



DIRECCIÓN DE ASUNTOS DISCIPLINARIOS POLICIALES

DIDADPOL

PREVENCIÓN - CONTROL - INVESTIGACIÓN



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PEC

Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales

Dirección: Centro Cívico Gubernamental
Teléfono: PBX (504) 2232-6220

webmaster@didadpol.gob.hn

Primera edición: octubre 2020

Dirección

Alan Edgardo Argeñal Pinto
Director de la DIDADPOL

Unidad de Comunicación Institucional

Jessy Larissa Amador
Jefe de la Unidad de Comunicación Institucional

El Centro de Ginebra para la Gobernanza del Sector de Seguridad (DCAF)

Coordinador Nacional de Programa: Dan Hales
Experto Principal 2: Leyla Elisa Diaz Lopez

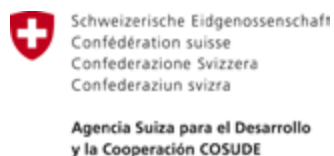
Realizado por:

Ligia Carmona Barrios
Desarrollo Multilateral (DEM)

Diseño y Diagramación:

Mabel Orellana

Reservados todos los derechos.



La publicación del Plan Estratégico de Comunicación de la Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales (DIDADPOL) se realizó en el marco del Programa Seguridad Ciudadana componente Asesoramiento Policial con el apoyo técnico y financiero de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) y ejecutado por DCAF Honduras.

Las ideas y opiniones expresadas en el texto son de exclusiva responsabilidad de sus autores, y no reflejan necesariamente la visión ni la opinión de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).

Contenido

Siglas y acrónimos.....	4
PARTE I: PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN.....	5
¿Qué es la DIDADPOL?.....	6
Introducción.....	7
Diagnóstico de comunicación.....	8
Objetivos.....	9
General.....	9
Específicos.....	9
Ejes transversales.....	9
Lineamientos generales.....	10
Sobre la implementación del PEC.....	10
Sobre los mensajes institucionales.....	10
Sobre prensa y medios de comunicación.....	11
Sobre material audiovisual y fotografía.....	13
Sobre campañas de comunicación.....	15
Públicos meta.....	15
Comunicación interna.....	16
Comunicación Externa.....	18
Mensajes y lema.....	19
Matriz de mensajes.....	20
Lema y Hashtags.....	21
Vocería.....	22
Matriz de vocería.....	22
Estrategias de comunicación.....	23
Estrategia de difusión y visibilidad.....	23
Estrategia de confianza.....	23
Estrategia de relaciones públicas.....	23
Estrategia de uso efectivo de las redes sociales.....	23
PARTE II: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	24
Objetivos de comunicación y público meta.....	25
Herramientas y canales de comunicación.....	26
Herramientas y acciones de comunicación.....	27
Responsables y roles.....	30
PARTE III: PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	31
Objetivos de comunicación y públicos meta.....	32
Herramientas y canales de comunicación.....	33
Herramientas y acciones de comunicación.....	34
Responsables y roles.....	38
PARTE IV: ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN.....	39
Monitoreo y evaluación.....	40
Calendario.....	49
Recursos.....	60
Recurso humano.....	60
Recursos materiales.....	65

Siglas y acrónimos

CNH	Congreso Nacional de Honduras
CSJ	Corte Suprema de Justicia
DIDADPOL	Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales
ONG	Organizaciones No Gubernamentales
PEC	Plan Estratégico de Comunicación
PEI	Plan Estratégico Institucional
POA	Plan Operativo Anual
PNH	Policía Nacional de Honduras
SEDS	Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad
SpD	Socios de Cooperación Internacional para el Desarrollo
TSC	Tribunal Superior de Cuentas
UCI	Unidad de Comunicación Institucional
UPEG	Unidad de Planificación y Evaluación de la Gestión



PARTE I

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

¿Qué es la DIDADPOL?

El 21 de enero de 2018 entró en vigencia la Ley Orgánica de la Secretaría de Estado en el despacho de Seguridad y de la Policía Nacional de Honduras, mediante Decreto Legislativo No. 18-2017. Los artículos 5 y 15 de dicho Decreto dieron vida a la Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales (DIDADPOL) como una dependencia desconcentrada de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad con autonomía técnica, administrativa, financiera y operativa que tiene bajo su cargo investigar los hechos constitutivos de faltas graves y muy graves en las que incurran los miembros de la Carrera Policial y las/os funcionarias/os y empleadas/os de la Secretaría de Seguridad.

Según el Reglamento de Organización y Funciones de la DIDADPOL, la Unidad de Comunicación Institucional (UCI) es responsable de diseñar, coordinar y ejecutar estrategias de comunicación orientadas a la difusión de información actualizada y previamente autorizada por la Dirección, así como direccionar los procesos de comunicación y de relaciones públicas de la DIDADPOL.

De la misma manera, es responsable de establecer una estrategia de trabajo que coadyuve a nivel interno la difusión de información relacionada con los miembros de la Carrera Policial y la SEDS. La UCI debe, además, diseñar, coordinar y ejecutar estrategias de comunicación orientadas a la sociedad en general.

A continuación, se presenta la misión, visión, valores, principios y valor público de la DIDADPOL:



Introducción

Para la DIDADPOL, la comunicación institucional es considerada como una prioridad, en tanto es un instrumento estratégico que permite no solo el posicionamiento de la institución, sino también el establecimiento de relaciones de confianza con sus públicos meta, lo cual, a su vez, resulta en servicios más eficaces y eficientes para la población.

La necesidad de comunicar el quehacer institucional no debe dejarse al azar. La comunicación institucional incluye desde promover el sentido de pertenencia de las funcionarias y los funcionarios con la institución, hasta implementar campañas de prevención para los miembros de la Carrera Policial y de información para la población en general.

Sin duda, la comunicación estratégica contribuye a cumplir con la misión, la visión y los objetivos de la institución, guiada por sus principios y valores. Es por esto que el Plan Estratégico de Comunicación debe estar estrechamente ligado al Plan Estratégico Institucional, ya que es una herramienta transversal que permitirá mantener una buena imagen y reputación.

Los procesos de comunicación suponen una planificación metódica y sistemática, tomando como referencia un análisis del entorno para determinar, de forma realista, objetivos que apunten a fortalecer el posicionamiento institucional, a definir lineamientos generales de aplicación a las funcionarias y los funcionarios de la DIDADPOL, así como a determinar canales y acciones de comunicación que satisfagan las necesidades de información de los públicos meta.

De la misma manera, es clave contar con herramientas eficaces y eficientes que permitan comunicar mensajes de forma clara, sencilla y cercana que den coherencia a la filosofía y cultura institucional.

El presente documento es una guía de las acciones estratégicas de comunicación a implementar por la DIDADPOL y el cual permitirá consolidar su posicionamiento, imagen y reputación institucional. Si bien la UCI es la encargada de velar por su cumplimiento, es un instrumento de aplicación para toda la institución, el cual debe ser guiado de forma estratégica por la Dirección de la institución.

Diagnóstico de comunicación

Para la elaboración del PEC, se realizó, como un paso previo, un diagnóstico de comunicación que incluyó la realización de entrevistas a actores clave, la revisión documental de diversas leyes, reglamentos e instrumentos técnicos, así como el análisis del uso de las redes sociales de la institución por un período de 4 meses del año 2020.

La metodología de análisis de la información se clasificó en seis dimensiones, las cuales se describen a continuación:

Percepción y posicionamiento

Se refiere al nivel de conocimiento que tienen los diversos actores clave sobre la DIDADPOL y su quehacer, así como si existe una percepción positiva o negativa sobre sus acciones.

Públicos meta - mensajes

Identifica los públicos metas que tiene la DIDADPOL, a los cuales van dirigidos todos sus mensajes de comunicación y dónde quiere posicionarse.

Medios

Se logra identificar opiniones sobre la utilización de los medios tradicionales y las plataformas digitales que más utilizan y la respuesta institucional que le dan a sus seguidores y las reacciones que reciben de parte de ellos.

Recursos

Se refiere a la pertinencia en cuanto a los recursos financieros, técnicos y humanos asignados para llevar adelante las acciones de comunicación y visibilidad de la DIDADPOL. Este aspecto de análisis se enfocó únicamente para el público interno.

Monitoreo, evaluación y seguimiento

Enfocado en el público interno, este aspecto refleja la forma y los instrumentos utilizados para medir, monitorear y evaluar las acciones en materia de comunicación.

Retos

Se pretende conocer los retos y posibles cambios a implementar para superarlos y desarrollar una comunicación más eficiente y eficaz.

En términos generales, los principales hallazgos del diagnóstico y los cuales dieron la base no solo para la realización del PEC, sino también de sus planes de comunicación interna, externa y de redes sociales, así como una estrategia de implementación y ciertas herramientas para hacer campañas de comunicación son:

1. Como una institución nueva, la DIDADPOL necesita reforzar su posicionamiento, aclarando su rol, alcance y quehacer institucional.
2. La DIDADPOL es una institución de servicio a la ciudadanía en general por lo que los mensajes deben procurar generar confianza para fortalecer la cultura de denuncia.
3. La DIDADPOL apuesta por una estrategia de medios digitales, sin embargo, carece de una estrategia de redes sociales.
4. La DIDADPOL, al no tener un plan estratégico de comunicación, carece de un sistema de monitoreo y seguimiento que le permita conocer si sus acciones tienen el impacto deseado y al mismo tiempo, que le permite reorientar dichas acciones, en caso de ser necesario.

Objetivos

General

Fortalecer el posicionamiento de la DIDADPOL como una institución que contribuye a la investigación y a la prevención de la comisión de faltas graves y muy graves por los miembros de la Carrera Policial, funcionarios y empleados de la Secretaría de Seguridad, asegurando que la población en general cuente con una Policía Nacional confiable y eficiente.

Específicos

- Definir lineamientos generales en materia de comunicación a ser implementados por las funcionarias y los funcionarios de la DIDADPOL.
- Determinar canales y acciones de comunicación que satisfagan las necesidades de información de los públicos meta de la DIDADPOL
- Contar con herramientas eficaces y eficientes que permitan comunicar mensajes de forma clara, sencilla y cercana a los públicos meta.

Ejes transversales

La comunicación institucional, además de tener sus focos en la misión, visión, valor público, principios y valores institucionales, debe regirse por los siguientes ejes transversales:

Enfoque de género:

La DIDADPOL debe cuidar que sus mensajes tomen en cuenta el contexto de desigualdades de género, tanto en el campo laboral y profesional, como en la sociedad en general. Es necesario que la institución utilice un lenguaje no discriminatorio, ni violento hacia las mujeres.

Enfoque de derechos humanos:

Como una institución que forma parte del Estado hondureño, los mensajes que comunique la DIDADPOL deben respetar, proteger y promover el respeto y cumplimiento de los derechos humanos, haciendo énfasis en aquellas personas a las que DIDADPOL preste sus servicios, tanto desde la comunicación interna, como externa.

Gobernanza:

Siendo la DIDADPOL una institución al servicio de la población, es importante que sus mensajes comunicacionales permitan una interacción entre la institución y sus públicos metas, ya sean éstos internos o externos.

Gestión por resultados, transparencia y rendición de cuentas:

En aras de generar un clima de confianza, la DIDADPOL debe incluir la rendición de cuentas y transparencia como un eje transversal en las comunicaciones, dando acceso a la información a sus funcionarias y funcionarios de forma oportuna, sin que esto implique una violación a los derechos de terceras personas. De la misma manera, la institución debe tener la disponibilidad de brindar la información necesaria, adecuada y oportuna a la población en general.

Lineamientos generales

Para el correcto posicionamiento de la DIDADPOL es necesario tomar en consideración algunos lineamientos generales que buscan ser una guía acerca de aspectos clave del PEC.

Por otro lado, en consideración que las comunicaciones tienen una estrecha relación con la evolución del mundo digital, es necesario que el personal de la UCI cuente con plan de capacitación robusto en materia de comunicación estratégica e institucional, así como en estrategias de marketing digital, diseño, entre otros temas.

Sobre la implementación del Plan Estratégico de Comunicación

Toda acción de comunicación, así como la producción de materiales están regulados en el presente PEC y en el Manual de Identidad Visual.

La implementación de las acciones de comunicación, la producción y difusión de materiales de comunicación, de visibilidad impresos y audiovisuales son responsabilidad de la Unidad de Comunicación Institucional, previo a su ejecución, deben contar con el visto bueno de la Jefatura de la Unidad de Comunicación Institucional, así como con la aprobación final de la Dirección de la institución.

La creación de nuevas unidades u oficinas dentro de la institución debe ser coordinada con la UCI, sobre todo aquellas que tengan estrecha vinculación con temas de comunicación y visibilidad.

Sobre los mensajes institucionales

Los mensajes institucionales que se difundan en cualquier material impreso y audiovisual, así como los mensajes de las personas que ejercen la vocería institucional, deben tener en cuenta los siguientes criterios:

- Enfatizar los principios y valores de la institución, buscando hacer referencia específica en aquellos que amerite la acción de comunicación, así como el público meta al cual se dirige.
- Mantener la objetividad al emitir posturas institucionales referente a procesos de investigación que lleva a cabo la DIDADPOL.
- Utilizar un lenguaje sencillo, concreto y cercano con el público meta, evitando tecnicismos y exceso de siglas.
- Resaltar los logros y resultados alcanzados por la institución, en especial aquellos que arrojen los informes anuales de rendición de cuentas en relación a sus actividades de prevención, control, investigación, recomendaciones, entre otras.
- Evitar la publicación de mensajes con alguna orientación política, religiosa o sexual específica que excluya a ciertos sectores de la población hondureña.
- Los mensajes sobre los procesos investigativos que lleve a cabo la institución no solamente deben incluir los datos de denuncias recibidas, investigaciones de oficio, audiencias de descargo o informes técnico-administrativos emitidos, sino también la resolución emitida por la SEDS al final del proceso, sin que esto signifique la violación al derecho de presunción de inocencia o la revelación de la identidad de las partes involucradas.

Sobre prensa y medios de comunicación

Conferencias de prensa

Las conferencias de prensa son actos informativos que, por lo general, son convocados por la institución y tienen por objetivo dar a conocer una postura oficial sobre algún acontecimiento en particular o presentar un evento o serie de eventos. Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Preparar la postura institucional que se quiere transmitir en la conferencia de prensa, recopilar datos, estadísticas e información del contexto político y social o cualquier otra información que se considere pertinente.
- Emitir la convocatoria de prensa entre 48 y 24 horas antes.
- Seleccionar a los medios de comunicación más afines con la información que se entregará. Identificar con rótulos de mesa a los participantes en la conferencia de prensa, donde también se de visibilidad el logo institucional.
- Entregar, cada vez que sea posible, un fact sheet o dossier de prensa que facilite la comprensión del tema. Cuando sea necesario, se debe entregar un dossier más completo que incluya información institucional (brochure, folleto, etc.)
- Levantar un listado de los medios de comunicación asistentes para dar seguimiento enviando el comunicado de prensa y otro material de comunicación que se considere estratégico para acompañar la cobertura.
- Mostrar accesibilidad a las preguntas que realizan los medios de comunicación y evitar conflictos o polémicas con las y los periodistas.
- Asegurar la entrega de tarjetas de presentación, en especial de la Jefatura de la UCI, quien es la persona encargada de atender a la prensa.
- Utilización de backing multilogo de la institución como fondo de la mesa principal o del pódium, donde se encuentren las autoridades convocadas.

Comunicados de prensa

Los comunicados de prensa tienen como objetivo brindar información sobre un hecho, acontecimiento o actividad que la DIDADPOL considere relevante y de interés para sus públicos meta. Al momento de su realización, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Evitar extenderse de más de 500 palabras.
- Redactar con un enfoque noticioso que despierte el interés del público, priorizando lo más importante y dejando al final los datos complementarios.
- El comunicado debe constar de un titular, una entrada y un cuerpo de la noticia.
- Acotar o hacer aclaraciones de términos técnicos o legales cada vez que sea necesario.
- Incorporar historias de éxito o casos de vida, si fuera posible.
- Incluir, cada vez que sea necesario, cifras que respalden la información que se brinda para acreditarla.

- Incluir el nombre, cargo, teléfono, correo electrónico de la persona encargada de prensa, así como el sitio Web y redes sociales de la DIDADPOL.
- El diseño del comunicado de prensa debe seguir la línea gráfica definida en el Manual de Identidad Visual de la DIDADPOL.

Fact sheet

Fact sheet es una hoja informativa que tiene por objetivo brindar datos clave sobre el tema que se quiere dar a conocer. Para la realización el fact sheet, hay que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Utilizar formatos distintivos para presentar la información, por ejemplo, tablas, gráficas, viñetas, entre otros.
- El contenido no debe superar una hoja de tamaño carta.
- Brindar fuentes de los datos que se presentan.
- Incluir el nombre, cargo, teléfono, correo electrónico de la persona encargada de prensa, así como el sitio Web y redes sociales de la DIDADPOL.

Dossier de prensa

El dossier de prensa recopila de forma más amplia cualquier información que se quiera dar a conocer y a diferencia del comunicado de prensa, no pierde vigencia tan rápidamente, por lo que es importante incluir suficiente información de utilidad para los medios. A tomar en cuenta:

- Incluir contexto y antecedentes, según el tema a tratar.
- Incluir fotografías y material audiovisual que pueda ser de interés.
- Incluir el nombre, cargo, teléfono, correo electrónico de la persona encargada de prensa, así como el sitio Web y redes sociales de la DIDADPOL.

Cuñas radiales

Las cuñas radiales buscan colocar un mensaje institucional con un alcance masivo. Para la producción de una cuña es necesario tener en cuenta:

- La duración debe ser entre 10 y 30 segundos.
- Planificar la producción de la cuña, elaborando un guión que al menos contenga 3 columnas:
 - En la primera se detalla el tiempo.
 - En la segunda se incluyen las especificaciones técnicas para los operadores y los productores de la cuña.
 - En la tercera, se incluye la locución.
- Repetir la palabra clave o mensaje que se quiere dar a conocer.
- Determinar la voz adecuada para la locución de la cuña radial. Para mensajes institucionales procurar una voz que transmita seriedad y a la vez confianza. Para campañas de prevención puede funcionar el contraste de voces, como un diálogo. La locución debe ser clara, con excelente dicción.

- Utilizar música que no quite relevancia, ni seriedad al mensaje institucional.
- Mencionar con claridad el nombre de la institución, así como sus redes sociales y vías de denuncia.

La entrevista

Las entrevistas a medios de comunicación, se utilizan para contribuir a la difusión de algún tema de interés, ya sea que la DIDADPOL quiera colocar en el colectivo, o que sea de interés para los medios de comunicación. En cualquier caso, hay que considerar los siguientes puntos:

- Preparar la entrevista con el mensaje clave que quiere ser comunicado, tratando de prever las preguntas que puedan ser de interés para los medios de comunicación.
- Es preciso que la persona entrevistada se haga acompañar de personal de la UCI.
- Usar ropa adecuada según el medio que se visita y la audiencia a la que se dirige.
- En los casos que sea posible, se recomienda colocar un roll-up institucional como fondo.

Sobre material audiovisual y fotografía

Videos

Los videos son aquellas producciones que hace la DIDADPOL, ya sea institucionales, en el marco de campañas de comunicación o de eventos institucionales. Estas producciones son generalmente utilizadas para las plataformas digitales. A continuación, algunos lineamientos:

- Para la producción de videos en eventos:
 - Hacer pruebas previas con el equipo a utilizar en el lugar del evento.
 - Controlar el ruido tanto visual, como auditivo.
 - Utilizar trípode en todo momento, en especial para las tomas fijas.
 - Si se quiere hacer movimientos, se recomienda solamente los paneos de forma moderada.
 - Utilizar identificadores con los nombres de las autoridades que tengan palabras o ponencias en el evento.
 - Incluir subtítulos, si se considera pertinente.
 - Mencionar con claridad del nombre de la institución, así como sus redes sociales y vías de denuncia.
- Para los videos institucionales, de campañas u otra acción de comunicación:
 - Elaborar un guión y storyboard. Se puede utilizar la misma estructura de guión que para el spot de TV.
 - Elaborar un storyboard para facilitar la pre visualización del spot y facilitar la aprobación.
 - Utilizar un lenguaje sencillo y claro para transmitir mensajes concretos.
 - Evitar el uso de tecnicismos o términos legales complicados.
 - Incluir subtítulos, si se considera pertinente.
 - Mencionar con claridad del nombre de la institución, así como sus redes sociales y vías de denuncia.

Fotografías

Las fotografías son elementos que acompañan cualquier material de comunicación y visibilidad que la DIDADPOL quiera difundir. Las fotografías de menores de edad podrán ser utilizadas únicamente si la institución cuenta con la autorización por escrito de sus padres o tutores legales. Para optimizar su utilización, se deben seguir algunas pautas:

- Los criterios para la selección de fotografías deben apegarse a los principios y valores institucionales.
- Las fotografías no deben presentarse solas. Se debe buscar una integración entre texto e imagen, a modo que las fotografías tengan un contexto.
- Evitar el uso de fotografías que transmitan sentimientos de desesperanza, violencia o que denigren la imagen de los miembros de la Carrera Policial.
- En los casos que aplique, se deben incluir los créditos de los profesionales que tomaron las fotografías.
- En los casos que se utilicen fotografías de internet, se deben buscar aquellas con licencias para uso comercial.
- En caso que las fotografías que se hagan durante una visita de campo y tengan el fin de formar parte de una producción impresa o audiovisual de la DIDADPOL, debe estar respaldada por una autorización (anexo X).

Spots de TV

Al igual que las cuñas radiales, los spots de televisión tienen como fin dar a conocer los mensajes con un alcance masivo. Para su producción, se deben considerar los siguientes puntos:

- La duración no debe exceder los 60 segundos.
- Planificar la producción del spot con un guión que al menos tenga 2 columnas:
 - En la primera columna se especifican las imágenes que se verán en video.
 - En la segunda columna se especifica el audio (música, locución).
- Elaborar un storyboard para facilitar la pre visualización del spot y facilitar la aprobación.
- Utilizar un lenguaje sencillo y claro para transmitir mensajes concretos.
- Evitar el uso de tecnicismos o términos legales complicados.
- Mencionar con claridad del nombre de la institución, así como sus redes sociales y vías de denuncia.

Sobre campañas de comunicación

Las campañas de comunicación, información o sensibilización pueden tener varios objetivos como, por ejemplo, proporcionar información sobre temas de interés público, crear consciencia sobre ciertos aspectos o reforzar el posicionamiento institucional. En todo caso, las campañas deben seguir un proceso de planificación similar que garanticen su correcta aplicación:

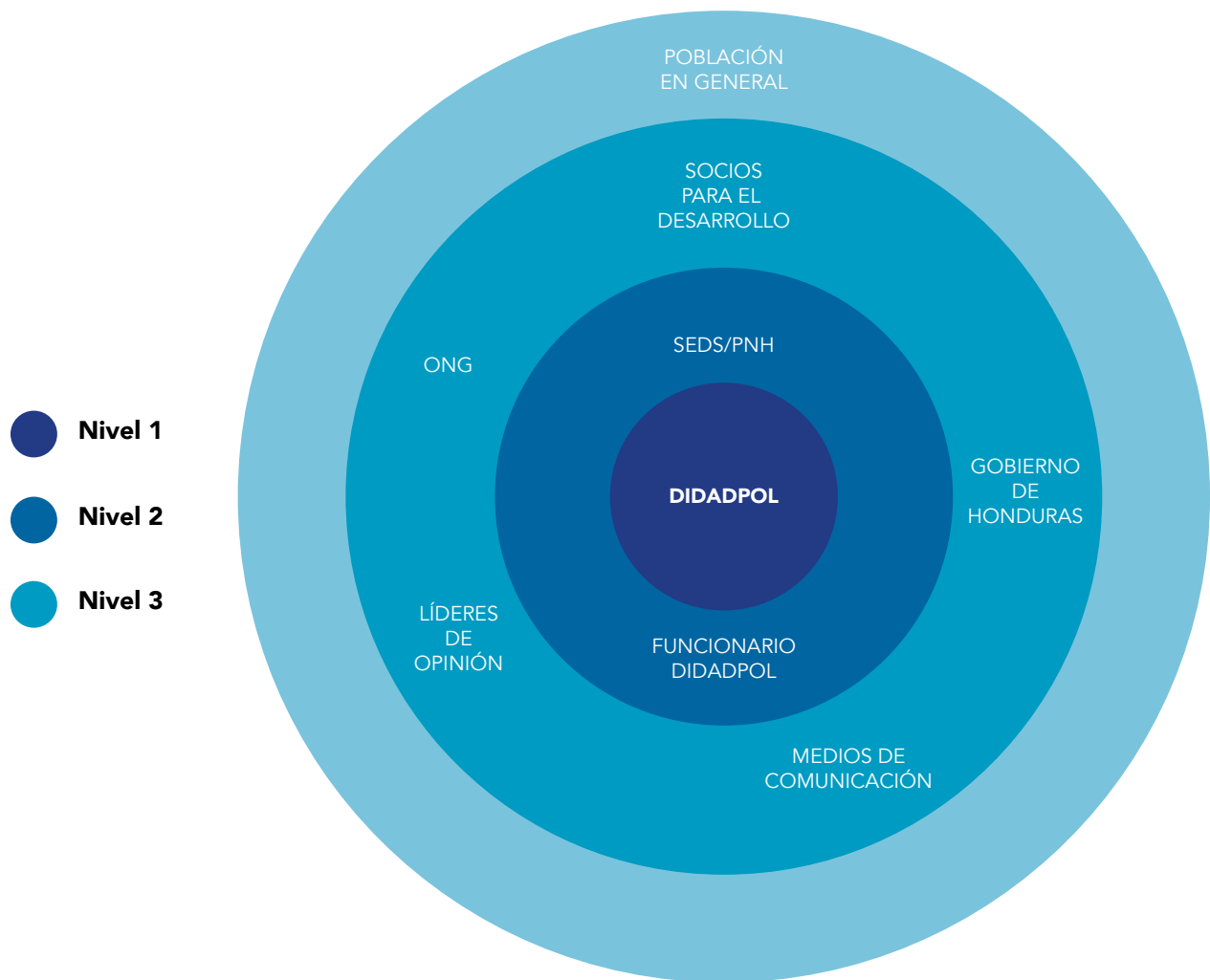
- Preparar un documento conceptual que, al menos, contenga los siguientes aspectos:
 - Nombre y lema de la campaña, así como las etiquetas a utilizar en redes sociales.
 - Objetivos.
 - Públicos meta.
 - Duración.
 - Ideas fuerza.
 - Definición de canales y herramientas.
 - Mensajes y copies (redes sociales).
 - Producción de audiovisuales y/o promocionales.
 - Calendario de publicaciones
 - Pago de pauta.
 - Indicadores
- Toda campaña debe definir su propia línea gráfica, la cual debe tomar los elementos bases del Manual de Identidad Visual de la DIDADPOL.
- Según la duración de la campaña, se debe considerar hacer una evaluación de medio término para reorientar las estrategias, si fuera necesario.

Públicos meta

Los públicos que se presentan en este plan se han clasificado en público interno y externo, tomando en consideración la relación que tienen con la DIDADPOL, lo cual, además, determina el tipo de acciones de comunicación que hay que implementar con cada uno de ellos para cumplir con los objetivos del presente documento.

A continuación, se presenta el mapa de públicos meta de la DIDADPOL, el cual determina sus niveles de interacción y cercanía con la DIDADPOL, pero no su nivel de importancia.

El nivel 1 está conformado por las funcionarias y los funcionarios de la DIDADPOL, así como la SEDS y la PNH, quienes son públicos de la comunicación interna del PEC, por lo que tienen mayor cercanía con la institución y sus acciones de comunicación. El nivel 2 está conformado por la mayoría de los públicos externos, a través de quienes se llega al nivel 3, que está compuesto por la población en general. Es importante destacar que las estrategias y acciones de comunicación deben estar diseñadas de acuerdo al público meta y que, si bien la DIDADPOL, tiene el mandato de atender las demandas de la población en general, es necesario perfilar y categorizar a cada sector de ella, para atender de una manera más efectiva, sus necesidades de comunicación.



Comunicación interna

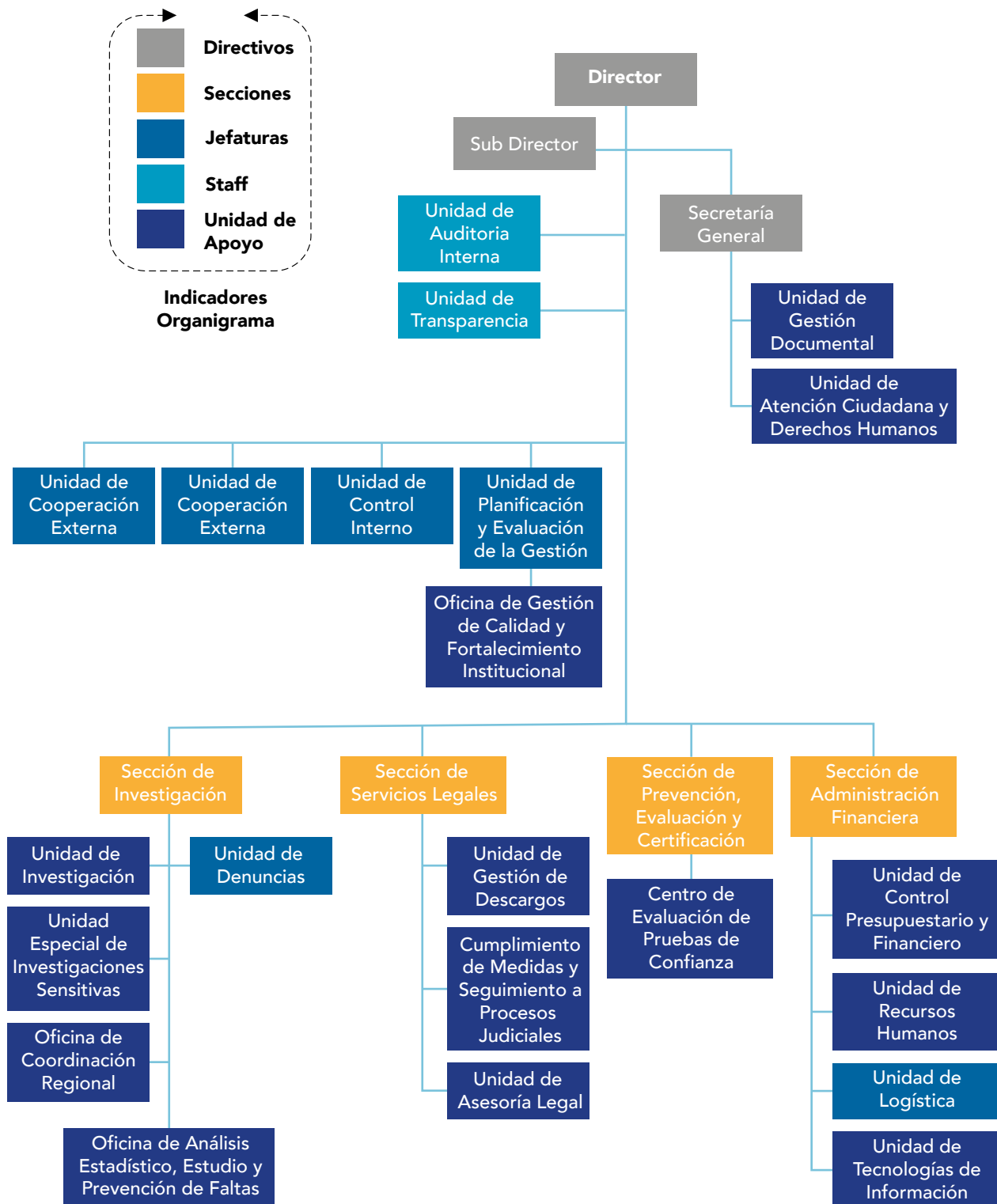
En el marco del PEC se toma como referencia que, si bien la DIDADPOL es una dependencia desconcentrada de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad, con autonomía técnica, administrativa, financiera y operativa, la institución fue creada, en 2018, en el seno de la Ley Orgánica de la Secretaría de Estado en el Despacho de Seguridad y de la Policía Nacional de Honduras para ejercer funciones que buscan preservar la buena conducta, ética, integridad, transparencia, legalidad y eficiencia de los miembros de la carrera policial y de las personas funcionarias y empleadas de la SEDS. Es decir, la DIDADPOL existe para accionar sobre el quehacer de la SEDS y de la Policía Nacional y su quehacer está exclusivamente relacionado con ambas instancias.

Por lo tanto, el público interno de este plan, no solo se compone por las funcionarias y los funcionarios de la DIDADPOL, como sería lo tradicional, sino también por los miembros de la carrera policial, sobre quienes debe llevar a cabo sus investigaciones.

Dicho esto, a continuación, se describen los públicos de la comunicación interna de la DIDADPOL.

Funcionarias y funcionarios de la DIDADPOL

Este público está compuesto por toda la estructura orgánica de la DIDADPOL, la cual se presenta a continuación:



Miembros de la Carrera Policial

Según el artículo 5 de la Ley Orgánica de la SEDS y la Policía Nacional, la cual entró en vigencia en 2018, se considera miembro de la Carrera Policial a todo el personal de servicio policial activo en sus diferentes categorías y grados, que hayan obtenido título en estudios policiales de un centro de formación policial acreditado en el país o de un centro de formación análogo extranjero acreditado y que previo cumplimiento de los requisitos legales establecidos cuenten con un Acuerdo de Nombramiento emitido por la autoridad competente; los cuales se encuentran regulados bajo el régimen de Carrera Policial establecido en dicha ley y su reglamento.

Igualmente son miembros de la Carrera Policial el personal auxiliar y técnico de servicio en la Policía Nacional, previo cumplimiento de los requisitos legales establecidos.

Comunicación Externa

Aunque la DIDADPOL, de acuerdo a su razón de ser institucional, dirija todas sus acciones a la población en general, es necesario que se definan acciones de comunicación para algunos públicos externos estratégicos, con los cuales se pretende mejorar el posicionamiento y, por ende, las relaciones institucionales.

Estado y Gobierno de Honduras

DIDADPOL, como una dependencia desconcentrada de la SEDS, forma parte del Gobierno de Honduras y tiene una interacción directa con otros Poderes, Secretarías e instituciones del Estado. Entre ellas, destacan la SEDS y la PNH, pero, además, tienen una estrecha relación con EL Ministerio Público, la Corte Suprema de Justicia (CSJ), el Tribunal Superior de Cuentas (TSC), el Congreso Nacional (CNH), Comisionado Nacional de Derechos Humanos (CONADEH), entre otras.

Líderes de opinión

Las personas líderes de opinión en el país funcionan como una caja de resonancia sobre muchos temas de interés nacional, con lo cual es importante dirigir acciones de comunicación específicas para ellas, ya que amplifican el mensaje y podrían contribuir a la consolidación del posicionamiento de la DIDADPOL.

Medios de comunicación

Al igual que los líderes de opinión, los medios de comunicación son una caja de resonancia para la población en general, con aún mayor alcance, los cuales permiten potenciar los mensajes de la DIDADPOL, por lo que es necesario dirigir acciones de comunicación que busquen institucionalizar la relación con este público meta.

Organizaciones No Gubernamentales

En Honduras existen varias ONG que trabajan en temas de seguridad, defensa de los derechos humanos e igualdad y equidad de género, con lo cual se convierten en un público fundamental, ya que participan en espacios de incidencia de políticas públicas que pueden tener impacto en el quehacer de la DIDADPOL.

Socios de Cooperación Internacional para el Desarrollo

La cooperación internacional en Honduras son aliados importantes para el apoyo en la implementación de la agenda institucional de la DIDADPOL, particularmente en aquellas áreas donde se presentan dificultades o debilidades.

Población en general

La DIDADPOL, al ser una institución que brinda servicios a la población en general, debe tener en cuenta que, para lograr su misión y visión, debe establecer una relación de confianza con la población, a modo de ampliar sus servicios y lograr un mayor impacto.

Mensajes y lema

El marco de referencia para el diseño de los mensajes para los públicos meta de este plan deben ser los principios y valores que estipulan el Plan Estratégico Institucional¹ (PEI), ya que es necesario que exista coherencia entre las acciones estratégicas que pone en marcha la institución y todo lo que se desea y decida comunicar.

En este contexto, si bien es necesario tomar como marco todos los principios, se vuelve fundamental hacer énfasis en algunos de ellos, los cuales se detallan a continuación, según mencionados en el PEI:

1. **Principio de prevención:** Se refiere a la preparación que busca evitar de manera anticipada, la comisión de una falta grave o una falta muy grave por funcionarios y empleados de la Secretaría de Seguridad y miembros de la Carrera Policial.
2. **Principio de profesionalismo:** Enfocado en la forma como la DIDADPOL desarrolla todas sus actividades relacionadas en su actuar diario con total compromiso, medida y responsabilidad, acorde a su formación específica y siguiendo las pautas preestablecidas.
3. **Principio de imparcialidad:** Consiste en el deber que se tiene de ser ajenos o extraños a los intereses de las partes en controversia y de dirigir y resolver las supuestas comisiones de faltas graves y faltas muy graves sin favorecer indebidamente a ninguna de las partes relacionadas.
4. **Principio de transparencia:** Consiste en respetar y cautelar la publicidad de los actos, procedimientos, documentos institucionales y sus fundamentos, unido a ello facilitar el acceso de cualquier persona a esa información, a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley.

En cuanto a los valores contenidos en el PEI, es necesario tener en cuenta cada uno de ellos, al momento de diseñar los mensajes para cada público, como ejes transversales. A continuación, se enuncian los valores institucionales, según el PEI:

1. Liderazgo.

2. Trabajo en equipo.

3. Eficacia y eficiencia.

4. Ética.

5. Identidad institucional.

Matriz de mensajes

La siguiente matriz de mensajes hace énfasis en cinco ideas fuerza que toman de base los principios que plantea el PEI de la DIDADPOL. Para cada uno de ellos, se desarrollan, a modo de ejemplo, mensajes concretos que pueden ser modificados o contruidos, según las necesidades identificadas para cada público meta.

Lo más importante es tener en cuenta que la DIDADPOL ha definido ideas fuerza que tienen una relación directa con los principios institucionales, las cuales deben ser retomadas en cualquier mensaje que se construya para los públicos de este plan.

IDEAS FUERZA			
Prevención	Profesionalismo	Imparcialidad	Transparencia
<ul style="list-style-type: none"> • DIDADPOL es una institución que contribuye a la prevención de la comisión de faltas graves y/o muy graves de los Miembros de la Carrera Policial. • La DIDADPOL se enfoca en la realización de recomendaciones técnico-administrativas sobre la comisión de faltas graves y muy graves y no cuenta con las facultades para sancionarlas. • DIDADPOL brinda información a la Policía Nacional sobre las faltas graves y muy graves, así como sus consecuencias en caso de incurrir en alguna de ellas. • DIDADPOL es una institución que contribuye a poner en valor la gestión del Gobierno de Honduras, especialmente en materia de prevención y seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • DIDADPOL cuenta con personal capacitado, responsable, respetuoso y objetivo para el ejercicio de su quehacer. • Los procesos investigativos que lleva a cabo DIDADPOL son estrictamente apegados a la ley, garantizando el debido procedimiento. • La DIDADPOL no permite ninguna injerencia externa en sus procesos de investigación. • DIDADPOL cuenta con personal conocedor de las leyes y reglamentos que rigen su mandato, comprometido con el plan de nación y visión de país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las funcionarias y los funcionarios de la DIDADPOL garantizan un trabajo bajo principios de independencia y sin prejuicios, ni sesgos o tratos diferenciados por cualquier motivo. • En DIDADPOL no se da preferencia a ninguna de las partes involucradas en un proceso investigativo y se garantiza objetividad. • DIDADPOL es una institución que vela por el respeto del principio de presunción de inocencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • La DIDADPOL aplica un enfoque en la gestión por resultados, tanto en su implementación institucional, como operativa. • En DIDADPOL se practica una comunicación horizontal, garantizando que todo su personal maneje la información necesaria para realizar un trabajo eficaz y eficiente. • DIDADPOL comunica de forma oportuna el avance de sus procesos investigativos, sin quebrantar el anonimato de las partes involucradas. • En DIDADPOL se cumple con la ley de transparencia y acceso a la información pública. • La DIDADPOL practica la rendición de cuentas de una forma sistemática.

Lema y Hashtags

Si bien la DIDADPOL está directamente involucrada en todos los procesos disciplinarios de los miembros de la Carrera Policial, la aplicación de las sanciones que recomienda en sus informes técnico-administrativos, no es función de la DIDADPOL, sino de la SEDS. El artículo 91 de la ley de la Carrera Policial, la cual entró en vigencia en 2018, establece que:

1. La etapa investigativa del proceso disciplinario le corresponde a la Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales (DIDADPOL) y;
2. La aplicación de las sanciones por las faltas graves y muy graves corresponde al Secretario de Estado en el Despacho de Seguridad.

Además, la DIDADPOL tiene la responsabilidad de supervisar y dar seguimiento al cumplimiento de las sanciones disciplinarias y medidas impuestas a los miembros de la Carrera Policial.

En ese sentido, el lema debe reflejar, de la manera más clara posible, el objetivo del quehacer institucional, sin crear confusiones sobre su misión y el alcance de sus funciones. El lema a utilizar es:

DIDADPOL
Prevención – Control – Investigación

Para la utilización en redes sociales, según el énfasis de los mensajes y públicos, se pueden utilizar las siguientes etiquetas o Hashtags:

#PrevenciónControl
#DenunciasDIDADPOL

Cualquier etiqueta o Hashtag adicional que quiera ser utilizada, debe ser previamente verificada en las redes sociales, con el objetivo de no utilizar etiquetas vinculadas a otros temas que no tengan relación con lo que se quiere posicionar.

Vocería

La vocería de la institución está íntimamente ligada a su posicionamiento, en tanto las personas que la ejercen representan la imagen y construyen la reputación institucional, transmitiendo su misión, visión, valores y principios, así como posturas oficiales ante determinados acontecimientos que tengan relación con su quehacer.

Las personas portavoces son una fuente directa ante los medios de comunicación y, a través de ellos, ante la población en general, para proporcionar información privilegiada acerca de la institución, por lo que su imagen personal, se combina y se convierte en la imagen institucional. La efectividad de su rol de vocería tendrá el efecto de incrementar la confianza y fortalecer la reputación institucional.

En ese sentido, las personas que ejercen la vocería institucional no solo deben tener un profundo conocimiento de la cultura institucional de la DIDADPOL, sino también, deben mantenerse informadas del acontecer diario sobre aspectos relacionados al quehacer institucional. Sus canales de información a lo interno de la institución deben mantenerse fluidos y abiertos en todo momento para que le permitan reaccionar de forma oportuna ante cualquier acontecimiento.

Por otro lado, la vocería demanda una serie de habilidades a ser tomadas en cuenta, como el manejo del lenguaje no verbal, la destreza de mantener las emociones bajo control, así como el entendimiento y la capacidad de responder a las necesidades de información de las y los periodistas y los medios de comunicación.

Matriz de vocería

TIPO DE VOCERÍA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
Oficial	Es la persona designada por la institución para transmitir los mensajes autorizados y su función principal es dar a conocer las posturas oficiales ante temas específicos.	Dirección Jefatura de la UCI
No oficial	Son los miembros de la institución que se comunican de forma cotidiana con diversos públicos meta de la DIDADPOL.	Subdirección
Técnica	Son las personas que, ante acontecimientos específicos que requieren de un conocimiento técnico especializado, previa autorización de la Dirección de la DIDADPOL, toma la vocería.	Secretaría General Gerencias y Jefaturas

Estrategias de comunicación

Estrategia de difusión y visibilidad

Difundir y dar visibilidad a lo que hace la DIDADPOL, comprende establecer canales de comunicación unidireccionales (por ejemplo, al entregar productos promocionales, dossier de prensa, etc), como bidireccionales (por ejemplo, al entablar conversaciones con los públicos meta).

Para fortalecer el posicionamiento de la DIDADPOL es necesario tener presencia en los canales de comunicación off-line y on-line, con la utilización de diversas herramientas que le permita mantener presencia con sus públicos meta.

Estrategia de confianza

La confianza es un factor clave para las labores que desempeña la DIDADPOL. El éxito del quehacer radica en la confianza que tengan los públicos meta, por lo que es necesario establecer un sistema de transparencia y rendición de cuentas sistemático y eficiente.

Hay que tomar en cuenta que, al ser una institución de servicio a la ciudadanía, todo su personal directivo y técnico, se convierte en portavoz del mensaje de la DIDADPOL, el cual debe transmitir confianza.

Estrategia de relaciones públicas

La DIDADPOL fortalecerá sus relaciones públicas gestionando espacios para publicar artículos, noticias, entre otros para dar a conocer en medios masivos su labor. Además, la comunicación debe ir orientada a la institucionalización de la relación entre la DIDADPOL y los medios de comunicación, con acciones que sean de beneficio para ambos.

Estrategia de uso efectivo de las redes sociales

La presencia en redes sociales es de gran importancia para la institución, por lo que es necesario definir un plan de redes sociales específico para determinar acciones para cada plataforma.



PARTE II

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivos de comunicación y público meta

La comunicación interna es de suma relevancia para una institución, en tanto su personal tiene un valor estratégico, con la capacidad de afectar, ya sea de manera positiva o negativa, la imagen y reputación de la DIDADPOL, la cual no solamente depende de las acciones de comunicación dirigidas al público externo, sino también de las acciones que lleva a cabo la Dirección, las Gerencias y las Unidades de la DIDADPOL, tanto dentro de la institución, como fuera de ella.

En ese sentido, es fundamental contar con el compromiso de cada funcionaria y funcionario, que experimente un sentido de pertenencia a la institución, logrando que se identifique plenamente con la identidad institucional, apropiándose de su misión, visión, valores y principios. Este objetivo se alcanzará poniendo en marcha acciones de comunicación interna que pongan énfasis en el establecimiento de un vínculo entre la Dirección, las Gerencias y las Unidades de la DIDADPOL.

Las acciones de comunicación interna planteadas buscan mejorar el diálogo interno, crear un flujo de información permanente, motivar al personal, potenciar un clima de confianza, promover el trabajo en equipo para lograr mayor eficacia y eficiencia.

Es necesario destacar que, si bien la implementación de este plan de comunicación interna, está bajo la coordinación de la Unidad de Comunicación Institucional (UCI), su éxito depende también del involucramiento y compromiso de la Dirección y la Gerencia Administrativa/ Financiera, la cual tiene bajo su cargo, la Unidad de Recursos Humanos.

PÚBLICO META	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN
Funcionarias y funcionarios de DIDADPOL	<p>Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL.</p> <p>Potenciar el sentimiento de pertenencia e identificación de las funcionarias y los funcionarios con la cultura institucional.</p> <p>Democratizar la información dentro de la institución, estableciendo canales bidireccionales de comunicación que faciliten el diálogo desde la dirección hacia las funcionarias y los funcionarios, y viceversa.</p>
Miembros de la Carrera Policial	<p>Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL.</p> <p>Generar confianza sobre el debido procedimiento que lleva a cabo la DIDADPOL.</p>

Herramientas y canales de comunicación

Los canales de comunicación para el público meta interno son diversos, los más importantes el verbal y el digital, sin dejar de utilizar los impresos y audiovisuales, cuyas herramientas más eficaces para llegar con los mensajes al público interno son:

CANALES	HERRAMIENTAS
Verbales	Talleres inductivos Reuniones de equipo Talleres de teambuilding
Impresos	Tablón de anuncio Pancartas informativas Buzón de sugerencias Folletos y afiches
Audiovisuales	Videos (storytelling)
Digitales	Chat interno, correos electrónicos App de trivias Salvapantallas Newsletter mensual Folletos, afiches e infografías Intranet PNH

Herramientas y acciones de comunicación

Para alcanzar los objetivos específicos del plan de comunicación interna, se presentan las acciones de comunicación concretas a llevar a cabo, especificando el canal a utilizar y sus responsables.

FUNCIONARIAS Y FUNCIONARIOS DE DIDADPOL			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL	Talleres inductivos Chat interno, correos electrónicos App de trivias Salvapantallas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de talleres inductivos con el personal de nuevo o reciente ingreso, donde se presenten las funciones de la institución, así como su misión, visión, valor público, principios, valores, etc. 2. Envío de píldoras informativas a través del chat institucional con información sobre el quehacer institucional. 3. Realización de trivias a través de alguna aplicación móvil (p.e. Kahoot) sobre el quehacer institucional. Se pueden otorgar premios sencillos a las personas ganadoras. 4. Diseño de salvapantallas con mensajes cortos sobre misión, visión, valores, etc. de DIDADPOL 	<p>Nivel directivo: Dirección, Subdirección y Secretaría General</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Gerencia Administrativa/ Financiera – Unidad de Recursos Humanos y Unidad de Tecnologías de la Información</p>
Democratizar la información dentro de la institución, estableciendo canales bidireccionales de comunicación que faciliten el diálogo desde la dirección hacia las funcionarias y los funcionarios, y viceversa	Reuniones de equipo Tablón de anuncios Newsletter mensual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de reuniones de equipo semanales, donde la dirección y gerencias compartan la agenda de trabajo. 2. Realización de reuniones quincenales entre algunas gerencias o unidades, sobre todo, aquellas que deben trabajar en conjunto, como, por ejemplo, la unidad de investigación y de denuncias. 3. Publicación del calendario mensual de actividades y eventos relevantes en el tablón de anuncios institucional, el cual debe estar ubicado en un lugar visible para todos en la oficina. Dado el contexto actual, también se puede hacer una versión virtual. 4. Elaboración de newsletter. Cada vez se puede escoger una gerencia diferente. 	<p>Nivel directivo: Dirección, Subdirección y Secretaría General</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Unidad de Cooperación Externa Unidad de Planeación y Evaluación de la Gestión Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/ Financiera</p>

FUNCIONARIAS Y FUNCIONARIOS DE DIDADPOL

OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Potenciar el sentimiento de pertenencia e identificación de las funcionarias y los funcionarios con la cultura institucional.	Talleres de teambuilding Pancartas informativas Buzón de sugerencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de 2 talleres de teambuilding al año. 2. Elaboración y rotulación de la oficina con la visión, misión, valor público, principios y valores institucionales. 3. Habilitación de un buzón de sugerencias, donde las funcionarias y los funcionarios aporten ideas innovadoras para mejorar cualquier aspecto de la comunicación interna o externa. 	<p>Nivel directivo: Dirección, Subdirección y Secretaría General</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Unidad de Cooperación Externa Unidad de Planeación y Evaluación de la Gestión Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/ Financiera</p>

POLICÍA NACIONAL DE HONDURAS

OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL	Redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp) Folletos y afiches institucionales digitales e impresos Infografías para redes sociales Intranet de la PNH	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño e implementación de campañas sobre el PEI (en redes sociales). 2. Diseño e implementación de campaña de prevención para la disminución de faltas graves y muy graves (en redes sociales). 3. Realización de talleres informativos sobre el quehacer institucional y la prevención de faltas graves y muy graves. 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/ Financiera</p>

POLICÍA NACIONAL DE HONDURAS

OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
<p>Generar confianza sobre el debido procedimiento que lleva a cabo la DIDADPOL</p>	<p>Videos (storytelling)</p> <p>Infografías para redes sociales</p> <p>Redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp)</p> <p>Intranet de la PNH</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción y difusión de videos cortos con casos ejemplos sobre la buena conducta y/o faltas cometidas y sus consecuencias. 2. Producción y difusión de videos/infografías sobre los procesos y procedimientos investigativos (cómo se realizan). 3. Producción de infografías sobre los resultados estadísticos de las gestiones que realiza la DIDADPOL (# de denuncias, # de informes técnicos-administrativos y # de resoluciones emitidas por la SEDS). 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/ Financiera</p>

Responsables y roles

Si bien la UCI es la principal responsable de implementar las acciones, es necesario contar con el involucramiento y respaldo del nivel directivo de la institución, así como de las gerencias y jefaturas. Se debe tomar en cuenta que la comunicación interna tiene mucho que ver con el flujo de información y canales de comunicación que se establezcan entre el nivel directivo, las gerencias, jefaturas y el nivel técnico.

A continuación, se describen los roles y responsabilidades:

ACTOR CLAVE	ROL	RESPONSABILIDAD
Dirección	Dirigir a nivel estratégico la implementación del plan de comunicación interna.	Aprobar los contenidos del plan de comunicación interna. Liderar las reuniones y talleres con personal de la DIDADPOL.
Unidad de Comunicación Institucional	Coordinar la implementación y monitoreo del plan de comunicación interna.	Recopilar la información y contenidos para la ejecución de las actividades del plan de comunicación interna. Coordinar la elaboración de todos los materiales y piezas de comunicación. Monitorear y dar seguimiento a los indicadores del plan de comunicación interna.
Gerencias y jefaturas	Apoyar la implementación del plan de comunicación interna.	Proveer la información necesaria para generar los contenidos del plan. Acompañar las reuniones y talleres con personal de la DIDADPOL.



PARTE III

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Objetivos de comunicación y públicos meta

Para lograr fortalecer el posicionamiento de la DIDADPOL, es necesario establecer canales de comunicación efectivos con los públicos meta externos, logrando consolidar relaciones de confianza en las que transmitan mensajes que resalten el valor público de la institución, presentándose como un ente al servicio de la ciudadanía hondureña que busca garantizar que se cuente con una Policía Nacional confiable y eficiente.

Las acciones de comunicación que forman parte de este plan de comunicación externa están encaminadas no solo al aumento de la visibilidad y posicionamiento institucional, sino también a acercar los servicios de la DIDADPOL a la ciudadanía.

PÚBLICO META	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN
Estado y Gobierno de Honduras	Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización.
Líderes de opinión	Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa.
Medios de comunicación	Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión.
ONG	Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.
Socios para el Desarrollo	Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional.
Ciudadanía en general	Estimular a la ciudadanía para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.

Herramientas y canales de comunicación

Los canales de comunicación para el público meta externo y sus herramientas más eficaces para llegar con los mensajes son:

CANALES	HERRAMIENTAS
Verbales	Conferencias de prensa Talleres de información y capacitación Entrevistas
Impresos	Brochure institucional Informe trimestral y anual de rendición de cuentas Fact sheets y dossier de prensa Comunicados de prensa
Audiovisuales	Videos GIF
Digitales	Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp) Página Web Newsletter mensual Infografías Informe anual de rendición de cuentas Convocatorias y comunicados de prensa Mensajes SMS

Herramientas y acciones de comunicación

A continuación, se presentan las acciones de comunicación concretas a llevar a cabo, especificando el canal a utilizar y sus responsables.

ESTADO Y GOBIERNO DE HONDURAS			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización.	<ul style="list-style-type: none"> Newsletter mensual Brochure institucional Informe trimestral y anual de rendición de cuentas Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) Página Web (portal de transparencia) Video institucional Infografías de logros 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional. 2. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales. 3. Elaboración y difusión de video institucional. 4. Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas. 5. Envío de newsletter mensual. 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: UPEG Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/ Financiera Unidad de Transparencia</p>

LÍDERES DE OPINIÓN			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa.	<p>Newsletter mensual</p> <p>Brochure institucional</p> <p>Informe trimestral y anual de rendición de cuentas</p> <p>Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)</p> <p>Video institucional</p> <p>Infografías de logros y resultados</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional. 2. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales. 3. Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias. 4. Elaboración y difusión de video institucional y video sobre portal de denuncias. 5. Presentación del informe anual de rendición de cuentas. 6. Organización de reuniones informativas. 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: UPEG Gerente de Investigación Gerente de Servicios Legales Gerente Administración Financiera</p>
MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión.	<p>Convocatorias y comunicados de prensa</p> <p>Conferencias de prensa</p> <p>Fact sheets y dossier de prensa</p> <p>Talleres de información y capacitación</p> <p>Entrevistas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de desayunos informativos. 2. Realización de talleres de capacitación sobre temas institucionales de interés para el periodismo. 3. Presentación de informe de rendición de cuentas. 4. Organización de reuniones de incidencia con editores de medios de comunicación 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: UPEG Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/Financiera</p>

ONG			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.	Informe trimestral y anual de rendición de cuentas Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) Videos Infografías Cuñas radiales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional. 2. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales. 3. Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias. 4. Elaboración y difusión de video institucional y video sobre portal de denuncias. 5. Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas. 6. Organización de reuniones informativas por sector (derechos humanos, democracia, seguridad, género, entre otros). 7. Envío de newsletter mensual. 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: UPEG Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/Financiera</p>
SOCIOS PARA EL DESARROLLO			
OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional.	Brochure institucional Video institucional Newsletter mensual Informe de rendición de cuentas trimestral y anual Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de informe de rendición de cuentas. 2. Elaboración y difusión de video institucional y video sobre portal de denuncias 3. Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional. 4. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales. 5. Envío de newsletter mensual. 	<p>Nivel directivo: Dirección</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: Unidad de Cooperación Externa UPEG Gerencia de Investigación Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/Financiera</p>

POBLACIÓN EN GENERAL

OBJETIVO	CANAL	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	RESPONSABLES
<p>Estimular a la ciudadanía para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.</p>	<p>Portal de denuncias</p> <p>Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp)</p> <p>Mensajería SMS</p> <p>Videos/GIF</p> <p>Cuñas radiales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales. 2. Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias (redes sociales, radio, prensa y tv). 3. Elaboración y difusión de video institucional y video sobre portal de denuncias. 4. Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas. 	<p>Nivel directivo: Dirección Secretaría General</p> <p>Nivel de coordinación y operación: UCI</p> <p>Nivel de apoyo: UPEG Gerencia de Investigación (Unidad de Denuncias) Gerencia de Servicios Legales Gerencia Administrativa/Financiera Unidad de Transparencia</p>

Responsables y roles

Al igual que en el plan de comunicación interna, la UCI es la principal responsable de implementar las acciones del plan de comunicación externa. Sin embargo, es necesario contar con el involucramiento y respaldo del nivel directivo de la institución, así como de las gerencias y jefaturas.

A continuación, se describen los roles y responsabilidades:

ACTOR CLAVE	ROL	RESPONSABILIDAD
Dirección	Dirigir a nivel estratégico la implementación del plan de comunicación externa.	<p>Aprobar las acciones de comunicación, así como los materiales y piezas de comunicación impresas y audiovisuales del plan de comunicación externa.</p> <p>Liderar los eventos públicos de la institución.</p> <p>Ejercer la vocería formal de la institución.</p>
Unidad de Comunicación Institucional	Coordinar la implementación y monitoreo del plan de comunicación externa.	<p>Recopilar la información y contenidos para la ejecución de las actividades del plan de comunicación externa.</p> <p>Coordinar la elaboración de todos los materiales y piezas de comunicación.</p> <p>Co-ejercer la vocería formal con la Dirección de la institución.</p> <p>Monitorear y dar seguimiento a los indicadores del plan de comunicación externa.</p>
Gerencias y Jefaturas	Apoyar la implementación del plan de comunicación externa.	Proveer la información necesaria para generar los contenidos del plan.



PARTE IV

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

Monitoreo y evaluación

La medición de las acciones de comunicación es fundamental para un correcto seguimiento del PEC, los indicadores están enfocados en la medición cuantitativa y cualitativa.

La medición cuantitativa se basa en el número de talleres, reuniones, boletines, píldoras informativas, spots, imágenes. Por el otro lado, la medición cualitativa se basa en evaluaciones a mediano plazo, sobre todo de las actividades en las que se interactúa con los públicos meta, esto se realiza por ejemplo a través de la técnica "estudios de casos", que tiene como objetivo examinar el efecto del impacto de las acciones de comunicación y conocer la percepción.

A continuación, se presenta una serie de indicadores que deben ser monitoreados por la UCI al final de los primeros seis meses de implementación del PEC, lo cual permitirá continuar con la ejecución de actividades durante seis meses más, o reajustarlas en caso que se considere pertinente. Es necesario tomar en cuenta, la necesidad de realizar una línea de base para sacar la primera medición de los indicadores propuestos en la tabla a continuación.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL	DIDADPOL	Realización de talleres inductivos con el personal de nuevo o reciente ingreso	# de talleres inductivos realizados según nuevos ingresos de personal % de funcionarias/os que tienen un alto conocimiento del quehacer institucional (levantamiento de encuesta sobre aspectos legales e institucionales de la DIDADPOL)
		Envío de píldoras informativas a través del chat institucional con información sobre el quehacer institucional	# de píldoras informativas enviadas mensualmente
		Realización de trivias a través de alguna aplicación móvil (p.e. Kahoot) sobre el quehacer institucional	# de trivias realizadas % de funcionarias/os que participan en las trivias organizadas por la institución

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL	PNH	Diseño e implementación de campañas sobre la institución (en redes sociales)	# de publicaciones realizadas en redes sociales # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña % de aumento de seguidores
		Diseño e implementación de campaña de prevención (en redes sociales)	# de publicaciones realizadas en redes sociales # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña % de aumento de seguidores
		Realización de talleres informativos sobre el quehacer institucionales y prevención	# de talleres realizados # de participantes en los talleres % de personas que manifiestan satisfacción sobre la realización de los talleres (levantamiento de encuesta con al menos los siguientes aspectos sobre los talleres: organización, contenido, facilitador, etc.)

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
Generar confianza sobre el debido procedimiento que lleva a cabo la DIDADPOL	PNH	Producción y difusión de videos cortos con casos ejemplos sobre la buena conducta y/o faltas cometidas y sus consecuencias	# de videos producidos # de canales de difusión de los videos
		Producción y difusión de videos/infografías sobre los procesos y procedimientos investigativos	# de videos producidos # de canales de difusión de los videos
		Producción de infografías sobre los resultados estadísticos de las gestiones que realiza la DIDADPOL	# de infografías producidas # de canales de difusión de los videos
Democratizar la información dentro de la institución, estableciendo canales bidireccionales de comunicación que faciliten el diálogo desde la dirección hacia las funcionarias y los funcionarios, y viceversa.	DIDADPOL	Realización de reuniones de equipo semanales, donde la dirección y gerencias compartan la agenda de trabajo.	# de reuniones realizadas
		Realización de reuniones quincenales entre algunas gerencias o unidades, sobre todo, aquellas que deben trabajar en conjunto	# de reuniones realizadas
		Publicación del calendario mensual de actividades y eventos relevantes en el tablón de anuncios institucional	# de actualizaciones del calendario de actividades y eventos
		Elaboración de newsletter	# de newsletter elaboradas y difundidas # de clics en los enlaces del newsletter Tasa de apertura # de rebotes

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
Potenciar el sentimiento de pertenencia e identificación de las funcionarias y los funcionarios con la cultura institucional.	DIDADPOL	Realización de 2 talleres de teambuilding al año	# de talleres realizados % de funcionarias/os que manifiestan satisfacción sobre la realización de los talleres (levantamiento de encuesta) % de funcionarias/os que manifiestan una mejoría en el clima organizacional (levantamiento de encuesta)
		Habilitación de un buzón anónimo de quejas y sugerencias, donde las funcionarias y los funcionarios aporten sus ideas innovadoras para mejorar cualquier aspecto de la comunicación interna o externa	% de funcionarias/os que manifiestan mejoría en aspectos relacionados a la escucha de sus ideas
		Elaboración y rotulación de la oficina con la misión, visión, valor público, principios y valores institucionales	# de rótulos por gerencia, unidad u oficina
PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión Medios de comunicación ONG SdP Población en general	Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas	# de eventos de presentación del informe de rendición de cuentas # de menciones del informe en medios de comunicación
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa			
3. Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión			

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión Medios de comunicación ONG SdP Población en general	Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas	# de eventos de presentación del informe de rendición de cuentas # de menciones del informe en medios de comunicación
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional			
6. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.			
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión ONG SdP Población en general	Diseño e implementación de campaña de logros institucionales Elaboración y difusión de video institucional	# de piezas de comunicación producidas (videos, infografías, GIF, etc.) # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña # de reproducciones # de reacciones

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión ONG SdP Población en general	Diseño e implementación de campaña de logros institucionales Elaboración y difusión de video institucional	# de piezas de comunicación producidas (videos, infografías, GIF, etc.) # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña # de reproducciones # de reacciones
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.			
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional			
6. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.			

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión ONG SdP	Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional	#de piezas de comunicación producidas (videos, infografías, GIF, etc.) # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa			
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.			
5. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial			

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
1. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Estado y Gobierno de Honduras ONG SpD	Envío de newsletter mensual	# de suscripciones al newsletter mensual # de clics en los enlaces del newsletter Tasa de apertura # de rebotes
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas			
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional			
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Líderes de opinión ONG Población en general	Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias	# de piezas de comunicación producidas (videos, infografías, GIF, etc.) # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas			

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

OBJETIVO	PÚBLICO	ACCIÓN DE COMUNICACIÓN	INDICADOR
6. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial	Líderes de opinión ONG Población en general	Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias	# de piezas de comunicación producidas (videos, infografías, GIF, etc.) # de likes y/o comentarios sobre mensajes de la campaña # de veces que se comparten los mensajes de la campaña
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Líderes de opinión ONG	Organización de reuniones informativas	# de reuniones informativas realizadas % de menciones positivas sobre DIDADPOL (por parte de los líderes de opinión)
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas			
5. Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión	Medios de comunicación	Realización de desayunos informativos	# de desayunos informativos realizados
		Realización de talleres de capacitación sobre temas institucionales de interés para el periodismo	# de talleres de capacitación realizados % de menciones positivas sobre DIDADPOL en medios de comunicación
		Organización de reuniones de incidencia con editores de medios de comunicación	# de reuniones de incidencia realizadas % de menciones positivas sobre DIDADPOL en medios de comunicación

Calendario

El calendario de actividades que se presenta tiene una duración de seis meses con el objetivo de hacer una evaluación, con base en los indicadores arriba descritos. Las acciones que tengan resultados positivos deberán prolongarse por seis meses más, mientras que aquellas que no hayan dado los resultados esperados, deberán reajustarse, según los objetivos del Plan.

Al cabo de un año de implementación, se deberá hacer otra evaluación con base en los indicadores ajustados y se deberá elaborar un nuevo plan de implementación que incluya una revisión de los objetivos de comunicación.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Dar a conocer la misión, visión, valores, objetivos, estrategias y quehacer general de la DIDADPOL	DIDADPOL	Realización de talleres inductivos con el personal de nuevo o reciente ingreso																								
		Envío de píldoras informativas a través del chat institucional con información sobre el quehacer institucional																								
		Realización de trivias a través de alguna aplicación móvil (p.e. Kahoot) sobre el quehacer institucional																								
	PNH	Diseño e implementación de campañas sobre el PEI																								
		Diseño e implementación de campaña de prevención para la disminución de faltas graves y muy graves (redes sociales)																								
		Realización de talleres informativos sobre el quehacer institucionales y prevención																								
Generar confianza sobre el debido procedimiento que lleva a cabo la DIDADPOL	PNH	Producción y difusión de videos cortos con casos ejemplos sobre la buena conducta y/o la comisión de faltas y sus consecuencias.																								
		Producción y difusión de videos/infografías sobre los procesos y procedimientos investigativos																								

EVALUACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
		Producción y difusión de infografías sobre los resultados estadísticos de las gestiones que realiza la DIDADPOL																								
Democratizar la información dentro de la institución, estableciendo canales bidireccionales de comunicación que faciliten el diálogo desde la dirección hacia las funcionarias y los funcionarios, y viceversa.	DIDADPOL	Realización de reuniones de equipo semanales, donde la dirección y gerencias compartan la agenda de trabajo																								
		Realización de reuniones de equipo semanales, donde la dirección y gerencias compartan la agenda de trabajo																								
		Publicación del calendario mensual de actividades y eventos relevantes en el tablón de anuncios institucional																								
		Elaboración de newsletter quincenal con el tema principal de esa semana																								
Potenciar el sentimiento de pertenencia e identificación de las funcionarias y los funcionarios con la cultura institucional.	DIDADPOL	Realización de 2 talleres de teambuilding al año																								
		Habilitación de un buzón de sugerencias, donde las funcionarias y los funcionarios aporten ideas innovadoras para mejorar cualquier aspecto de la comunicación interna o externa																								

EVALUACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
		Elaboración y rotulación de la oficina con la misión, misión, valor público, principios y valores institucionales																								
PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión Medios de comunicación ONG SdP Población en general	Presentación del informe trimestral y anual de rendición de cuentas																								
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa																										
3. Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión																										

EVALUACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.																											
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional																											
6. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.																											

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión ONG SdP Población en general	Diseño e implementación de campaña de logros institucionales																									
2. Diseño e implementación de campaña de logros institucionales																											
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.																											
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional		Elaboración y difusión de video institucional																									

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN			
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24				
6. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial.																														
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización 2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Estado y Gobierno de Honduras Líderes de opinión ONG SdP	Diseño e implementación de campaña sobre el Plan Estratégico Institucional																												

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.																											
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional																											
1. Posicionar a la DIDADPOL como una institución transparente y en constante proceso de modernización	Estado y Gobierno de Honduras ONG SpD	Envío de newsletter mensual																									

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.																											
5. Lograr mayores recursos técnicos y financieros para la implementación de la agenda institucional																											
2. Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Líderes de opinión ONG Población en general	Diseño e implementación de campaña sobre el portal de denuncias																									

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas.																											
6.. Estimular a la población para que ejerza su derecho a la denuncia, en caso de ser víctima o tener conocimiento de la comisión de faltas graves y muy graves por parte de algún miembro de la Carrera Policial																											

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				EVALUACIÓN
OBJETIVO	PÚBLICO	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
2 Fortalecer la imagen de la DIDADPOL como una institución profesional, objetiva, confiable y justa	Líderes de opinión	Organización de reuniones informativas																									
4. Generar credibilidad sobre los procesos y procedimientos investigativos de la DIDADPOL y su sistema de transparencia y rendición de cuentas																											
5. Lograr una alianza estratégica para amplificar los mensajes de la DIDADPOL con una mayor difusión	Medios de comunicación	Realización de desayunos informativos																									
		Realización de talleres de capacitación sobre temas institucionales de interés para el periodismo																									
		Organización de reuniones de incidencia con editores de medios de comunicación																									

Recursos¹

Para la implementación del PEC, la institución y, en especial, la UCI necesita contar con recursos que le permitan garantizar el éxito de las acciones de comunicación.

Recurso humano

El equipo de la UCI deberá estar conformado con el siguiente equipo técnico, el cual se describe de formar breve, incluyendo algunas de sus principales funciones:

Jefatura

Perfil:

- Ser hondureño (a) por nacimiento;
- Mayor de treinta (30) años;
- No poseer Antecedentes Penales, ni Policiales;
- Profesional Universitario del área de la Ciencia de la Comunicación con experiencia profesional no menor de cinco (5) años de servicio público, académico o privado;
- Ser de reconocida honorabilidad;
- No haber cesado en un cargo público o privado por procesos disciplinario o mala conducta; Estar en pleno goce de sus Derechos Civiles;
- Aprobar el concurso respectivo y el proceso de evaluación de confianza;
- No tener cuentas pendientes con el Estado de Honduras;
- No tener acciones judiciales contra el Estado de Honduras o viceversa; y
- No haber sido sancionado por procesos disciplinarios por violación a Derechos Humanos, Género y Discriminación.
- Otros que sean establecidas legalmente o mediante Reglamentos, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.

¹Estos criterios se encuentran alineados con el reglamento de organización y funciones de la DIDADPOL.

Responsabilidades:

- Diseñar y direccionar las estrategias de comunicación internas y externas de la DIDADPOL, de conformidad con los lineamientos definidos por el Director;
- Organizar y coordinar conferencias de prensa, entrevistas y demás actividades públicas en las que participe la Institución;
- Dar seguimiento a todos los medios de comunicación escritos, radiales, televisivos, redes sociales y cualquier otro donde se transmita información relacionada a la DIDADPOL, debiendo mantener informado diariamente al Director;
- Mantener actualizados los registros de información de la DIDADPOL, recabada por los medios descritos en el numeral anterior;
- Elaborar Comunicados de Prensa y autorizados por el Director;
- Dirigir y supervisar la publicación de documentos relacionados a la gestión administrativa de la DIDADPOL;
- Coordinar, desarrollar y supervisar las actividades protocolarias de la DIDADPOL;
- Difundir en coordinación con las demás dependencias de la DIDADPOL las diferentes políticas institucionales;
- Presentar el Plan Operativo Anual de la Unidad; y,
- Supervisar y garantizar el correcto funcionamiento de las Unidades y Oficinas que se encuentren bajo su dependencia.
- Otros que sean establecidas legalmente o mediante Reglamentos, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.
- Velar por el posicionamiento institucional.
- Ejercer la vocería institucional.
- Controlar la ejecución presupuestaria de la unidad.

Oficial de comunicaciones

Perfil:

- Ser hondureño (a) por nacimiento;
- Mayor de treinta (30) años;
- No poseer Antecedentes Penales, ni Policiales;
- Profesional Universitario del área de periodismo o ciencia de la comunicación con experiencia profesional no menor de tres (3) años de servicio público, académico o privado;
- Ser de reconocida honorabilidad;
- No haber cesado en un cargo público o privado por procesos disciplinario o mala conducta; Estar en pleno goce de sus Derechos Civiles;
- Aprobar el concurso respectivo y el proceso de evaluación de confianza;
- No tener cuentas pendientes con el Estado de Honduras;
- No tener acciones judiciales contra el Estado de Honduras o viceversa; y
- No haber sido sancionado por procesos disciplinarios por violación a Derechos Humanos, Género y Discriminación.
- Otros que sean establecidas legalmente o mediante Reglamentos, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.

Responsabilidades:

- Apoyar a la jefatura de la UCI en la implementación de las estrategias de comunicación interna y externa de la DIDADPOL.
- Procesar y compilar todas las informaciones de los medios de comunicación;
- Coordinar campañas de información y prevención;
- Organizar el archivo de documentaciones gráficas, audiovisuales y escritas;
- Organizar el banco de fotografías de la institución.

Diseñador-a

Perfil:

- Ser hondureño (a) por nacimiento;
- Mayor de treinta (30) años;
- No poseer Antecedentes Penales, ni Policiales;
- Profesional Universitario del área de diseño gráfico, con experiencia profesional no menor de dos (2) años de servicio público, académico o privado;
- Ser de reconocida honorabilidad;
- No haber cesado en un cargo público o privado por procesos disciplinario o mala conducta;
- Estar en pleno goce de sus Derechos Civiles;
- Aprobar el concurso respectivo y el proceso de evaluación de confianza;
- No tener cuentas pendientes con el Estado de Honduras;
- No tener acciones judiciales contra el Estado de Honduras o viceversa; y
- No haber sido sancionado por procesos disciplinarios por violación a Derechos Humanos, Género y Discriminación.
- Otros que sean establecidas legalmente o mediante Reglamentos, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.

Responsabilidades:

- Aplicar el manual de marca institucional y velar por su cumplimiento.
- Contribuir a fortalecer el posicionamiento institucional.
- Crear conceptualizaciones visuales.

Oficial de protocolo

Perfil:

- Ser hondureño (A) por nacimiento;
- Mayor de treinta (30) años;
- Profesional Universitario en las carreras de Comercio Internacional, Relaciones Internacionales o carreras afines, con experiencia profesional en ceremonial y protocolo no menor de tres años;
- Preferiblemente ser bilingüe, español/inglés
- Poseer un conocimiento específico en la organización y montaje de eventos protocolarios.
- No tener Antecedentes Penales, ni Policiales;
- Ser de reconocida honorabilidad;
- No haber cesado de un cargo público o privado por proceso disciplinario o mala conducta;
- Aprobar el concurso respectivo y el proceso de evaluación de confianza;
- No tener parentesco dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad con el Presidente de la República, Secretario de Estado en el Despacho de Seguridad, Director (a) General de la Policía Nacional, Subdirector (a) General de la Policía Nacional, del Director (a) y Subdirector (a); Gerentes; y Jefes de Unidades de LA DIDADPOL;
- No tener cuentas pendientes con el Estado de Honduras;
- No tener acciones judiciales contra el Estado de Honduras o viceversa;
- No haber sido sancionado por procesos disciplinarios, por violación a Derechos Humanos, género y discriminación;
- Otras que sean establecidas legalmente o mediante Reglamento, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.

Responsabilidades:

- Dirigir y supervisar las actividades propias del protocolo cuando concurren las máximas autoridades de la institución;
- Dirigir el ceremonial protocolario dentro de la institución.
- Planificar, organizar, coordinar y supervisar todos los actos protocolares que se realicen dentro y fuera de la institución en conjunto con la Unidad de Comunicación Institucional;
- Elaborar los ordenamientos, las precedencias y los procedimientos protocolares de la Dirección de Asuntos Disciplinarios Policiales (DIDADPOL);

- Asistir con la agenda al Director y demás funcionarios de esta institución, con respecto a los procedimientos protocolarios;
- Velar por el cumplimiento estricto de las ordenes emanadas por el Director o Sub Director en coordinación con la Unidad de Comunicación Institucional con respecto a la organización interna de un acto o ceremonia;
- Elaborar y actualizar las bases de datos telefónicas de las autoridades y/o instituciones con las que se mantiene buenas relaciones;
- Coordinar actos oficiales con las unidades de protocolo y relaciones públicas de otras instituciones del Estado cuando así lo amerite el evento;
- Se encarga de recepcionar, registrar y contestar todas las invitaciones que reciban las máximas autoridades de la institución;
- Coordinar y apoyar las visitas oficiales del Director o SubDirector, en la Secretaria de Estado en el Despacho de Seguridad, La Policía Nacional o en otra dependencia estatal;
- Rendir informes trimestrales a la Dirección sobre las actividades relacionadas a la gestión de recursos provenientes de la cooperación externa nacional e internacional;
- Elaborar el Plan Operativo Anual de la oficina en coordinación con la Unidad de Comunicación Institucional y la Unidad de Planeación y Evaluación de la Gestión (UPEG);
- Realizar cualquier otra tarea afín solicitada por la Unidad de Comunicación Institucional o por el Director;
- Otras que sean establecidas legalmente o mediante Reglamento, Manuales, Protocolos e Instructivos correspondientes.

Recursos materiales

Para el buen funcionamiento de la UCI se recomienda el siguiente equipo que será de acuerdo a la cantidad de personal que integre la Unidad:

1. Cámara fotográfica profesional y accesorios.
2. Computadoras de alta gama (CPU y RAM de alta velocidad, almacenamiento de alto rendimiento).
3. Computadora de alta tecnología para diseño gráfico (de preferencia marca Apple).
4. Impresora y scanner a colores.
5. Celulares de alta gama.
6. Tripode para cámara y celular.
7. Micrófonos para grabaciones.
8. Licencias de software para diseño gráfico.
9. Discos duros extraíbles de, al menos, 5 TB.



DIDADPOL 

2235-9195 | 2232-4780 | 2238-0909 | 2238-150 | 2232-6212 | 2238-2200 | 2238-1900 | (SPS) 2556-5454

Denuncias  **DIDADPOL**

2239-5594 | 2239-5595

 www.didadpol.gob.hn

 [@Didadpol](https://twitter.com/Didadpol)

 [Didadpol Honduras](https://www.facebook.com/Didadpol.Honduras)

 [didadpol.hn](https://www.instagram.com/didadpol.hn)