



MEMORÁNDUM N° 22/2017

A : Emb. Carlos J. Fleitas, Director General
Dirección General de Gabinete

De : Félix Lugo, Director General
Dirección General de Comunicación

Ref. : Informe sobre consultoría en comunicación estratégica

Fecha: 15 de junio de 2017



Por la presente tengo a bien informar que entre enero y diciembre de 2016 la empresa News Comunicación Corporativa realizó una consultoría de comunicación estratégica para la Secretaría Técnica de Planificación del Desarrollo Económico y Social (STP).

Entre otros puntos, la consultoría realizó recomendaciones sobre:

- Políticas de comunicación institucional
- Definición de vocerías de la STP
- Propuesta para la implementación de la Dirección de comunicación de la STP. Funciones. Perfil del director.
- Política de imagen corporativa
- Política de la comunicación en tiempos de crisis
- Política de relacionamiento con los medios de comunicación
- Política de relacionamiento con grupos de interés (stakeholders)
- Política de medios institucionales
- Estrategia de comunicación de la STP
- Plan Estratégico

A Jorge Callesano border para alzar a la Web institucional

[Handwritten Signature]
Abg. Carlos José Fleitas Rodríguez
Director General de Gabinete
Secretaría Técnica de Planificación
del Desarrollo Económico y Social

S.T.P.
N° ENT.: 382 / Memo
FECHA: 16/06/17 - 9:00hs
FIRMA: Patricia Vera



El cronograma de actividades implementado fue el siguiente:

Actividades principales	Contenido	Fases/ Etapas	Meses
Fase 1: Relevamiento de Datos.	Análisis, debate	Etapa 1: Agenda de reuniones Enero Diagnostico e identificación de temas. Etapa 2: Reuniones Febrero Etapa 3: Entrega a la STP para su discusión	Enero Febrero
Fase 2: Kit Estratégico. Taller Mapa de Stakeholders.	Identificación de actores y su influencia en las actividades de la STP	Fase de elaboración: Incluyen dos jornadas de 4 a 5 horas Presentación.	Marzo Abril
Fase 2: Kit Estratégico. Mapa de Medios de Comunicación	Mapa estratégico en el que se ubican los medios de comunicación, en relación al tratamiento de las noticias del STP.	Incluye una jornada de presentación.	Agosto
Media Training o capacitación de voceros	Marco Teórico Ejercicios Prácticos Simulación Conferencia de Prensa	Fase de preparación Taller de dos medias jornadas Fase evaluación y entrega de resultados.	Septiembre Octubre
Fase 3: Diseño de la Estrategia de Comunicación Periodismo de Marca	Objetivo, metas y ejes comunicacionales a seguir durante el año.	Etapa 1: Elaboración Etapa 2: Presentación Etapa 3: Corrección, Ajustes Etapa 4: Aprobación e implementación	Noviembre Diciembre

Los productos entregados se adecuan a lo especificado en los Términos de Referencia de la Consultoría.

Sin otro particular me despido.


María Lugo
Directora General de Comunicación
Secretaría Técnica de Planificación
del Desarrollo Económico y Social

