



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

ENERGÍA Y MINAS

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

DEPARTAMENTO DE PRENSA

**POLÍTICA DE COMUNICACIÓN E
INFORMACIÓN EXTERNA**

1. INDICE

2. OBJETIVO.....	3
3. ALCANCE.....	3
4. SIGLAS Y DEFINICIONES.....	3
5. RESPONSABILIDADES.....	4
6. POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS.....	5
7. MATRIZ DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	12
8. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	13
9. REFERENCIAS LEGALES Y NORMATIVAS.....	19
10. FORMATOS Y REGISTROS.....	19
11. NOTIFICACIÓN DE CAMBIOS.....	19
12. VIGENCIA.....	20

2. OBJETIVO

Establecer directrices claras para la gestión de todas las comunicaciones e informaciones externas que ingresan y salen al **Ministerio de Energía y Minas (MEMRD)**, asegurando que se realicen de manera transparente, efectiva, responsable, íntegra y segura. Esto contribuirá a fortalecer la imagen institucional, construir relaciones de confianza con los clientes/ciudadanos y alcanzar los objetivos institucionales propuestos.

3. ALCANCE

Esta política aplica a toda la información externa que ingresa o sale de la organización, independientemente del formato o medio en que se presente. Esto incluye, pero no se limita a:

- Información confidencial de clientes, proveedores y socios comerciales
- Información financiera y de propiedad intelectual
- Datos personales de empleados y clientes
- Registros médicos y otra información de salud
- Información del gobierno y organismos públicos
- El registro de las informaciones.

4. SIGLAS Y DEFINICIONES

- 4.1. Canal de comunicación:** soporte físico o tecnológico que permite la transmisión del mensaje del emisor al receptor.
- 4.2. Canales de comunicación externos:** periódicos, televisión, radio, redes sociales, sitio web, correo electrónico, etc.
- 4.3. Ciudadano:** es la persona que tiene con el estado un vínculo jurídico y político, en otras palabras, es miembro activo de un estado, es aquella que se siente parte de una estructura social y política y sobre todo es esa persona que asume responsabilidades y obligaciones en la construcción de una sociedad.
- 4.4. Colaborador:** término que se emplea para nombrar al personal que presta sus servicios a la Institución a cambio de una remuneración.
- 4.5. Comunicación:** es el proceso por el cual se intercambian ideas, opiniones, sentimientos o cualquier otro tipo de información entre dos o más individuos, mediante el habla, la escritura u otros símbolos. En toda acción de comunicación hay, al menos, un remitente, un mensaje y un destinatario.
- 4.6. Comunicación escrita:** es el proceso de transmitir información e ideas a través del lenguaje escrito.
- 4.7. Comunicación externa:** es el conjunto de estrategias y acciones implementadas por una organización para relacionarse y compartir información, con el objetivo de construir una imagen pública favorable y fortalecer la credibilidad y la confianza entre sus distintos públicos externos a su estructura interna.
- 4.8. Confidencialidad:** La propiedad que tiene la información de no ser divulgada a personas no autorizadas.
- 4.9. Correo institucional:** es un servicio tecnológico para ser usado como herramienta de intercambio de información y comunicación institucional.

- 4.10. Disponibilidad:** La propiedad que tiene la información de estar accesible para su uso cuando se necesita.
- 4.11. Eventos de comunicación:** socialización de obras o proyectos con la comunidad u otros grupos de interés, inauguraciones, lanzamiento de campañas, planes, rendición de cuentas, activaciones, seminarios, foros, congresos u otros académicos, etc.
- 4.12. Gestión de crisis de comunicación:** es un proceso estratégico esencial para proteger, durante situaciones críticas o de riesgo, la reputación y asegurar la continuidad operativa de una empresa u organización, asegurando que la comunicación sea efectiva y minimice el impacto negativo.
- 4.13. Imagen institucional:** es la imagen que la empresa articula como entidad en las personas. Sus acciones determinan la buena o mala imagen institucional.
- 4.14. Información:** es cualquier dato o conocimiento que se comunica u obtiene. Se puede transmitir a través de texto escrito, palabras habladas, imágenes o símbolos.
- 4.15. Información externa:** Cualquier información que se origina fuera de la organización o que se comparte con terceros.
- 4.16. Integridad:** La propiedad que tiene la información de ser precisa y completa.
- 4.17. MEM:** siglas del Ministerio de Energía y Minas de la República Dominicana.
- 4.18. Mensaje:** es la información que se transmite. En el caso de la comunicación interna, el mensaje suele ser informativo, de motivación o de formación.
- 4.19. Multimedia:** es un sistema que combina texto, imagen, animación, sonido y video y que es utilizado para transmitir, administrar o presentar información.
- 4.20. Nota de prensa:** es un instrumento de comunicación escrita y oficial dirigida a los medios de comunicación en la que se registra una noticia o una situación de coyuntura.
- 4.21. Portal web:** es la plataforma online a través de la cual se presenta la información oficial de la institución, creado en formato HTML, que es parte de un grupo de documentos o recursos disponibles ubicados en un sitio web.
- 4.22. Redes sociales (digitales):** es el tejido virtual que se crea en el ciberespacio cuando varias personas que forman parte de una plataforma digital se interconectan, relacionándose de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
- 4.23. Riesgo:** posibilidad de que ocurra un evento que afecte adversamente el logro de los objetivos.
- 4.24. RRSS:** siglas de redes sociales.
- 4.25. Rueda de prensa:** es un acto informativo convocado por la entidad al que se invita a medios de comunicación para que informen lo que allí sucede. Tiene como objetivo proporcionar información clara y exacta para evitar ambigüedades en el mensaje.
- 4.26. Tercero:** Cualquier persona o entidad que no sea un empleado de la organización.

5. RESPONSABILIDADES

5.1. El/la ministro/a será responsable de:

- La aprobación de esta política.
- Ser el vocero institucional, o podrá designar a una persona de su elección para desempeñar esta función.

5.2. Director/a de Comunicaciones:

- Como máxima autoridad de la dirección dueña de esta política, será responsable de su aprobación, actualización, socialización y aplicación.

- b) Será responsable de definir las estrategias, estándares, responsabilidades y métodos relacionados con la comunicación e información externa.
- c) Planeará individualmente o con el área interesada, campañas sobre temas de relevancia.

5.3. El/la encargado/a de Prensa será responsable de:

- a) Administrar, fomentar y mantener una buena relación con los medios de comunicación.

5.4. Encargado/a de Seguridad y Monitoreo de la información (TIC) será responsable de desarrollar, implementar y mantener los procedimientos y controles necesarios para el manejo de información externa.

5.5. Todos los empleados serán responsables de cumplir con los requisitos de esta política y de los procedimientos relacionados.

6. POLÍTICAS Y LINEAMIENTOS

6.1. Lineamientos generales:

- 6.1.1. La comunicación externa ofrecerá información pertinente, oportuna, actualizada, precisa, significativa y objetiva sobre hechos, eventos, actividades, novedades y otras noticias de interés vinculadas a la institución.
- 6.1.2. Toda información pública que suministre la institución deberá estar sustentada en hechos verídicos y comprobables.
- 6.1.3. La Dirección de Comunicaciones establecerá las líneas de acción en materia de comunicación con medios tradicionales, digitales y redes sociales.
- 6.1.4. Se elaborará un plan de comunicación externa anual que incluirá un cronograma de publicaciones, el desarrollo de campañas publicitarias y la gestión de medios de comunicación externos.
- 6.1.5. La Dirección de Comunicaciones establecerá en cada situación los canales apropiados para asegurar la efectividad y oportunidad de los mensajes.
- 6.1.6. Corresponde a la Dirección de Planificación y Desarrollo, a través de la Dirección de Comunicaciones, liderar la autoevaluación continua de esta política y la identificación de oportunidades de mejora.
- 6.1.7. La información externa debe clasificarse según su nivel de confidencialidad e importancia para la organización.
- 6.1.8. El acceso a la información externa debe restringirse a las personas autorizadas que la necesiten para realizar sus funciones laborales.

- 6.1.9. La información externa debe protegerse contra divulgación, acceso, uso, alteración, destrucción o pérdida no autorizados.
- 6.1.10. Los terceros que tengan acceso a información externa deben estar sujetos a acuerdos de confidencialidad.
- 6.1.11. La información externa debe transmitirse y almacenarse de forma segura.
- 6.1.12. Se deben implementar actividades de monitoreo y registro para rastrear el acceso y uso de la información externa.
- 6.1.13. Los empleados deben recibir capacitación sobre los requisitos de seguridad de la información y las responsabilidades relacionadas con el manejo de información externa.
- 6.1.14. El manejo de información externa debe revisarse y actualizarse periódicamente para garantizar su eficacia.

6.2. Identidad visual institucional:

- 6.2.1. La Dirección de Comunicaciones velará por la identidad visual institucional en la comunicación externa.
- 6.2.2. La Dirección de Comunicaciones se asegurará de que la identidad visual institucional cumpla estrictamente con los estándares del manual de identidad visual del Gobierno de la República Dominicana. Esto incluye las aplicaciones y prohibiciones de uso del logo del Ministerio de Energía y Minas, colores, tipografías y otros elementos gráficos.
- 6.2.3. Se utilizarán los colores oficiales, tipografías recomendadas y la cúpula del Palacio de la Presidencia como isotipo en toda comunicación externa.

Color personalizado (RGB)	Azul	Rojo
Rojo	0	238
Verde	56	42
Azul	118	36

- 6.2.4. La Dirección de Comunicaciones elaborará todo el material gráfico y audiovisual de la institución.
- 6.2.5. Si otra dirección o departamento crea el material, la Dirección de Comunicaciones supervisará el proceso y aprobará el producto final antes de su uso oficial.
- 6.2.6. Toda correspondencia institucional deberá tratarse como oficial y, por ende, imprimirse en papel con membrete.

6.2.7. Los correos electrónicos deberán incluir la firma institucional del remitente al final del mensaje. Se prohíbe añadir elementos gráficos adicionales a la firma.

6.2.8. Los informes internos y externos deberán incluir una portada con el logotipo institucional, el título del documento, el nombre del viceministerio correspondiente, y cuando sea necesario, el nombre de la dirección o departamento que lo elaboró, junto con la fecha de elaboración.

6.3. Informaciones para comunicar:

6.3.1. La Dirección de Comunicaciones establecerá, de acuerdo con el ministro y los viceministros, los mensajes a transmitir y las vías más adecuadas para difundirlos.

6.3.2. La narrativa institucional se presentará a audiencias externas mediante contenidos que cumplen con los siguientes criterios de relevancia:

- **Interés estratégico:** informaciones alineadas con los objetivos estratégicos de la organización.
- **Interés humano:** historias que resalten las oportunidades para el desarrollo de la gente.
- **Proximidad:** relatos sobre eventos relevantes para los grupos de interés, en consonancia con los objetivos estratégicos.
- **Actualidad:** Desarrollo de hechos actuales vinculados a los objetivos estratégicos de la institución.
- **Magnitud:** Evento vinculado con los objetivos estratégicos de la entidad que reúne a una cantidad inusitada de stakeholder.
- **Comprensión:** Situaciones que ameriten ser explicadas a las partes interesadas vinculados.

6.4. Herramientas de comunicación externa:

6.4.1. La Dirección de Comunicaciones implementará una variedad de herramientas efectivas para interactuar con el público externo:

- **Comunicados de prensa:** para informar y actualizar sobre el desempeño y logros institucionales.
- **Correo electrónico:** para mantener una comunicación directa y personalizada para la comunicación con partes interesadas.
- **Entrevistas:** para compartir información detallada y responder preguntas específicas.
- **Eventos:** para fomentar la participación y el compromiso directo con la audiencia.
- **Informes:** para presentar datos y resultados de manera estructurada.
- **Redes sociales institucionales:** para alcanzar una mayor audiencia y fomentar la interacción.
- **Ruedas de prensa:** para informar de iniciativas significativas y responder a consultas de los medios de comunicación de manera colectiva.
- **Sitio web institucional:** para que sirva como fuente oficial de información y recursos.

6.5. Relación con los medios de comunicación:

- 6.5.1. La Dirección de Comunicaciones será responsable de cultivar y fortalecer las relaciones con los medios de comunicación.
- 6.5.2. Los colaboradores del MEMRD se abstendrán de transmitir, por propia iniciativa o a requerimiento de terceros, cualquier información o noticia sobre la institución a los medios de comunicación sin la autorización previa.
- 6.5.3. Las entrevistas personalizadas y las solicitadas por los medios de comunicación deberán ser coordinadas a través de la Dirección de Comunicaciones y contar con la autorización previa del ministro.
- 6.5.4. Si un medio de comunicación contacta de manera directa con un colaborador del MEMRD, este deberá informar inmediatamente a su superior y a la Dirección de Comunicaciones.
- 6.5.5. La Dirección de Comunicaciones será la encargada de autorizar y coordinar las respuestas a los medios, en colaboración con los responsables pertinentes y el ministro.
- 6.5.6. Los colaboradores del MEMRD evitarán la propagación de comentarios o rumores que puedan dañar la imagen de la institución.

6.6. Manejo de las redes sociales y el sitio web:

- 6.6.1. El sitio web oficial y los perfiles en redes sociales del Ministerio de Energía y Minas constituyen los principales canales de comunicación en línea.
- 6.6.2. La Dirección de Comunicaciones, exclusivamente, administrará las redes sociales oficiales de la institución. También se encargará de manejar y actualizar la sección de Noticias en el sitio web institucional.
- 6.6.3. Actualmente, el MEMRD está presente en plataformas digitales como Facebook, X (anteriormente Twitter), Instagram y YouTube. Estos canales se actualizarán o expandirán según las necesidades de comunicación y la aparición de nuevas plataformas.
- 6.6.4. A través de estas plataformas, el Ministerio de Energía y Minas proporcionará información actualizada, noticias relevantes y anuncios importantes relacionados con la energía y recursos minerales del país.
- 6.6.5. La línea editorial deberá estar guiada por la estrategia institucional de comunicación.

- 6.6.6. El MEMRD publicará en sus cuentas de redes sociales contenidos de producción propia y de diferentes fuentes creíbles, de acuerdo con el procedimiento: DCO-DDP-PR01 de Gestión de Redes Sociales.
- 6.6.7. Las respuestas a las preguntas, mensajes o comentarios de los usuarios se proporcionarán siguiendo el procedimiento DCO-DDP-PR01 para la Gestión de Redes Sociales, asegurando una comunicación efectiva y coherente.
- 6.6.8. Los colaboradores del MEMRD no utilizarán la imagen, nombre o marcas del Ministerio para crear cuentas personales en la red.
- 6.6.9. La creación, participación o colaboración en redes sociales, blogs u otro espacio digital debe realizarse siempre a título personal y no en su condición de colaborador del MEMRD o utilizando otra referencia que pueda asociar el contenido publicado a la institución.
- 6.6.10. Si un colaborador lee un comentario en línea que considera que es incorrecto o que daña la imagen del Ministerio, no responderá directamente. En su lugar, deberá reportarlo a la Dirección de Comunicaciones, que tomará las medidas adecuadas.
- 6.7. Rueda de prensa:**
- 6.7.1. Se llevará a cabo para difundir información que requiera la presencia de un vocero con la autoridad necesaria para exponer un tema específico ante los medios de comunicación. Esta deberá contar con la autorización de la máxima autoridad del Ministerio.
- 6.7.2. Las convocatorias a los medios de comunicación será responsabilidad de la Dirección de Comunicaciones.
- 6.7.3. La Dirección de Comunicaciones preparará un dossier de prensa para entregar a los periodistas que participen en la rueda de prensa. El mismo contendrá una síntesis de la información a transmitir y los datos pertinentes.
- 6.8. Gestión de crisis:**
- 6.8.1. En situaciones de crisis, la Dirección de Comunicaciones garantizará que la actuación institucional se rija por la transparencia y la honestidad, manteniendo una comunicación abierta y constante con el ministro.
- 6.8.2. Ante situaciones de crisis, el Ministerio de Energía y Minas actuará bajo los siguientes parámetros:
- Establecer un protocolo de comunicación eficiente para informar a todas las partes interesadas sobre la situación de crisis de manera oportuna.
 - Implementar un sistema de respuesta rápida para evaluar y mitigar los riesgos asociados con la crisis.

- Coordinar con otras agencias gubernamentales y organizaciones para un enfoque unificado y efectivo.
- Priorizar la seguridad de los empleados y del público en todas las decisiones y acciones tomadas.
- Mantener la transparencia con el público, proporcionando actualizaciones regulares y datos precisos sobre el progreso de la gestión de la crisis.
- Revisar y ajustar las estrategias de manejo de crisis basándose en la retroalimentación y los resultados obtenidos durante y después de la situación.

6.8.3. El MEMRD contará con un comité de gestión de crisis de comunicación o comité SISTAP que se convocará en situaciones críticas, compuesto de la siguiente manera:

- Un 50% será representado por la Asociación de Empleados Públicos del MEM.
- El otro 50% será bajo designación del ministro.
- Se tendrá la opción de asignar un asesor para los planes de trabajo.

6.8.4. Este comité será formalizado por el ministro de Energía y Minas mediante memorando institucional, que detallará las responsabilidades y autoridad de este.

6.8.5. En caso de crisis que afecte la imagen de la institución, se seguirá un protocolo estructurado para su gestión efectiva:

- Convocar inmediatamente al Comité de Gestión de Crisis de Comunicación.
- Realizar una evaluación preliminar para establecer la gravedad y los indicadores clave de la crisis.
- Designar al portavoz oficial que mejor se ajuste a la situación actual.
- Emitir una declaración oficial detallando la situación, utilizando el canal más adecuado según la decisión del comité.
- Organizar una conferencia de prensa para informar y responder preguntas.
- Publicar comunicados y atender las solicitudes de información adicional por parte de los medios.
- Generar informes periódicos que reflejen la progresión de la crisis y las acciones tomadas.
- Elaborar un informe conclusivo que detalle la resolución de la crisis y las lecciones aprendidas.

6.9. Vocería institucional:

6.9.1. El ministro es el vocero oficial del Ministerio de Energía y Minas ante los medios de comunicación y solo él puede delegar la vocería en otros funcionarios, cuando la circunstancia así lo requiera y según el tema a tratar.

6.9.2. Ningún colaborador de la institución está autorizado, a excepción del vocero oficial, a ofrecer información a la prensa local o internacional. En caso de que un representante de un medio de comunicación así lo solicite, este deberá tomar los datos (nombre completo, teléfono, correo electrónico y nombre del medio) e informar a la Dirección de Comunicaciones.

6.10. Manejo de información externa según la ISO 27001:2022 SGSI

6.10.1. La norma ISO 27001 establece un marco para la gestión de la seguridad de la información (SGSI) que ayuda a las organizaciones a proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de sus activos de información. Un aspecto importante del SGSI es el manejo de la información externa, que se refiere a cualquier información que ingresa o sale de la organización.

6.10.2. La norma ISO 27001:2022 proporciona varios controles para el manejo de información externa, incluyendo:

- **Clasificación de la información:** La información debe clasificarse según su nivel de confidencialidad e importancia para la organización. Esto ayudará a determinar qué controles de seguridad son necesarios.
- **Control de acceso:** Se deben implementar controles de acceso para restringir el acceso a la información externa solo a las personas autorizadas. Esto puede incluir el uso de contraseñas, tokens de seguridad y listas de control de acceso (ACL).
- **Protección contra malware:** La información externa debe protegerse contra malware, como virus, gusanos y troyanos. Esto se puede hacer mediante el uso de software antivirus, firewalls y otras tecnologías de seguridad.
- **Criptografía:** La información confidencial debe cifrarse cuando se transmite o almacena. Esto ayudará a protegerla de accesos no autorizados.
- **Conciencia y capacitación:** Los empleados deben estar capacitados sobre los riesgos de seguridad de la información y cómo manejar la información externa de manera segura.
- **Monitoreo y registro:** Se deben monitorear y registrar las actividades relacionadas con la información externa. Esto ayudará a identificar y prevenir incidentes de seguridad.
- **Acuerdos de confidencialidad:** Cuando se comparte información confidencial con terceros, se deben firmar acuerdos de confidencialidad para garantizar que la información esté protegida.
- **Eliminación segura:** La información externa debe eliminarse de manera segura cuando ya no sea necesaria. Esto ayudará a prevenir que la información caiga en las manos equivocadas.

6.10.3. Además de estos controles, la organización también debe realizar evaluaciones de riesgos periódicas para identificar y evaluar los riesgos asociados con el manejo de información externa. Se deben implementar controles adicionales para mitigar estos riesgos a través de la política de riesgos del SGSI.

6.10.4. El manejo efectivo de la información externa es esencial para cumplir con los requisitos de la ISO 27001:2022 y proteger la información confidencial de la organización.

7. MATRIZ DE COMUNICACIÓN EXTERNA

	¿QUÉ COMUNICA?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN LE COMUNICA?	¿CUÁNDO COMUNICA?	¿CÓMO COMUNICA?
COMUNICACIONES	Nuevas normas, políticas y regulaciones	• Dirección de Comunicación	• Medios de Comunicación • Ciudadanos	• Según sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> • Portal WEB institucional • Comunicados de prensa • Rueda de prensa • Entrevistas a las autoridades • Redes sociales
	Actividades institucionales	• Dirección de Comunicación	• Medios de Comunicación • Ciudadanos	• Permanente • Cuando se realicen	<ul style="list-style-type: none"> • Portal WEB institucional • Comunicados de prensa • Redes sociales
	Proyectos, acciones y planes institucionales	• Dirección de Comunicación	• Medios de Comunicación • Ciudadanos	• Según sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> • Portal WEB institucional • Comunicados de prensa • Rueda de prensa • Entrevistas a las autoridades • Redes sociales
	Imagen institucional	Dirección de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de Comunicación • Líderes de opinión • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Ciudadanos • Academias 	• Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña publicitaria • Entrevistas a las autoridades • Redes sociales • Participación en actividades públicas.
	Servicios institucionales	MAE	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanos clientes • Partes interesadas 	• Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Carta Compromiso al Ciudadano • Campaña publicitaria

					<ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales Portal WEB institucional
Carta Compromiso Ciudadano	al	Dirección de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> Ciudadanos clientes Partes interesadas 	<ul style="list-style-type: none"> Permanente 	<ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales Portal WEB institucional
Objetivos de calidad, Política de calidad,	de	MAE Dirección de Planificación.	<ul style="list-style-type: none"> Ciudadanos clientes Partes interesadas 	<ul style="list-style-type: none"> Permanente Cuando surjan cambios 	<ul style="list-style-type: none"> Portal WEB institucional
Tiempos de entrega de los servicios y calidad	de	Dirección de Planificación. Comité C.C.C.	<ul style="list-style-type: none"> Ciudadanos clientes Partes interesadas 	<ul style="list-style-type: none"> Permanente Cuando surjan cambios Cada dos años (C.C.C.) 	<ul style="list-style-type: none"> Carta compromiso al ciudadano. Portal WEB institucional
Cambios en los servicios Riesgos y oportunidades que puedan afectar las partes externas Cumplimiento de requisitos legales y regulatorios		MAE Dirección de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> Ciudadanos clientes Partes interesadas 	<ul style="list-style-type: none"> Permanente Cuando surjan cambios Cuando se manifieste un riesgo o se presente una oportunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación directa con las partes interesadas Redes sociales Portal WEB institucional
Evaluación de los proveedores Código de ética institucional		Dirección Administrativa (Departamento de compras)	<ul style="list-style-type: none"> Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Luego de recibir un producto o servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Correo institucional Comunicación directa con el proveedor.

8. PLAN DE COMUNICACIÓN

Objetivo general	Objetivo específico	Estrategia	Público	Canales	Responsable	Indicadores
Contribuir al posicionamiento del MEM como referente de	Incrementar la conciencia pública y la comprensión	Diseñar e implementar una campaña que destaque el	<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación Líderes de opinión 	<ul style="list-style-type: none"> Medios escritos digitales Televisión y radio 	Dirección de Comunicación	Difusión de la campaña

Ex BZ

<p>excelencia en la creación y aplicación de políticas de desarrollo energético y minero, asegurando un manejo responsable, transparente y beneficioso para la población dominicana.</p>	<p>n del rol que juega el MEM como órgano rector de los sectores minero y de energía y de sus aplicaciones.</p>	<p>compromiso del MEM en la formulación y ejecución de políticas energéticas y mineras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Congreso Nacional • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Industrias energéticas y mineras • Inversores y socios internacionales • ONG ambientales • Academias • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales institucionales 					
					<p>Establecer canales de información y divulgación permanente de las acciones y planes institucionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicados de prensa, artículos, reportajes y columnas de opinión sobre informes, memorias, resultados de procesos de fiscalización, supervisión, evaluación, licitaciones, cifras de producción, etc. 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<p>Publicación de las informaciones en las redes y sitio web institucionales.</p>
					<p>Fortalecer la visibilidad del MEM y aumentar la influencia de su</p>	<p>Establecer una presencia constante en medios de comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Líderes de opinión • Entidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas periódicas a medios escritos 	<p>Dirección de Comunicación</p>

	información en medios de comunicación tradicionales y digitales y otros espacios de interés para los sectores minero y energético.	n tradicionales y digitales para informar sobre las actividades, iniciativas y logros del MEM.	de Gobierno <ul style="list-style-type: none"> • Congreso Nacional • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Industrias energéticas y mineras • Inversores y socios internacionales • ONG • Academias • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas televisadas y radiales • Notas de prensa • Redes sociales institucionales • Sitio web institucional 		ón escritos y digitales <ul style="list-style-type: none"> • Divulgación de las notas de prensa en noticiarios y programas de opinión televisivos y radiales • Participación del ministro, viceministros y altos funcionarios en espacios mediáticos • Publicación de las informaciones en las redes sociales y sitio web institucionales
	Establecer alianzas estratégicas con medios de comunicación clave para publicar informaciones que destaquen los logros y proyectos del MEM.	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Líderes de opinión • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Industrias energéticas y mineras • Inversores y socios internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Artículos, entrevistas, reportajes y columnas de opinión en medios escritos, digitales y especializados 	Dirección de Comunicación	Publicación de artículos, entrevistas, reportajes y columnas de opinión sobre temas de interés institucional.	

3
 27

		<p>Fomentar la participación del ministro, viceministros y directores en eventos liderados por asociaciones empresariales y organizaciones civiles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Industrias energética y mineras • Inversores y socios internacionales • Academias 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de medios de comunicación • Actividades de asociaciones empresariales • Actividades académicas 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<p>Participación de los funcionarios del MEM en las actividades</p>
		<p>Fomentar la presencia del MEM en ferias, exposiciones y eventos abiertos al público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Asociaciones empresariales • Gremios profesionales • Industrias energética y mineras • Academias • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación, colaboración y patrocinio en eventos organizados por medios especializados y abiertos al público 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<p>Participación del MEM en evento</p>
<p>Resaltar las iniciativas que realiza el gobierno para lograr la transición de la matriz energética hacia el uso</p>	<p>Divulgar datos sobre el proceso de la transición energética, destacando su importancia para el país</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación • Líderes de opinión • Asociaciones empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de información en redes sociales • Encuentros con periodistas especializados 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informaciónes publicadas en medios de comunicación • Publicaciones en las 	

<p>de energía limpia y asequible y garantizar una seguridad energética con menos dependencia de los combustibles fósiles.</p>	<p>de y su impacto positivo en la preservación del medio ambiente, la economía, la sociedad y el bienestar de las personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gremios profesionales • Industria energética • Inversores y socios internacionales • ONG • Academias • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportajes y documentales en medios de comunicación • Participación en espacios mediáticos 		<p>redes sociales y sitio web institucionales</p>
<p>Promover la opinión favorable sobre la minería como sector fundamental de la reactivación y desarrollo económico, humano y social del país.</p>	<p>Desarrollar mensajes que resalten los aportes del sector minero para mejorar la calidad de vida de los dominicanos, llevar desarrollo a las regiones y el aporte a la economía del país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación y especializados • Líderes de opinión • Congresistas locales y nacionales • Autoridades locales y regionales • Comunidades mineras • Líderes religiosos • Academias • ONG • Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> • Artículos, entrevistas, reportajes y columnas de opinión en medios escritos, digitales y especializados • Entrevistas en medios escritos, televisión y radio • Redes sociales y sitio web institucionales • Eventos y conferencias 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informaciones publicadas en medios de comunicación • Participación del ministro, viceministros y altos funcionarios en entrevistas • Publicaciones en las redes sociales y sitio web institucionales
<p>Informar sobre las acciones del gobierno dominicano para incentivar la inversión</p>	<p>Destacar los beneficios económicos y sociales que estas inversiones traerán al país, como la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación y especializados • Líderes de opinión • Asociaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Artículos, entrevistas, reportajes y columnas de opinión en medios escritos, digitales y 	<p>Dirección de Comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informaciones publicadas • Participación del ministro, viceministros y altos

	para la exploración y explotación de hidrocarburos en el país.	creación de empleos y el desarrollo de infraestructuras	<ul style="list-style-type: none"> empresariales Gremios profesionales Industria de hidrocarburos Inversores y socios internacionales Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> especializados Entrevistas en medios televisivos y radiales Redes sociales y sitio web institucionales Eventos y conferencias 		<ul style="list-style-type: none"> funcionarios en entrevistas Publicaciones en las redes sociales y sitio web institucionales
RF	Promover la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión del sector energético y minero.	Difundir informaciones noticiosas sobre la gestión del sector energético y minero, basada en informes viceministeriales.	<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación Asociaciones empresariales Industrias energéticas y mineras Inversores y socios internacionales Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación Medios especializados Redes sociales institucionales Sitio web institucional 	Dirección de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Informaciones divulgadas en medios de comunicación Publicaciones en las redes sociales y sitio web institucionales
ex	Mejorar la comunicación y aumentar la cercanía con la ciudadanía mediante la divulgación de información oportuna y relevante.	Posicionar al ministro como líder de opinión digital y fuente de consulta de medios de comunicación en temas energéticos y mineros.	<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación escritos y digitales Medios televisivos y radiales Academias Ciudadanía 	<ul style="list-style-type: none"> Visitas periódicas a medios escritos Entrevistas televisadas y radiales Entrevistas, reportajes, y columnas de opinión en medios escritos, digitales y 	Dirección de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Participación del ministro, en espacios mediáticos Publicación de artículos de la autoría del ministro Participación del ministro en actividades de

				especializados • Actividades de asociaciones empresariales • Conferencias académicas	asociaciones empresariales • Participación del ministro en actividades académicas
		Establecer las redes sociales institucionales como canales de contacto para los interesados en interactuar con la institución.	• Líderes de opinión usuarios de redes sociales • Ciudadanos usuarios de redes sociales	• Redes sociales institucionales	Respuesta a solicitudes, mensajes y comentarios.

9. REFERENCIAS LEGALES Y NORMATIVAS

- Manual de identidad de marca Gobierno de la República Dominicana.
- Guía IV Información y Comunicación de las Normas Básicas de Control Interno.
- Norma ISO 27001:2022 sobre los Sistemas de Gestión de Seguridad de la Información
- Norma ISO 9001:2015 sobre los Sistema de Gestión de la Calidad

10. FORMATOS Y REGISTROS

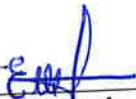
Documento	Registro No.
Procedimiento de Gestión de las Redes Sociales Institucionales	DCO-DDP-PR01

11. NOTIFICACIÓN DE CAMBIOS

Revisión No.	Descripción del cambio	Razón de/los cambios
01	<ul style="list-style-type: none"> • Modificación de la política del comité de gestión de crisis, pasa a ser el comité SISTAP y su composición. • Adición a la matriz de comunicación cuestiones a comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de la política en cumplimiento normativo.

12. VIGENCIA


Este documento entrará en vigor a partir de su fecha de aprobación y de su socialización con el área dueña del proceso.


Elaborado por:
Encargado/a de Prensa


Fecha:
29/11/2024


Revisado por:
Director/a de
Comunicaciones

Fecha:
29/11/2024


Aprobado por:
Ministro

Fecha:
29/11/2024


Verificado y validado por
Enc. Depto. de Calidad en la Gestión
Dirección de Planificación y Desarrollo -DPD