



PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2021

GERENCIA GENERAL DE RELACIONES PÚBLICAS

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO





ÍNDICE

I) Introducción	4
II) Base Legal	5
III) Marco Estratégico Institucional	6
3.1 Misión	6
3.2 Visión	6
3.3 Estructura Orgánica	7
IV) Aspectos Generales	8
4.1 Alcance	8
4.2 Finalidad	8
4.3 Objetivo General	8
4.4 Objetivos Específicos	9
4.5 Instrumentos de Gestión	9
V) Diagnóstico Institucional	10
5.1 Análisis de Plan de medios 2018	10
5.2 Análisis de la Gestión de Medios	11
VI) Enfoque Comunicacional	11
6.1 Actividades y Productos de la Comunicación Externa	11
VII) Estrategias Comunicacionales	12
7.1 Estrategias de Contenidos	12
7.1.1 Programación de Contenidos	14
7.1.2 Frecuencia de Publicación	18
7.2 Estrategia y Gestión de Medios	19
7.3 Estrategia de Comunicación	20
7.3.1 Estrategia de Recabar Información	21
7.3.2 Plan para Manejo de Crisis	21
7.2.3 Vocera, Vocero y Portavoz	22
7.3.4 Crisis en Redes Sociales	22
VIII) Protocolo de Comunicación	23
8.1. Protocolo de Comunicación Offline	23
8.2 Protocolo de Comunicación Online	27





8.2.1 Guía de Buenas Prácticas en Redes Sociales	27
8.2.2 Definición de Nuestra Presencia en Facebook	27
8.2.3 Definición de Nuestra Presencia en Twitter	28
8.2.4 Definición de Nuestra Presencia en Instagram	30
IX) Grupo de Público Objetivo	31
X) Mensajes	33
XI) Monitoreo y Evaluación	35
11.1 Indicadores de Comunicación Externa	35
XII) Presupuesto	36
XIII) Anexos	38
13.1 Anexo 1: Matriz de Plan de Comunicación Externa 2021	38
13.2 Anexo 2: Matriz de indicadores	41





1). INTRODUCCIÓN

En el siguiente Plan de Comunicación Externa 2021 se explicará los objetivos y actividades de comunicación con el fin último de construir y fortalecer la imagen y reputación de la Municipalidad Provincial del Callao.

La Gerencia General de Relaciones Públicas plantea que la comunicación directa con la población, opinión pública, entidades gubernamentales, privadas, sindicatos y todos los que se conviertan en receptores (público objetivo), es fundamental para aproximarse no solo al concepto de democracia sino a una gestión de transparencia y de servicio. Todos quieren participar, reclamar, opinar y comunicarse pero sobre todo recibir una respuesta y es aquí donde se debe priorizar el Plan de Comunicaciones Externa 2021 para integrar todas las herramientas comunicacionales en favor de mejorar la imagen institucional de esta corporación edil.

Sabido es que la tecnología ocupa parte de nuestra vida y ahora en medio de la pandemia por covid-19 ha puesto de manifiesto que se debe optimizar no solo la comunicación tradicional sino que esta debe ir de la mano con las herramientas digitales, en este caso las notas de prensa y comunicados no solo deben ser compartidos a medios de comunicación (radio, tv, prensa escrita, páginas web) sino también usar las redes sociales oficiales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) como la “voz” de las autoridades y siempre ajustada a la verdad y realidad.

Sin embargo la evolución en la comunicación demuestra que es necesario una retroalimentación, un equipo (Community manager) encargados de estar 24x7 los 365 días del año atentos a las necesidades en vista que todas las acciones comunicacionales estarán en armonía con los objetivos estratégicos.

Este diseño incluye también el desarrollo de campaña de publicidad, ejecución y puesta en marcha de las acciones, contratación de los espacios publicitarios, medición de los resultados de las acciones, así como un plan de comunicación para manejo de crisis.

Para el cumplimiento de sus funciones la Gerencia General de Relaciones Públicas cuenta con las siguientes dependencias:

- Gerencia de Prensa
- Gerencia de Protocolo

En resumen, el Plan de Comunicación Externa 2021 busca facilitar una mejor gestión, mejorar la reputación y la imagen de la Municipalidad Provincial del Callao.





II). BASE LEGAL

- Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- Ley orgánica de municipalidades N° 27972.
- Ordenanza municipal N° 019-2018, que aprueba el Texto Único Ordenando del Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad Provincial del Callao.
- Acuerdo de Concejo N° 003-2018, que ratifica la aprobación por Resolución de Alcaldía N° 1325-2018-MPC-AL del Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad Provincial del Callao.
- Resolución de Alcaldía N° 575-2019-ALC-MPC de fecha de fecha 30 de diciembre de 2019, que aprueba el Plan Operativo Institucional de la Municipalidad Provincial del Callao 2020.





III). MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

3.1 MISIÓN:

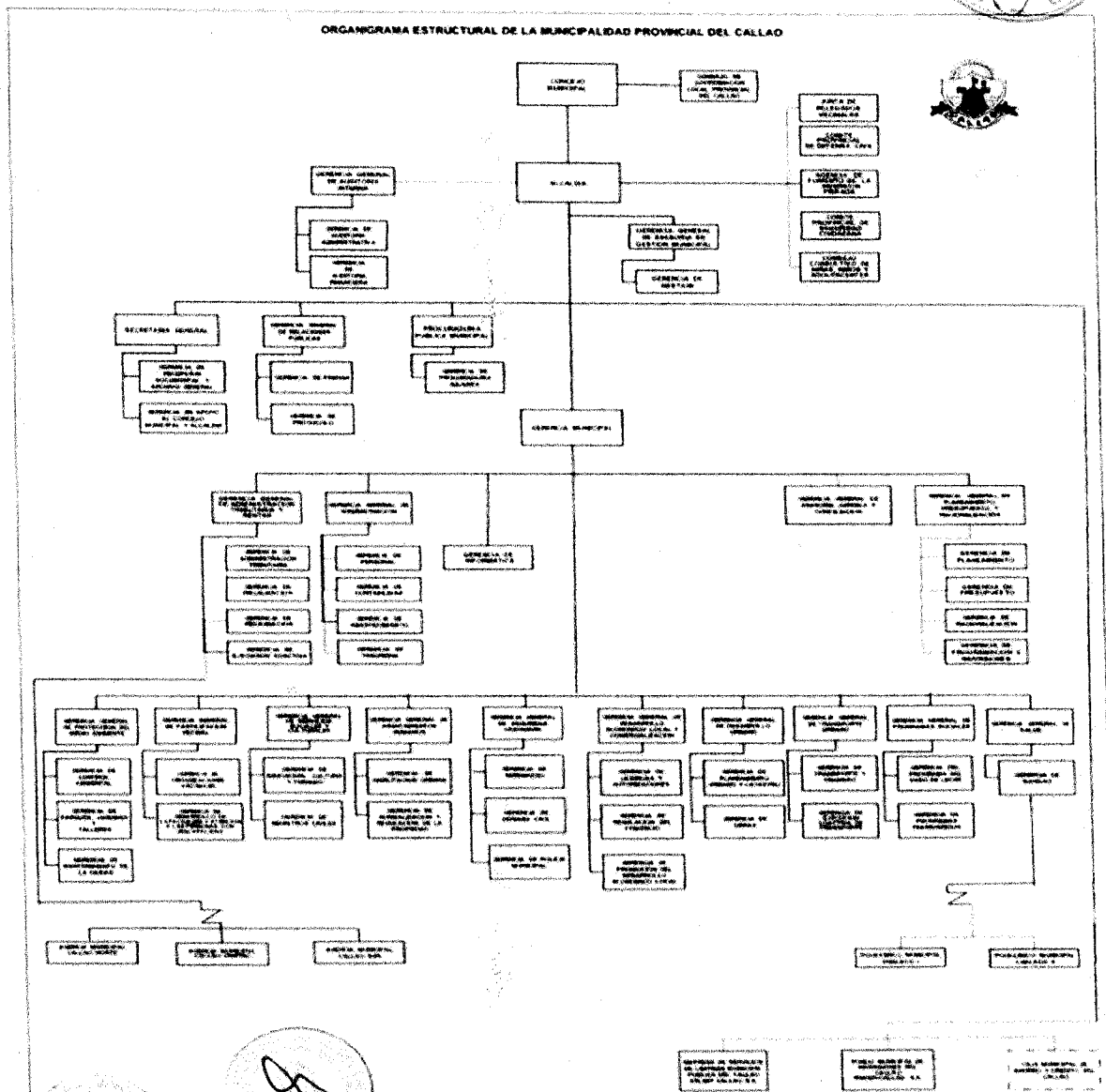
Prestar servicios públicos de calidad promoviendo el desarrollo integral y sostenible en la Provincia Constitucional del Callao, a través de procesos simplificados que respondan a la generación de valor público, basados en la participación ciudadana y la transparencia.

3.2 VISIÓN:

"Callao, centro estratégico del Pacífico Sur. Modelo De desarrollo planificado, ecoeficiente y con calidad de vida; con oportunidades de desarrollo social, cultural y económico para sus ciudadanos".



TUO del Reglamento de Organización y Funciones – ROF – V.01.18 Municipalidad Provincial del Callao



Gerencia General de Planeamiento, Presupuesto y Racionalización



(IV) ASPECTOS GENERALES

4.1 ALCANCE

El presente Plan de Comunicación Externa 2021 tiene alcance a la Gerencia General de Relaciones Públicas y demás gerencias con el fin de reforzar la imagen de esta corporación edil.

Dicha imagen debe ser fortalecida con mensajes de calidad, contenido y rigor, con información adecuada y actualizada y de interés para el público externo.

4.2 FINALIDAD

Establecer un proceso de comunicación externa estructurada y transversal que permita comunicar y recibir de forma bidireccional (ascendente y descendente) mensajes que contengan información relevante, oportuna, clara y concreta a través de los canales de comunicación con el fin de reforzar la imagen institucional.

La actuación de la Gerencia de Relaciones Públicas es necesaria para mantener a las autoridades vinculadas e integradas con los vecinos, gobiernos locales y regionales, empresa privada, medios de comunicación entre otros. Es sumamente beneficioso para la gestión poseer una imagen positiva de transparencia y de apoyo. De esta manera se asegura la calidad de comunicación con el público objetivo.

4.3 OBJETIVOS GENERALES

- Consolidar la imagen institucional a través de la difusión de información referida a las actividades, campañas y obras que ejecuta la Municipalidad Provincial del Callao.
- Fortalecer la identidad y reputación de esta corporación edil a través de los procesos comunicativos con el público externo para incrementar la transparencia.
- Posicionar y visibilizar la gestión de esta corporación edil.





4.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Afianzar la comunicación y hacer uso de las tecnologías de la información para garantizar la excelencia a la atención a la ciudadanía.
- Aplicar una estrategia durante una situación de crisis.
- Promover la imagen de la Municipalidad Provincial del Callao con otras instituciones y fortalecer las relaciones interinstitucionales ya establecidas.
- Organizar, dirigir y evaluar los eventos y/o ceremonias oficiales de acuerdo al calendario de efemérides.
- Situar a la administración municipal ante la ciudadanía como una institución cercana a ella y transparente en sus actuaciones.
- Ofrecer a través de la comunicación tradicional y digital información de interés a la ciudadanía, favoreciendo el conocimiento de los servicios públicos.
- Conseguir un mejor aprovechamiento y optimización de las nuevas tecnologías de la comunicación, empleando herramientas sociales y de recursos propios.
- Promocionar las actividades y valores cívicos, propiciando la utilización racional de los servicios y bienes públicos.
- Publicitar y publicar información en la web y las redes sociales sobre todo los presupuestos de la administración de sus gerencias, así como una memoria anual de actuaciones.
- A través de la comunicación transversal reducir las distancias entre la administración y la ciudadanía.

4.5 INSTRUMENTO DE GESTIÓN

El Plan de Comunicación Externa 2021 se encuentra alineada al Objetivo General 2 "Fortalecer la identidad y reputación de esta corporación edil a través de los procesos comunicativos con el público externo para incrementar la transparencia".

Asimismo las acciones estrategias institucionales se siguen de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones – ROF aprobada en la Ordenanza Municipal n. 019-2018.





V) DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

El reto de la Gerencia General de Relaciones Públicas es posicionar la imagen de la Municipalidad Provincial del Callao como una entidad eficiente, transparente y de buena gestión. Para cumplir nuestra meta es importante hacer uso de todas las herramientas de comunicación, conocer nuestras oportunidades y amenazas así como las debilidades y fortalezas de esta corporación edil.

En base a nuestro análisis, a continuación, señalamos los principales indicadores identificados en el proceso.

5.1 ANÁLISIS DEL PLAN DE MEDIOS 2018

- Como primer punto, el factor de la capacidad de innovación y uso de las nuevas TIC no ha sido tomada en cuenta pese que las redes sociales oficiales con las que cuenta la Municipalidad Provincial del Callao son las mejores herramientas de publicidad y llega a más vecinos sin hacer uso de fondos presupuestales.
- El presupuesto para publicidad en medios locales (páginas de Facebook, revistas locales, semanarios) no reflejan una necesidad teniendo en cuenta que los mencionados medios no tienen alcance masivo ni son dirigidos por periodistas por lo que no hay una correcta difusión ni llegada al público objetivo.
- No cuenta con un plan para manejo de crisis.
- Las actividades no se encuentran vinculadas al objetivo institucional solo está destinado para la promoción de la autoridad (alcalde).
- No hay una estrategia de qué se debe comunicar ni cómo comunicarlo
- No existe un análisis de los resultados por cada campaña o al menos esta Gerencia General no se ha encontrado documentación que lo sustente.





5.2 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE MEDIOS

¿Qué queremos transmitir? ¿Cómo lo haremos? La redacción de notas de prensa para la posterior publicación en periódicos y revistas, el contacto con emisoras de radio, o la aparición esporádica en televisión, son algunas de las estrategias a tomar en cuenta.

A través de noticias, artículos o entrevistas; reportajes esta Gerencia General de Relaciones Públicas ‘nutrirá’ contenido para los medios de comunicación ya sea: Canales offline: televisión, radio, prensa, vallas publicitarias, eventos, etc. Canales online: página web, blog, redes sociales, email, etc.

Otras acciones a tomar en cuenta:

Publicar contenido de los servicios que sean de utilidad y de calidad para nuestra comunidad.

Interactuar con la población, escuchando sus quejas y sugerencias y siendo el nexo de la población con otras gerencias.

Compartir contenido creativo y de calidad, que llame la atención de nuestro público objetivo.

VI) ENFOQUE COMUNICACIONAL

6.1 ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

La Gerencia General de Relaciones Públicas de la Municipalidad Provincial del Callao es el órgano de apoyo que se encarga de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial del Callao a través de la divulgación de las actividades que ejecuta en beneficio de la población y el desarrollo local, así como realizar los actos protocolares y eventos oficiales con la participación del Alcalde.

COMUNICACIÓN EXTERNA:

Está dirigida a público que no pertenecen a la institución y nuestro objetivo es comunicar e informar a los ciudadanos de las actividades, campañas y obras que se ejecutan, a través de la difusión, notas de prensa, promoción, haciendo uso de estrategias tecnológicas, orientada a mejorar los servicios municipales y que garantice mantener una gestión transparente, dinámica y eficiente hacia los ciudadanos.

En este marco y sobre la base de los lineamientos de la Gerencia General de Relaciones Públicas de la Municipalidad Provincial del Callao, se plantean un conjunto de acciones, actividades y productos dirigidos a los grupos de público-objetivo de la Municipalidad Provincial del Callao y de sus aliados estratégicos para comunicar los logros, experiencias exitosas, gestiones y tareas de la institución. Se programa y ejecuta en coordinación con las Gerencias.



VII) ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

Las líneas estratégicas sobre los cuales se plasma este Plan de Comunicación Externa 2021 ha dividido la comunicación en dos áreas fundamentales: La comunicación tradicional (Offline) y la comunicación digital (online). Desde la Gerencia General de Relaciones Públicas ambas áreas deberán operar paralelamente con la finalidad de conseguir proyectar un mensaje coordinado, alturado y eficaz, de manera que se adecúe a las necesidades de cada público, soporte y entorno mediático.

En consecuencia, las líneas siguientes discurrirán acerca de la comunicación offline y online. En ambos capítulos se abordará los objetivos, funciones y prácticas que desarrollará estratégicamente para un resultado eficaz y de un modo coordinado.

7.1 ESTRATEGIAS DE CONTENIDOS

- La Gerencia General de Relaciones Públicas establecerá canales internos de provisión de contenidos sobre las actividades que realiza la Municipalidad Provincial del Callao así como campañas y servicios de tal modo que se informe todos los eventos, novedades y noticias que involucren al municipio.
- La elaboración de las notas de prensa enviadas a los medios de comunicación así como las publicaciones compartidas en las redes sociales oficiales deberá ser autorizadas por la Gerencia General de Relaciones Públicas.
- Los comunicados de prensa serán difundidos por medios de comunicación tradicional y digital sobre temas de interés o temas de manejo de crisis.
- Las redes sociales son una herramienta fundamental para promocionar e informar sobre los proyectos que se producen en el municipio. Es conveniente mantener un equilibrio de la información institucional de esta forma convertimos el canal corporativo no solo en una vía de promoción sino que además aportamos contenido adicional y de interés para todos los interesados, creando un valor añadido y convirtiendo nuestro perfil interesante incluso para aquellos que no residen en nuestra provincia.

Por esa razón debemos publicar en nuestras redes sociales información relativa a:

- Anuncio de cursos y actividades.
- Noticias de relevancia relacionadas a la gestión.
- Noticias publicadas en la misma web.



- Material audiovisual con las actividades oficiales del alcalde y gerencias, así como obras, reconocimientos, proyectos, etc.
- Boletines.
- Reportajes.
- Entrevistas a funcionarios sobre un tema en particular.

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA, EN COORDINACIÓN CON LAS GERENCIAS
Elaboración de diseño gráficos, trípticos, afiches, folletos, material gráfico, audiovisual y otros.
Elaboración del boletín municipal – virtual.
Elaboración y difusión de notas de prensa.
Publicación en medios de comunicación de las actividades municipales.
Cobertura periodística de actividades externas.
Resultado de actividades y campañas.
Gestión de la comunicación digital (Redes Sociales, portal web y otros).
Gestión de la web con enfoque intercultural y equidad de género.
Actividades de relaciones públicas en general.
Servicio de orientación y atención al ciudadano.
Ferias informativas y procesos de inducción a usuarios, ciudadanos y otros actores sociales.
Diseño, desarrollo y distribución de merchandising (material de oficina, agendas y otros).
Gestión de interés e incidencia con stakeholders principales y secundarios y medios de comunicación.
Comunicación con los vecinos a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)
Vitrinas informativas.
Difusión de los videos institucionales e informativos en los televisores de rentas de Palacio Municipal, sala de alcaldía, Biblioteca municipal “Teodoro Casana Robles”, Centro Cultural “Alejandro Miro Quesada Garland” así como en las agencias de recaudación.

El mayor beneficio que se produce al utilizar las redes sociales por parte de la Gerencia General de Relaciones Públicas, es ofrecer información de forma rápida y actualizada, generando mayor confianza y proporcionando transparencia a los ciudadanos, ofreciendo la oportunidad de desmentir toda información que haya podido ser mal interpretada y solucionar lo antes posible una crisis. Llegando a constituir la página de Facebook, o el perfil de Twitter de la Municipalidad Provincial del Callao, como el centro de información al público, pudiendo derivar la consulta de forma privada y gestionando las consultas de una forma más rápida y cercana, llegando a optimizar los recursos personales y logísticos de los que dispone.





7.1.1 PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

Diferentes estudios han demostrado que las mejores horas para publicar en Facebook son de la 13:00h a las 16:00h. Salvo excepciones es recomendable evitar publicar a partir de las 20:00h. Y aunque existe actividad ya desde las 9:00h, es aconsejable esperar a publicar a las 11:00h.

En Twitter, el mejor horario para tuitear es entre las 9:00h y las 15:00h, siendo la franja horaria de mayor tráfico aquella que va de las 13:00h a las 15:00h. Al igual que Facebook no se recomienda publicar contenido más tarde de las 20:00 horas.

Lo mismo sucede con el tráfico en las restantes redes sociales. Asimismo, durante el fin de semana dichas redes registran una menor cantidad de tráfico de usuarios.

Al ser las redes sociales el nexo informativo será necesario que estas plataformas (Página web y redes sociales) se actualicen de lunes a domingo para mantener periodicidad.

Es conveniente, gestionar los comentarios, mensajes y contenidos de manera manual. Estas tareas se pueden realizar bien a través de la página de Facebook, Twitter e Instagram.

Por norma general, debemos ser rápidos, honestos y transparentes a la hora de responder a los comentarios realizados por nuestros usuarios.

Asimismo, debemos llevar una contabilidad de las dudas y consultas más frecuentes, así como de todos los usuarios atendidos a través de cada red social.

Es aconsejable marcar un horario diario dedicado a responder a los comentarios y mensajes enviados por los usuarios en todas las redes sociales.

Debemos publicar en nuestras redes sociales, información relativa a la Municipalidad Provincial del Callao:

- Anuncios e invitaciones de eventos.
- Anuncio de cursos y actividades.
- Comunicación de incidentes e informaciones de última hora.
- Información sobre becas y convocatorias.
- Noticias de relevancia relacionadas con la Municipalidad Provincial del Callao.
- Noticias publicadas en la propia web.
- Novedades de la web o novedades en los servicios de la Municipalidad Provincial del Callao.
- Convocatorias públicas relacionadas con la Municipalidad Provincial del Callao.
- Novedades educativas.
- Noticias relacionadas con oportunidades laborales.
- Saludos protocolares, comunicados oficiales.





- Publicación de días festivos de acuerdo al calendario nacional, tal como se detalla a continuación:

Nº	FECHA	ASUNTO
1	06 DE ENERO	DÍA DE LA REGIÓN CALLAO
2	06 DE ENERO	BAJADA DE REYES
3	18 DE ENERO	ANIVERSARIO FUNDACIÓN DE LA CIUDAD DE LIMA
4	28 DE ENERO	CREACIÓN DEL DISTRITO DE VENTANILLA
5	04 DE FEBRERO	DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER
6	14 DE FEBRERO	DÍA DE LA AMISTAD
7	08 DE MARZO	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
8	21 DE MARZO	DÍA MUNDIAL DEL SÍNDROME DE DOWN
9	21 DE MARZO	DÍA INTERNACIONAL DE LOS BOSQUES
10	01 DE ABRIL	JUEVES SANTO
11	02 DE ABRIL	VIERNES SANTO
12	02 DE ABRIL	DÍA MUNDIAL DE CONCIENCIACIÓN SOBRE EL AUTISMO
13	07 DE ABRIL	DÍA MUNDIAL DE LA SALUD
14	12 DE ABRIL	DÍA DEL NIÑO PERUANO
15	12 DE ABRIL	DOMINGO DE RESURRECCIÓN
16	15 DE ABRIL	DÍA DEL POETA PERUANO
17	22 DE ABRIL	ANIVERSARIO DEL CALLAO ELEVACIÓN A RANGO DE PROVINCIA CONSTITUCIONAL
18	22 DE LA ABRIL	DÍA INTERNACIONAL DE LA TIERRA
19	23 DE ABRIL	DÍA INTERNACIONAL DEL LIBRO
20	23 DE ABRIL	DÍA DEL IDIOMA ESPAÑOL
21	25 DE ABRIL	DÍA DEL SERENO MUNICIPAL
22	26 DE ABRIL	DÍA DE LA SECRETARIA
23	28 DE ABRIL	DÍA MUNDIAL DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
24	30 DE ABRIL	DÍA DEL PSICÓLOGO
25	01 DE MAYO	DÍA DEL TRABAJO
26	02 DE MAYO	DÍA DE LA MUJER POLICÍA
27	02 DE MAYO	ANIVERSARIO DEL COMBATE DEL 2 DE MAYO
28	03 DE MAYO	DÍA MUNDIAL DE LA LIBERTAD DE PRENSA
29	06 DE MAYO	DÍA DEL AUXILIAR TÉCNICO EN ENFERMERÍA Y SANITARIO DEL PERÚ
30	10 DE MAYO	DÍA DE LA MADRE
31	15 DE MAYO	DÍA INTERNACIONAL DE LA FAMILIA
32	16 DE MAYO	DÍA INTERNACIONAL DE LA CONVIVENCIA EN PAZ
33	17 DE MAYO	DÍA MUNDIAL DEL RECICLAJE
34	18 DE MAYO	DÍA DE LA MEDITACIÓN ORACIÓN
35	23 DE MAYO	DÍA NACIONAL DEL DONANTE DE ÓRGANOS Y TEJIDOS
36	29 DE MAYO	DÍA DEL SERVIDOR PÚBLICO
37	30 DE MAYO	DÍA NACIONAL DE LA PAPA
38	31 DE MAYO	DÍA MUNDIAL SIN TABACO
39	01 DE JUNIO	DÍA INTERNACIONAL DE LA INFANCIA
40	03 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL DE LA BICICLETA
41	04 DE JUNIO	DÍA DE LA CULTURA AFROPERUANA
42	05 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE
43	07 DE JUNIO	DÍA DE LA BANDERA
44	08 DE JUNIO	DÍA NACIONAL DEL INGENIERO





45	10 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL DE LA SEGURIDAD VIAL
46	12 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL CONTRA EL TRABAJO INFANTIL
47	13 DE JUNIO	DÍA DEL PERÚ LIBRE DE ANALFABETISMO
48	14 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL DEL DONANTE DE SANGRE
49	14 DE JUNIO	DÍA DEL REPORTERO GRÁFICO PERUANO
50	15 DE JUNIO	DÍA MUNDIAL DE TOMA DE CONCIENCIA DEL ABUSO Y MALTRATO A LA VEJEZ
51	21 DE JUNIO	DÍA DEL PADRE
52	24 DE JUNIO	DÍA NACIONAL DEL CAMPESINO
53	27 DE JUNIO	DÍA INTERNACIONAL DE LA SORDOCEGUERA
54	28 DE JUNIO	DÍA NACIONAL DEL CEVICHE
55	29 DE JUNIO	DÍA DEL PESCADOR
56	06 DE JULIO	DÍA DEL MAESTRO
57	08 DE JULIO	DÍA DEL MÉDICO VETERINARIO
58	11 DE JULIO	DÍA MUNDIAL DE LA POBLACIÓN
59	16 DE JULIO	DÍA DE LA VIRGEN DEL CARMEN
60	21 DE JULIO	DÍA MUNDIAL DEL PERRO
61	23 DE JULIO	DÍA DE LA FUERZA AÉREA DEL PERÚ
62	25 DE JULIO	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER AFRODESCENDIENTE EN AMÉRICA LATINA Y CARIBE
63	28 DE JULIO	ANIVERSARIO DE LA PROCLAMACIÓN DE LA INDEPENDENCIA DEL PERÚ
64	02 DE AGOSTO	DÍA DEL CAJÓN PERUANO
65	04 DE AGOSTO	DÍA DEL PÁRROCO
66	06 DE AGOSTO	BATALLA DE JUNÍN
67	09 DE AGOSTO	DÍA INTERNACIONAL DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS
68	12 DE AGOSTO	DÍA DEL BODEGUERO
69	16 DE AGOSTO	DÍA DEL NIÑO
70	18 DE AGOSTO	ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DEL EJÉRCITO DEL PERÚ REPUBLICANO
71	18 DE AGOSTO	ANIVERSARIO DE LA REGIÓN PERUANA DE LA GUARDA
72	20 DE AGOSTO	ANIVERSARIO DEL CALLAO
73	28 DE AGOSTO	DÍA DEL CAFÉ PERUANO
74	30 DE AGOSTO	DÍA DE SANTA ROSA DE LIMA
75	30 DE AGOSTO	DÍA DE LA ENFERMERA PERUANA
76	31 DE AGOSTO	DÍA DE LA OBSTETRA PERUANA
77	02 DE SEPTIEMBRE	ANIVERSARIO UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
78	03 DE SEPTIEMBRE	NACIMIENTO DE CHABUCA GRANDA
79	05 DE SEPTIEMBRE	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER INDÍGENA
80	07 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LOS DERECHOS CÍVICOS DE LA MUJER
81	13 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LA FAMILIA PERUANA
82	13 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LA COCINA Y GASTRONOMÍA PERUANA
83	18 DE SEPTIEMBRE	DÍA MUNDIAL DE LAS PLAYAS





84	21 DE SEPTIEMBRE	DÍA INTERNACIONAL DE LA PAZ
85	21 DE SEPTIEMBRE	DÍA MUNDIAL DEL ALZHEIMER
86	23 DE SEPTIEMBRE	DÍA DEL ESTUDIANTE
87	23 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LA AVIACIÓN CIVIL
88	23 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LA PRIMAVERA Y LA JUVENTUD
89	24 AL 30 DE SEPTIEMBRE	SEMANA DE LOS DERECHOS DEL NIÑO
90	26 DE SEPTIEMBRE	DÍA DE LA PREVENCIÓN DEL EMBARAZO EN ADOLESCENTES
91	27 DE SEPTIEMBRE	DÍA MUNDIAL DEL TURISMO
92	01 DE OCTUBRE	DÍA DEL PERIODISTA
93	05 DE OCTUBRE	DÍA DE LA MEDICINA PERUANA
94	06 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO DEL DISTRITO DE MI PERÚ
95	06 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO DEL DISTRITO DE BELLAVISTA
96	06 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO DEL DISTRITO DE LA PUNTA
97	07 DE OCTUBRE	DÍA NACIONAL DE LA MARINERA
98	08 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DE LA MARINA DE GUERRA DEL PERÚ Y ANIVERSARIO DEL COMBATE DE ANGAMOS
99	16 DE OCTUBRE	DÍA NACIONAL DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD
100	19 DE OCTUBRE	DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA
101	22 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO DEL DISTRITO DE LA PERLA
102	28 DE OCTUBRE	SEÑOR DEL MAR PATRÓN DEL CALLAO
103	31 DE OCTUBRE	ANIVERSARIO MERCADO CENTRAL DEL CALLAO
104	31 DE OCTUBRE	DÍA DE LA CANCIÓN CRIOLLA
105	01 DE NOVIEMBRE	DÍA DE TODOS LOS SANTOS
106	04 DE NOVIEMBRE	DÍA DEL SOLDADO PERUANO
107	05 DE NOVIEMBRE	DÍA DEL TRABAJADOR MUNICIPAL
108	20 DE NOVIEMBRE	DÍA UNIVERSAL DEL NIÑO
109	22 DE NOVIEMBRE	DÍA DEL MÚSICO
110	25 DE NOVIEMBRE	DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
111	01 DE DICIEMBRE	DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL SIDA
112	03 DE DICIEMBRE	DÍA INTERNACIONAL DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD
113	04 DE DICIEMBRE	ANIVERSARIO DEL DISTRITO DE CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO
114	05 DE DICIEMBRE	DÍA DEL BOMBERO VOLUNTARIO
115	06 DE DICIEMBRE	DÍA DE LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ
116	08 DE DICIEMBRE	DÍA DE LA INMACULADA CONCEPCIÓN
117	09 DE DICIEMBRE	ANIVERSARIO DE LA BATALLA DE AYACUCHO Y DÍA DEL EJÉRCITO DEL PERÚ
118	10 DE DICIEMBRE	DÍA DE LOS DERECHOS HUMANOS
119	10 DE DICIEMBRE	ANIVERSARIO MERCADO TRABAJADORES UNIDOS
120	24 DE DICIEMBRE	FELIZ NAVIDAD
121	28 DE DICIEMBRE	DÍA DE LOS SANTOS INOCENTES
122	31 DE DICIEMBRE	FELIZ AÑO NUEVO





7.1.2 FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN

La frecuencia de publicación en Facebook debe ser mayor que la de Twitter. Sin embargo, a pesar de que debemos mantener una cuenta activa y publicar contenidos constantemente, ha de preferirse la calidad de contenido antes que la cantidad. Así pues se recomienda realizar de cuatro a siete publicaciones por día de lunes a domingo incluyendo los feriados con el fin de brindar un mejor servicio al vecino y mantenerlo informado Sobre las actividades que realiza la Municipalidad Provincial del Callao.

De acuerdo a las actividades y acciones que realicen las gerencias, en nuestras redes sociales se compartirá información diaria relativa a:

- Anuncio de cursos y actividades.
- Noticias de relevancia relacionadas a la gestión.
- Noticias publicadas en la misma web.
- Material audiovisual con las actividades oficiales del alcalde y gerencias, así como obras, reconocimientos, proyectos, etc.
- Boletines.
- Reportajes.
- Entrevistas a funcionarios sobre un tema en particular.
- Videos sobre las acciones ejecutadas.
- Video resumen de operativos
- Video resumen de obras
- Noticiero "Muni Tv" Callao se transmitirá diariamente en el horario de 9 de la mañana donde se brindará noticias sobre las acciones que ejecuta la Municipalidad y otras noticias de interés público.





7.2 ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE MEDIOS

Desde la Gerencia General de Relaciones Públicas otorgamos una atención especial a los medios de comunicación tradicionales así como los nuevos canales digitales de tal modo que se refuerce y fortalezca la presencia del municipio.

Se deberá crear vínculos entre la Municipalidad Provincial del Callao y el público objetivo externo en especial con los contribuyentes. Para la consecución de este objetivo se promoverá la participación activa de los ciudadanos en los programas, proyectos y eventos realizados por las distintas gerencias del municipio. Del mismo modo se sugiere realizar las siguientes acciones:

- Es importante potenciar nuevos canales de información pues ha permitido el libre acceso a la información de las personas desde cualquier parte del mundo. Al ser internet una herramienta virtual indispensable para la comunicación este debe ser actualizado y es parte importante de la estrategia comunicativa.
- Mantener y actualizar regularmente los diferentes perfiles institucionales en las principales redes sociales. Dar a conocer a la comunidad un canal de comunicación directo y bidireccional que permita atender las necesidades y solicitudes de los ciudadanos de la comunidad de modo rápido y efectivo.
- Gestionar con eficacia y rapidez cualquier tipo de solicitud o comentario enviado por algún usuario, favoreciendo una actitud de escucha y facilitando respuestas clarificadoras y conciliadoras.
- Impulsar la presencia de la Municipalidad Provincial del Callao en los medios de comunicación locales mediante la difusión de notas de prensa relativas a los logros alcanzados, las iniciativas culturales y los proyectos sociales de esta corporación edil. Poner a disposición de los medios y público, noticias y notas de prensa generadas por la Gerencia de prensa.
- Conceder a los medios de comunicación las facilidades para que puedan desarrollar sus actividades y responder sus dudas y/o sugerencias de modo rápido y efectivo.
- Mantener un registro de información que indique el alcance obtenido, de tal modo, que se pueda corregir las dinámicas, políticas, y acciones futuras teniendo en cuenta los datos adquiridos.
- Realizar el clipping mensual de prensa que recoja la actividad informativa generada en los canales tradicionales, contabilizando el número de impactos conseguidos y la información enviada.
- Elaborar y difundir material corporativo relacionado a través de actividades que ofrece la Municipalidad Provincial del Callao.
- Desarrollar mecanismos de seguimiento y control de las actividades informativas.
- Elaborar banners sobre obras, campañas, ferias, anuncios en favor de la población.





- Recolectar de las gerencias, centro cultural, biblioteca y otras instituciones afines de la información generada para una posterior difusión en la página web y en los medios de comunicación.
- Organizar ruedas de prensa previa coordinación con el Alcalde y sus gerencias.
- Monitorear los impactos de la Municipalidad Provincial del Callao en los medios de comunicación tradicionales.
- Redacción mensual de un resumen de prensa que recoja la aparición del municipio en los medios de comunicación.
- Redacción y elaboración del diseño de la revista institucional.
- Redacción y elaboración de videos institucionales de todas las actividades que realiza la Municipalidad Provincial del Callao
- Mantener contacto a través de los canales de redes sociales con vecinos, contribuyentes, etc.

7.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se debe generar contenidos eficientes sobre las actividades de la gestión y difundirlos a través de los medios de comunicación y redes sociales para generar sinergia con el público objetivo evitando el costo de publicidad.

Los mensajes adecuados permitirán llegar acertadamente al público y generan buena relación. Otro punto será el uso de redes sociales generando engagement.

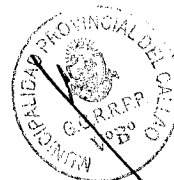
TÉCNICAS

Relación con medios: Elaboración de un pitch para atraer la atención.

- Notas de prensa.
- Publireportajes.

Relación con vecinos: Publicidad a través de banners, paneles en las calles, folletos, volantes, información a través de la página web y redes sociales.

Comunicación: Informar sobre programas sociales, operativos, campañas médicas, servicios, atención al contribuyentes, proyectos, obras talleres deportivos culturales, mesa de partes, seguridad ciudadana, fiscalización, licencias y toda la información importante para la población.





Contenidos: Se creará contenido en redes sociales, noticias que se generan en torno al servicio o actividades de las diferentes gerencias.

7.3.1 ESTRATEGIA DE RECABAR INFORMACIÓN

Se deberá establecer cantidad de actividades directamente entre las gerencias y la Gerencia de prensa de modo que se informe de las actividades y acontecimientos relacionados con la Municipalidad Provincial del Callao para ser publicado en la página web, redes sociales y medios de comunicación.

Para ello se recomienda:

- Que gerencias informen a través de memorándum con tres días hábiles de anticipación sobre campañas, actividades que serán cubiertas para su posterior publicación.
- Seleccionar, clasificar y jerarquizar la información obtenida.
- Comunicados de prensa deben ser autorizados por el Alcalde.
- Videos institucionales.
- Notas de prensa y convocatorias.
- Ruedas de prensa.
- Entrevistas.
- Atención a los medios de comunicación.
- Vocera (o) oficial.

7.3.2 PLAN PARA EL MANEJO DE CRISIS

Ante la existencia de una situación de crisis que pueda dañar la imagen de la Municipalidad Provincial del Callao es necesario que se aplique el Plan de Comunicaciones Externa 2021.

La Gerencia General de Relaciones Públicas junto al alcalde y funcionarios coordinarán para que en una hipotética situación grave, se establezca qué se informará y cómo se informará a

los interesados sobre el tema en controversia, siempre con rapidez y seguridad.

Como punto inicial se debe realizar un comunicado y transmitir el mensaje uniforme en todas las plataformas digitales y en medios de comunicación para proteger la reputación de esta corporación edil.

Se debe evaluar los riesgos ante un posible evento de crisis ya sea por desastres naturales, interrupción de las operaciones de los trabajadores, huelgas de sindicatos, huelga de persona de limpieza pública, malos servicios, denuncias graves. Tras evaluar la crisis se debe asignar una vocera o vocero (de preferencia los funcionarios de las gerencias que se vean afectadas) adecuado para cada escenario.





Las entrevistas en medios de comunicación (tv, radio, escrita y web) del vocero servirán para establecer la posición firme de la Municipalidad sobre el evento que genere la crisis.

7.3.3 VOCERA, VOCERO, PORTAVOZ

Para aumentar la credibilidad y transparencia de la gerencia es importante que siempre exista una postura sobre el tema de la crisis. De ser el caso será el alcalde quien de alcances a la opinión pública sobre el tema que genera la crisis o en todo caso la vocera o vocero oficial. Esta persona debe evitar usar un lenguaje técnico y corporativo y debe recurrir al lenguaje cotidiano y centrarse en el mensaje que es mantener una imagen correcta de la Municipalidad.

Es necesario además que se evalúen los resultados una vez acabada la crisis.

7.3.4 CRISIS EN REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en el medio más rápido para informar y también para desinformar por ello es clave saber cómo comunicar ante una situación de crisis.

Como ya hemos señalado líneas arriba, el primer paso será realizar un comunicado y compartirlo a medios de comunicación tradicionales y digitales.

El prestigio de esta corporación edil puede verse comprometido sino existe una postura clara sobre el tema que genera la crisis. Lo peor que se puede hacer es guardar silencio. De acuerdo al tema que genere la controversia, deberá informarse sobre el plan de contingencia, informar lo que está sucediendo, qué medidas o soluciones van a implementar. Todo mensaje debe ser objetivo, inmediata y transparente.

Las críticas de usuarios y de *trolls* en redes sociales se esparcen con facilidad en la red por ello es necesario que se cuente con un equipo de expertos community manager desde el inicio que trabaje 24x7 mientras dure la crisis.

Estas personas deberán responder los comentarios sean positivos o negativos. Esto no significa que deba crearse una guerra sino de responder de manera educada y explicando la postura de la Municipalidad.

Durante una crisis, es recomendable reducir las veces que se comparte información ya que esto originará ataques de seguidores y trolls. En el caso de los segundos, bloquearlos y eliminarlos es lo más recomendable para evitar el ataque pero no se puede hacer lo mismo con los seguidores/vecinos. Responder con claridad y respeto será fundamental para llevar nuestro mensaje.

Se debe analizar la comunicación y observar cómo se recibe el mensaje: con el seguimiento continuo de las reacciones de los interesados y sus comentarios.

Atender una crisis en redes ayudará a tener un mayor control y se obtendrá información más concreta de lo que está sucediendo.





VIII PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

Es una guía práctica orientada a mejorar las relaciones con los periodistas y medios de comunicación, preservar la buena imagen y mejorar la reputación de la entidad.

8.1 PROTOCOLO COMUNICACIÓN OFFLINE

A continuación se detalla un modelo de los procedimientos que ha de realizarse dentro de un conjunto coherente de acciones que pretende transferir el mensaje propuesto de tal modo que este no genere distorsión o ambigüedad. El modelo sugerido tiene como fin ser una recomendación, una guía que debe aplicarse coherente y juiciosamente de tal modo que esta se adapte a la situación y al contexto. Los procedimientos recomendados deberán ser coordinados con la Gerencia General de Relaciones Públicas, quien a su vez deberá coordinar algunas acciones - especialmente las referidas a la coordinación entre instituciones - con la Gerencia de Protocolo y Gerencia de Prensa de modo que ambas líneas de trabajo se refuercen y complementen mutuamente.

a) LA TAREA DE RECABAR INFORMACIÓN

Se solicitará a cada una de las gerencias de la Municipalidad Provincial del Callao gestar un responsable con el cual se pueda establecer una coordinación directa con la Gerencia General de Relaciones Públicas, de tal modo que la persona responsable de nuestra gerencia se encuentre informada y pueda dar cuenta de cualquier actividad o acontecimiento relacionada con la Municipalidad para su posterior difusión en los medios de comunicación. Para la consecución de dicho objetivo se realizará las siguientes acciones:

- Solicitar a todas las gerencias de la Municipalidad Provincial del Callao la designación e información (número de contacto, correo electrónico y oficina) de una persona responsable con la cual se pueda mantener comunicación directa y que pueda proporcionar información de interés que pueda ser difundida a través de los medios de comunicación. Asimismo este encargado debe ayudar a la solución de inquietudes o problemas de su gerencia, que los vecinos reporten a través de las redes sociales.

- Seleccionar, clasificar y jerarquizar la información obtenida.





- Realizar una planificación mensual a través de un calendario de envíos a la prensa que permita ordenar la comunicación con los medios informativos de un modo espaciado y organizado, facilitando así la labor de los medios de prensa y comunicación locales.

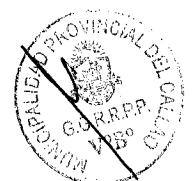
b) LAS NOTAS DE PRENSA Y CONVOCATORIAS

La nota de prensa será el formato que se adoptará habitualmente para mantener informados a los medios de comunicación, organismos y otros entes de las actividades y/o acontecimientos relevantes que tengan lugar en nuestra jurisdicción.

- La nota de prensa será enviada por norma general mediante correo electrónico.
- Por lo general, se enviará dos tipos de notas de prensa: la informativa y la de convocatoria.
- Se recomienda que las notas de prensa no superen las 45 líneas y que, en lo posible, se evite una extensión mayor al de una carilla. La precisión y lucidez serán fundamentales.
- Muchas veces la falta de tiempo y/o de atención hacen que se cometan errores ortográficos. Es muy importante revisar las notas de prensa y corregir cualquier error gramatical u ortográfico.
- Si es posible y resulta de interés, se puede enviar material complementario a la nota de prensa (informes u otro tipo de documentos) que sirva para ampliar la información enviada. Asimismo, si disponemos de una fotografía que pueda ilustrar la noticia es altamente recomendable incluirla en el envío de la nota de prensa.
- Finalmente, todas las notas de prensa enviadas desde la Gerencia de Prensa y autorizadas por la Gerencia General de Relaciones Públicas de la Municipalidad Provincial del Callao deberán seguir la misma plantilla.

c) ¿CÓMO ESCRIBIR UNA CONVOCATORIA DE PRENSA?

La convocatoria de prensa es un documento de invitación dirigido a los medios de comunicación para informar de un acto organizado o avalado por la institución. La convocatoria de prensa será redactada de manera informativa, breve y en ningún caso ocupará más de una hoja. Asimismo deberá contener la siguiente información:





- Objeto, motivo o tema de la convocatoria.
- Nombre y cargo de asistentes al acto.
- Fecha, lugar y hora del acto.

d) RUEDAS DE PRENSA

La rueda de prensa se realiza a fin de comunicar una actividad de importancia, divulgar un mensaje oficial o presentar una serie de eventos relevantes para la sociedad o institución.

La rueda de prensa ha de ser también canalizador del diálogo entre nuestra institución y los medios de comunicación, de tal modo que las relaciones entre ambas instituciones se refuercen y consoliden. El encuentro físico entre representantes de la Municipalidad Provincial del Callao y los medios de comunicación es una forma de fortalecer las relaciones del municipio chalaco con los periodistas y para que, de este modo, se pueda cumplir uno de los objetivos anteriormente expuestos.

- Las ruedas de prensa serán comunicadas a los medios de comunicación con 48 horas mínimo de anticipación.
- Deberemos convocar a aquellos medios cuyos contenidos mejor encajen con los que se va a comunicar.
- Deberán ser programadas, siempre que sea posible, durante los días laborables (de lunes a viernes) y en horario matutino, adaptándose así a las dinámicas y necesidades de los medios informativos y favoreciendo su participación.
- Es recomendable entregar a todos los medios de comunicación presentes un pequeño documento informativo que facilite la comprensión del tema y destaque los puntos a tratar durante el acto.
- Asimismo, será necesario tomar una serie de fotografías durante el transcurso del acto con el objetivo de enviarlas a los medios de comunicación acompañando a la nota de prensa o documento informativo que se requiere su publicación.

e) VOLANTE INFORMATIVO

El volante informativo es un documento que pretende resaltar los datos y puntos claves de un hecho que busca ser difundido. El documento puede entregarse a los periodistas en ruedas de prensa o presentaciones. Es común para su redacción el use de puntos o enunciados que recojan los datos más importantes de la información expuesta.





f) ANUNCIOS

La colocación de anuncios en determinados lugares de la Provincia Constitucional del Callao resulta ser una forma útil y efectiva de comunicar nuestro mensaje a todos nuestros ciudadanos. Esta práctica resulta ser eficaz cuando queremos dar a conocer alguna actividad en la que todos los ciudadanos de nuestra comunidad tienen la posibilidad de participar.

La efectividad de este tipo de acciones se basa en los lugares estratégicos elegidos para su colocación, este variará en función de las necesidades de cada evento, el público al que vaya dirigido y su situación geográfica.

g) ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

Con el objetivo de analizar, evaluar y corregir los resultados de las estrategias comunicativas, será necesario llevar a cabo el monitoreo periódico del impacto obtenido en los medios de prensa de Lima y Callao.

Por lo tanto, la Gerencia General de Relaciones Públicas deberá implementar las siguientes acciones evaluativas:

- Lectura, selección y archivo de todas las noticias relacionadas a nuestra jurisdicción que aparece en el clip de prensa.
- Refuerzo de mecanismos de seguimiento, a través de búsquedas en buscadores, hemerotecas y activación de otros sitios de alertas (Google Alert).
- Redacción mensual de un resumen de prensa que recoja los impactos que el municipio ha tenido en los últimos 30 días en los medios de comunicación.
- El resumen se elabora mensualmente y recogerá el número de noticias en las que el Municipio ha aparecido, las cuantifica y califica, midiendo así los impactos positivos y negativos que ha tenido a lo largo del mes. Con esta información, se elaborará series estadísticas que permitan medir la evolución del impacto del municipio en los medios de comunicación a lo largo del tiempo.
- Se elaborará un resumen de solicitudes de medios de comunicación atendidas por la gerencia.





8.2 PROTOCOLO COMUNICACIÓN ONLINE

8.2.1 GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN REDES SOCIALES

A continuación, se encontrará una guía de sugerencias y buenas prácticas en el uso de los medios de comunicación digitales utilizados por la Gerencia General de Relaciones Públicas. Este esbozo es solo una recomendación de las políticas a utilizar, una sencilla guía de estilo y usos que deberá ser aplicada con racionalidad y coherencia debiendo este adaptarse a las circunstancias e imprevistos que puedan surgir en la elaboración de la información.

8.2.2 DEFINICIÓN DE NUESTRA PRESENCIA EN FACEBOOK

Actualmente Facebook es la red social por excelencia que cuenta con más de mil millones de usuarios en todo el mundo. Esta red social es una magnífica plataforma para compartir con los usuarios todo tipo de información, fotografías, vídeos y enlaces con nuestros seguidores. Facebook permite además la posibilidad de enviar mensajes privados, formar parte de grupos y hacer un seguimiento de publicaciones de las páginas de interés.

Gestión De Cuentas

El perfil de Facebook de la Municipalidad Provincial del Callao es una página corporativa.

La denominación de la cuenta se ha formado con el nombre de Municipalidad Provincial del Callao.

La cuenta de Facebook ha sido asociada a un perfil individual, tal y como obliga la red social, creado por la Gerencia General de Relaciones Públicas. Actualmente existen 15 administradores autorizados: Gerencia General de Relaciones Públicas, Community Manager, los redactores y colaboradores del área de prensa; todos estos se encargan de la actualización del perfil de Facebook. Se podrán nombrar otros administradores, siempre que estos sean de máxima confianza.

Con el objetivo de seguir las pautas de identidad corporativa en todos los perfiles sociales del municipio, el perfil corporativo de la Municipalidad Provincial del Callao será el siguiente:

- Nombre: Municipalidad Provincial del Callao
- Usuario: @municallao
- Imagen del avatar: Escudo del Callao
- Web de referencia: <http://www.municallao.gob.pe/>
- Localización: Jirón Paz Soldán 252 – Cercado del Callao





Fotografía de portada: Variable (pero siempre con referencia al Callao).

Los mensajes publicados en Facebook se redactan en castellano y en primera persona del plural, salvo excepciones. Asimismo, cuando nos dirigimos a una persona o realizamos alguna pregunta general se utiliza la segunda persona del singular o plural, dependiendo del caso. Esto debido a que la Municipalidad Provincial del Callao es una institución pública al servicio de los ciudadanos.

El uso del lenguaje debe ser siempre correcto y siguiendo las normas gramaticales, evitando siempre que sea posible las ambigüedades, redundancia u otros errores gramaticales u ortográficos, presentando siempre textos legibles y entendibles.

Estructura de las Publicaciones

Teniendo en cuenta que el usuario promedio de Facebook solo realiza una lectura de titulares en las redes sociales, debemos ser siempre lo más concisos y breves posible de tal modo que por lo general este no supere las 5 líneas. Por lo tanto, nuestros mensajes deberán contener un texto corto que describa la información presentada y un enlace que posibilite la ampliación de información a aquellos usuarios interesados. Los enlaces deben ser reducidos por medio del uso del acortador de Google, Google Shortener.

Por ser de uso común, la utilización de hashtag debe ser frecuente aunque siempre considerando si la información para publicar amerita el uso.

8.2.3 DEFINICIÓN DE NUESTRA PRESENCIA EN TWITTER

La utilidad de Twitter radica en la eficiencia que tiene para viralizar el contenido, dar a conocer lo que ocurre y comunicarse con los usuarios. Twitter es una herramienta muy útil para informar sobre todo lo que ocurre y pero también es una vía muy eficaz de comunicación con el usuario. Por lo tanto, el perfil de Twitter de la Municipalidad Provincial del Callao debe servir para informar no solo las novedades del municipio, sino que debe de comunicar e interactuar con todos los ciudadanos, líderes de opinión y medios de comunicación que se contacten con nosotros.

Gestión Cuentas

El perfil de Twitter de la Municipalidad Provincial del Callao es un perfil corporativo.

La denominación de la cuenta se ha formado con el nombre general de la Municipalidad del Callao y se ha especificado en el ámbito del Callao.

@MuniCallao





La cuenta de Twitter de la Municipalidad Provincial del Callao se ha creado desde un correo electrónico de la Gerencia de Prensa del municipio. En este caso se ha usado la cuenta de la Gerencia de Prensa para crear el perfil corporativo en la red social.

En estos momentos, la cuenta es administrada por un solo community manager.

Con el objetivo de seguir las pautas de identidad corporativa en las cuentas de Twitter de la Municipalidad Provincial del Callao, el perfil corporativo del municipio en Twitter será el siguiente:

- Nombre: @MuniCallao
- Imagen del avatar: Escudo del Callao
- Web de referencia: <http://www.municallao.gob.pe/>

Usos lingüísticos

El uso del lenguaje debe ser siempre correcto y siguiendo las normas gramaticales, presentando textos legibles y entendibles.

En cuanto a los retuits, se respetará el texto original, salvo excepciones de graves errores lingüísticos que queramos añadir algún tipo de información concreta. En dicho caso, modificaremos el texto original, y el tuit ser presentado del siguiente modo:

Texto + enlace + #hashtag + / via @nombredelperfilreuiteado

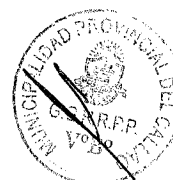
Estructura de los tuits

Twitter no permite escribir mensajes de más de 140 caracteres. Los mensajes deben contener siempre un texto corto a modo de titular y preferiblemente un enlace que complemente la información aportada por el texto. El enlace será acortado. Para este fin se recomienda el uso del acortador de Google, Google Shortener.

Todos los tuits deberán ir acompañados de un hashtag (o etiqueta introducida por la #) siempre que su uso se encuentre justificado. La información aportada deberá ser lo más clara y sintética posible.

Si en algún momento, se retransmite un evento en directo a través de Twitter, será necesario incluir en el tuit una etiqueta que haga referencia al evento.

Texto+Enlace+Hashtag





Frecuencia de publicación

Es conveniente mantener una cuenta activa, publicando contenidos diariamente. Así pues, podemos publicar contenidos de importancia frecuentemente. Se recomienda publicar de 2 a 6 tuits diarios, salvo excepciones. A pesar de esto, debemos de tener en cuenta que la constante publicación de tuits puede no ser de interés para nuestros seguidores, que podrán incluso dejar de seguirnos.

Los días que el municipio permanezca cerrado (fines de semana, festivos o vacaciones) se actualizara diariamente, aunque el responsable debe mantener cierta supervisión sobre el perfil y controlar todas las conversaciones derivadas o mensajes.

La propia página de Twitter y Facebook ofrecen la posibilidad de sincronizar las publicaciones de ambas redes sociales. Nosotros mantendremos los dos perfiles independientemente, puesto que consideramos que cada red social debe tener un tratamiento informativo y uso lingüístico distinto.

8.2.4 DEFINICIÓN DE NUESTRA PRESENCIA EN INSTAGRAM

Esta herramienta puede permitirnos difundir los lugares turísticos y los trabajos de embellecimiento realizados en nuestra jurisdicción que la institución se encuentra realizando o se ha realizado.

Instagram no permite personalizar en gran medida nuestro perfil. Sin embargo, sí permite modificar nuestra imagen de perfil. Este deberá ser el escudo del Callao.

Gestión de cuentas

El perfil de Instagram de la Municipalidad Provincial del Callao será una página corporativa.

La denominación de la cuenta se deberá formar con el nombre de la Municipalidad Provincial del Callao.

- Nombre: @MuniCallao
- Imagen del avatar: Escudo del Callao
- Web de referencia: www.municallao.gob.pe/
- Localización: Jr. Paz Soldán 252, Callao
- Descripción breve para el apartado de biografía: El Callao es una ciudad moderna y ordenada, prestadora de servicios portuarios y aeroportuarios, generadora de ofertas turísticas.
- La cuenta de Instagram deberá ser asociada al correo electrónico de la Gerencia de Prensa de la Municipalidad Provincial del Callao.





Instagram permite marcar el nivel de privacidad de nuestras fotografías. Nuestros álbumes, que nacen con una vocación pública, deberán estar abiertos a todos los usuarios.

Asimismo deberemos categorizar nuestro contenido. Instagram ofrece tres niveles de seguridad: seguro, moderado y restringido. Nuestras fotografías siempre deben seguir los parámetros considerados seguros por el servicio.

Si deseamos evitar que otros usuarios comenten y etiqueten nuestros álbumes o fotografías debemos modificar nuestros parámetros de seguridad.

Debemos tener en cuenta el carácter del perfil del municipio en Instagram, que nace con el objetivo de crear una comunidad de usuarios admiradores de la cultura, arte y belleza turística que el Callao les puede proporcionar. La publicación de fotografías ha de ser un recurso práctico y efectivo para los medios de comunicación.

IX) GRUPO DE PÚBLICO OBJETIVO

En el siguiente apartado se detallará los grupos destinatarios externos de la comunicación.

- Vecinos/contribuyentes
- Responsables políticos
- Gobernador regional
- Consejeros regionales
- Alcaldes distritales
- Regidores distritales
- Líderes de opinión
- Medios de comunicación
- Asociaciones:
 - Programas de vaso de leche
 - Programas de comedores populares
 - Juntas vecinales
 - Coprosec
 - Coresec





Sindicatos

- Grupos empresariales:

Corporation Grupo Romero

DP World

Minka

Mall Aventura Plaza

Bancos

APM Terminals

Cogorno

Paraíso

Intercorp

Cencosud

Lima Airport Partness

Alicorp

- Medios de comunicación:

Medios y periodistas de radio, televisión, prensa escrita, internet y redes sociales, y ciudadanos en general.

Audiencia en línea:

Publicaciones en diarios, radios, tv, redes sociales de medios de comunicación, páginas de Facebook del Callao.





X) MENSAJES

Los mensajes claves resumen el propósito de la Municipalidad Provincial del Callao en relación con el cumplimiento de su mandato misional, y son insumos intrínsecos de sus productos comunicacionales y para adaptarse al uso de nuevas tecnologías de la información, ahora también se hace el uso del hastag (#) en las páginas de Facebook, Twitter e Instagram. Esto permitirá que nuestras publicaciones se encuentren rápidamente y ayudan a que se viralicen.

Como mensajes claves para las acciones de difusión y comunicación externa se ha desarrollado los siguientes mensajes:

a) Mensajes claves de comunicación general de la Municipalidad Provincial del Callao

✓ Por la dignidad e identidad del Callao.

✓ Trabajamos por tu seguridad.

✓ La Municipalidad viene ejecutando diferentes obras en beneficio de la población chalaca.

✓ Trabajamos por un Callao más verde y cuidamos el medio ambiente.

✓ Muévete Chalaco.

✓ Las obras no paran en el Callao.

✓ Mejoramos para ti

✓ Mas obras para el Callao.





b) Mensajes claves de comunicación secundaria para las Líneas de Intervención de la Municipalidad Provincial del Callao.

✓ Juntos lograremos el gran cambio en el Callao

✓ Municipalidad y vecinos trabajando juntos por el gran cambio.

✓ La Municipalidad Provincial del Callao trabajara de manera transparente informar a los vecinos

✓ Callao contra la anemia, chalaquitos más sanos.

✓ #AlServicioDelChalaco

✓ Chalaco no estás solo

✓ #Transparencia

✓ #CallaoMásVerde

✓ #TeCuidamos

✓ #CallaoInclusivo

✓ No bajamos la guardia

✓ Juguemos todos por el Perú y derrotemos juntos a la pandemia





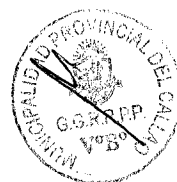
XI) MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo y evaluación del Plan de Comunicaciones Externa 2021 se hará trimestral y semestralmente bajo indicadores de verificación del cumplimiento de las metas, reportando sus avances y logros a la Alcaldía y Gerencia Municipal realizando los ajustes necesarios en la cadena de actividades. Adicionalmente se realiza una evaluación semestral y una evaluación anual bajo indicadores de productos y efectos.

En esta línea de consideraciones, la evaluación sobre la base de los mismos indicadores, también contribuirá a mejorar el manejo de crisis, así como elevar sugerencias y recomendaciones a los voceros que se designen para lograr el posicionamiento y la mejora de la reputación institucional, en el marco de los lineamientos de la Municipalidad Provincial del Callao.

11.1 INDICADORES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA:

- Número de notas de prensa.
- Reportajes escritos y reportajes audiovisuales.
- Porcentaje de noticias publicadas en la página web.
- Porcentaje de noticias de la Municipalidad Provincial del Callao y publicadas en medios de comunicación.
- Porcentaje de noticias positivas y negativas de la Municipalidad Provincial del Callao.
- Interacción en redes sociales.
- Interacción en redes sociales (con contenido pagado).
- Impactos en medios (noticias positivas o negativas).
- Convocatoria de autoridades en actos y ceremonias protocolares.
- Interacción.
- Retroalimentación de mensajes internos.





11) PRESUPUESTO

El presupuesto institucional para el Plan de Comunicación Externa 2021 considera una asignación presupuestal anual para la ejecución de campañas publicitaria que servirá que para difundir publicidad a través de banners, posteras, afiches, volantes así también para avisos de radio, prensa escrita y televisión.

También se incluye remuneraciones del personal de la Gerencia General de Relaciones Públicas así como otros recursos para cumplir con los productos y actividades de los planes operativos, para lo cual se coordinará con la Gerencia General de Planeamiento, Presupuesto, Inversiones y Desarrollo Institucional.

Para una mayor difusión del contenido producido en la Municipalidad Provincial del Callao se sugiere dar mayor apoyo a la publicidad en redes sociales oficiales de esta corporación edil como Facebook.

Asimismo, se sugiere contratar servicio de streaming para radio y tv de la Municipalidad Provincial del Callao para potenciar la comunicación y potenciar el trabajo que realiza la gestión. Desde esta plataforma además se pueden realizar conversatorios, conferencias, exposiciones, programas en vivo y en directo de manera profesional.

Actualmente se cuenta con MuniTv Callao pero solo se transmite por Facebook por lo que se necesita streaming para que sea transmitido a través de la página web municallao.gob.pe





PRESUPUESTO		
	CONCEPTO	TOTAL
1	LIBROS, DIARIOS, REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO VINCULADOS A ENSEÑANZA, STREAMING PARA TV Y RADIO.	16,000
2	SÍMBOLOS, DISTINTIVOS Y CONDECORACIONES	25,000
3	SERVICIO DE PUBLICIDAD	92,000
4	OTROS RELACIONADOS A ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	24,100
5	SERVICIOS RELACIONADOS CON FLORERÍA, JARDINERÍA Y OTRAS ACTIVIDADES SIMILARES	60,000
6	SERVICIO DE IMPRESIONES, ENCUADERNACIÓN Y EMPASTADO	183,000
7	EQUIPOS DE TELECOMUNICACIONES	50,000
8	RECURSO HUMANO	400,000
	Total	850,100





ANEXOS

13.1 ANEXO: MATRIZ DE PLAN DE COMUNICACIONES EXTERNA 2021

N.	Líneas de acción	Nombre de la comunicación	Objetivos	Emisor	Audiencia	Mensajes claves	Canal	Frecuencia
1	Difusión de las actividades, obras y acciones del alcalde y la MPC.	Estrategia de comunicación.	Consolidar la imagen institucional a través de la difusión de información referida a las actividades, campañas y obras que ejecuta la MPC.	Gerencia General de Relaciones Públicas	- Vecinos/contribuyentes - Responsables políticos - Gobernador regional - Consejeros regionales - Alcaldes distritales - Regidores provinciales - Líderes de opinión - Medios de comunicación - Asociaciones: - Programas de vaso de leche, comedores populares, juntas vecinales, Coprosec, Coresec, sindicatos - Grupos empresariales: - Corporation Grupo Romero, DP World, Minka, Mail Aventura - Plaza, bancos, APM - Terminals, Cogorno, Paraiso, Intercorp, Cencosud, Lima Airport	- Al servicio del chalaco. - Por la dignidad e identidad del Callao. - Las obras no paran en el Callao. - Más obras para el Callao.	Redes sociales (Página web, facebook, Twitter, Instagram, Youtube). Medios de comunicación. Paneles publicitarios. Volantes. Afiches. Videos.	Diaria
2	Mantener contacto a través de las redes sociales con la audiencia.	Técnica de estrategia de comunicación.	Posicionar y visibilizar la gestión de esta corporación edil.			#AlServicioDelChalaco	Redes sociales	Diaria
3	Mantener actualizado las redes sociales.	Programación de contenidos.	Ofrecer información de interés a la ciudadanía, favoreciendo el conocimiento de			#AlServicioDelChalaco #TrabajamosPorTi	Página web: www.municipallao.gob.pe Facebook: Municipallao Twitter: municipallao Instagram: municipallao Youtube: municipallao	Diaria

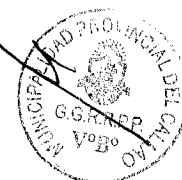


			los servicios públicos.			Partners, Alicorp entre otros.			
4	Elaborar y difundir material de las actividades de la MPC.	Actividades de comunicación.	Reducir las distancias entre la administración y ciudadanía.			- Vecinos/contribuyentes - Responsables políticos - Gobernador regional - Consejeros regionales - Alcaldes distritales - Regidores provinciales - Líderes de opinión - Medios de comunicación	Por la dignidad e identidad del Callao.	Notas de prensa publicadas en página web para ser difundidas en medios de comunicación. Facebook: Muncallao Twitter: muncallao Instagram: muncallao Youtube: muncallao	Diaria
5	Organizar ruedas de prensa y entrevistas con funcionario.	Relación directa con los medios de comunicación.	Fortalecer la imagen y reputación de la MPC.			Medios de comunicación.	- Transparencia. - Las obras no paran en el Callao.	Medios de comunicación. Página web: www.muncallao.gob.pe Facebook: Muncallao Twitter: muncallao Instagram: muncallao Youtube: muncallao	Quincenal
6	Promocionar las actividades y valores cívicos.	Programación de contenidos.	Situar la gestión como una administración municipal cercana			- Vecinos/contribuyentes - Responsables políticos - Alcaldes distritales - Regidores provinciales - Líderes de opinión - Medios de comunicación	#CallaoesCultura Chalaco Emprendedor	Página web: www.muncallao.gob.pe Facebook: Muncallao Twitter: muncallao Instagram: muncallao Youtube: muncallao	Diaria
7	Manejo de crisis	Plan para manejo de crisis.	Aplicar estrategia durante una situación de crisis.	Vocera (o) portavoz. Comunicados de prensa Notas de prensa.		Vecinos, opinión pública, medios de comunicación, de acuerdo a la situación.	#Transparencia Comunicación eficiente	Redes sociales, medios de comunicación.	De acuerdo a la situación de crisis.
8	Ejecución del calendario efemérides	Frecuencia de publicación.	Resaltar sucesos, fechas, personajes, celebraciones con			- Vecinos/contribuyentes - Responsables políticos - Alcaldes distritales	#AlServicioDelChalaco	Redes Sociales	De acuerdo al calendario establecido



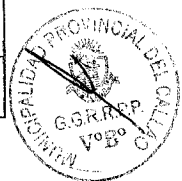


			cierto grado de importancia para la población.	Gerencia General de Relaciones Públicas			
9	Conducción y organización de actos oficiales presididos por las autoridades y funcionarios de la MPO.	Actos oficiales	Cuidar la imagen y protocolo de la corporación edil y que los medios reflejen el mensaje que queremos transmitir.	• Regidores provinciales • Líderes de opinión • Sindicatos • Juntas vecinales • Vecinos/contribuyentes • Responsables políticos • Gobernador regional • Consejeros regionales • Alcaldes distritales • Regidores provinciales • Líderes de opinión • Medios de comunicación	Por la identidad e identidad del Callao	Notas de prensa publicadas en página web para ser difundidas en medios de comunicación. Facebook: Muncallao Twitter: muncallao Instagram: muncallao Youtube: muncallao	De acuerdo a las actividades y visitas protocolares
10	Elaboración de diseño gráfico	Líneas gráficas de la MPC	Lograr que se identifique la imagen corporativa.	• Vecinos/contribuyentes • Líderes de opinión	Municipalidad Provincial del Callao	Banners para redes sociales, volantes, dípticos, trípticos, afiches, paneles, otros.	Diaria
11	Elaboración del boletín municipal (virtual)	Revista 'El chalaquito'	Informar sobre las acciones en conjunto de la MPC	• Vecinos/contribuyentes • Responsables políticos • Gobernador regional • Consejeros regionales • Alcaldes distritales • Regidores provinciales • Líderes de opinión • Medios de comunicación	Por la dignidad e identidad del Callao	Redes sociales Página web.	Trimestral
12	Coordinación interinstitucional	Para la promoción de relaciones públicas	Estrechar lazos interinstitucionales.	• Vecinos/contribuyentes • Responsables políticos • Gobernador regional • Consejeros regionales • Alcaldes distritales • Regidores provinciales • Líderes de opinión • Medios de comunicación	Por la dignidad e identidad del Callao	Saludos protocolares Facebook: Muncallao Twitter: muncallao Instagram: muncallao Youtube: muncallao	De acuerdo al calendario.



13.2 ANEXO 2: MATRIZ DE INDICADORES

N.	ACTIVIDAD	INDICADORES	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	UNIDAD RESPONSABLE	FRECUENCIA	FÓRMULA
1	Estrategias de comunicación para brindar información oportuna y transparente de la MPC.	Nota de prensa difundidas en medios de comunicación tradicional y digitales.	Cumplir al 100 % el aplicativo Ceplan.	Aplicativo Ceplan	Gerencia General de Relaciones Públicas	35 publicaciones mensuales.	Se suma el porcentaje de las notas de prensa difundidas con el porcentaje de lo ejecutado en el Ceplan.
2	Complementar información sobre actividades.	Reportajes escritos y audiovisuales	5 veces por semana.	Publicación en redes sociales	Gerencia de Prensa	Semanal.	Porcentaje del monitoreo de las publicaciones en redes.
3	Monitoreo de información.	Noticias publicadas en la misma web	Cumplir al 100 % el aplicativo Ceplan.	Aplicativo Ceplan	Gerencia de Prensa	35 publicaciones mensuales.	Porcentaje ejecutado en Ceplan.
4	Programación de contenido.	Noticias publicadas en los medios de comunicación	Cumplir al 100 % el aplicativo Ceplan.	Aplicativo Ceplan	Gerencia de Prensa	45 publicaciones mensuales.	Se suma el porcentaje de las notas publicadas y se compara con lo ejecutado en Ceplan.
5	Estrategia para mantener comunicación transversal con los receptores.	Interacción en redes sociales	Alcance en redes sociales. Número de Seguidores o Fans. Tráfico Web. Impresiones.	A través de ROI (Return on investment)	Gerencia de Prensa	Mensual.	Métricas de engagement, de clics en publicación. Métricas y datos básicos de Google Analytics.
6	Campañas de anuncios.	Interacción en redes sociales (con contenido pagado)	Alcance, engagement, tráfico, tasa de conversión, impresiones.	A través de ROI (Return on investment)	Gerencia General de Relaciones Públicas	Mensual.	Métricas de engagement, de clics





							en publicación, contenido
7	Manejo de crisis	Estadísticas de redes sociales	De las cuentas de redes sociales oficiales como Facebook, Twitter, Instagram.	Google analytics Ads Manager de Facebook	Gerencia General de Relaciones Públicas	Semestral.	Fecha de publicación + horario de publicación + categoría del contenido + impresiones + alcance+ engagement = radio de engagement. Métricas y datos básicos de Google Analytics.
8	Medición de impacto de la gestión	Impactos en medios (noticias positivas o negativas)	Audiencia, frecuencia, categoría del medio, valor económico, número y % de expresiones de interés, número y % de seguidores en medios sociales, número y % de menciones de los agentes o entidades influyentes definidos en este plan de comunicación.	Clipping Google analytics Ads Manager de Facebook	Gerencia General de Relaciones Públicas	Mensual.	Presencia + temas + opinión + viralidad + reputación + competencia. Valorización de medios.
9	Estrechar vínculos y presencia	Convocatoria de autoridades en actos y ceremonias protocolares	Presencia del 90 % de la lista de invitados (público objetivo como autoridades, empresarios, vecinos, juntas vecinales, etc).	Impacto en medios.	Gerencia de Protocolo.	Trimestral.	Porcentaje con lo ejecutado en el Ceplan.
10	Noticiero "MuniTV Callao"	Interacción	100 % de interacción.	Métrica de redes sociales.	Gerencia de prensa.	Diario.	Total de interacciones. Alcance de publicación 100
11	Mejorar la comunicación con el público objetivo para una mejor gestión.	Retroalimentación de mensajes internos	Alcance, interacción.	Google analytics.	Gerencia General de Relaciones Públicas.	Mensual.	Estadísticas de las cuentas de Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.

