INJUPEMP
Gobierno de la República

Plan de Comunicación Institucional INJUPEMP 2025

Departamento de Relaciones Públicas

Lic. Braian José Maldonado
INJUPEMP, Col. Loma Linda Norte Av. La FAO, Tegucigalpa, Honduras

Indice

Introducción 1
Objetivo General 2
Objetivos específicos 2
1. Marco Normativo 2
2. Glosario 3
3. Roles y Responsabilidades 3
4. Tipos de comunicación 5
4.1 Internas: 5
4.2 Externas: 5
5. Lineamientos de comunicación 5
5.1 Interna 5
5.2 Externa 5
6. Plan Institucional de Comunicación 6
6.1 Cronograma 7
7. Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones 8
7.1 Metas 8
7.2 Indicadores 11
8. Monitoreo y Evaluación 12

Introducción

A continuación, se presenta el Plan de Comunicaciones de INJUPEMP 2025, el cual contiene los objetivos propuestos por el Instituto en materia de comunicación interna y externa, con los lineamientos solicitados por los entes controladores y la normativa vigente en el país. El documento, además, establece indicadores, cronograma, metas planteadas durante el periodo y estrategias, las cuales tienen con fin una comunicación fluida para una eficiente prestación de servicios a jubilados, pensionados y participantes del sistema previsional de los empleados del sector público.

Objetivo General

La mejora y búsqueda de mecanismos que puedan mejorar o satisfacer las necesidades a nivel interno y externo de la institución, implementar nuevas soluciones a nivel de comunicaciones que puedan anticiparse a los hechos y establecer una visión más clara de los objetivos que ayuden a tener una mejor imagen institucional en un público general.

Objetivos específicos

- Solucionar problemas de comunicación interna de los canales de correo electrónico, reuniones o chats grupales.
- Anticiparse a los hechos, estableciendo un límite de días para ajustarse a los eventos realizados por las diferentes áreas del instituto y tener una comunicación más efectiva.
- Aclarar el objetivo de cada evento, horario y lugar donde se llevará acabo.
- Establecer un tipo de comunicación diferente según el público objetivo para cada tipo de comunicación.
- Unirse a ayudas sociales para elevar la buena imagen de la institución a un público general.

Período de ejecución:

Año 2025

Fecha de elaboración:

Abril de 2025

1. Marco Normativo

- **Ley del derecho de Autor y de los Derechos Conexos Decreto no. 4-99-e**

La presente Ley es de orden público y de interés social, están bajo su protección los autores de obras literarias, artísticas y de programación. También protege esta Ley a los artistas-intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y organismos de radiodifusión.

- **Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Decreto Legislativo No. 170 – 2006.**

Esta Ley es de orden público e interés social. Tiene por finalidad el desarrollo y ejecución de la política nacional de transparencia, así como el ejercicio del derecho de toda persona al acceso a la información pública para el fortalecimiento del Estado de Derecho y consolidación de la democracia mediante la participación ciudadana.

- **Constitución de la República**

Establece la organización del Estado, el territorio del país, y los tratados del derecho internacional que incorpora. Desarrolla las cuestiones de nacionalidad y ciudadanía, y los derechos políticos. Señala las declaraciones de derechos y garantías (individuales, sociales y garantías constitucionales).

2. Glosario

- **Beneficiarios:** Empleados y funcionarios del Poder Ejecutivo que están afiliados al INJUPEMP y sus familias, quienes dependen de las pensiones y beneficios proporcionados por la institución.

- **Pensiones**: Cantidad periódica, temporal o vitalicia, que la seguridad social paga por razón de jubilación, viudedad, orfandad o incapacidad.

- **Jubilado:** Persona que, cumplido el ciclo laboral establecido para ello, deja de trabajar por su edad y percibe una pensión.

- **Previsión social:** Organización de carácter estatal o privado que se ocupa de atender determinadas necesidades económicas y sanitarias de los ciudadanos y está sometida a supervisión oficial.

- **Orfandad**: Pensión que por derecho o por otro motivo disfrutan los huérfanos.

- **Viudez:** estado de haber perdido al cónyuge por fallecimiento.

- **Sobrevivencia:** Persona que permanece viva y que mantiene su capacidad funcional mientras enfrenta dificultades graves, incluso una enfermedad potencialmente mortal, o después de superarlas.

- **Empleado público**: es una persona que trabaja para una administración pública, ya sea como funcionario o contratado. Su objetivo es servir a los intereses generales de la sociedad.

- **Gobierno:** Órgano superior del poder ejecutivo de un Estado o de una comunidad política, constituido por el presidente y los ministros o consejeros.

- **Poder Ejecutivo**: es el órgano del Estado que se encarga de gestionar y dirigir las acciones del gobierno, aplicar las leyes y representar al país.

3. Roles y Responsabilidades

A) El Departamento de Relaciones Públicas es el encargado del manejo de la imagen institucional, administrador de las redes sociales, enlace con los medios de comunicación y encargado de la pauta publicitaria de INJUPEMP, tareas que se distribuyen de la siguiente forma:

- Jefatura del Departamento: Coordinación de la imagen institucional, enlace con los medios de comunicación, supervisor de las redes sociales y administrador de la pauta publicitaria:

- Auxiliares de Relaciones Públicas: Manejo de redes sociales, monitoreo de noticias, comunicación con periodistas y comunicadores.

- Diseñador gráfico: Creación y edición de material audiovisual.

B) El Departamento de Relaciones Públicas, tomando como base este Plan de Comunicación Institucional, y de acuerdo con las normativas aplicables, tiene la obligación de velar que las áreas encargadas, tengan a disposición para todos los servidores públicos del Instituto y de la ciudadanía, la información mínima que se detalla a continuación:

Área encargada	Información mínima para publicar o proporcionar	Periodicidad
UDI	➢ Procedimientos para la presentación y tratamientos de sugerencias, quejas y denuncias. ➢ Estructura organizativa, mapas de procesos, manuales o reglamentos sobre autoridad y responsabilidad de los servidores públicos.	Cuando haya cambios Mensual
Unidad de Recursos Humanos	➢ Normativa sobre la gestión de talento humano ➢ Remuneraciones de acuerdo con la estructura organización, evitando la inclusión de datos que relacionen los cargos con los nombres de los servidores públicos y las asignaciones salariales. ➢ Resultados de los procesos de selección del personal, así como las promociones y otros movimientos del personal. ➢ Cargo, números de teléfono, direcciones electrónicas y otros datos oficiales del personal de la entidad.	Anual Mensual Trimestral Mensual
Comité de Ética	➢ Atribuciones y responsabilidad del Comité de Probidad y Ética y procedimientos para su funcionamiento. ➢ Declaración del compromiso de cumplimiento del Código de Conducta Ética del Servidor Público y Código o políticas de Ética Institucional.	Cuando haya cambios
Unidad de Planificación/ COCOIN	➢ Reglamento del Comité de Control Interno Institucional. ➢ Plan Estratégico. ➢ Plan Operativo Anual. ➢ Políticas institucionales sobre ética, control interno, gestión de talento humano, tecnología de la información, organización, rendición de cuentas y transparencia.	Cuando haya cambios Anual Anual Anual
Departamento de Presupuesto	➢ Presupuesto vigente con nivel de detalle de ejecución.	Mensual
División Administrativa	➢ Plan Anual de Compras y Contrataciones. ➢ Resultados de los procesos de contrataciones y adquisición de bienes, servicios y construcción de obras.	Anual Trimestral

Unidad de informática	➢ Procedimientos de seguridad, atención de emergencias, uso de los bienes institucionales, asignación de contraseñas, asistencia técnica, y otros relacionados con las actividades institucionales.	Anual o cuando haya cambios

4. Tipos de comunicación

4.1 Internas:

- Correo institucional
- Reuniones presenciales/virtuales
- Grupos de WhatsApp
- Memorando
- Circulares

4.2 Externas:

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp (INJUPEMP Virtual)
- INJUPEMP Conectados
- TikTok
- X (Twitter)
- Página Web
- Medios de comunicación contratados (Televisión, radio, prensa, redes sociales)

5. Lineamientos de comunicación

5.1 Interna

1. Correo electrónico: Las Divisiones, Unidades o Departamentos, remiten al Departamento de Relaciones Públicas la documentación material gráfico, o cualquier tipo de comunicación que se desee enviar a través de un correo masivo a todos los empleados.

2. Grupos de WhatsApp: Se remite a través de los grupos de esta plataforma virtual información relevante para todos los empleados o jefaturas de Divisiones, Unidades y Departamentos.

3. Memorando o circulares: Son los canales escritos y oficiales de comunicación, se remiten con firma y sello de la dependencia que lo envía para su validez.

5.2 Externa

1. Redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok): Se publica información, a petición de alguna dependencia o a criterio del Departamento de Relaciones Públicas, de interés de los participantes a través de material gráfico o audiovisual, de forma clara y precisa, con alcance masivo.

2. Página web: Contiene la información general del Instituto, de productos y servicios, todo bajo el estricto cumplimiento de las instituciones contraloras y supervisoras.

6. Plan Institucional de Comunicación

El plan Institucional de Comunicación INJUPEMP 2025, se desarrollará en el marco de la normativa anteriormente expuesta, bajo la supervisión de la Dirección Ejecutiva y Gobierno Central, esto para una eficiente difusión de los aspectos generales del Instituto, productos y servicios, así como toda la información, que, por el desarrollo diario de las actividades institucionales, se vaya generando, y se ejecutará de la siguiente forma:

1. Definir indicadores clave para medir el impacto de las estrategias.

2. Realizar ajustes periódicos con base en los resultados obtenidos y la retroalimentación del público.

3. Plan de Manejo de Crisis Comunicacional para INJUPEMP: Identificación de crisis potenciales internas (problemas financieros, fallas en el servicio, errores administrativos) y externas (noticias falsas, ataques a la reputación, rumores malintencionados, denuncias públicas).

5. Comunicación Multicanal: Comunicar a través de todos los canales oficiales: sitio web, redes sociales, comunicados de prensa, correo electrónico y medios tradicionales.

6.1 Cronograma

Enero

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

- 25. Dia de la Mujer Hondureña

Febrero

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		

- 14. Dia del Amor y la Amistad
- Campaña "Crédito Ya"
- Campaña "Préstamos Hipotecarios"
- Post INJUPEMP CONECTADOS

Marzo

L	M	X	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

- 5. Miercoles de Ceniza
- 8. Dia Internacional de la Mujer
- 19. Dia del Padre
- 22. Dia Mundial del Agua
- Campaña "Crédito Ya"
- Campaña Institucional
- Post INJUPEMP CONECTADOS

Abril

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

- 7. Dia Mundial de la Salud
- 16-18. Feriado Semana Santa
- 22. Dia Mundial de la Tierra
- 23. Dia del Idioma Español
- 26. Dia de la Secretaria
- 30. Aniversario de Injupemp
- Campaña "Crédito Ya"
- Post INJUPEMP CONECTADOS

Mayo

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

- 1. Dia internacional del Trabajo
- 11. Dia de la Madre Hondureña
- 25. Dia del Periodista Hondureño
- 30. Dia del Pino (Árbol Nacional)
- Campaña "Préstamos Hipotecarios"
- Campaña Institucional
- Post INJUPEMP CONECTADOS

Junio

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

- 5. Dia Mundial del Ambiente
- 11. Dia del Estudiante
- Post INJUPEMP CONECTADOS

Julio

L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

- 20. Dia del Indio Lempira

Agosto

L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

7. Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones

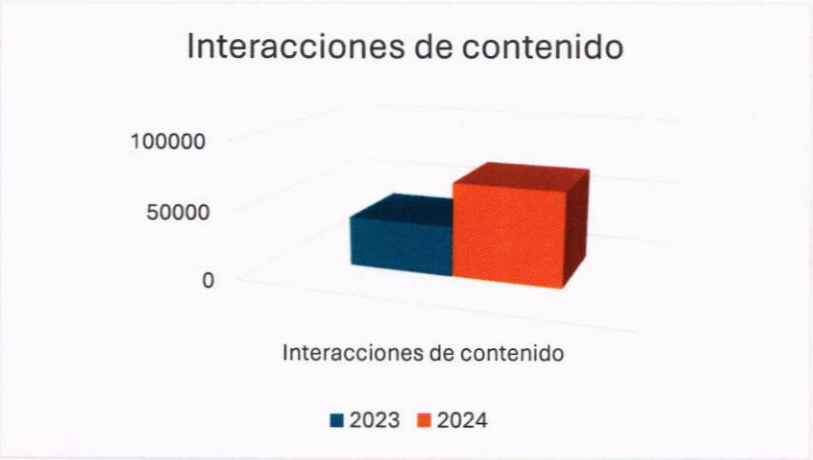
El seguimiento de las actividades establecidas en el Plan Institucional de Comunicaciones se regirá por los mecanismos institucionales ya establecidos (Plan Operativo Anual, plan Estratégico Institucional, En otre otros), asimismo, por el cronograma presentado y otros indicadores que se consideren necesarios para evaluar el cumplimiento de lo planificado.

7.1 Metas

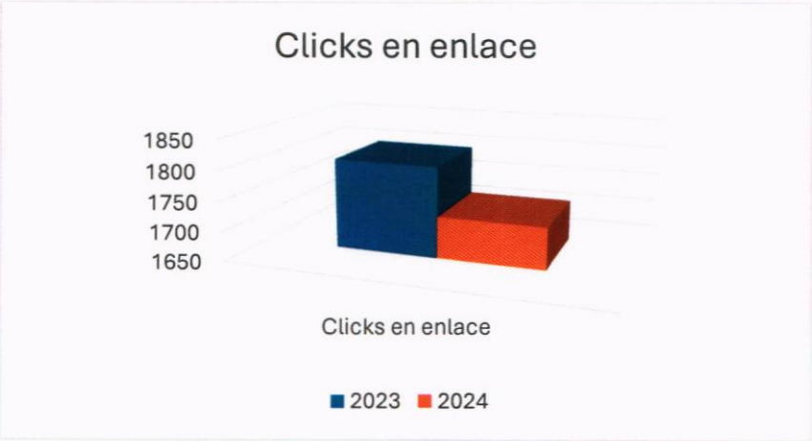
- Aumentar el alcance orgánico de las publicaciones en las redes sociales institucionales y los seguidores, para llegar a la mayor cantidad de participantes.

En cuanto al rendimiento externo del INJUPEMP, se puede notar un levantamiento de los perfiles durante lo que fue el 2024 en relación con el 2023, las interacciones con publicaciones, seguidores y el alcance que han tenido las diferentes cuentas a lo largo del 2024 fueron superiores a las obtenidas en el 2023.

El gráfico anterior muestra el alcance obtenido en 2024 con relación al 2023, este alcance se trata de las cuentas que visualizaron contenido de INJUPEMP y que pueden estar o no siguiendo las páginas oficiales del instituto.



Igualmente, las interacciones de contenido fueron en aumento durante el 2024, esto es en cuanto a likes, comentarios y las veces que las publicaciones fueron compartidas durante el año.



Se puede notar una disminución en los clicks que recibieron los medios oficiales del instituto durante el 2024, algo que indica la poca atención que los usuarios le tomaron a seguir un link colocado en algunas publicaciones.

Las visitas obtenidas durante el 2024 fueron favorables, sin embargo, estas no indican una retención de los usuarios, ni cuantos usuarios visitaron la página varias veces, lo que sí se puede determinar es el interés que los usuarios tienen para mantenerse informados de lo que ocurre en INJUPEMP.

Durante el 2024, se superó la cantidad de seguidores obtenidos con relación al 2023, el contenido generado ha causado una retención significativa en la audiencia, provocando que los usuarios sigan las páginas oficiales de INJUPEMP.

En vista a los gráficos anteriores obtenidos por las bases de datos que generan las plataformas de las redes sociales, podemos determinar que el INJUPEMP tiene una base de comunicación y atención solida en redes sociales, sin embargo, estos resultados pueden ser mejorados y potenciados por el nivel que INJUPEMP da cubrimiento en la sociedad, llegar a la mayor participación y audiencia de los públicos objetivos del instituto y causar una mayor retención.

En cuanto a la página web, esta también podría tener más interacción por parte de los usuarios promoviendo un interés estratégico para que puedan acceder al link que se deja en algunas publicaciones en las redes sociales:

- Mejorar la Comunicación con los Jubilados y Empleados Públicos

Garantizar que todos los jubilados y empleados públicos reciban información clara, actualizada y comprensible sobre sus derechos, Los procedimientos para acceder a los beneficios y las fechas de pago de sus pensiones.

- Promover la Inclusión Digital de los Beneficiarios

Hay que asegurar que los beneficiarios (jubilados y empleados) puedan acceder fácilmente a la información a través de plataformas digitales, reduciendo la brecha digital y facilitando la comunicación a distancia.

- Establecer Canales de Retroalimentación y Participación

Facilitar la retroalimentación constante de los públicos internos (empleados de INJUPEMP) y externos (jubilados y empleados públicos) para mejorar los servicios, procesos y políticas relacionadas con las pensiones.

- Mejorar la Coordinación Interna en la Gestión de la Información

Optimizar la comunicación interna entre los departamentos de INJUPEMP, garantizando que toda la organización esté alineada en la entrega de información relevante a los beneficiarios y en la implementación de políticas.

- Aumentar la Visibilidad Institucional y la Reputación de INJUPEMP

Posicionar a INJUPEMP como una institución confiable y eficiente en la gestión de pensiones, promoviendo su rol en el bienestar de los empleados públicos y jubilados ante la sociedad.

- Gestión Eficiente de Crisis y Situaciones Adversas

Tener una estrategia de comunicación eficaz para abordar cualquier crisis que pueda afectar la imagen o el funcionamiento de INJUPEMP, como retrasos en pagos de pensiones o problemas en la administración de fondos.

- Fomentar la Participación y Colaboración del Personal Interno

Promover una cultura organizacional de comunicación abierta y colaborativa dentro de INJUPEMP, asegurando que todos los empleados contribuyan a la implementación exitosa de las políticas comunicacionales.

- Optimizar la Comunicación en Proyectos y Nuevas Iniciativas

Garantizar una comunicación eficaz sobre proyectos y nuevas iniciativas dentro de INJUPEMP, como cambios en la normativa de Pensiones, la implementación de nuevas tecnologías o servicios adicionales.

7.2 Indicadores

- Ejecución del Plan Operativo Anual
- Ejecución de cronograma de actividades
- Ejecución del Plan Anual de Compras y Contrataciones (Para las actividades propias de la comunicación interna y externa)
- Estadísticas que proporcionan las herramientas de seguimiento de las redes sociales.

8. Monitoreo y Evaluación

El monitoreo y evaluación de estas actividades se realiza mensualmente a través del Plan Operativo Anual, el cual establece un porcentaje de ejecución. Con respecto a las actividades intangibles, se lleva un registro mensual o por actividad, ya sea con documentación soporte o material gráfico, para evidenciar la ejecución de lo que se ha planificado para el periodo establecido.

Elaborado por: Lic. Braian José Maldonado, Jefe del Depto. de Relaciones Públicas.	**Revisado por:** Lic. Jenny Díaz, Coordinadora Comité de Control Interno (COCOIN).	**Aprobado por:** Abg. Amable de Jesús Hernández, Director Interino INJUPEMP.
Firma:	**Firma:**	**Firma:**
Fecha: 02/mayo/2025	**Fecha:** 02/mayo/2025	**Fecha:** 02/05/2025