

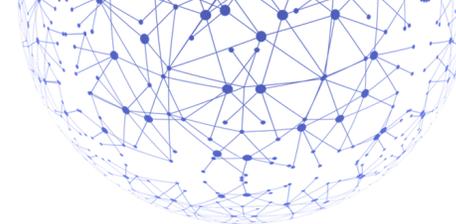
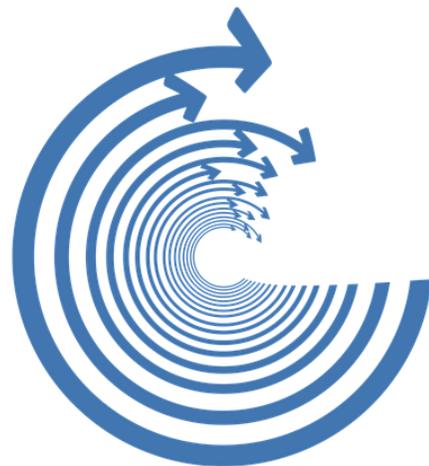
Catálogo de Buenas Prácticas para la Comunicación

Primera Conferencia Global de la OMA Sobre
Estrategias de Comunicación

DCA
ADUANAS

Lissette Selman
República Dominicana

4 PRINCIPIOS BÁSICOS



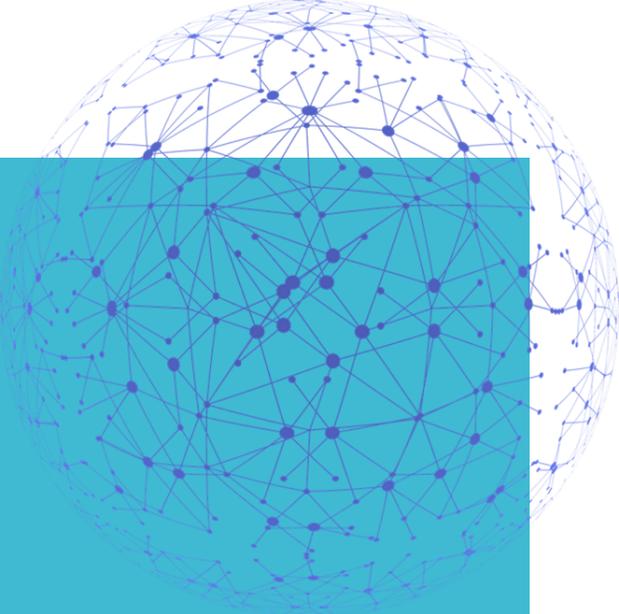
ESCUCHAR ▶

OBSERVAR ▶

ANALIZAR ▶

SER EMPÁTICOS ▶



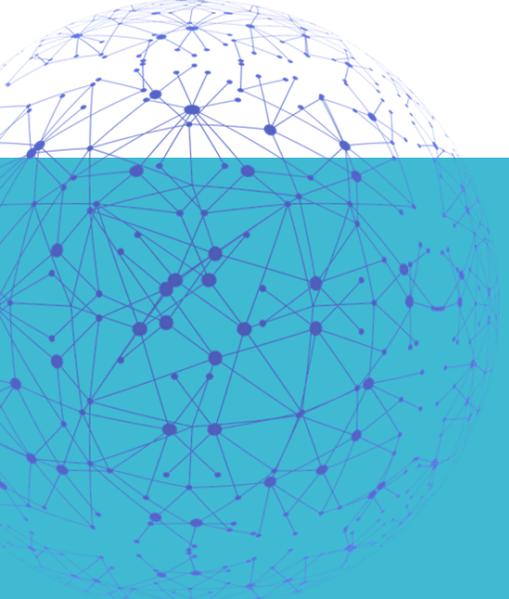


PORQUE LA COMUNICACIÓN ES
PERCEPCIÓN, DEBE SER

PROACTIVA, NO REACTIVA

CLAVE

- Dar a conocer quiénes somos
- Divulgar lo que hacemos
- Más allá del marco de misión, visión y valores
- “El movimiento se demuestra andando”
Diógenes
- Porqué y para qué lo hacemos, enfocados en resultados



LISTAR FORTALEZAS

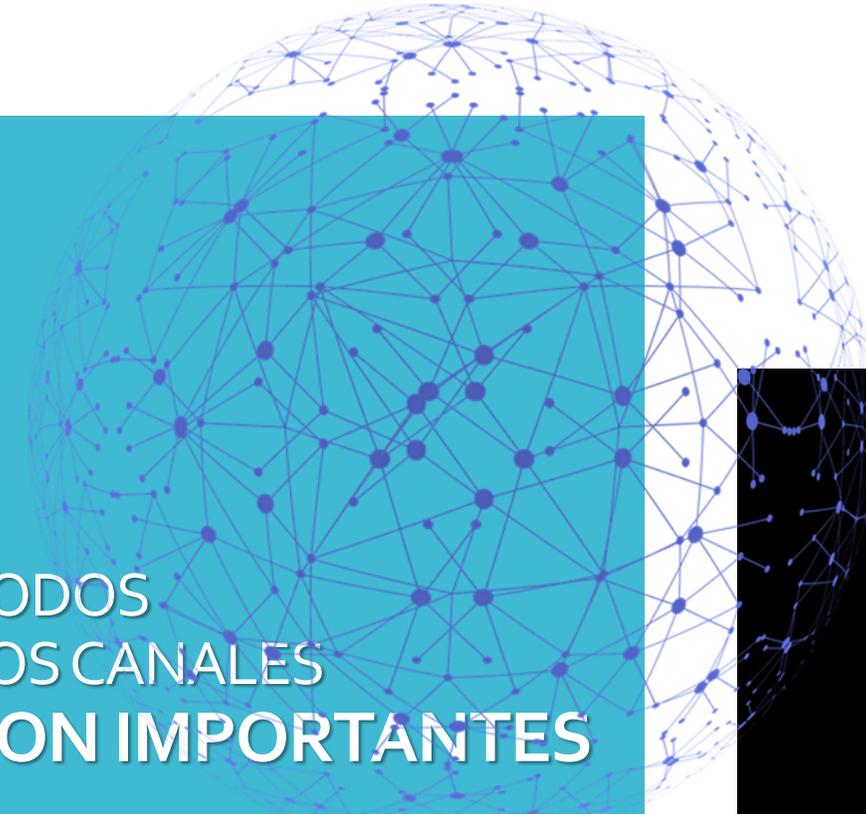
- **Enfatizar lo positivo**
- **Conscientes de las necesidades de mejora**
- **Anteponerse a las crisis**
- **Respuestas que expresen control de la situación**
- **Asegurar que hay acciones en curso para superarlas**



ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN

Siempre en función
del **impacto positivo** a los usuarios



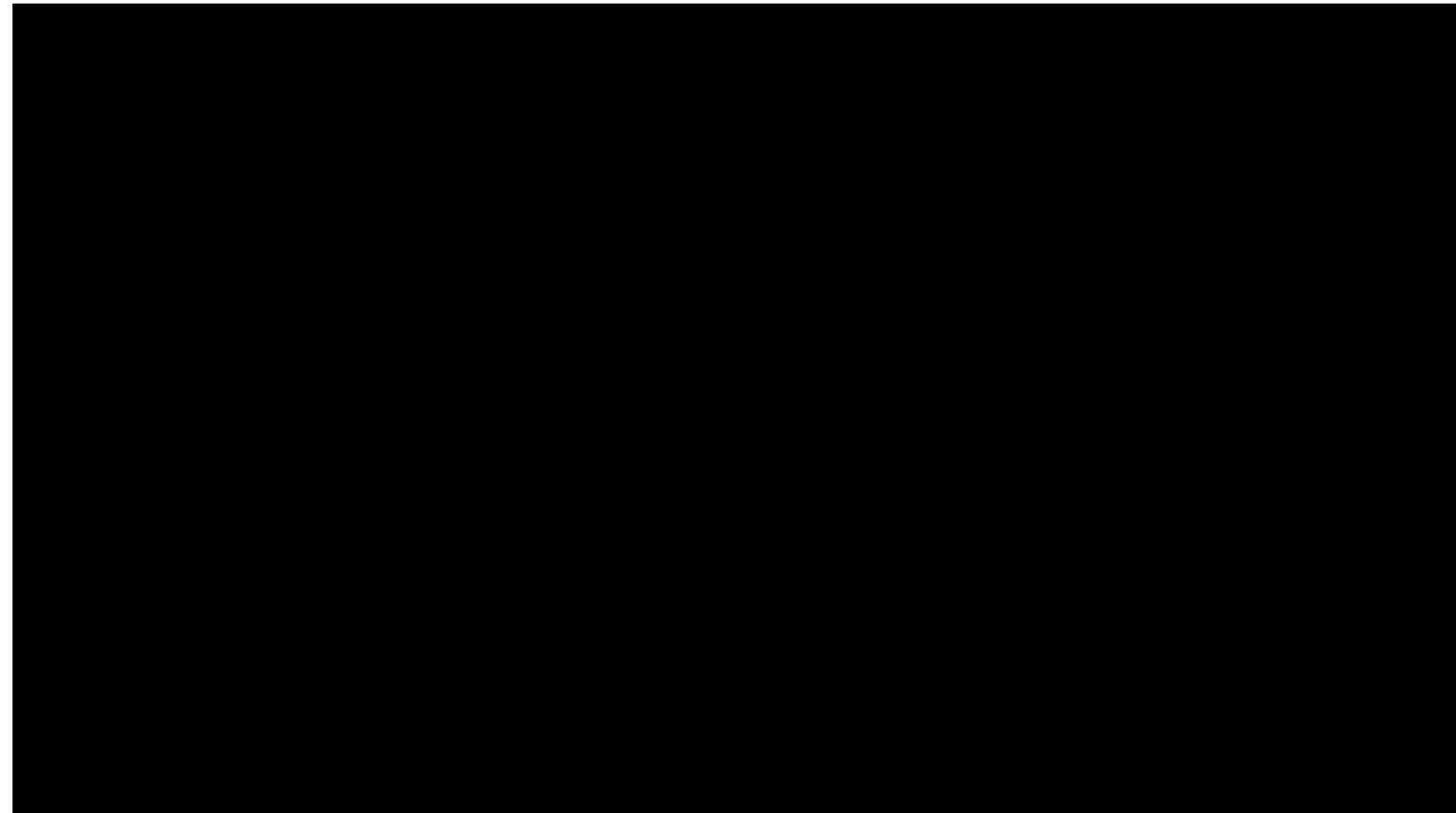


El Impacto de las Redes Sociales
DIVULGAR. RECIBIR. ASISTIR.

TODOS
LOS CANALES
SON IMPORTANTES



IMPACTO DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL



CAMPAÑA INSTITUCIONAL “CONÓCEME, SOY COMO TÚ”

Dirección General de Aduanas
de la República Dominicana



¡MUCHAS GRACIAS!

DEA
ADUANAS