a afectar la infraestructura cultural y las dinámicas de trabajo.</p> <p>A3: Tensión mediática provocadas por la intervención de diferentes actores contra el patrimonio y la infraestructura cultural.</p>



MINISTERIO DE CULTURA

IV. ELABORACIÓN DE MATRIZ DE RIESGO

Riesgos	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 los medios institucionales y gestiones con los medios de comunicación.
2. Poco posicionamiento de la nueva imagen institucional.	Establecer canales efectivos y eficaces de comunicación interinstitucional y Casa Presidencial.

V. ELABORACIÓN DE MATRIZ DE ACCIONES CONTINGENCIALES

1. F20102A1A2A3 Escasa visibilización de los proyectos impulsados por el Despacho Ministerial y las direcciones en los medios de comunicación tradicionales.	3	2	6
2. F1F4O3 Poco posicionamiento de la nueva imagen institucional debido a la pandemia de COVID-19.	3	3	9

VI. RECOMENDACIONES

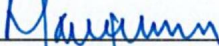
- Incorporación de una partida presupuestaria (específico) anual para la Dirección General de Comunicaciones Institucionales en el presupuesto del Ministerio de Cultura con el fin de promocionar y proyectar la imagen institucional en los distintos medios de comunicación y difusión.



MINISTERIO DE CULTURA

VII. VIGENCIA Y AUTORIZACIÓN

El presente Plan Operativo Anual 2021 entrará en vigencia a partir de la autorización de la Viceministra de Cultura.

Autorizado: 
Maestra Mariemm Pleitez
Viceministra de Cultura



Revisado: _____
Lcda. Claudia de Iglesias
Directora General de Planificación y Desarrollo Institucional

Firma: 
Lic. Joel Díaz
Director General de Comunicaciones Institucionales



Fecha de autorización: _____

ENE 2021

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES
Plan Operativo Anual 2021

CÓDIGO	RESULTADOS Y ACCIONES	INDICADORES DE RESULTADOS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN DE LAS ACCIONES	PERSONA RESPONSABLE DE EJECUCIÓN	NÚMERO DE ACCIONES ANUALES	PRESUPUESTO DE ACCIONES	MESES																	
							E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D						
					1235																			
OEI	4.1.7 Producción de materiales comunicacionales para la difusión de los servicios	Difundidos los servicios prestados por las direcciones y dependencias del Ministerio de Cultura.			1121																			
	4.1.7.1 Generación de mecanismos que mejoren la recepción de solicitudes de difusión de servicios.		Informe sobre mecanismos creados (formulario, memorándum u otros).	Coordinaciones, dirección y subjeftura	1																			1
	4.1.7.2 Elaboración de productos comunicacionales		Creación de diseños, videos, noticias, catálogos, comunicados, otros.	Coordinadores y quienes registren productos	1120	\$52,000 estimado	85	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	85
RO	1. Fortalecida la imagen institucional del Ministerio de Cultura del 60% en 2021	n.º de usuarios y seguidores de medios institucionales			98																			
	1.1 Promoción de la agenda cultural y otras temáticas en medios de comunicación.		Cuadro mensual de espacios de promoción gratuitos	Coordinadores de Prensa y Multimedia	72	\$22,500 estimado	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	1.2 Elaboración de informe de presencia mediática institucional		Documento mensual de presencia mediática y/o monitoreo diario	Coordinador de Prensa	12		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	1.3 Informe estadístico de medios institucionales (redes sociales, web y canal de YouTube)		Consolidado de datos registrados en medios institucionales	Coordinadores de Redes Sociales y Multimedia	12		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	1.4 Impulso de la imagen institucional en los espacios culturales		Reporte de obras gráficas trabajadas en el año	Coordinador de Diseño Gráfico y Fotografía	1	\$5,000																		1
	1.5 Elaboración de consolidado anual de productos comunicacionales, espacios mediáticos para agenda y presencia mediática.		Consolidado de productos comunicacionales	Coordinadores y quienes registren productos	1																			1
RO	2. Implementado el Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivos, al menos en 12 inventarios anualmente en 2021	Sistema Institucional implementado			12																			
	2.1 Elaboración de inventarios de cada serie documental contenidas en la Tabla de Clasificación Documental		Inventarios	Auxiliar de Archivo con apoyo de la Asistente Administrativa	12		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RO	3. Proporcionada la información solicitada por la OIR de la Dirección de Comunicaciones Institucionales en 2021	Información proporcionada			4																			
	3.1 Remisión trimestral de la información de tipo oficiosa identificada		Correo electrónico con la información	Especialista en Comunicación y Edición	4		1			1			1									1		

AUTORIZADO: _____

Lic. Joel Díaz, Director General de Comunicaciones Institucionales

