



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Organización Latinoamérica de Entidades Fiscalizadoras Superiores (OLACEFS)

2024 - 2028 (Alineado al Plan Estratégico)

Asunción, Paraguay

olacefs.com

ÍNDICE

1	Glosario_____	4
2	Introducción_____	5
3	Antecedentes _____	6
4	Principios de comunicación _____	8
5	Objetivos_____	9
6	Comunicación Interna_____	10
7	Comunicación externa_____	12
8	Vocería_____	16
9	Estrategias de Comunicación_____	17
10	Mejora continua con la política de comunicación _____	18
11	Apéndice_____	19

1

GLOSARIO

- ◆ **ACTORES INTERNOS:** Miembros y colaboradores dentro de una organización.
- ◆ **ACTORES EXTERNOS:** Individuos o grupos fuera de la organización que interactúan con ella.
- ◆ **ASOCIADOS:** Entidades o individuos que colaboran con una organización.
- ◆ **CIUDADANÍA:** Conjunto de personas que conforman una nación o comunidad.
- ◆ **EFS:** Entidad Fiscalizadora Superior, órgano encargado de la auditoría gubernamental.
- ◆ **EFSUR:** Entidades Fiscalizadoras Superiores de la región del Cono Sur.
- ◆ **ENLACES:** Personas designadas para la comunicación entre grupos o entidades.
- ◆ **FUERZA DE TAREAS:** Grupo temporal creado para abordar temas específicos.
- ◆ **INCOSAI:** Congreso Internacional de las Entidades Fiscalizadoras Superiores.
- ◆ **INSTANCIA EXTERNA:** Entidad ajena que influye o participa en procesos de la organización.
- ◆ **INTOSAI:** Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores.
- ◆ **MIEMBROS:** Organizaciones o personas oficialmente parte de un grupo.
- ◆ **OCCEFS:** Organización Centroamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores.
- ◆ **OLACEFS:** Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores.
- ◆ **ÓRGANOS TÉCNICOS:** Equipos especializados en áreas técnicas dentro de una organización.
- ◆ **SOCIEDAD CIVIL:** Organizaciones y grupos no gubernamentales que representan a la población.
- ◆ **SOCIOS ESTRATÉGICOS:** Aliados clave para el logro de objetivos comunes.
- ◆ **STAKEHOLDERS:** Partes interesadas en el desempeño de una organización.

2

INTRODUCCIÓN

La comunicación en las organizaciones es un elemento clave para lograr los objetivos institucionales y misionales, cumpliendo un rol de suma importancia, pues se constituye en los parámetros para la articulación de las relaciones tanto en el público interno como en el externo. En virtud de lo anterior, la **Política de Comunicación constituye un documento guía común para todos los miembros de la organización**. La comunicación es inherente a la actividad humana y una condición necesaria para el intercambio de conocimientos, nuevas ideas y aprendizajes entre los diversos públicos que intervienen en ella.

La Organización Latinoamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores (OLACEFS) y todos sus miembros consideran que la comunicación es clave para la construcción de la imagen e impacto de la organización, cruza fronteras de manera fácil y rápida en el entorno regional como mundial, por lo que debe ir más allá del uso de instrumentos tradicionales de información con sus miembros y buscar todas las oportunidades posibles de trascender y proyectarse, más y mejor, en el entorno comunicacional, mediante acciones que conlleven al logro de metas de la organización y que la información generada tenga impacto en los públicos a quienes va dirigida.

El presente documento expone la Política de Comunicación de la OLACEFS, en el cual la Presidencia es la encargada de la articulación del componente de comunicación al interior de la organización regional. Inicialmente, se plantearán los antecedentes, seguidamente se expondrán los principios y los objetivos que se persiguen. También se desarrollan aspectos de la comunicación interna y externa, respectivamente, dentro de las cuales se establecerá objetivos, público destinatario y canales de comunicación. Finalmente, se desarrolla el tema de la vocería, las estrategias, así como el monitoreo y la evaluación.

3

ANTECEDENTES

De acuerdo al Plan Estratégico 2023 – 2028 de la OLACEFS, se han propuesto seis metas dirigidas al ámbito organizacional interno y externo. La tercera meta está enfocada en fortalecer la comunicación y el posicionamiento internacional de la organización a través de la adopción de “una adecuada política y sistema de comunicación interna y externa”, siendo la Presidencia de la OLACEFS la instancia responsable de dar seguimiento a la consecución de dicha meta. En función a ello, la presente Política de Comunicación, que amplía y profundiza los lineamientos de la anterior (2016-2018), plantea consolidarse y fortalecerse a fin de impulsar el posicionamiento internacional.

La Presidencia de la OLACEFS, con el apoyo de las Entidades Fiscalizadoras Superiores (EFS) de la región, sus órganos técnicos y la Secretaría Ejecutiva, promueven la consolidación de la organización con la finalidad de difundir conocimientos en fiscalización superior, mediante el intercambio de experiencias y buenas prácticas, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y legitimando la acción pública. De este modo, un principio fundamental de la actual política será el intercambio de experiencias y conocimientos con toda la comunidad, tanto en la región como en el mundo, lo que necesariamente repercute en el mejoramiento del desempeño y propicia la legitimación de las EFS en sus respectivas naciones al mejorar su calidad como entes de fiscalización.

La Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores (INTOSAI), en su documento “Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS”, aprobado en el XXI INCOSAI en el año 2013, recomienda a las entidades emplear medios de comunicación existentes y emergentes, para informar acerca del valor y beneficio de las mismas. Asimismo, establece que la comunicación es un factor decisivo para el éxito del trabajo de las EFS.

Las acciones de comunicación de la OLACEFS no solo se realizarán por los medios tradicionales sino también empleando la tecnología, como las redes sociales y otras plataformas tecnológicas, para fomentar interacciones constructivas y retroalimentación permanente, tanto entre las EFS

de la región, así como con la INTOSAI, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas, medios de comunicación y la sociedad en general. Adicionalmente, los contenidos dentro de todos los mensajes internos y externos que se remitan desde la OLACEFS, deberán ser homogéneos, veraces, oportunos, relevantes, eficientes, y eficaces, fomentando la comprensión y participación del público destinatario.

A través de la Política de Comunicación de la OLACEFS se refuerza la consigna de la INTOSAI “El intercambio mutuo beneficia a todos” de modo que todas las acciones de comunicación, ya sean en comunicación interna y externa, estarán dirigidas a promover los valores y beneficios de las EFS de la región. La importancia de la sensibilización a la población es un tema clave, puesto que dicho público constituye el fin último de todas las actividades de las EFS, quienes trabajan en pro de la transparencia y la fiscalización de los recursos destinados a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

En virtud de ello, la presente Política elaborada por la Presidencia de la OLACEFS constituye el marco general de la comunicación interna y externa, promoviendo el fortalecimiento de los medios de comunicación, divulgación y conocimiento con los que cuenta la OLACEFS.

4

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN

4.1 Colaboración y/o Cooperación:

Promovemos el intercambio de conocimientos, experiencias y aprendizajes entre las EFS miembros y los órganos técnicos de la OLACEFS. Asimismo, buscamos la cooperación de socios estratégicos externos para la mejora continua de las EFS de la región.

4.2 Comunicación Oportuna y Relevante:

Establecemos una comunicación de calidad, oportuna, fluida, relevante, comprensible y eficiente a través de los medios disponibles en la OLACEFS, garantizando una conexión efectiva con nuestras audiencias internas y externas, aprovechando al máximo el uso de las tecnologías disponibles incluyendo el uso de la inteligencia artificial de forma ética y responsable.

4.3 Promoción de Principios y Valores:

Promovemos los principios y valores establecidos en la normativa que rigen a nuestra organización, así como la mejora continua y la evaluación de las estrategias y políticas de comunicación para ajustarlas a los cambios del entorno y a las mejores prácticas. Toda comunicación de la OLACEFS deberá utilizar lenguaje respetuoso, universal, no sexista, y no discriminatorio.

4.4 Alineamiento con la estrategia de OLACEFS:

Nuestras estrategias de comunicación están alineadas con la estrategia general, políticas e instrumentos de la OLACEFS, contribuyendo activamente al logro de los objetivos organizacionales.

4.5 Inclusión y/o Participación: Fomentamos la inclusión de todas las EFS miembros mediante la emisión de comunicaciones en español, portugués e inglés; siempre abiertos a recibir ideas y sugerencias para mejorar nuestras acciones de comunicación. Igualmente, deberá promoverse la adaptación multicultural de las comunicaciones a las EFS de la región, reconociendo las diversidades de nuestra comunidad.

4.6 Respeto al Ordenamiento Jurídico y Autonomía Institucional:

Respetamos el ordenamiento jurídico de cada país y los principios del derecho internacional, garantizando la independencia y autonomía de las instituciones.

4.7 Transparencia, Integridad y Rendición de Cuentas:

Nos comprometemos a comunicar de manera clara, veraz, abierta y oportuna nuestros planes, acciones y resultados, generando confianza y credibilidad tanto entre las EFS miembros como entre las partes interesadas externas.

4.8 Innovación, Adaptación Continua, y Sostenibilidad:

Valoramos y fomentamos la cultura de la innovación, alentando la creatividad y la iniciativa para mejorar constantemente nuestras prácticas de comunicación y adaptarnos a los cambios del entorno. Igualmente, promovemos prácticas y modelos de comunicación sostenibles.

5

OBJETIVOS

5.1 Contribuir a la consolidación de una comunicación de calidad de la OLACEFS, buscando que todas las comunicaciones sean oportunas y pertinentes, tanto en el ámbito interno como frente a instancias externas, que permita la construcción de un mejor contenido en los mensajes para lograr mayor impacto y que coadyuve al fortalecimiento de la confianza.

5.2 Potenciar los medios y canales de comunicación y difusión de la OLACEFS, como son la página web, boletín informativo, revista de investigación, redes sociales, entre otros, buscando la diversificación de canales de comunicación, adaptándose a las nuevas tecnologías, los avances técnicos y tendencias de comunicación. Dichos medios deberán ser evaluados para aprovechar oportunidades de mejora.

5.3 Fomentar el uso de una imagen corporativa para la OLACEFS en las comunicaciones y documentos de la OLACEFS, para fortalecer la coherencia visual y la identidad organizacional, permitiendo los ajustes que en el tiempo se requiera realizar para adaptarlas a las nuevas necesidades y tendencias.

5.4 Promover y difundir buenas prácticas en materia de control gubernamental y fiscalización pública entre las EFS miembros de la OLACEFS y en instancias externas, promoviendo así el valor público y beneficios de la OLACEFS y las EFS de la región.

5.5 Promover una mayor participación e interacción entre las EFS miembros y órganos técnicos (comités, comisiones y grupos de trabajo, fuerzas de tarea) con la finalidad de consolidar su coordinación, vinculación y cohesión en los diversos ámbitos de competencia e interés de la OLACEFS.

5.6 Incentivar la capacitación entre EFS de la OLACEFS en materia de comunicación para lograr incrementar las capacidades comunicativas de todos los miembros e intercambiar buenas prácticas.

5.7 Dirigir las estrategias de comunicación al posicionamiento de la OLACEFS en el entorno interno de la organización, en el ámbito internacional, ante diversas partes interesadas externas, que permitan expandir el alcance e influencia de la OLACEFS.

6

COMUNICACIÓN INTERNA

La información generada dentro de la OLACEFS, por parte de sus órganos internos, supone una interacción con diversos públicos que integran la organización, cuya finalidad es informar temas de interés de los miembros de la organización con efectividad, calidad e inmediatez, propiciando la generación de espacios de comunicación efectivos, para facilitar la transmisión de mensajes relevantes.

La implementación de este tipo de comunicación promueve un mayor difusión y

conocimiento respecto a las actividades, proyectos e iniciativas de la OLACEFS, generando una mayor colaboración, compromiso y participación por parte de sus miembros, fomentando la transparencia al proporcionar información clara y precisa sobre decisiones, políticas y acciones de la Organización.

La OLACEFS promoverá, conforme a las posibilidades, que sus principales comunicaciones estén disponibles en los tres idiomas oficiales de la organización.

6.1 Objetivos de comunicación interna:

- ◆ Difundir la normativa, regulaciones, circulares y demás reglas que rigen la organización, de forma proactiva, eficaz, oportuna y transparente, entre las EFS miembros de la organización.
- ◆ Fomentar la participación de las EFS miembros respecto a las actividades oficiales, de carácter formativo y organizativo, que realiza la OLACEFS.
- ◆ Establecer vínculos de colaboración y comunicación oportuna y respetuosa, facilitando el diálogo entre los integrantes de las instancias y de las EFS miembros de la OLACEFS.
- ◆ Informar de manera oportuna, fluida, relevante y eficiente, temas sustantivos de la actividad de fiscalización y control gubernamental entre las EFS, aprovechando los recursos disponibles con los que cuenta la OLACEFS.
- ◆ Promover el uso del libro de marca con la identidad gráfica de la OLACEFS en todas las comunicaciones de la organización, con y entre miembros.
- ◆ Promover la realimentación entre EFS que permita la generación de sinergias productivas para el mejoramiento continuo de las EFS.
- ◆ Facilitar la coordinación y la colaboración en proyectos específicos, para compartir conocimientos y mejores prácticas en desarrollo sostenible.
- ◆ Favorecer el aprovechamiento de los avances tecnológicos y el buen uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, como la Inteligencia Artificial, para contribuir a la comunicación de la OLACEFS.

6.2 Público destinatario de la comunicación interna:

- ◆ Titulares de las EFS Miembros Plenos de la OLACEFS.
- ◆ Enlaces OLACEFS de las EFS miembros.
- ◆ Presidencias de los Comités, Comisiones, Grupos de Trabajo y Fuerzas de Tarea de la OLACEFS.
- ◆ Presidencia de la Organización Centroamericana y del Caribe de Entidades Fiscalizadoras Superiores (OCCEFS) y de la Organización de Entidades Fiscalizadoras Superiores de los países de América del Sur (EFSUR).
- ◆ Titulares y enlaces de miembros asociados.
- ◆ Titular del Centro de Innovación y Desarrollo de la OLACEFS.
- ◆ Plantel del personal de las EFS miembros plenos y asociados.

La comunicación externa es un componente fundamental de la estrategia de comunicación de la OLACEFS y se constituye en la herramienta para proyectar la imagen de la organización. Su objetivo primordial es dar a conocer las actividades, logros, y valores de la organización, así como establecer y fortalecer relaciones sólidas con los grupos de interés o partes interesadas, también conocidos como stakeholders.

Dicha comunicación debe estar enfocada en la difusión de mensajes relevantes de la organización cuya finalidad es dar

a conocer información de interés que permita agregar valor a la organización y propiciar relaciones duraderas en el tiempo, a la vez que propicie posicionar a la OLACEFS como un referente obligado en los temas de control y fiscalización de los fondos públicos en el entorno internacional. Por lo tanto, es esencial que el tono y contenidos de la comunicación sean pertinentes, oportunos, comprensibles y capaces de generar interés y valor, tanto para la organización como para el público receptor.

7.1 Objetivos de comunicación externa:

- ◆ Promocionar la labor y razón de ser de la OLACEFS para lograr el reconocimiento como organización líder en fiscalización superior en América Latina y el Caribe.
- ◆ Fortalecer el posicionamiento de la OLACEFS a través de la difusión de sus proyectos, actividades y acciones en todas las partes interesadas externas con las que tiene actualmente vinculación y con nuevas instancias internacionales de interés.
- ◆ Establecer y reforzar vínculos de cooperación internacional y alianzas estratégicas, las cuales puedan contribuir con información, capacitación, aporte financiero, facilitación de expertos, innovación, y conocimientos en beneficio de las EFS miembros plenos y asociados.
- ◆ Fomentar el diálogo y la participación con los diferentes públicos externos, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas como pilares fundamentales de la labor de la OLACEFS
- ◆ Propiciar en todas sus acciones comunicativas la sensibilización hacia la importancia del control y fiscalización de los fondos públicos en todas sus relaciones con partes interesadas externas, difundiendo un mensaje acorde con la misión y visión de la OLACEFS.

7.2 Público destinatario de la comunicación externa

- ◆ La INTOSAI, tanto en grupos regionales como sus órganos internos.
- ◆ EFS alrededor del mundo, tanto sus autoridades como sus enlaces, a través de las oficinas designadas para tal fin.
- ◆ Organismos internacionales y agencias de cooperación vinculadas a las temáticas afines a la OLACEFS.
- ◆ Organizaciones No Gubernamentales (ONG) especializadas en temas de anti-corrupción, control fiscal, fiscalización de fondos públicos, participación ciudadana,

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), medio ambiente, gobernanza y buen gobierno, ciberseguridad, transparencia, ética e integridad, tecnologías de la información, comunicación estratégica, y otros.

- ◆ Organizaciones académicas y de investigación en temas de interés.
- ◆ Instituciones públicas gubernamentales de sus países miembros.
- ◆ Sociedad civil y la ciudadanía en general.
- ◆ Otras partes interesadas externas.

7.3 Canales de comunicación externa

◆ Correo electrónico

El correo electrónico es un canal regular de comunicación y enlace entre partes, utilizado alrededor del mundo con la finalidad de que los usuarios involucrados en el mensaje puedan realizar acciones de comunicación variada. Es el medio empleado diariamente en las actividades de la OLACEFS no solo para el intercambio de información entre sus miembros sino con públicos externos interesados, dado que permite una comunicación fluida y accesible para establecimientos de contacto, divulgación de información y coordinación con instancias externas.

Entre otras herramientas

- **HubSpot:** Permite personalizar correos electrónicos utilizando datos del cliente, como nombre y preferencias, lo que ayuda a crear mensajes más relevantes. Ofrece segmentación avanzada para enviar contenido específico a diferentes grupos de contactos. Su automatización permite

configurar flujos de trabajo que envían correos automáticamente en función de acciones del usuario, mejorando así la efectividad de las campañas.

- **Mailchimp:** Facilita la personalización al permitir insertar información específica del destinatario en los correos electrónicos, haciendo que se sientan más cercanos. Proporciona flujos de trabajo automatizados para correos de bienvenida, recordatorios de carrito abandonado y más, basados en el comportamiento del suscriptor. Esto asegura el envío de mensajes en el momento adecuado, optimizando la experiencia del cliente y el retorno de inversión.

◆ Página Web

La página web es el canal de comunicación externa que contribuye con la difusión de los temas de interés de la OLACEFS, dirigida a todos sus públicos destinatarios, ya que constituye una plataforma de alcance

mundial con información diversa respecto a todos los ámbitos de acción de la organización. Micrositios con información específica de miembros, Presidencia, Secretaría, historia, actividades, novedades, eventos y más, representa data valiosa para visitantes al sitio web que ingresen con la finalidad de conocer a la organización y su accionar en temas de control y fiscalización superior.

◆ **Redes Sociales**

Las redes sociales son una plataforma mundial virtual de gran importancia para dar a conocer, crear comunidad y posicionar la labor de la OLACEFS internacionalmente, dado que estos canales son empleados para acercar a las organizaciones al público destinatario.

Actualmente, la OLACEFS cuenta con perfiles activos en las cuentas de Facebook, Instagram, LinkedIn, X, YouTube y Threads. Estas redes sociales se utilizan para difundir noticias, interactuar con seguidores, compartir contenidos, y están orientadas al público en general interno y externo a la organización. Pese a ello, contienen estrategias diferenciadas de acuerdo a las herramientas y características de cada red.

Las cuentas de la OLACEFS en redes sociales también constituyen un motor de búsqueda importante dentro de la Internet, para conocer sobre la organización y brindan la posibilidad de interactuar con el usuario, conocer la información que requiere, la percepción que tiene de la OLACEFS, además de datos del público que son valiosos para establecer nuevas estrategias para llegar a nuevos usuarios.

◆ **Notas de prensa**

Es el canal por el cual se transmite información de interés para diversos medios

de comunicación, mismas que se publican en la web de la OLACEFS y pueden ser enviadas a medios variados para ampliar el alcance y cobertura. A través de las notas de prensa, se dan a conocer, de manera breve, comprensible, accesible y fluida, las novedades y actividades de la OLACEFS. Deben contener material audiovisual, gráfico, y textual que permita potenciar el mensaje.

Los medios de comunicación tradicionales y digitales son una herramienta fundamental de posicionamiento de la OLACEFS, ya que a través de ellos se difunde la información, noticias y mensajes que llegan a un mayor número de personas debido a su penetración.

◆ **Boletín Digital**

El Boletín Digital está definido como un canal de referencia para toda la comunidad. Su contribución en la comunicación externa es dar a conocer de manera extensiva y minuciosa, las novedades y acciones desarrolladas dentro de la OLACEFS, sus órganos técnicos, grupos subregionales y las EFS miembros. El boletín se encuentra publicado en la web de la organización, por lo que está abierto al público interno y externo que desee informarse respecto a las actividades de la Organización Regional

◆ **Revista Digital OLACEFS**

La Revista Digital de la OLACEFS contribuye con el posicionamiento de la organización, por su enfoque técnico y de investigación en fiscalización superior, acorde con su misión y visión. La publicación sirve como referencia para el desarrollo y mejoramiento técnico de los miembros de la INTOSAI y la revista va dirigida a un sector muy amplio de partes interesadas externas como organizaciones de la sociedad civil, organizaciones académicas, EFS al-

rededor del mundo, y público en general interesado en temas orientados a la fiscalización y el control gubernamental.

◆ **Espacios de interacción (virtuales y presenciales)**

Los espacios de interacción se realizan dentro del marco de actividades de la OLACEFS y se constituyen en un canal de comunicación que contribuyen con el posicionamiento de la organización, así como con sus vínculos de cooperación internacional. Estos espacios podrán asumir diversas modalidades: webinars, seminarios, reuniones, talleres, foros, charlas, entre otros. En estos encuentros no solo podrán participar los miembros de la Organización Regional sino también instancias externas que poseen experiencia amplia en fiscalización y temas afines.

Del mismo modo, los eventos externos a la OLACEFS que guarden temática similar a la labor de la organización como seminarios, ferias, espacios de discusión académica, congresos, entre otros; constituyen un espacio importante en la comunicación externa y el posicionamiento, ya que dan a conocer el ámbito de acción de la OLACEFS frente a una diversidad de instancias internacionales y público destinatario.

◆ **Podcasts internos**

Una serie de archivos de audio digital que los usuarios pueden escuchar en línea o descargar para escuchar más tarde con mensajes del liderazgo, entrevistas, discusiones sobre proyectos, temas sustantivos, criterios de expertos, y otros contenidos relevantes. Estos podcasts ofrecen una forma conveniente y accesible de comunicarse con los miembros de la organización, permitiéndoles acceder al conteni-

do en sus propios horarios y dispositivos. Es importante destacar que los podcasts pueden funcionar como píldoras informativas con una duración máxima de tres minutos y cuya periodicidad podría ser mensual.

◆ **Grupos de chat**

Los grupos de chat fomentan la agilidad en la comunicación, facilitando la interacción rápida y fluida. Los grupos de chat suelen estar alojados en plataformas de mensajería instantánea o colaboración en equipo, como Slack, Microsoft Teams, WhatsApp, entre otros. Los miembros y temas permitidos deberán definirse en el taller.

La vocería de la OLACEFS está a cargo de la Presidencia y es responsable de representar, informar al interior, y comunicar de manera efectiva las posturas, mensajes y acciones de esa organización hacia el exterior. Además de ser el portavoz oficial, gestiona la reputación y la imagen pública de la organización; tiene a su cargo las relaciones públicas y el contacto con organismos internacionales, para lo cual cuenta con el apoyo de la Secretaría Ejecutiva.

Observa constantemente la percepción y opinión pública, así como las tendencias en los medios de comunicación, para la toma de decisiones, desarrollo y elaboración de las estrategias proactivas de comunicación y difusión de sus actividades, novedades e informes relevantes.

Es responsabilidad de la Presidencia que los voceros estén adecuadamente preparados para transmitir el mensaje de la OLACEFS ante los distintos públicos meta y, de ser necesario, tengan el debido entrenamiento y capacitación.

Colabora con los titulares de comunicación y difusión de otras EFS para asegurar que los mensajes estén debida y apropiadamente alineados con los objetivos, visión y valores de la OLACEFS, respetando los formatos establecidos y la identidad gráfica de la organización.

Los órganos técnicos y EFS miembros son responsables de generar contenidos para su difusión, los cuales serán remitidos y valorados por la Presidencia y difundidos a través de los canales formales de la OLACEFS. Asimismo, las EFS que soliciten información respecto a asuntos de la organización, deberán realizarlo a la Presidencia y Secretaría Ejecutiva, por los medios oficiales (correo electrónico). La comunicación debe ser un proceso coordinado entre las EFS, los órganos técnicos de la organización y la Presidencia de la OLACEFS.

La Presidencia puede sugerir y valorar la designación de voceros técnicos específicos para temáticas relevantes cuando así lo estime, para participaciones ante partes interesadas externas que así lo ameriten, previa autorización vía consulta al resto de las EFS de la OLACEFS.

9

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

9.1 Revisión permanente del mapeo de partes interesadas externas que permita la actualización de bases de datos para garantizar la eficacia de sus comunicaciones.

9.2 Promoción de las redes sociales existentes de la OLACEFS, generando contenidos de calidad en plataformas diversas como imágenes, videos, gifs, infografías, artículos, entre otros, los cuales propicien un impacto en el usuario e incrementen los niveles de interacción.

9.3 Difusión constante las actividades que realiza la Presidencia, Secretaría Ejecutiva, EFS miembros, Comités, Comisiones y Grupos/Fuerzas de Trabajo de la OLACEFS a través de los canales de comunicación disponibles

9.4 Recopilación de datos de herramientas de análisis de la página web OLACEFS para conocer las audiencias, datos, intereses, las características y acciones de los usuarios que navegan dentro de la misma, así como el tráfico y las interacciones/reproducciones.

9.5 Difusión del Boletín y la Revista de la OLACEFS, a través de todos los medios posibles disponibles.

9.6 Fomentar instancias de investigación como un espacio óptimo para la difusión de contenidos de calidad al interior de la organización.

9.7 Construir relaciones con instancias externas por medio de la difusión de las publicaciones de la OLACEFS, a través de sus diversos canales de comunicación, que ayuden a respaldar una cobertura válida de los mensajes y de las actividades de la organización.

9.8 Promover una imagen corporativa de OLACEFS para mantener una identidad gráfica, tanto a nivel interno como por parte de todos los órganos de la organización y las EFS miembros. De base, utilizar Manual de Uso de la Marca OLACEFS, el cuál podrá ser objeto de revisiones y los ajustes pertinentes.

9.9 Impulsar la participación activa de la OLACEFS y sus órganos en espacios de interacción externos el entorno internacional.

9.10 Valoración regular de la efectividad de sus estrategias, canales y usuarios, para con dicha realimentación con el propósito de aprovechar oportunidades de mejora continua.

9.11 Favorecer el aprovechamiento de los avances tecnológicos y el buen uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, como la Inteligencia Artificial, para contribuir a la comunicación de la OLACEFS.

MEJORA CONTINUA DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La Política de Comunicación de la OLACEFS refleja un enfoque actual e innovador, donde se reconoce la importancia vital de la comunicación en la consecución de los objetivos organizacionales. En este contexto, se deberán analizar oportunidades de mejora de los canales y estrategias comunicacionales realizadas en la OLACEFS, dados los entornos cambiantes principalmente en el ámbito tecnológico, así como las tendencias y buenas prácticas de comunicación, lo que también implica una mayor generación de contenidos relevantes que se alineen con los objetivos de comunicación de la OLACEFS.

Es fundamental para verificar que se está cumpliendo con los objetivos y metas que deben ser claros, alcanzables, medibles, relevantes y con tiempos establecidos, que llevarán a cumplir con los resultados óptimos de la organización, principalmente en términos de comunicación y reputación. También es vital para la identificación de problemas, ajuste de estrategias y optimización de tareas.

Se podrán aplicar instrumentos para la realimentación constante de las EFS miembros de la OLACEFS, sobre los niveles de evolución del marco comunicativo de las EFS pues todos los miembros de la organización deben contribuir al uso adecuado de la política de comunicación, por lo que la Presidencia de la OLACEFS presenta una apertura a nuevas propuestas y contenidos en pro de alcanzar las metas estratégicas de la organización.

Mecanismos y/o instrumentos para la mejora continua

11.1 Monitoreo de Contenidos en Redes Sociales

◆ **Metricool:** Ofrece reportes detallados sobre el crecimiento de seguidores, interacciones y alcance de las publicaciones, facilitando el seguimiento del engagement y la efectividad de las estrategias.

◆ **Hootsuite:** Permite monitorear menciones y comentarios, generar informes de impacto, y realizar un seguimiento de las métricas clave como el alcance, impresiones y la tasa de interacción.

◆ **Brandwatch:** Ofrece una visión profunda sobre cómo se percibe la marca en el entorno digital. Sus capacidades avanzadas de escucha social ayudan a identificar tendencias y opiniones clave entre los usuarios, brindando una visión clara del posicionamiento de la OLACEFS.

11.2 Medición de Resultados en Página Web

◆ **Google Analytics:** Esta herramienta ofrece un análisis integral del tráfico de la página web, proporcionando información sobre la cantidad de visitantes, su comportamiento, las páginas más vistas, y la duración de las visitas.

◆ **Hotjar:** Permite analizar cómo los visitantes interactúan con la página web a través de mapas de calor y grabaciones de sesiones.

11.3 Medición de Resultados en Motores de Búsqueda (SEO)

◆ **Google Search Console:** Ofrece datos detallados sobre el rendimiento del sitio web en los resultados de búsqueda de Google, proporcionando información sobre las palabras clave que generan tráfico, la cantidad de impresiones y clics, y las páginas mejor posicionadas.

11.4 Desarrollo de plan para capacitación

◆ Dirigidos a encargados y equipos responsables de la comunicación para el correcto uso de las herramientas sugeridas.