










Instituto Interamericano de
Cooperación para la Agricultura

Macroproceso 2 Comunicación e Imagen

Índice del Macroproceso

Descripción General del Macroproceso	
Descripción 2.1 Formulación del Plan de Canales, Medios y Contenidos.	
Diagrama 2.1 Formulación del Plan de Canales, Medios y Contenidos.	
Descripción del Proceso 2.2 Divulgación y Difusión Masiva.	
Diagrama 2.2 Divulgación y Difusión Masiva.	
Descripción 2.3 Producción Audiovisual y Escrita.	
Diagrama 2.3 Producción Audiovisual y Escrita.	

Macroproceso

2 Comunicación e Imagen.

Objetivo

Garantizar el desarrollo de la imagen organizacional de manera coherente con la estrategia y la identidad del IICA, mediante la gestión de comunicaciones efectivas con públicos clave, para incrementar el conocimiento, la visibilidad y la reputación del IICA.

Alcance

Nivel hemisférico.
Acciones técnico-normativas a nivel hemisférico.
Centralización en niveles estratégicos y Sede Central.
Descentralización a nivel táctico y operativo por región y país.

Entradas

Planes Operativos del IICA.
Políticas, estrategias y planes de comunicación vigentes.
Posicionamiento actual del IICA.
Requerimientos de comunicación institucional.

Procesos

2.1 Formulación de Plan de Canales, Medios y Contenidos.

2.2 Divulgación y Difusión Masiva.

2.3 Producción Audiovisual y Escrita

Salidas

Incremento del conocimiento, la visibilidad y la reputación del IICA.
Posicionamiento efectivo en los públicos meta identificados como clave.
Coherencia entre identidad y comunicaciones del IICA.
Servicios Estratégicos de Producción Audiovisual y Escrita prestados a satisfacción.
Políticas de Comunicación Institucional y Manual de Imagen Corporativa para orientar acciones y toma de decisiones.
Planes de canales, medios y contenidos para orientar acciones y toma de decisiones.
Mecanismos de comunicación interna y externa efectivos diseñados e implementados.

Proceso

2.1 Formulación de Plan de Canales, Medios y Contenidos.

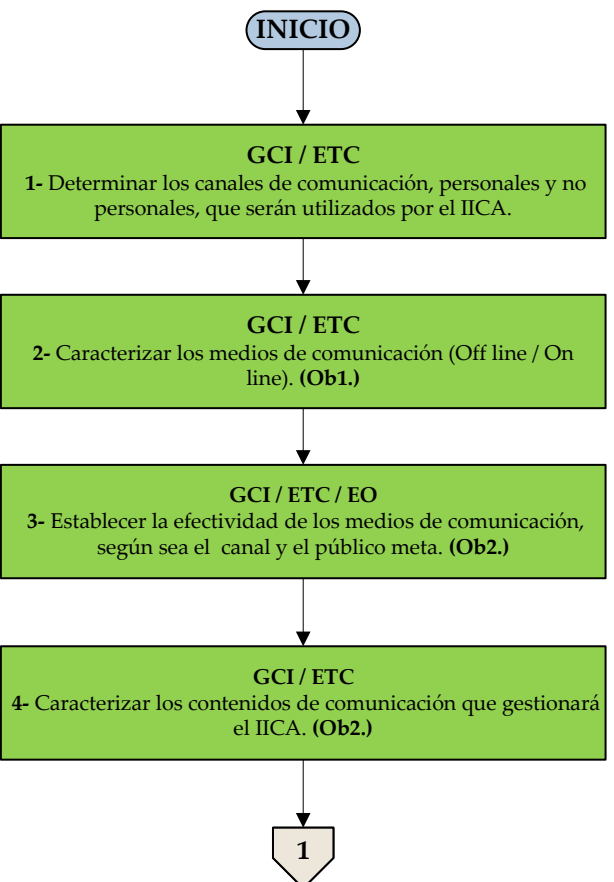
Objetivo	Determinar el plan de canales, medios y contenidos que permitan implementar la estrategia de comunicación del IICA para los públicos internos y externos.
Alcance	Nivel hemisférico. Acciones técnico-normativas a nivel hemisférico. Centralización en niveles estratégicos y Sede Central.
Normativa Específica	
Sistemas Informáticos	Formularios y metodologías en línea para consultas o recopilación datos – SUGI - SAP (FM, CO, PS, GM, FI) – SAPIENS - MS Office (Excel)
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de cumplimiento de metodología de formulación del plan de canales, medios y contenidos. • Porcentaje de públicos meta internos y externos clave incluidos en el Plan de Canales, Medios y Contenidos.

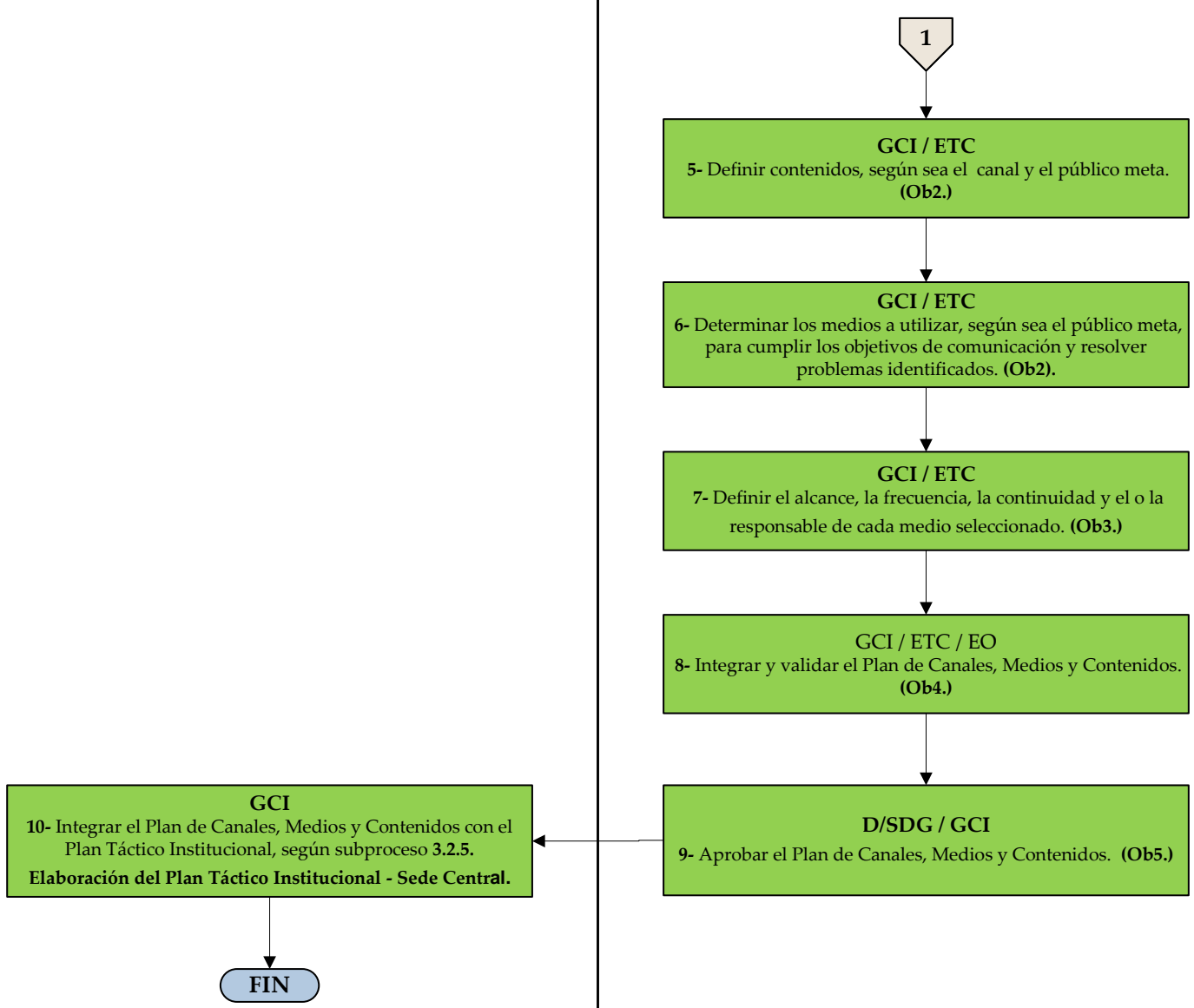
	Insumos	Referencias
Entradas	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Canales, Medios y Contenidos vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas vigentes de Comunicación e Información Institucional. • Públicos meta, internos y externos, caracterizados y priorizados. • Planes Estratégicos, Tácticos y Operativos del IICA. • Informes de gestión estratégica, táctica y operativa.
Productos	Plan de Canales, Medios y Contenidos actualizado. Mecanismos de comunicación interna y externa efectivos, diseñados.	

2.1 Formulación de Plan de Canales, Medios y Contenidos.

INVOLUCRADOS

Dirección / Subdirección General (D/SDG)
Gerencia de Comunicación Institucional (GCI)
Equipo Técnico Conformado (ETC)
Gerencia de Diseño Organizacional (GDO)
Entidades Organizativas del IICA (EO)*

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>* Incluye las Direcciones, Gerencias y Unidades de la Sede Central, los Equipos de Proyecto y Representaciones.</p> <p>Ob1: Se deben considerar los siguientes medios de comunicación: personales, medios masivos impresos, medios masivos de difusión audiovisual, medios masivos digitales, medios masivos de exhibición, medios ambientales y eventos.</p> <p>Ob2: Debido a que existe descentralización parcial a nivel táctico y operativo por región y país, pueden existir variaciones entre las Representaciones. Estas deben elaborar sus respectivos planes de canales, medios y contenidos, bajo la orientación y lineamientos de la Sede Central.</p>

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>Ob3: Alcance: Número de individuos del público meta expuestos al mensaje o medio elegido durante un periodo determinado.</p> <p>Frecuencia: Número promedio de veces que un individuo del público meta se expone al mensaje o al medio elegido dentro del periodo determinado.</p> <p>Continuidad: Distribución de las exposiciones a lo largo del año. Se refiere a la periodicidad con la que se pauta la exposición. Puede ser continua, con periodos de mayor intensidad (de pulsación) o en fechas clave (intermitente).</p> <p>Ob4: El Equipo Técnico integra, junto con las Representaciones, el Plan de Canales, Medios y Contenidos, el cual debe ser validado por la Gerencia de Comunicación Institucional.</p> <p>Ob5: La Gerencia de Comunicación Institucional somete a aprobación el Plan de Canales, Medios y Contenidos ante la Dirección General.</p>

Proceso

2.2 Divulgación y Difusión Masiva.

Objetivo	Divulgar y difundir la actividad institucional de forma consistente y periódica, utilizando distintos formatos capaces de alcanzar audiencias masivas, para incrementar el conocimiento, la visibilidad y la recuperación del IICA.
Alcance	Nivel hemisférico Acciones técnico-normativas a nivel hemisférico. Centralización en niveles estratégicos y Sede Central. Descentralización parcial a nivel táctico y operativo por región y país.
Normativa Específica	
Sistemas Informáticos	Intranet - Drupal (página web) - Odoo (plataforma de envíos masivos) -SIDD (Sistema integrado de diseño y diagramación) - Deposit (banco de imágenes) - Adobe CC, Protools, Final cut (edición de videos) – SoundCloud - Radioteca (plataforma para bajar programa AgroEnlace)
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de alcance de mensajes en redes sociales. • Porcentaje de menciones e impactos en medios de comunicación masivos. • Porcentaje del público meta que recibió el mensaje. • Porcentaje de requerimientos y solicitudes de divulgación y difusión satisfechos.

	Insumos	Referencias
Entradas	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos efectivos de comunicación interna y externa, diseñados. • Requerimientos y solicitudes de divulgación y difusión masiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas vigentes de Comunicación e Información Institucional. • Públicos meta, internos y externos, caracterizados y priorizados. • Planes Estratégicos, Tácticos y Operativos del IICA. • Informes de gestión estratégica, táctica y operativa. • Manual de identidad gráfica vigente. • Kit de prensa vigente.
Productos	<p>Mecanismos efectivos de comunicación interna y externa, implementados. Divulgación y difusión masiva ejecutada efectivamente y a satisfacción. Incremento del conocimiento, la visibilidad y la reputación del IICA.</p>	

2.2 Divulgación y Difusión Masiva.

INVOLUCRADOS	Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
<p>Dirección / Subdirección General (D/SDG) Gerencia de Comunicación Institucional (GCI) Equipo de Apoyo (EA)* Gerencia de Diseño Organizacional (GDO) Entidades Organizativas del IICA (EO)**</p>			<p>* Equipo multidisciplinario de apoyo a la Gerencia de Comunicación Institucional o a la Representación, conformado por personal interno y externo, para facilitar las acciones de divulgación y difusión masiva, así como las de producción audiovisual y escrita.</p> <p>** Incluye las Direcciones, Gerencias y Unidades de la Sede Central, los Equipos de Proyecto y Representaciones.</p> <p>Ob1: Las representaciones, equipos de proyecto y demás entidades organizativas del IICA tienen responsabilidades de la divulgación y difusión masiva, bajo la orientación y lineamientos de la Sede Central.</p> <p>Ob2: Los requerimientos de divulgación y difusión masiva están determinados por el plan Operativo de Comunicación. Además, se pueden recibir solicitudes específicas de divulgación y difusión masiva por parte de las entidades organizativas del IICA.</p> <p>Ob3: La Gerencia de Comunicación Institucional contará con el apoyo de un equipo multidisciplinario para la ejecución de las acciones de divulgación y difusión masiva. Las Representaciones deben analizar sus respectivas solicitudes de divulgación y difusión masiva.</p>

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>Ob4: Dependiendo del alcance de la solicitud, el requerimiento de ajuste lo debe determinar la Representación o la Gerencia de Comunicación Institucional.</p>

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>Ob5: Debe aportar lo correspondiente a los resultados obtenidos, relacionados con las acciones de comunicación institucional ejecutadas a nivel regional, nacional y de sede central, según corresponda.</p>

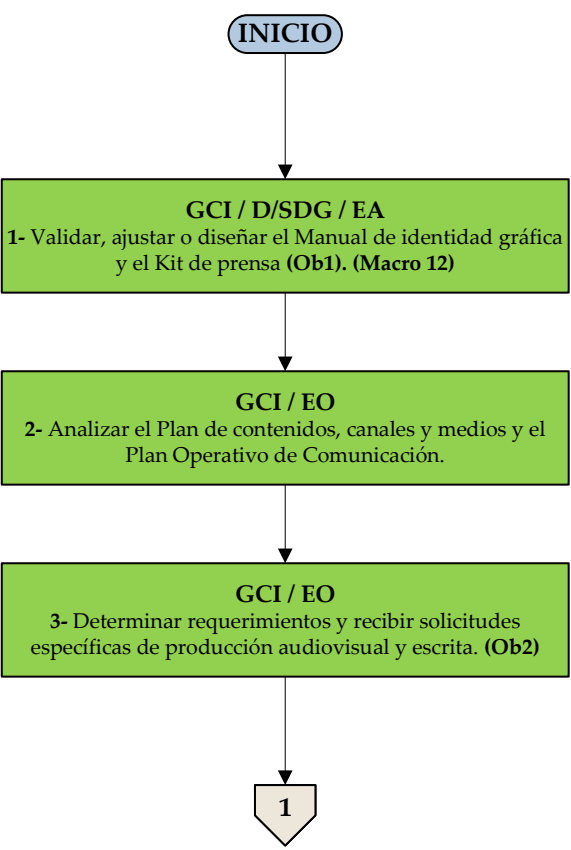
Proceso

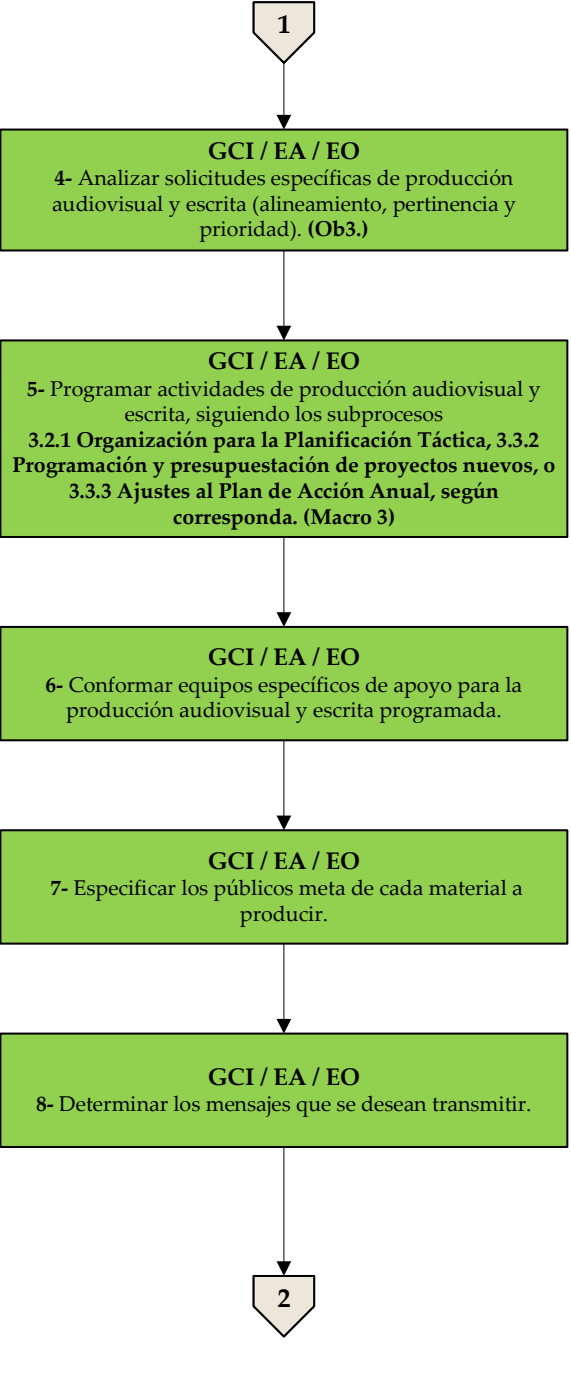
2.3 Producción Audiovisual y Escrita.

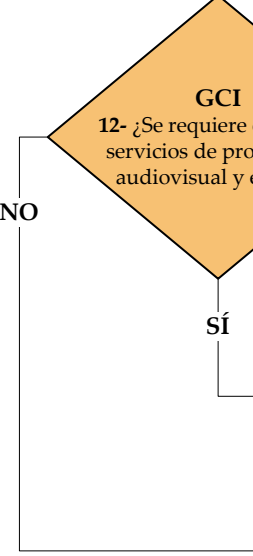
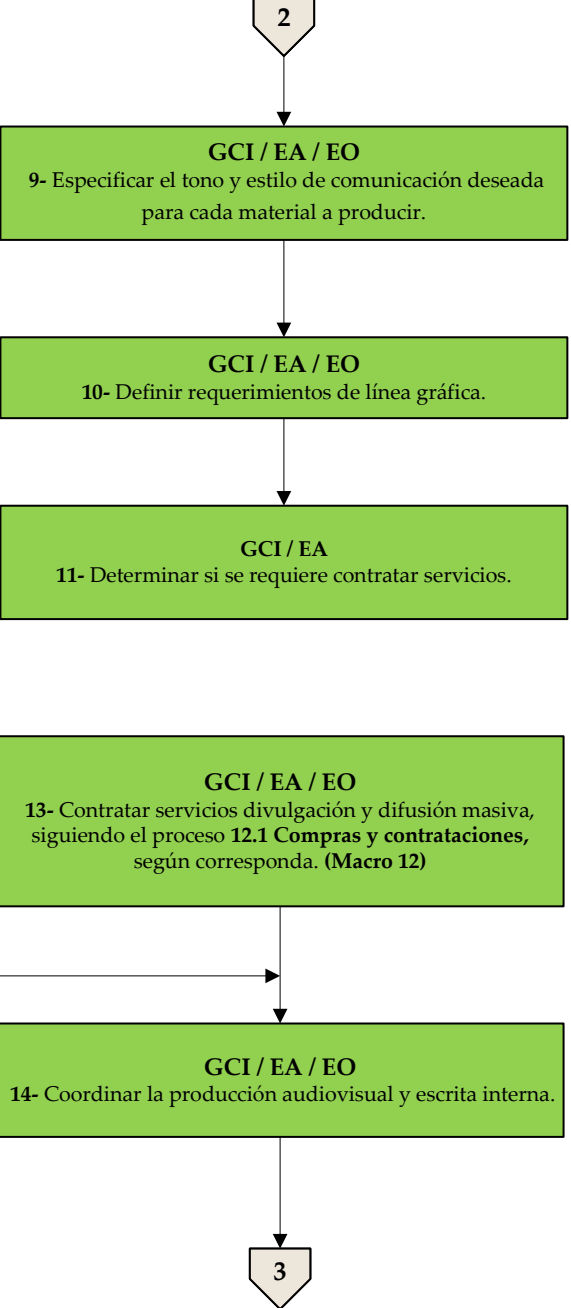
Objetivo	Garantizar la efectiva producción audiovisual y escrita de discursos oficiales, comunicados, publicaciones, presentaciones en publicidad, página web, intranet, correos electrónicos, redes sociales, pizarras, medios ambientales, etc.
Alcance	Nivel hemisférico Acciones técnico-normativas a nivel hemisférico. Centralización en niveles estratégicos y Sede Central. Descentralización parcial a nivel táctico y operativo por región y país.
Normativa Específica	
Sistemas Informáticos	Intranet - Drupal (página web) - Odoo (plataforma de envíos masivos) -SIDD (Sistema integrado de diseño y diagramación) - Deposit (banco de imágenes) - Adobe CC, Protools, Final cut (edición de videos) – SoundCloud - Radioteca (plataforma para bajar programa AgroEnlace)
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de requerimientos y solicitudes de producción audiovisual y escrita satisfechos.

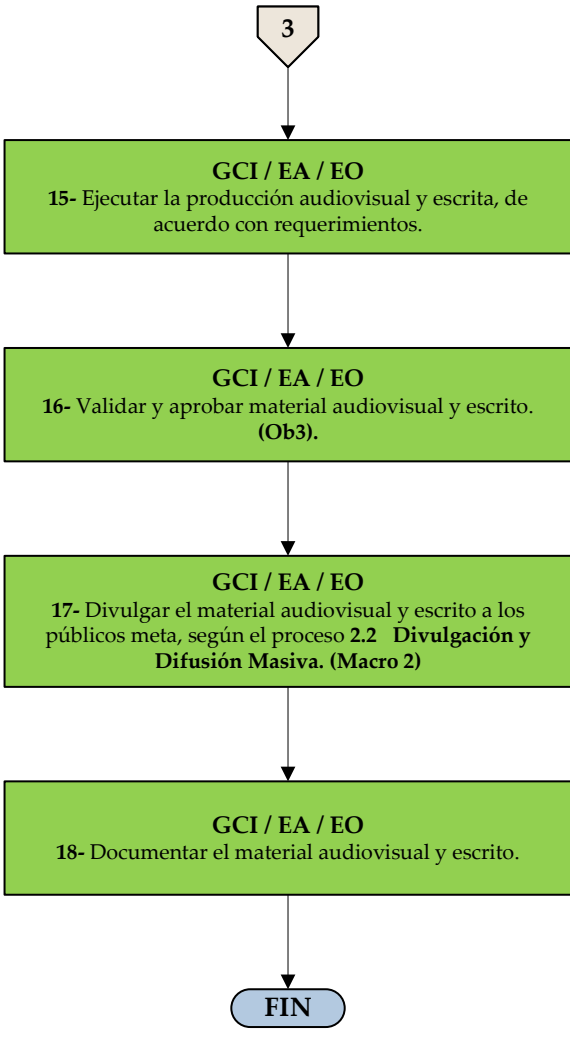
	Insumos	Referencias
Entradas	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de identidad gráfica vigente. • Kit de prensa vigente. • Requerimientos y solicitudes de producción audiovisual y escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Públicos meta, internos y externos, caracterizados y priorizados. • Planes Estratégicos, Tácticos y Operativos del IICA. • Informes de gestión estratégica, táctica y operativa.
Productos	Manual de identidad gráfica actualizado. Kit de prensa actualizado. Requerimiento y solicitudes de producción audiovisual y escrita satisfechos.	

2.3 Producción Audiovisual y Escrita.

INVOLUCRADOS	Dirección / Subdirección General (D/SDG) Gerencia de Comunicación Institucional (GCI) Equipo de Apoyo (EA)* Gerencia de Diseño Organizacional (GDO) Entidades Organizativas del IICA (EO)**	
Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>* Equipo multidisciplinario de apoyo a la Gerencia de Comunicación Institucional o a la Representación, conformado por personal interno y externo, para facilitar las acciones de divulgación y difusión masiva, así como las de producción audiovisual y escrita.</p> <p>** Incluye las Direcciones, Gerencias y Unidades de la Sede Central, los Equipos de Proyecto y Representaciones.</p> <p>Ob1: El Equipo de Apoyo elabora el manual de identidad gráfica; este lo valida la Gerencia de Comunicación Institucional y lo aprueba la Dirección General. Eventualmente, podría requerirse la contratación de servicios externos para su diseño según el subproceso 12.1 Compras y contrataciones para compras menores, o el subproceso 12.1.4 Compras mayores y licitaciones, según corresponda.</p> <p>Ob2: Los requerimientos de producción audiovisual y escrita están determinados por el plan Operativo de Comunicación. Además, se pueden recibir solicitudes específicas por parte de las entidades organizativas del IICA.</p>

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		

Gerencia de Comunicación Institucional	Mixto	Observaciones
		<p>Ob3: El material audiovisual y escrito es aprobado por el solicitante y validado por la Gerencia de Comunicación Institucional o la Representación, según corresponda.</p>