

(Corresponde al documento de referencia - Formato 99 - Manual de Implementación - MECIP)

OBJETIVO: Proponer, evaluar, seleccionar y ejecutar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing, aprobado por la máxima autoridad institucional.

Lic. Santa Sánchez Gómez
Dirección de Comunicación
PETROPAR

Sub Proceso 2 - Código	Actividades	(1) Objetivo	(2) Factor Crítico de Éxito	(3) Tipo de Indicador	(4) Denominación del Indicador	(5) Fórmula	(6) Descripción	(7) Línea de Base	(8) Meta	(9) Rango de Tolerancia	(10) Periodicidad	(11) Responsable
MA 4.2.2 GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA Y ENLACE INTERINSTITUCIONAL	Elaborar objetivos y estrategias de comunicación interna y externa institucional del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar estrategias de comunicación interna y externa plasmadas en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional.	Comprender las necesidades del público objetivo y analizar las fortalezas y debilidades de la institución y las oportunidades y amenazas del entorno. Elaborar los objetivos y estrategias de Comunicación Interna y Externa, en línea con los objetivos estratégicos institucionales y establecer los mecanismos de control interno adecuados para el logro de objetivos.	Gestión	Rendimiento de Comunicación Institucional	Ítems cumplidos/Ítems propuestos en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional X 100	Con la medición se obtendrá el rendimiento de las actividades	0	100%	90%	Semestral y Anual	Jefe de Departamento de Comunicación Interna y Enlace Interinstitucional
	Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación interna y externa, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional.											
	Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.											
Sub Proceso 3 - Código	Actividades	(1) Objetivo	(2) Factor Crítico de Éxito	(3) Tipo de Indicador	(4) Denominación del Indicador	(5) Fórmula	(6) Descripción	(7) Línea de Base	(8) Meta	(9) Rango de Tolerancia	(10) Periodicidad	(11) Responsable
MA 4.2.3 GESTIÓN DE PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL	Proponer cambios y mejoras en la Línea Gráfica del Manual Corporativa de la institución.	Formular, seleccionar, ejecutar, controlar y evaluar lineamientos de Identidad Visual Corporativa de la institución, plasmadas en el Manual de Identidad.	Comprender las necesidades del público objetivo y elaborar la línea gráfica a seguir, en línea con los objetivos estratégicos de Marketing y la Institución y establecer los mecanismos de control interno adecuados para el logro de objetivos.	Gestión	Producción de Materiales Audiovisuales y Fotográficos	Materiales Producidos/Materiales requeridos en la planificación x 100	Con la medición se obtendrá el porcentaje de materiales utilizados del área para distintas plataformas	0	100%	90%	Anual	Jefe de Departamento de Producción Gráfica y Audiovisual
	Desarrollar y almacenar materiales publicitarios y comunicacionales de la institución, según lineamientos del Manual de Identidad Corporativa.											
	Controlar cantidad y calidad de materiales gráficos y audiovisuales											

Lic. Norma Caballero

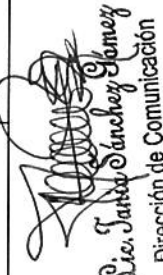
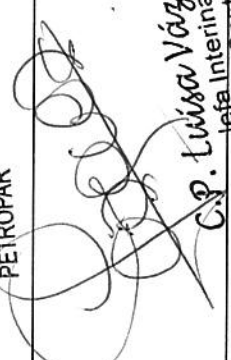
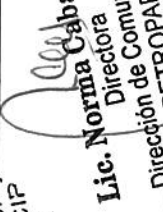
Directora
Dirección de Comunicación
PETROPAR

Lic. William Wilka

Gerente General
PETROPAR

Lic. Jany Sanchez Sanez

Dirección de Comunicación
PETROPAR

Sub Proceso 4 - Código	Actividades	(1) Objetivo	(2) Factor Crítico de Éxito	(3) Tipo de Indicador	(4) Denominación del Indicador	(5) Fórmula	(6) Descripción	(7) Línea de Base	(8) Meta	(9) Rango de Tolerancia	(10) Periodicidad	(11) Responsable
MA 4.2.4 GESTIÓN DE PRENSA	Elaborar objetivos y estrategias relacionados a la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación. Implementar y ejecutar las tareas relacionadas a la comunicación institucional, gestión de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, del Plan de Comunicación y Marketing Institucional y el Manual de Crisis. Controlar, evaluar los resultados y proponer alternativas para corregir desviaciones del plan.	Formular, seleccionar, controlar y evaluar estrategias de comunicación institucional, relaciones públicas con los medios y gestión de crisis comunicacional, plasmados en el Plan de Comunicación y Marketing Institucional y el Manual de Crisis. aprobados por la máxima autoridad institucional.	Comprender las necesidades del público objetivo y los diferentes grupos de interés para desarrollar estrategias y tácticas de comunicación mediativas, tendientes a generar una opinión pública favorable sobre la gestión institucional, en línea con los objetivos estratégicos institucionales y establecer los mecanismos de control interno adecuados para el logro de objetivos.	Gestión	Producción de Materiales Periodísticos	Cantidad de noticias publicadas / Cantidad de Coberturas Institucionales X 100	Con la medición se obtendrá el porcentaje de noticias institucionalizadas en los diferentes medios de comunicación disponibles.	0	100%	90%	Semestral y Anual	Jefe de Departamento de Prensa
Elaborado por:	 Lic. Sandy Sánchez Gamay Dirección de Comunicación PETROPAR											
Revisado por:	 C.P. Luisa Vázquez Jefa Interina Unidad de Gestión y Control de MECIP PETROPAR											
Aprobado por:	 Lic. Norma Caballero Directora Dirección de Comunicación PETROPAR											
 Lic. William Wilka Gerente General PETROPAR												
Fecha: 161123												
Fecha: 201223												
Fecha: 271223												