



MINISTERIO
DE CULTURA

**MINISTERIO DE CULTURA
DESPACHO MINISTERIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES**

PLAN OPERATIVO ANUAL 2023

Lcda. América Rosina Melara Alonzo
Directora General de Comunicaciones Institucionales.

EL SALVADOR, SAN SALVADOR 2023



MINISTERIO
DE CULTURA

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. OBJETIVOS DEL PLAN	3
III. ANALISIS DEL ENTORNO	4
IV. IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO.....	8
V. GESTIÓN DEL RIESGO.....	10
VII. VIGENCIA Y AUTORIZACIÓN	17



I. INTRODUCCIÓN

El Plan Operativo Anual (POA) 2023 de la Dirección General de Comunicaciones Institucionales (DGCI) ha sido creado para orientar de mejor manera el desempeño de las funciones enfocadas a la promoción y difusión de la cultura. A su vez, cumplir con el objetivo de planificar y ejecutar las diferentes acciones y actividades comunicacionales a través de las coordinaciones de la Dirección, de acuerdo con los objetivos estratégicos institucionales, para contribuir al fortalecimiento de la imagen del Ministerio de Cultura.

Para el desarrollo de la planificación se llevó a cabo la consulta con las jefaturas de las coordinaciones de la DGCI para definir las necesidades comunicacionales que se tienen para el presente año.

El POA 2023 contiene los objetivos claros que se deben seguir para una 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 al Plan Estratégico Institucional y con los lineamientos generales proporcionados por la Dirección General de Planificación Institucional.

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

II. OBJETIVOS DEL PLAN

A. General

- Ejecutar el Plan Operativo Anual de la Dirección General de Comunicaciones Institucionales 2023 a través de diferentes acciones y actividades comunicacionales que contribuyan a fortalecer la imagen institucional del Ministerio de Cultura.

B. Específicos



MINISTERIO
DE CULTURA

- Planificar las diferentes acciones comunicacionales de manera coordinada con los despachos Ministerial y Viceministerial, las direcciones generales y nacionales del Ministerio de Cultura.
- Elaborar diferentes productos comunicacionales que den respuesta a las necesidades o requerimientos de los despachos Ministerial y Viceministerial, 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.

III. ANALISIS DEL ENTORNO

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• El despacho ministerial apoya el trabajo realizado por la DGCI y respalda su importancia en la institución.• Se cuenta con un buen nivel de equipamiento tecnológico para la ejecución del trabajo comunicacional.• Se ha instalado un sistema de solicitudes para canalizar los requerimientos comunicacionales a la DGCI.• La difusión de la oferta cultural y artística a través de los canales digitales institucionales es constante.	<ul style="list-style-type: none">• La DGCI no cuenta con todo el personal técnico necesario para dar abasto a los requerimientos institucionales.• El personal no recibe formación continua para actualizar sus conocimientos técnicos.• El personal no actualiza sus conocimientos por iniciativa propia, por lo que la visión creativa está desfasada en una considerable parte del equipo.• Los equipos de trabajo no están organizados de manera eficiente, y las metodologías de trabajo están basadas en improvisación y no en

FACTORES INTERNOS	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Se sostiene un convenio de cooperación con un proveedor de soportes publicitarios para anunciar la oferta cultural de la institución en vallas digitales en diferentes puntos del territorio nacional. • Se ha gestionado la difusión gratuita de eventos y oferta cultural en diferentes medios de comunicación externos (radio, televisión, medio impreso y digital). • Se cuenta con presupuesto para la pauta en prensa escrita para publicaciones editoriales y publicitarias a lo largo del año. • Se ha invertido en un diagnóstico de las comunicaciones institucionales que derivará en los insumos para la elaboración de un Plan de Comunicaciones del Ministerio de Cultura. 	<p>estrategia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El personal no trabaja de manera articulada y la comunicación interna es débil. • La proactividad e iniciativa por parte del personal no es constante de parte de todo el personal de la DGCI.

FACTORES EXTERNOS	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • La Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia brinda lineamientos claros sobre los abordajes, tonos y contenidos a comunicar para todas las instituciones del órgano ejecutivo. • Los temas de interés institucional ofrecen el potencial de una exploración creativa provechosa. • La población salvadoreña cuenta con diferentes segmentos de público a quienes es posible dirigirse desde diferentes abordajes comunicacionales. • La población salvadoreña se encuentra interesada en un consumo cultural cada vez mayor, lo que deviene en un aumento de audiencia para la institución. • El Salvador se encuentra en un crecimiento turístico de nacionales y extranjeros, por lo que es posible mercadear muchos de los espacios administrados por la institución desde nuevos conceptos creativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La información de las Direcciones Nacionales no llega con suficiente antelación y es volátil, lo que dificulta preparar estrategias de comunicación exitosas. • El criterio de las Direcciones Nacionales para solicitar la elaboración de productos comunicacionales no está alineado con las comunicaciones contemporáneas, y en algunos casos son renuentes a las propuestas que la DGCI les brinda como alternativas, interpretando como una falta de apoyo que la solicitud no sea atendida como ellos la presentan. • Las Direcciones Nacionales se han acostumbrado a tener injerencia en las decisiones operativas y estratégicas de la DGCI, lo que implica un serio trabajo de establecimiento de límites. • Las Direcciones Nacionales muestran poca disposición para brindar información necesaria para poder elaborar los productos comunicacionales que se necesitan para promover sus actividades. Con frecuencia el apoyo que brindan en campo para la realización de producciones audiovisuales es deficiente, lo que ocasiona pérdida



MINISTERIO
DE CULTURA

FACTORES EXTERNOS

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">Existen muchas áreas institucionales donde es posible aplicar esfuerzos de comunicaciones y mercadeo para potenciar el quehacer del Ministerio de Cultura.	de recursos de la institución, como tiempo de trabajo, depreciación de equipo tecnológico, transporte y combustible.

IV. IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO

Código	Resultados y Acciones	Identificación del riesgo			Análisis del riesgo				Descripción de la calificación del riesgo	
		Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Responsable	Cualificación del riesgo		Nivel de riesgo			
					Probabilidad	Impacto	E	A		M
OEI	4.1.7. Producción de materiales comunicacionales para la difusión de los servicios.									
OEI	4.1.7.1. Elaboración de productos comunicacionales	Riesgo de planeación, administración y coordinación	Que no se logre elaborar los productos comunicacionales por la información remitida de forma tardía.	Coordinaciones de la DGCI	Muy probable	Serio				Riesgo extremo
AD	3.3.4. Implementar la plataforma para el seguimiento a la simplificación administrativa y a los planes de mejora regulatoria en las oficinas de Gobierno.									
AD	3.3.4.1. Generación de mecanismos que mejoren la recepción de solicitudes de difusión de servicios.	Riesgo de organización, roles y responsabilidades	Que no se generen los mecanismos por falta de atención de las coordinaciones de la DGCI.	Equipo técnico de la DGCI	Muy probable	Serio				Riesgo extremo



MINISTERIO
DE CULTURA

Código	Resultados y Acciones	Identificación del riesgo			Análisis del riesgo					Descripción de la calificación del riesgo	
		Tipo de riesgo	Descripción del riesgo	Responsable	Cualificación del riesgo		Nivel de riesgo				
					Probabilidad	Impacto	E	A	M		B
RO	4. Fortalecida la imagen institucional del Ministerio de Cultura del 60% en 2023										
RO	4.1 Promoción de la agenda cultural y otras temáticas en medios de comunicación.	Riesgo político	Insuficiente visibilización de los proyectos impulsados por el Ministerio de Cultura debido a la coyuntura o medios de oposición.	Director y coordinaciones de la DGCI	Alta probabilidad	Bajo					Riesgo alto
RO	4.2 Verificación de presencia mediática institucional										
RO	4.3 Estadísticas de redes sociales y canal de YouTube	Riesgo de imagen (Reputacional)	Escaso posicionamiento de la imagen institucional por la intervención de diferentes actores contra el patrimonio y la infraestructura cultural.	Coordinaciones de Redes Sociales de la DGCI	Muy probable	Bajo					Riesgo alto



V. GESTIÓN DEL RIESGO

RIESGOS	GESTIÓN DEL RIESGO
<ul style="list-style-type: none">• Que los productos comunicacionales que se elaboren carezcan de un sentido político y comunicacional idóneo para el Ministerio de Cultura.• Que no se logren alcanzar a todos los posibles públicos desde las redes sociales, que son el principal canal de comunicaciones.• Que el personal de la DGCI se desfase en un sentido comunicacional, conceptual y creativo.• Que detractores de la administración pública devalúen la imagen del Ministerio de Cultura a partir de campañas de desprestigio.	<ul style="list-style-type: none">• Establecer una comunicación interna eficaz dentro de la DGCI para trasladar lineamientos de mensajes a publicar, brindando el nivel de contexto necesario y el mejor abordaje a seguir.• Difundir la comunicación institucional en diferentes canales de difusión tanto digitales como tradicionales para lograr un mayor alcance.• Brindar referencias actualizadas a cada área de trabajo de manera constante para que aseguren que puedan estar al tanto de las maneras en que se produce contenido en la actualidad y cuáles de estas son útiles retomar desde el Ministerio de Cultura.• Generar campañas de comunicación a lo largo del año para difundir el quehacer y temas de interés institucional para tener mayor control sobre el discurso social que se da sobre el Ministerio de Cultura y anticipar con información verídica cualquier difamación o desinformación que pueda generarse sobre la institución.



MINISTERIO
DE CULTURA

VI. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Códigos	Resultados y Acciones	Indicadores	Medios de Verificación	Fuente de Datos	Persona Responsable de Ejecución	Unidad de Medida	Meta Anual (Cantidad de Resultados y Acciones)	Presupuesto (Dato Proporcionado por DGFI)	Meses													
									E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
OEI	4.1.7. Materiales comunicacionales producidos para la difusión de los servicios.	Número de productos comunicacionales				Servicios comunicacionales																
OEI	4.1.7.1. Elaboración de productos comunicacionales		Reporte mensual de productos comunicacionales	A100.1 - 03 POA 2023	Coordinaciones de la DGCI	Documento	12		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
AD	3.3.4. Plataforma para el seguimiento a la simplificación administrativa y a los planes de mejora regulatoria en las oficinas de Gobierno.	Sistema hecho				Plataforma																



MINISTERIO
DE CULTURA

AD	3.3.4.1. Sistema implementado para recepción de solicitudes de difusión de servicios.		Informes generados por el Sistema	A100.1 - 03 POA 2022	Equipo técnico de la DGCI	Documento	12			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RO	4. Fortalecida la imagen institucional del Ministerio de Cultura en 2023	Cantidad de agendas culturales				Imagen Institucional																	
RO	4.1 Promoción de la agenda cultural y otras temáticas en medios de comunicación.		Cuadro mensual de espacios gestionados	A100.1 - 03 POA 2023	Coordinación de Contenido Multimedia	Agenda	12			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RO	4.2 Verificación de presencia mediática institucional		Documento mensual de presencia mediática	A100.1 - 03 POA 2023	Coordinación de Prensa	Documento	12			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RO	4.3 Estadísticas de redes sociales y canal de YouTube		Cuadros estadísticos	A100.1 - 03 POA 2023	Coordinación de Redes Sociales y Audiovisuales	Estadísticas	12			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



MINISTERIO
DE CULTURA

PNVLV	1.3.4. Creada e implementándose permanentemente campañas comunicacionales estatales, para sensibilizar a la población y promover los espacios creativos y deportivos inclusivos, para las mujeres y respetuoso de la diversidad	Número de campañas				Campaña									
PNVLV	1.3.4.1. Elaborada propuesta de campaña de comunicaciones que aporte a la transformación de los modelos sexistas y discriminatorios en el arte, la gestión del conocimiento, el patrimonio cultural y la cultura comunitaria.	Campaña elaborada	A100.1 - 03 POA 2023	Coordinación de Diseño Gráfico	Documentos	1			1						



MINISTERIO DE CULTURA

LIE	Desarrolladas las actividades que promueven la igualdad, equidad y erradicación de la violencia y discriminación de género con personal, en los meses de marzo, junio y noviembre 2023.	Número de actividades			Actividades realizadas														
LIE	Gestión y participación en dos actividades de sensibilización y capacitación relacionadas a la cultura de igualdad, equidad y no discriminación para fomento y garantía de derechos de mujeres, población LGBTIQ+, afrodescendientes y pueblos indígenas.	Lista de asistencia	A100.1 - 03 POA 2023	Técnico Administrativa	Documento	2				1		1							



MINISTERIO
DE CULTURA

LAIP	2. Obtenido el nivel óptimo de información oficiosa actualizada y disponible y tener la información oficiosa actualizada y disponible.	Información oficiosa actualizada				Información	1												
LAIP	2.1 Presentar información de tipo oficiosa identificada (memoria de labores).		Documento de memoria de labores	Sitio web	Equipo técnico de la DGCI	Memoria de labores	1												1
LGDA	3. Implementado el sistema institucional de gestión documental y archivos, a partir del avance experimentado en 2022.	Número de inventarios de series documentales elaborados				Inventarios de series documentales	3												
LGDA	3.1 Elaboración de los inventarios documentales de las series: A100.1-03 de los años: 2012-2015.		Inventarios	A100.1 - 03 POA 2022	Auxiliar de Archivo con apoyo de la Asistente Administrativa	Archivos	3					1							1

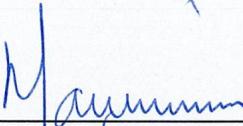


MINISTERIO
DE CULTURA

LMA	4. Implementar medidas a favor de medio ambiente y eficiencia energética.	Número de medidas				Acción	2												
LMA	4.1 Instruir al personal para el cumplimiento del proceso de reciclaje, basados en el Plan de Manejo Integral de los desechos sólidos en oficinas centrales.		Memorándum	A100.1 - 03 POA 2022	Técnico Administrativa	Documento	1												1
LMA	5. Fortalecida la educación ambiental del personal de la institución a través de capacitaciones, talleres mensajes de sensibilización y otros.	Número de participaciones				Educación Ambiental													
LMA	5.3 Participación a talleres de manualidades con reciclaje que se realizará con el apoyo de otras unidades del Ministerio.		Invitación a taller y lista de asistencia	A100.1 - 03 POA 2022	Técnico Administrativa	Participación	1												1

VII. VIGENCIA Y AUTORIZACIÓN

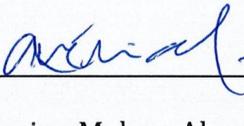
El presente Plan Operativo Anual 2023 entrará en vigencia a partir de la autorización de la Ministra de Cultura.

Autorizado: 
Mariem Pleitez
Ministra de Cultura

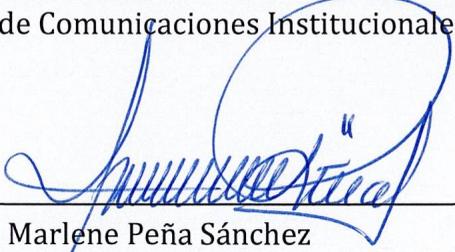


Revisado: 
Lcda. Claudia de Iglesias
Directora General de Planificación y Desarrollo Institucional



Formulado y elaborado: 
Lcda. América Rosina Melara Alonzo
Directora General de Comunicaciones Institucionales



Técnico de Enlace 
Ivonne Marlene Peña Sánchez
Técnico Administrativa

Fecha de autorización: 

