



SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA
COMUNICACIONES

PLAN OPERATIVO ANUAL 2016

Responsable: Licda. Lorena Arias



Abril 2016



Índice

Introducción.....	3
I. Objetivo del POA Comunicaciones.....	4
A.Objetivo General	4
B.Objetivos Específicos.....	4
II. Diagnóstico de Comunicaciones e identificación y consolidación de metas.....	5
III. Matriz de Análisis en la Gestión de Riesgo.....	6
IV. Matriz de Acciones Contingenciales de Comunicaciones	6
V. Aprobación	7
VI Cronograma.....	8





Introducción

La Secretaría de Cultura de la Presidencia es una institución que ha evolucionado a través del tiempo de una manera acelerada, adaptando sus acciones a los desafíos impuestos por la realidad nacional en el marco de tendencias globales de desarrollo y a los lineamientos establecidos por la Presidencia de la República.

En ese sentido, los procesos comunicativos institucionales también deberán replantearse para estar en sintonía con la apuesta estratégica institucional y del Gobierno Central, integrando un enfoque de comunicación para el desarrollo que se plantea descentralizada y participativa, generada desde las dinámicas comunicativas territoriales.

Para llevar a cabo una comunicación para el desarrollo se requiere de un proceso de planificación estratégica que sea una hoja de ruta para los próximos cuatro años (2016-2019) en la que se definan las principales apuesta, las líneas y acciones estratégicas que se busca alcanzar.

El proceso de construcción de este documento es un esfuerzo participativo del personal que conforman las dos áreas de Comunicaciones: Prensa y Multimedia, de la actual Secretaría de Cultura y futuro Ministerio de Cultura.

Para el desarrollo del POA se realizó una consulta con el personal del área de Comunicaciones, quienes dieron sus aportes de manera eficaz y oportuna. Con el trabajo sinérgico del personal se procedió a la elaboración de los objetivos claros a seguir y los riesgos posibles a enfrentar en el 2016.





I. Objetivo del POA Comunicaciones

A. Objetivo General

Implementar las metas de Plan Operativo Anual 2016 de Comunicaciones a través de diferentes acciones y actividades comunicacionales para que la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República sea reconocida como la institución que protege, promueve y difunde la cultura de los salvadoreños.



B. Objetivos Específicos

- Planear las diferentes acciones comunicacionales de manera coordinada con las diferentes dependencias de la Secretaría de Cultura.
- Diseñar una política de comunicación para coadyuvar a que la cultura se convierta en un derecho de todos los salvadoreños.
- Generar una comunicación integral y efectiva con el equipo de comunicaciones existente.



II. Diagnóstico de Comunicaciones e identificación y consolidación de metas

Diagnóstico Comunicaciones	Fortalezas F1: Alto posicionamiento en redes sociales. F2: Cuenta con personal multidisciplinario y acreditado académicamente. F3: Presencia permanente en diferentes espacios radiales gratuitos y televisivos. F4: Modernización continua de página web institucional.	Debilidades D1: Equipo tecnológico insuficiente (Celulares, internet, dispositivos de almacenamientos, entre otros).
Oportunidades O1: Realización de campañas publicitarias institucional en línea. O2: Apertura de medios audiovisuales o digitales a recibir material audiovisual de actividades culturales.	Estrategia ofensivas (F/O) E1: F1, F2, F4, O1. Impulsar proyectos estrella de Secultura a través de campañas en línea. E2: F3, O2. Incorporar temas culturales de interés nacional a través de medios audiovisuales.	Estrategias Reorientativas (O/D) E1: D1. O1. Elaborar campañas publicitarias que se promuevan a través de buscadores de sitios web. E2: D1. O2. Crear una red de medios que reciban la producción audiovisual.
Amenazas A1: Rápida innovación y surgimiento de nuevas plataformas informáticas.	Estrategias Defensivas(F/A) E1: F2, A1. Elaborar proceso de gestión del conocimiento web 2.0 a nivel interno.	Estrategias Limitantes(D/A)

III. Matriz de Análisis en la Gestión de Riesgo

Dirección de Comunicaciones	Magnitud de Daño	Probabilidad de Amenaza	Resultados
Riesgos			
1. Tardanza en la elaboración de la Política Comunicacional Institucional.	4	4	16
2. Mala resolución y calidad de las fotografías y de los videos.	4	4	16
3. Atrasos en la redacción de productos informativos que se difunden en los medios de comunicación institucional.	4	4	16

IV. Matriz de Acciones Contingenciales de Comunicaciones

Riesgos	Acciones contingenciales
1. Tardanza en la elaboración de la Política Comunicacional Institucional.	Establecer una comunicación constante con los directores nacionales y coordinadores de las áreas de comunicaciones de las dependencias de la Secultura para el impulso de una Política Comunicacional Institucional.
2. Mala resolución y calidad de las fotografías y de los videos.	Crear un red periodistas que reciban y orienten la producción audiovisual, con el fin de fomentar una imagen positiva de la Institución
3. Atrasos en la redacción de productos informativos que se difunden en los medios de comunicación institucional.	Capacitar al personal de comunicaciones— en las diferentes especialidades— para optimizar la entrega de los productos informativos.



V. Aprobación

El presente plan, entrará en vigencia a partir de la autorización de la Secretaria de Cultura de la Presidencia de la República.

Autorizado: _____

Maestra Silvia Elena Regalado

Secretaria de Cultura de la Presidencia de la República

V.º B.º: _____

Maestra Nohemy Navas

Directora General de Administración Cultural

Revisado: _____

Licda. Claudia Lisette Ramírez de Iglesias

Jefa de Organización y Planificación

Formulado y elaborado: _____

Lic. Lorena Arias

Jefe de Comunicaciones

René Revelo

Técnico enlace

Fecha de autorización: - - MAY 2016

SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA
OFICINA DE COMUNICACIONES
PLAN OPERATIVO ANUAL 2016

CODIGO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	METAS UNIDAD	INDICADOR DE LA META	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	MEDIO DE VERIFICACIÓN	AREA RESPONSABLE	PERSONA RESPONSABLE	PESO DE META Y ACTIVIDAD	META ANUAL DE LA ACTIVIDAD						
										Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Jun
GE	Desarrollar las artes y la riqueza cultural del país	1. Desarrollar una estrategia de promoción y protección del artista, sus productos y las expresiones culturales.	Estrategias desarrolladas					20%	96	8	8	8	8	8	1
		1.1 Visibilizar las actividades de las direcciones nacionales a través de los medios de comunicación Institucionales		Actividad visibilizada	Documentación e informes	Comunicaciones	Ricardo Cruz	20%	96	8	8	8	8	8	
GE	Valorizar, difusión y apropiación del patrimonio cultural y natural desde una perspectiva intercultural.	2. Impulsar los procesos de declaración de bienes culturales y artísticos, materiales e inmateriales.	Procesos impulsados					2%	3						
		2.1 Difundir la declaratoria a través de productos comunicacionales		Declaratoria difundida	Documentación e informes	Comunicaciones	Lic. Leyda Castro	2%	3						
GE	Promocionar los derechos de los pueblos indígenas.	3. Promoción, rescate y revitalización la cultura de los pueblos indígenas.	Acciones realizadas					4%	6						
		3.1 Recibir y ejecutar solicitud de gestiones para la promoción de las acciones de rescate y revitalización de los pueblos indígenas.		Promociones realizadas	Documentación e informes	Comunicaciones	Yeymy González y Lic. Leyda Castro	4%	6						
GE	Promocionar los derechos de los pueblos indígenas.	4. Eliminar todas las formas de discriminación a los pueblos indígenas, en los medios de comunicación.	Discriminaciones identificadas					3%	1						
		4.1 Elaborar un plan de sensibilización para medios en coordinación con el Departamento de Pueblos Indígenas		Plan elaborado	Documento del plan	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias y Óscar Girón	3%	1						
GE	Diseñar e implementar un Plan de Desarrollo de sistemas informáticos y/o herramientas informáticas para la automatización de los procesos estratégicos, sustantivos y de apoyo institucional.	5. Poner a disposición servicios culturales en línea que permitan el acercamiento con la población.	Servicios culturales en línea funcionando					9%	1						
		5.1 Alimentar con información la página web institucional		Página web actualizada	Página web e informes	Comunicaciones	Lic. Jasmine Campos y Ricardo Cruz	5%	1						
GE	Fortalecer los Sistemas de Control y herramientas de gestión administrativa, normativa y técnico.	6. Proveer, anticipadamente a las direcciones nacionales un temario cultural de interés mediático para obtener de forma oportuna la información institucional.	Información institucional facilitada					25%	24	2	2	2	2	2	2
		6.1 Elaborar y proveer a directores nacionales una propuesta de temas de interés mediático.		Propuesta entregada	Documento de propuesta digital	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias	5%	12	1	1	1	1	1	1
		6.2 Gestionar espacios en medios de comunicación		Espacios gestionados	Informes	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias, Lic. Leyda Castro, Ricardo Cruz y Mtro. Óscar Girón	20%	12	1	1	1	1	1	1
GE	Establecer alianzas estratégicas con empresas públicas, privadas y organismos internacionales.	7. Difundir mensajes Institucionales a través de medios de comunicación del Estado y la Red de Comunicadores Gubernamentales.	Información difundida					1%	9					1	1
		7.1 Elaborar y enviar información Institucional a medios de comunicación del Estado para su difusión y a la Red de Comunicadores Gubernamentales		Información difundida	Documentación en forma digital	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias	1%	9					1	1
GE	Establecer alianzas estratégicas con empresas públicas, privadas y organismos internacionales.	8. Creación de un espacio en línea de opinión Institucional	Espacio en línea funcionando					1%	1						
		8.1 Crear un espacio virtual de participación ciudadana		Espacio funcionando	Sitio virtual	Comunicaciones	Ricardo Cruz	1%	1						
GE	Fortalecer las Normativas que rigen el quehacer cultural	9. Diseñar e implementar una política comunicacional institucional para el buen manejo de la información institucional	Política implementada					4%	4						1
		9.1 Realizar diagnóstico de identificación de necesidades e intereses comunicacionales institucionales		Diagnóstico realizado	Documento de diagnóstico	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias, Mtro. Óscar Girón y Lic. Jasmine Campos	1%	1						1
		9.2 Elaborar documento de política comunicacional institucional		Política elaborada	Documento	Comunicaciones		1%	1						
		9.3 Socializar la política comunicacional institucional		Política socializada	Informe	Comunicaciones		1%	1						
		9.4 Implementación y seguimiento de la política comunicacional institucional		Seguimiento realizado	Informe	Comunicaciones		1%	1						

CODIGO	ACCION ESTRATEGICA	METAS UNIDAD	INDICADOR DE LA META	RESULTADO DE LA ACTIVIDAD	MEDIO DE VERIFICACIÓN	AREA RESPONSABLE	PERSONA RESPONSABLE	PESO DE META Y ACTIVIDAD	META ANUAL DE LA ACTIVIDAD												
										Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Ju					
OE	Establecer alianzas estratégicas con empresas públicas, privadas y organismos internacionales.	10. Fortalecer alianzas con los medios de comunicación, para la apertura de espacios de difusión.	Espacios obtenidos					4%	2												
		10.1 Realizar gestiones para la apertura de nuevos espacios de difusión		Espacios obtenidos	Informe	Comunicaciones	Lic. Leyda Castro, Lic. Lorena Arias, Ricardo Cruz y Oscar Grón	4%	2												
OE	Fortalecer los bienes y servicios institucionales.	11. Impulsar integralmente acciones de visibilidad cultural, para contribuir a las líneas de acción del Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019.	Productos realizados					20%	120	10	10	10	10	10	10						
		11.1 Diseñar productos comunicacionales para la difusión cultural		Productos diseñados	Documentación e informes	Comunicaciones	Lic. Jenny González y Lic. Jasmine Campos	20%	120	10	10	10	10	10	10						
OE	Posicionar a la Secretaría de Cultura de la Presidencia a nivel nacional mediante un plan de promoción y difusión cultural.	12. Elaborar un Plan Comunicacional para el envío de información a los medios de comunicación.	Plan de comunicación implementado					1%	1												
		12.1 Elaborar Plan Comunicacional		Plan presentado	Documento	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias, Leyda Castro, Ricardo Cruz y Mtro. Oscar Grón	1%	1												
OE	Posicionar a la Secretaría de Cultura de la Presidencia a nivel nacional mediante un plan de promoción y difusión cultural.	13. Proveer en forma planificada información de calidad y de interés general a la población a través de los medios de comunicación.	Información socializada					10%	12	1	1	1	1	1	1						
		13.1 Difundir las agendas culturales		Difusión realizada	Informe	Comunicaciones	Lic. Lorena Arias, Lic. Leyda Castro y Ricardo Cruz	10%	12	1	1	1	1	1	1						