

PLAN DE COMUNICACIONES INTERNO y EXTERNOS SENACIT.

Logo Institucional



Siglas Institucionales

- 1) IHCIETI
- 2) SENACIT.

Introducción:

Este plan de comunicaciones internas y externas ha sido diseñado con el objetivo de fortalecer los canales de comunicación dentro y fuera de SENACIT, con un enfoque en la transparencia, la colaboración, la innovación y el compromiso con la excelencia. A través de este plan, buscamos proporcionar a nuestros colaboradores las herramientas y los recursos necesarios para comunicarse de manera efectiva, así como promover una cultura de colaboración y trabajo en equipo que permita a la SENACIT alcanzar sus objetivos estratégicos.



Este plan se basa en cuatro pilares fundamentales:

Transparencia y claridad: Fomentar una cultura de transparencia y apertura, donde la información se comparta de manera clara, oportuna y accesible a todos los colaboradores.

Colaboración y trabajo en equipo: Promover la colaboración entre los diferentes equipos y áreas de la Senacyt, fomentando el intercambio de ideas y el trabajo en equipo para lograr resultados innovadores y de alta calidad.

Innovación y mejora continua: Estimular la creatividad y la innovación en todos los niveles de la organización, promoviendo la experimentación y el aprendizaje continuo para mejorar nuestros procesos y servicios.

Compromiso con la excelencia: Fomentar un compromiso con la excelencia en todas nuestras actividades, buscando siempre la calidad, la eficiencia y la efectividad en todo lo que hacemos.

Objetivos de Plan de comunicación internos y externos

Objetivos internos:

1. Fomentar una cultura organizacional basada en la transparencia y la colaboración, promoviendo la comunicación efectiva entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos dentro de la institución.
2. Mantener informados a los empleados sobre las políticas, programas y proyectos de la Secretaría, así como sobre los logros y avances en el ámbito de la ciencia, la tecnología y la innovación en el país.
3. Facilitar el intercambio de conocimientos y experiencias entre los colaboradores, promoviendo la capacitación y el desarrollo profesional en áreas relevantes para la misión de la institución.
4. Reforzar el sentido de pertenencia y compromiso del personal hacia los objetivos institucionales, motivándolos a contribuir activamente en la consecución de los mismos.



5. Mejorar la eficiencia y efectividad de los procesos internos, reduciendo los tiempos de respuesta y optimizando la coordinación entre las distintas áreas de trabajo.

Objetivos externos:

1. Posicionar a la Secretaría como un referente en materia de ciencia, tecnología e innovación a nivel nacional e internacional, destacando sus iniciativas y contribuciones al desarrollo del país.

2. Fortalecer la relación con los medios de comunicación y la sociedad civil, promoviendo una comunicación abierta y bidireccional que permita difundir información relevante y recibir retroalimentación constructiva.

3. Establecer alianzas estratégicas con otras instituciones gubernamentales, organismos internacionales, sector privado y academia, con el fin de promover la colaboración y el intercambio de conocimientos en áreas prioritarias para el desarrollo científico y tecnológico del país.

4. Sensibilizar a la población sobre la importancia de la ciencia, la tecnología y la innovación como motores de progreso y bienestar social, fomentando una cultura de valoración y apoyo a estas áreas.

5. Promover la participación ciudadana en iniciativas y programas relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación, incentivando el desarrollo de proyectos innovadores y el emprendimiento en el país.

Objetivos Específicos:

Mejorar la visibilidad de la SENACIT a nivel nacional e internacional.
Posicionar a la SENACIT como referente en ciencia, tecnología e innovación en Honduras.

Informar y sensibilizar a la población sobre la importancia de la ciencia, la tecnología y la innovación para el desarrollo sostenible.



Promover la participación ciudadana en proyectos y programas de ciencia, tecnología e innovación.

Facilitar la difusión de información sobre programas, proyectos, investigaciones y avances en ciencia, tecnología e innovación desarrollados por la SENACIT.

Fortalecer la imagen institucional y asimismo beneficiar la imagen externa del Gobierno refundacional de la presidenta Xiomara Castro de Zelaya

Periodo de Plan Actualizado:

El presente plan de comunicación, meticulosamente elaborado, ha sido concebido para abarcar el período del **1 Enero 2024 al 31 de Diciembre del 2024**. Su diseño estratégico se fundamenta en la necesidad de fortalecer tanto la comunicación interna como externa de la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Honduras durante este lapso temporal. Con una visión hacia el futuro, este plan busca establecer objetivos claros y alcanzables que impulsen el desarrollo institucional y contribuyan al avance del país en el ámbito de la ciencia, la tecnología y la innovación. A través de una ejecución eficaz y una evaluación constante, se espera que este plan sirva como hoja de ruta para potenciar la comunicación y lograr resultados significativos dentro del período especificado.

Fecha de elaboración:

El presente plan de comunicación, fue elaborado en fechas específicas comprendidas entre el **15 de Diciembre de 2023 al 31 de Diciembre** del año 2023 dejando elaborado el plan de manera de tener una guía para el comienzo del año 2024 fue elaborado por el Oficial de Comunicaciones I, Carlos Orlando Medina Ortiz.

Definiciones y Glosario.

1. Comunicación interna: Proceso de intercambio de información, mensajes y conocimientos dentro de la organización, dirigido a los empleados y colaboradores.



2. **Comunicación externa:** Interacción de la institución con su entorno externo, incluyendo medios de comunicación, sociedad civil, instituciones gubernamentales, entre otros.
3. **Transparencia:** Principio que promueve la apertura y accesibilidad de la información dentro de la organización, fomentando la confianza y la rendición de cuentas.
4. **Colaboración:** Trabajo conjunto entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos para alcanzar objetivos comunes.
5. **Cultura organizacional:** Conjunto de valores, creencias y prácticas compartidas por los miembros de la organización, que influyen en su comportamiento y decisiones.
6. **Alianzas estratégicas:** Acuerdos de cooperación entre la institución y otras entidades con intereses similares, con el fin de potenciar recursos y capacidades.
7. **Participación ciudadana:** Involucramiento activo de la población en iniciativas y procesos relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación.
8. **Retroalimentación:** Proceso de recibir y responder a los comentarios, sugerencias y críticas de los diferentes stakeholders, con el fin de mejorar la efectividad de la comunicación.
9. **Eficiencia:** Logro de los objetivos de manera oportuna y con los recursos disponibles de manera óptima.
10. **Evaluación:** Análisis sistemático de los resultados obtenidos en la implementación del plan de comunicación, con el fin de identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

Estos términos son fundamentales para comprender y ejecutar efectivamente el plan de comunicaciones de la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Honduras.



Roles, Responsabilidades y funciones específicas de cada miembro del equipo dentro del plan de comunicaciones de la SENACIT:

1. Diseñador Gráfico: - Crear y diseñar materiales gráficos para la comunicación visual de la SENACIT, como infografías, folletos, banners web, entre otros.

- Asegurar que los diseños mantengan la identidad visual de la institución y cumplan con los estándares de calidad establecidos.

- Colaborar estrechamente con el equipo de comunicaciones para desarrollar piezas visuales que complementen y refuercen los mensajes clave de la institución.

2. Fotógrafo - Capturar fotografías de alta calidad que documenten eventos, actividades y proyectos relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación.

- Editar y retocar las fotografías según sea necesario para su uso en diferentes medios de comunicación, como redes sociales, prensa y material impreso.

- Colaborar con el equipo de comunicaciones para asegurar que las imágenes seleccionadas reflejen de manera precisa y atractiva las actividades de la SENACIT.

3. Jefa de Prensa y Comunicaciones:

- Coordinar las actividades de comunicación de la SENACIT, incluyendo la gestión de la agenda de prensa, la redacción de comunicados de prensa y la relación con los medios de comunicación.

- Supervisar la estrategia de comunicación para garantizar que los mensajes clave de la institución se transmitan de manera efectiva y coherente.

- Servir como vocera oficial de la SENACIT en situaciones de interacción con los medios de comunicación.

5. Videógrafo - Grabar videos de alta calidad que documenten eventos, entrevistas, testimonios y proyectos relevantes para la SENACIT.



- Editar y postproducir los videos para crear contenido atractivo y de calidad que pueda ser utilizado en diferentes plataformas, como redes sociales y el sitio web.

- Colaborar con el equipo de comunicaciones para asegurar que los videos producidos cumplan con los estándares de la institución y transmitan mensajes claros y efectivos.

Estas funciones representan un esquema general de las responsabilidades que cada miembro del equipo tendría dentro del plan de comunicaciones de la SENACIT.

Tipos de Comunicación:

1. Comunicación Interna:

- Vertical: Se produce de manera descendente (de arriba hacia abajo) o ascendente (de abajo hacia arriba) dentro de la jerarquía organizacional, incluyendo comunicaciones de la dirección a los empleados y viceversa.

- Horizontal: Se produce entre empleados del mismo nivel jerárquico o departamento, facilitando el intercambio de información y la colaboración entre pares.

- Diagonal: Se da entre diferentes niveles jerárquicos y departamentos, promoviendo la coordinación y la integración transversal en la organización.

2. Comunicación Externa:

- Institucional: Dirigida a los stakeholders externos, como medios de comunicación, instituciones gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro, entre otros, con el objetivo de promover la imagen y los objetivos de la Secretaría.

- Comunicación de Crisis: Se activa en situaciones de emergencia o crisis para gestionar la comunicación con el público externo y minimizar los impactos negativos en la reputación de la institución.

- Comunicación de Marketing: Utilizada para promocionar programas, proyectos o eventos de la Secretaría, con el fin de captar la atención del público objetivo y generar interés en sus iniciativas.



Medios de Comunicación Internos:

1. Correo Electrónico: Para la distribución de comunicados, boletines informativos y convocatorias internas.
2. Intranet: Plataforma digital interna donde se publican noticias, documentos y recursos de interés para los empleados.
3. Reuniones y Encuentros: Presenciales o virtuales, para facilitar la interacción y el intercambio de información entre los miembros del equipo.
4. Carteleras y Tablones de Anuncios: Espacios físicos donde se publican noticias, eventos y mensajes relevantes para el personal.

Medios de Comunicación Externos:

1. Página Web Institucional: Para difundir información sobre la misión, visión, programas y proyectos de la Secretaría, así como para facilitar el contacto con el público externo.
2. Redes Sociales: Plataformas como Twitter, Facebook, LinkedIn, entre otras, para interactuar con la comunidad, compartir noticias y promover eventos.
3. Medios de Comunicación Tradicionales: Relaciones con periódicos, revistas, radio y televisión para la difusión de noticias y entrevistas sobre las actividades de la institución.
4. Boletines de Prensa: Comunicados dirigidos a los medios de comunicación para informar sobre novedades, eventos y logros de la Secretaría.



Lineamientos de comunicación

1. **Coherencia y consistencia:** Mantener un mensaje unificado y consistente en todas las comunicaciones, tanto internas como externas, para reforzar la imagen y los valores de la institución.
2. **Transparencia:** Promover la transparencia en la comunicación interna y externa, brindando información clara, precisa y oportuna sobre las actividades, decisiones y resultados de la Secretaría.
3. **Escucha activa:** Establecer mecanismos para escuchar las opiniones, sugerencias y preocupaciones de los empleados, colaboradores y otros stakeholders, con el fin de mejorar la calidad de la comunicación y la toma de decisiones.
4. **Adaptabilidad:** Ser receptivos a los cambios en el entorno y a las necesidades del público objetivo, ajustando los mensajes y las estrategias de comunicación según sea necesario.
5. **Innovación:** Explorar nuevas formas de comunicación y utilizar herramientas tecnológicas para llegar de manera efectiva a diferentes audiencias, especialmente a las generaciones más jóvenes.
6. **Inclusividad:** Garantizar que la comunicación sea inclusiva y respetuosa de la diversidad de género, etnia, cultura, entre otros aspectos, promoviendo un ambiente de trabajo inclusivo y equitativo.
7. **Feedback:** Fomentar una cultura de retroalimentación constructiva, tanto dentro de la organización como con el público externo, para evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación y mejorar continuamente.
8. **Colaboración interdepartamental:** Promover la colaboración y el intercambio de información entre los diferentes departamentos y áreas de la Secretaría, para asegurar una comunicación coherente y alineada con los objetivos institucionales.



9. Medición de resultados: Establecer indicadores de desempeño para evaluar el impacto de las acciones de comunicación, y realizar análisis periódicos para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.

10. Responsabilidad: Asignar roles y responsabilidades claras dentro del equipo de comunicación, así como establecer protocolos para la gestión de crisis y situaciones delicadas que puedan surgir.

Cronograma:

Enero - Marzo: Preparación y Planificación

- Semana 1-2: Revisión y ajuste del plan de comunicación.
- Semana 3-4: Definición de objetivos específicos y públicos objetivo.
- Semana 5-8: Desarrollo de estrategias y mensajes clave.

Abril - Junio: Implementación y Ejecución

- Semana 1-2: Lanzamiento oficial del plan de comunicación.
- Semana 3-4: Desarrollo de contenido para los medios internos y externos.
- Semana 5-8: Distribución y difusión del contenido a través de los diferentes canales de comunicación.

Julio - Septiembre: Evaluación y Ajuste

- Semana 1-2: Recopilación de datos y retroalimentación de los stakeholders.
- Semana 3-4: Análisis de resultados y evaluación del impacto de las estrategias de comunicación.
- Semana 5-8: Ajustes y refinamientos en función de los resultados obtenidos.



Octubre - Diciembre: Consolidación y Cierre

- Semana 1-2: Implementación de mejoras basadas en los hallazgos de la evaluación.
- Semana 3-4: Celebración de logros y reconocimiento del equipo de comunicaciones.
- Semana 5-8: Preparación del informe final del plan de comunicación y proyección para el próximo período.

Es importante tener en cuenta que este cronograma es flexible y puede ser ajustado según las necesidades y circunstancias específicas que surjan durante la ejecución del plan. Además, es fundamental asignar responsables para cada tarea y establecer fechas límite claras para garantizar el cumplimiento de los objetivos y la efectividad del plan de comunicación.

1. Metas:

- a. Incrementar el conocimiento y la comprensión pública sobre los programas y proyectos de la Secretaría en un 20% para diciembre de 2024.
- b. Mejorar la percepción de la institución entre los stakeholders externos, logrando un aumento del 15% en la reputación institucional para diciembre de 2024.
- c. Aumentar la participación y el compromiso de los empleados en un 25% en actividades internas de comunicación para diciembre de 2024.



Indicadores:

- a. Número de menciones en medios de comunicación sobre la Secretaría.
- b. Resultados de encuestas de percepción pública sobre la imagen y la reputación de la institución.
- c. Participación en eventos internos, como capacitaciones, reuniones y actividades de team building.

Monitoreo y Evaluación:

- a. Recopilación de datos: Se recopilarán datos de diferentes fuentes, como análisis de medios, encuestas de percepción pública, registros de participación en eventos internos, entre otros.
- b. Análisis de resultados: Se analizarán los datos recopilados para evaluar el progreso hacia las metas establecidas y para identificar áreas de éxito y oportunidades de mejora.
- c. Revisión periódica: Se llevarán a cabo revisiones periódicas del desempeño del plan de comunicación, con reuniones regulares del equipo de comunicaciones para discutir los resultados y ajustar las estrategias según sea necesario.
- d. Informes de progreso: Se elaborarán informes de progreso regulares que resuman los resultados del monitoreo y evaluación, y se compartirán con el equipo de liderazgo y otros stakeholders relevantes.
- e. Acciones correctivas: Se tomarán medidas correctivas según sea necesario para abordar desviaciones en el cumplimiento de las metas y para mejorar la efectividad del plan de comunicación en general.



Público Objetivo:

- Ciudadanos hondureños interesados en ciencia, tecnología e innovación.
- Instituciones gubernamentales y no gubernamentales relacionadas con el ámbito científico-tecnológico.
- Medios de comunicación nacionales e internacionales.
- Comunidad académica y científica.
- Sector empresarial interesado en innovación.

Estrategias y Acciones:

Creación y mantenimiento de una estrategia de comunicación digital:

- Desarrollo y actualización constante del sitio web de la SENACIT.
- Uso activo de redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.) para difundir información relevante.
- Implementación de estrategias de marketing digital para aumentar la presencia en línea
-

Relaciones con los medios de comunicación:

- Establecimiento de relaciones cercanas con periodistas y medios de comunicación para difundir noticias y eventos relevantes.
- Organización de conferencias de prensa y entrevistas para dar a conocer los avances y logros de la SENACIT.

Participación en eventos y ferias:

- Organización y participación en ferias, congresos y eventos relacionados con la ciencia, la tecnología y la innovación para promover el trabajo de la SENACIT.

Producción de materiales de comunicación:

- Elaboración de materiales informativos (folletos, infografías, videos, etc.) para difundir los logros y proyectos de la SENACIT.
- Producción de contenido multimedia para redes sociales y otros canales de difusión.

Monitoreo y evaluación:

- Establecimiento de indicadores de desempeño para medir el impacto de las acciones de comunicación.
- Evaluación periódica del plan de comunicaciones para realizar ajustes según los resultados obtenidos.



Recursos Necesarios:

- Equipo humano especializado en comunicación y relaciones públicas.
- Recursos financieros para la producción de materiales y la participación en eventos.
- Herramientas de comunicación digital (sitio web, redes sociales, herramientas de monitoreo, etc.).
- Compra y actualización de equipo de la unidad de comunicaciones

Confiando en que cada paso que demos estará lleno de éxito y logros, nos despedimos con entusiasmo y energía renovada. Que este plan de comunicaciones sea el inicio de un año lleno de metas alcanzadas y objetivos cumplidos. Sabemos que nuestro equipo es el mejor, y juntos estamos preparados para enfrentar cualquier desafío que se nos presente. ¡Adelante, equipo! ¡Vamos por un año lleno de éxitos y logros que nos acerquen cada vez más a nuestras metas! ¡A dar lo mejor de nosotros en todo momento!

Elaborado por: <i>Carlos Mejía Ortiz</i>	Revisado por: <i>Nelson Rivera</i>	Aprobado por: <i>Luther C. Harris</i>
Firma: 	Firma: 	Firma: 
Fecha: <i>11/03/24</i>	Fecha: <i>11/03/2024</i>	Fecha: <i>11/03/2024</i>

