

Plan de Comunicación Institucional

Introducción

El plan de comunicaciones de la gerencia de comunicaciones e imagen del Instituto Nacional de Migración (INM), es un documento estratégico que establece las directrices y acciones a seguir para garantizar una comunicación efectiva durante los procesos que realiza la institución. Este plan tiene como objetivo principal informar, sensibilizar y mantener actualizados a todos los involucrados en el proceso de migración, tanto internos como externos.

El plan de comunicaciones del Instituto Nacional de Migración incluye la definición de los mensajes claves, los canales de comunicación a utilizar, el público objetivo, el calendario de comunicaciones, los responsables de la comunicación y los indicadores de seguimiento y evaluación. Además, se establecen los posibles riesgos de comunicación y las estrategias para gestionarlos de manera efectiva.

En este documento se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar. El plan de comunicaciones de la gerencia de comunicaciones e Imagen del (INM) es una herramienta fundamental para garantizar una comunicación clara, oportuna y efectiva durante todo todos procesos que ofrece el ente gubernamental, contribuyendo al éxito de esta y a la satisfacción de todas las partes involucradas.

Objetivos del Plan institucional de Comunicaciones del (INM)

El Objetivo del plan de comunicaciones es el punto de partida de los proyectos el cual guiara todas operaciones y la toma de decisiones

A) Objetivo General

Promocionar servicios (Pasaportes y todos los servicios de extranjería que ofrece el IMN

Aumentar la notoriedad como institución del Estado

Aumentar el numero de visitas en las diferentes plataformas digitales

Cambio de imagen de las oficinas de las delegaciones de control interior a nivel nacional

Influir en el comportamiento de la sociedad

Resolver problemas de comunicación externa e interna

Definición precisa de las necesidades en términos de estrategia de comunicación

Organización y coordinación de las actividades

GOBIERNO Evaluación del desempeño de las acciones emprendidas
Seguir la dirección de la ideología socialista humana que promueve la
Presidenta Xiomara Castro.

B) Objetivo específico

El objetivo específico de un plan de comunicaciones del INM es establecer de forma clara y precisa los objetivos de comunicación que se desean alcanzar durante los proyectos, iniciativa o procesos determinados. Estos objetivos de comunicación es metas concreta y medible que guían las acciones de comunicación y permiten evaluar el éxito de la estrategia implementada.

Lograr una percepción positiva y eficiente de la gestión administrativa en general de la institución.

Buscar asegurar que la información sea transmitida de manera efectiva, que los mensajes clave lleguen a la audiencia correcta y que se logre el impacto deseado en términos de conocimiento, actitudes y comportamientos.

Con estos objetivos de comunicación claros y específicos en un plan de comunicaciones se garantiza que la estrategia de comunicación sea efectiva, orientada a resultados y alineada con los objetivos generales de la institución.

Período

El plan de comunicaciones implementado será en un período de Mediano plazo porque que se extiende por un período de varios meses o incluso un año. para 2024 se la implementa un programa, una iniciativa estratégica y un proceso de cambio que requiere una comunicación constante y sostenida en el tiempo.

Fecha de elaboración 13 de Marzo de 2024

Marco Normativo

Dentro del marco normativo del plan de comunicaciones del INM se toma en consideración las leyes, regulaciones, políticas y normas que deben tenerse en cuenta al desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación institucional conforme a los reglamentos de servidor público.

Dentro del cumplimiento legal la Gerencia de Comunicaciones cumple con la ley de propiedad intelectual, derechos de autor, protección de datos así como



Migración

INM

GOBIERNO

disposiciones de respeto a difusión de material de acuerdo a las leyes nacionales e internacionales de protección de identidad de personas.

También se rige el plan por la Ley de Migración y Extranjería que indica todos los lineamientos que esta institución realiza.

Sobre las políticas internas el plan de comunicaciones como toda institución tiene un código de ética o conducta que establece el código de ética del servidor público que constituye los principios y valores que deben guiar la comunicación de la institución.

La institución cuenta con políticas internas que regulan la comunicación interna y externa. Estas políticas pueden establecer lineamientos sobre el uso de los canales de comunicación, la confidencialidad de la información, el manejo de crisis, entre otros aspectos.

Roles

Creación de canales de youtube y otras plataformas digitales para la elaboración de contenidos informativos

Elaboración de notas de prensa y boletines

Producción de segmentos informativos para medios audiovisuales

Actualización de la página web

Creación de contenidos en redes sociales (Instagram, X, Facebook y Tik Tok)

Tipos de Comunicación

Medios de comunicación interna

Se elaboran circulares con información para el personal en general del INM para avisar sobre alguna comunicación en específico autorizada por la Dirección Ejecutiva para todo el Personal,

Se utiliza el correo electrónico institucional para la comunicación interna donde todos los empleados tienen su cuenta del instituto en el que se les notifica sobre cualquier acción de las diferentes gerencias.

Pizarras informativas con avisos sobre actividades a desarrollar y grupos de whatsapp que cada gerencia tiene para dar a conocer diferentes tipos de información.

Medios de Comunicación Externa



HONDURAS
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

GOBIE El Instituto Nacional de Migración difunde los mensajes de manera externa con el objetivo que el mensaje genere impacto en las plataformas de redes sociales.

Medios de comunicación electrónicos, el INM realiza actividades, conferencias, ruedas de prensa con el objetivo que el mensaje institucional tenga mayor alcance y la percepción sea positiva en radio y televisión, así como en los medios digitales.

La gerencia de comunicaciones elabora material gráfico para ser compartido a los medios escritos y publiquen en sus ejemplares el trabajo que realiza esta institución, con la distribución de artes, fotos, boletines e infografías.

Lineamientos de comunicación interna

Los lineamientos de comunicación interna son principios y directrices que establecen cómo se debe llevar a cabo la comunicación dentro de la institución. Estos lineamientos son fundamentales para asegurar una comunicación efectiva, transparente y coherente entre el personal de cada gerencia.

1. **Transparencia:** Promover la transparencia en la comunicación interna implica compartir información relevante de manera abierta y honesta con todos los miembros de la organización. Esto ayuda a generar confianza y a mantener a todos informados sobre los objetivos, logros y desafíos de la institución.
2. **Canal de comunicación:** Definir los canales de comunicación interna que se utilizarán en la organización, ya sea a través de reuniones, correos electrónicos, intranet, redes sociales internas u otros medios. Es importante establecer cuándo y cómo se utilizará cada canal para garantizar una comunicación eficaz.
3. **Mensajes clave:** Identificar y comunicar de manera clara los mensajes clave que se deben transmitir a los empleados. Estos mensajes deben estar alineados con la estrategia y los valores de la organización para mantener a todos enfocados en los mismos objetivos.
4. **Escucha activa:** Fomentar la retroalimentación y la participación de los empleados en la comunicación interna. Es importante crear espacios para que los empleados puedan expresar sus opiniones, hacer preguntas y contribuir con ideas para mejorar la comunicación y el ambiente laboral.
5. **Cultura organizacional:** Los lineamientos de comunicación interna también deben reflejar la cultura organizacional de la institución, promoviendo valores como el respeto, la colaboración, la diversidad y la inclusión en todas las interacciones comunicativas.

Lineamientos de la comunicación externa

Los lineamientos de comunicación externa son principios y directrices que establecen cómo una organización se comunicará con el público externo, incluyendo clientes, proveedores, medios de comunicación, comunidades y otras partes interesadas. Estos lineamientos son fundamentales para construir una imagen positiva de la institución, gestionar la reputación y mantener una comunicación efectiva con el entorno externo.

1. Mensajes clave y posicionamiento: Definir los mensajes clave que la institución desea comunicar al público externo y asegurarse de que estén alineados con la identidad y los valores de la institución de gobierno. También es importante establecer un posicionamiento claro y consistente para diferenciar a la organización de la competencia.
2. Audiencia objetivo: Identificar y comprender a la audiencia objetivo a la que se dirige la comunicación externa. Es importante adaptar el mensaje y el tono de acuerdo con las necesidades, intereses y preferencias de cada segmento de la audiencia.
3. Canales de comunicación: Determinar los canales de comunicación externa que se utilizarán para llegar a la audiencia objetivo, como redes sociales, medios de comunicación, eventos, publicidad, entre otros. Es importante seleccionar los canales adecuados para maximizar el alcance y la efectividad de la comunicación.
4. Gestión de crisis: Establecer protocolos y procedimientos para gestionar situaciones de crisis o emergencias que puedan afectar la imagen de la institución. Es fundamental contar con un manual de crisis para responder de manera rápida y efectiva ante cualquier eventualidad.

Metas

Son el alcance como gerencia de Comunicaciones queremos llegar para posicionar a la institución.

El mensaje dirigido al público consumidor de los servicios del INM

Medios de comunicación masivos

Comunidad internacional

Organismos cooperantes y de Derechos Humanos

GOBIERNO Llenar el interés del público en materia informativa para dar a conocer todas las actividades y servicios que presta el INM.

Monitoreo y evaluación

El monitoreo y evaluación son componentes clave en un plan de comunicaciones institucional, ya que permiten medir el impacto de las acciones de comunicación, identificar áreas de mejora y ajustar la estrategia según los resultados obtenidos.

Establecer indicadores de desempeño: La gerencia de Comunicaciones del INM define indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten medir el éxito de las acciones de comunicación. Estos indicadores pueden incluir el alcance de las campañas, la interacción en redes sociales, el aumento de la visibilidad de la marca, entre otros.

Utilizar herramientas de monitoreo: La gerencia de Comunicaciones del INM y Casa Presidencial emplea herramientas de monitoreo y análisis de datos para medir el desempeño de las acciones de comunicación. Para proporcionar información sobre la audiencia, el impacto de los mensajes y la efectividad de los canales de comunicación utilizados.

Realizar evaluaciones periódicas: La gerencia de Comunicaciones del INM programa evaluaciones periódicas para analizar los resultados obtenidos y compararlos con los objetivos establecidos en el plan de comunicaciones. Estas evaluaciones permiten identificar qué estrategias están funcionando y cuáles necesitan ajustes.

Ajustar la estrategia: La gerencia de Comunicaciones utiliza los resultados del monitoreo y la evaluación para ajustar la estrategia de comunicación, identificar nuevas oportunidades y corregir posibles desviaciones en el plan inicial.

Tegucigalpa, a los trece días del mes de marzo del 2024.

Wilson Roberto Gomez Baldallo

Gerente de Comunicaciones e Imagen INM