

Resumen

Comunicaciones

Plan para el Posicionamiento 2025

De la Asociación de Comerciantes e Industriales



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

**INDUSTRIA, COMERCIO
Y MIPYMES**

“Una trayectoria que cuenta
con una historia de visión,
liderazgo e impacto”

 **AVISO LEGAL**

Este documento ha sido elaborado por consultores y el derecho de propiedad pertenece a la Asociación de Comerciantes e Industriales. El estudio cuenta con los auspicios del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM); dicha institución pública no es responsable de las informaciones y puntos de vista arrojados en este estudio.

TABLA DE CONTENIDO

PALABRAS	4
ACERCA DE LA ACIS	6
DIAGNÓSTICO	8
EJES COMUNICACIONALES	10
ASPECTOS METODOLÓGICOS	11
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	12
OBJETIVOS	15
LA ESTRATEGIA	17
LA PROPUESTA DE VALOR	18
PÚBLICO OBJETIVO	22
INICIATIVAS	24
ESTRATEGIA DE MEDIOS	25
CONCLUSIONES	26

RESUMEN DE COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO DE ACIS 2025

Coordinación general:

Asociación de Comerciantes e Industriales:

Sandy Filpo. Presidente
Sheilly Núñez. Directora ejecutiva

Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes:

Ito Bisonó. Ministro de Industria, Comercio y Mipymes
Fantino Polanco. Viceministro de Desarrollo Industrial

Investigación y análisis: Crib Consulting SRL

Edición, diseño y diagramación: UTOPI, EIRL

Impresión: Conadex, SRL



PALABRAS DEL MINISTRO

“Solo trabajando juntos podremos construir una industria dominicana resiliente, innovadora y sostenible, que responda a las demandas del presente y que también esté preparada para liderar en el futuro.”

En el dinámico entorno económico y social de nuestro país, el fortalecimiento de nuestras industrias es esencial para asegurar un crecimiento sostenido y equitativo. Por ello, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, estamos convencidos de que los gremios del sector manufacturero local son una herramienta clave para impulsar el desarrollo de la industria nacional. Su papel es fundamental para garantizar la competitividad de nuestras empresas, fomentar la innovación y preparar a nuestro país para los retos del futuro.

Impulsados por esta convicción, hemos puesto en marcha un programa de fortalecimiento institucional dirigido a los gremios industriales de la manufactura local. Esta iniciativa tiene como objetivo potenciar las capacidades de las asociaciones empresariales, brindándoles los instrumentos necesarios para dirigir estratégicamente sus actividades, promoviendo tanto la competitividad como la transformación digital, pilares fundamentales para el crecimiento de nuestras industrias.

En este contexto, la Asociación de Comerciantes e Industriales de Santiago (ACIS) ha sido uno de los primeros beneficiarios del programa. A través de esta colaboración, ACIS ahora cuenta con un Plan Estratégico Institucional 2025-2028, un Plan de Comunicaciones y Posicionamiento 2025, y un estudio de caracterización detallada de toda su membresía. Estas herramientas fortalecerán su capacidad para enfrentar los desafíos actuales y aprovechar plenamente las oportunidades que surjan en los próximos años.

Invitamos a todos los miembros de ACIS y a nuestros aliados en el sector industrial y comercial a asumir con determinación las oportunidades identificadas a través de estas asistencias técnicas. Solo trabajando juntos podremos construir una industria dominicana resiliente, innovadora y sostenible, que responda a las demandas del presente y que también esté preparada para liderar en el futuro.

Víctor -lto- Bisonó Haza

MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y
MIPYMES DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

PALABRAS DEL PRESIDENTE

“Este plan representa un paso clave en nuestra misión de fortalecer la ACIS y promover el desarrollo del sector.”



La comunicación institucional debe ir más allá de transmitir información; debe construir puentes hacia el futuro. Con esta visión, presentamos el nuevo Plan de Comunicaciones y Posicionamiento Institucional 2025 de la Asociación de Comerciantes e Industriales de Santiago (ACIS).

Gracias al apoyo del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, y a la asistencia técnica de consultores especializados, hemos desarrollado una estrategia de 360 grados que abarca medios tradicionales y digitales. Esto nos permitirá posicionar a la ACIS como un referente clave en el sector.

El informe que presentamos reconoce el camino recorrido por la ACIS en su posicionamiento actual,

pero propone una visión más inclusiva y moderna para atraer a asociados actuales y futuros. El plan tiene como objetivo fortalecer nuestra presencia y liderazgo en los sectores comercial, de servicios e industrial, a través de la actualización de nuestra imagen corporativa, el rediseño de la página web, y el establecimiento de herramientas de seguimiento y evaluación para garantizar su efectividad.

Este plan representa un paso clave en nuestra misión de fortalecer la ACIS y promover el desarrollo del sector. Con su implementación, no solo mejoraremos nuestra visibilidad, sino que también consolidaremos nuestro liderazgo en la comunidad empresarial. Juntos, continuaremos construyendo una ACIS más fuerte e influyente.

Sandy Filpo

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE
COMERCIANTEs E INDUSTRIALES

Visión

EL FUTURO

Con una visión renovada y enfocada en la innovación, la ACIS continúa abogando por los intereses de sus asociados; además, es un referente para capacitar y fortalecer el empresariado.

A MEDIANO PLAZO

La ACIS con el apoyo técnico especializado del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), ha trazado la perspectiva comunicacional del próximo año, en miras de dar un impulso importante a la misión y visión.



1

La ACIS tiene como misión propiciar el desarrollo y capacitación de sus asociados vinculándolos con el mercado exterior y los nuevos escenarios comerciales sobre la base de la libre empresa.



2

Busca ampliar su identidad y solidaridad con sectores sociales, fortaleciendo la institucionalidad ante sus socios y el Estado.



3

Mantiene su liderazgo, representación e influencia en la Región, utilizando como plataforma una sólida base de servicio de calidad para sus asociados.

Misión

ACERCA DE LA ACIS

La Asociación de Comerciantes e Industriales (ACIS) fue fundada el 21 de septiembre de 1961, con el objetivo de representar y defender a sus asociados, mujeres y hombres del comercio, la industria y los servicios en Santiago, la Región Norte y el país.

COMUNICACIONES Y POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL 2025

Asociación de Comerciantes e Industriales

Diseño de un Plan de Comunicaciones y Posicionamiento Institucional 2025 para posicionar y promover a la ACIS como ente referente que velará por el desarrollo del sector de comerciantes e industriales

DIAGNÓSTICO

Para conocer el entorno de la Asociación de Comerciantes e Industriales tanto a nivel interno como externo, se aplicaron estudios cualitativos, métodos de observación, metodologías propias de la firma de posicionamiento y evaluación de la comunicación y análisis del entorno para determinar cómo se encuentra ACIS conforme a su imagen y flujo de comunicación.

Se analizaron los datos obtenidos de un estudio de Caracterización de la Membresía aplicada a los socios de ACIS, que incluyó preguntas sobre comunicación, vías de contacto y preferencias para recibir información. Estos insumos fueron clave para fortalecer la estrategia y la propuesta de posicionamiento presentada.

Un estudio cualitativo constó de entrevistas a profundidad; insumos que permitieron robustecer la estrategia y la propuesta de posicionamiento aquí planteada. Todo esto con el objetivo de:

- Realizar un diagnóstico y análisis del manejo de la Comunicación Interna y Externa.
- Definir los ejes, objetivos, estrategias y acciones clave del Plan de Comunicaciones y Posicionamiento Institucional de ACIS.
- Identificar los stakeholders y su relación actual con ACIS para definir acciones según su nivel de influencia y vinculación.

DIAGNÓSTICO

Este análisis incluyó 30 entrevistas a profundidad con directivos, empleados y representantes de grupos de interés, lo que permitió identificar hallazgos y percepciones sobre la imagen, reputación, manejo de comunicación y vinculación de estos grupos con ACIS.



DIRECTIVOS

Se llevaron a cabo entrevistas con 11 miembros de la directiva de ACIS, incluyendo al presidente, con el fin de obtener una visión integral sobre la comunicación y el posicionamiento de la organización desde su liderazgo.

EMPLEADOS

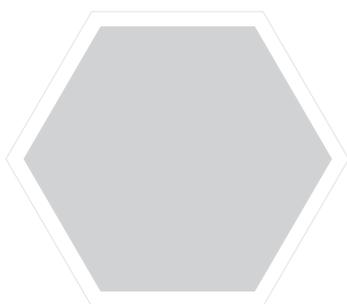
Se realizaron entrevistas con 7 miembros del personal administrativo, abarcando a la dirección, mandos medios y personal operativo, con el objetivo de captar diversas perspectivas sobre los procesos de comunicación y funcionamiento interno de la organización.

GRUPOS DE INTERÉS

Se entrevistaron a 12 representantes de instituciones gubernamentales, prensa y organizaciones con convenios para recoger sus opiniones sobre la relación y comunicación con ACIS.

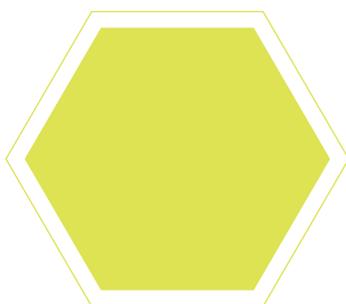
EJES PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Seis ejes para la comunicación institucional, que deben abordarse en las iniciativas, la gestión interna y la junta directiva:



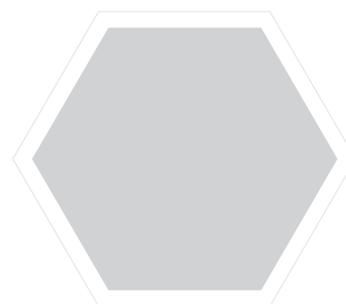
SINERGIA COLABORACIÓN EFECTIVA

En el contexto de ACIS, esto implica que los diferentes equipos y departamentos trabajen de manera coordinada para asegurar que los mensajes y estrategias de comunicación sean coherentes y refuercen el propósito y visión de la institución.



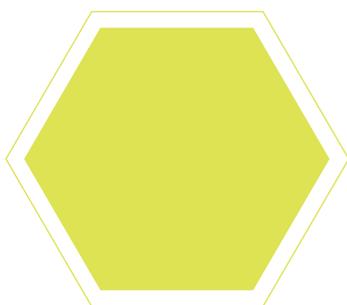
CERCANÍA RELACIONES SÓLIDAS

La cercanía se refiere a la capacidad de la institución para establecer una conexión genuina y cercana con sus audiencias, socios y miembros. Implica comunicación abierta y accesible, empatía y una comprensión profunda de las necesidades y preocupaciones de las partes interesadas.



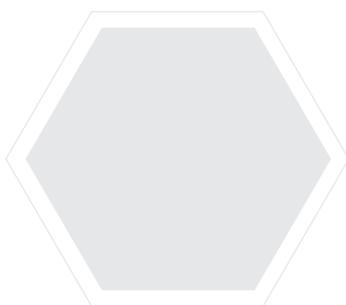
POSICIONAMIENTO COMO ES PERCIBIDA

El posicionamiento en comunicación institucional se centra en definir y comunicar claramente la propuesta de valor y ventajas competitivas de la organización, diferenciándola en el mercado y fortaleciendo su imagen y reputación.



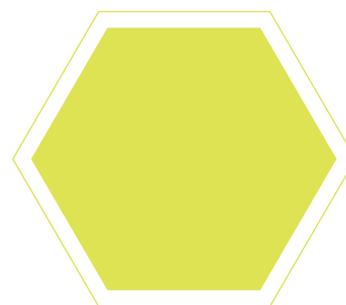
CULTURA VISIÓN COMÚN

La cultura en comunicación institucional es el conjunto de valores y prácticas compartidas que guían el comportamiento dentro de la organización, asegurando una visión común y una comunicación interna efectiva.



COMPROMISO CONEXIÓN

El compromiso en comunicación implica motivar a miembros y audiencias externas para apoyar y participar en las iniciativas de ACIS, usando mensajes inspiradores y acciones que resalten la importancia de su apoyo.



EXPERIENCIA CALIDAD DE LAS INTERACCIONES

La experiencia en comunicación institucional se enfoca en ofrecer interacciones de alta calidad y satisfacción a través de una comunicación clara y profesional, optimizando la presentación de servicios y la gestión de relaciones.

Metodologías

Adicionalmente, durante esta fase de investigación se utilizaron las siguientes metodologías o herramientas de análisis:

FODA: Evaluación de ACIS en términos de fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades.

BENCHMARKING: Análisis de asociaciones similares a ACIS en términos de imagen mediática, inversión publicitaria y manejo en redes sociales, identificando su posicionamiento y tono de comunicación.

ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DIGITAL: Evaluación de la presencia digital de asociaciones similares, analizando su comportamiento en redes sociales, tipos de contenido, frecuencia, formatos, interacción, seguidores y redes activas.



¿Cómo?

- FODA
- Benchmarking
- Presencia digital

Análisis de la Situación Actual

La Asociación de Comerciantes e Industriales es la asociación de empresarios más antigua de la República Dominicana; según las opiniones de sus públicos de interés se percibe como:



ALTA CREDIBILIDAD

La Asociación de Comerciantes e Industriales (ACIS) es el gremio de empresarios más antiguo del país, que posee alta credibilidad y un nivel de influencia relevante, sin embargo, se han identificado oportunidades de mejora en el relacionamiento con sus socios y la forma en que se maneja la comunicación institucional.

PODER DE ABOGACÍA

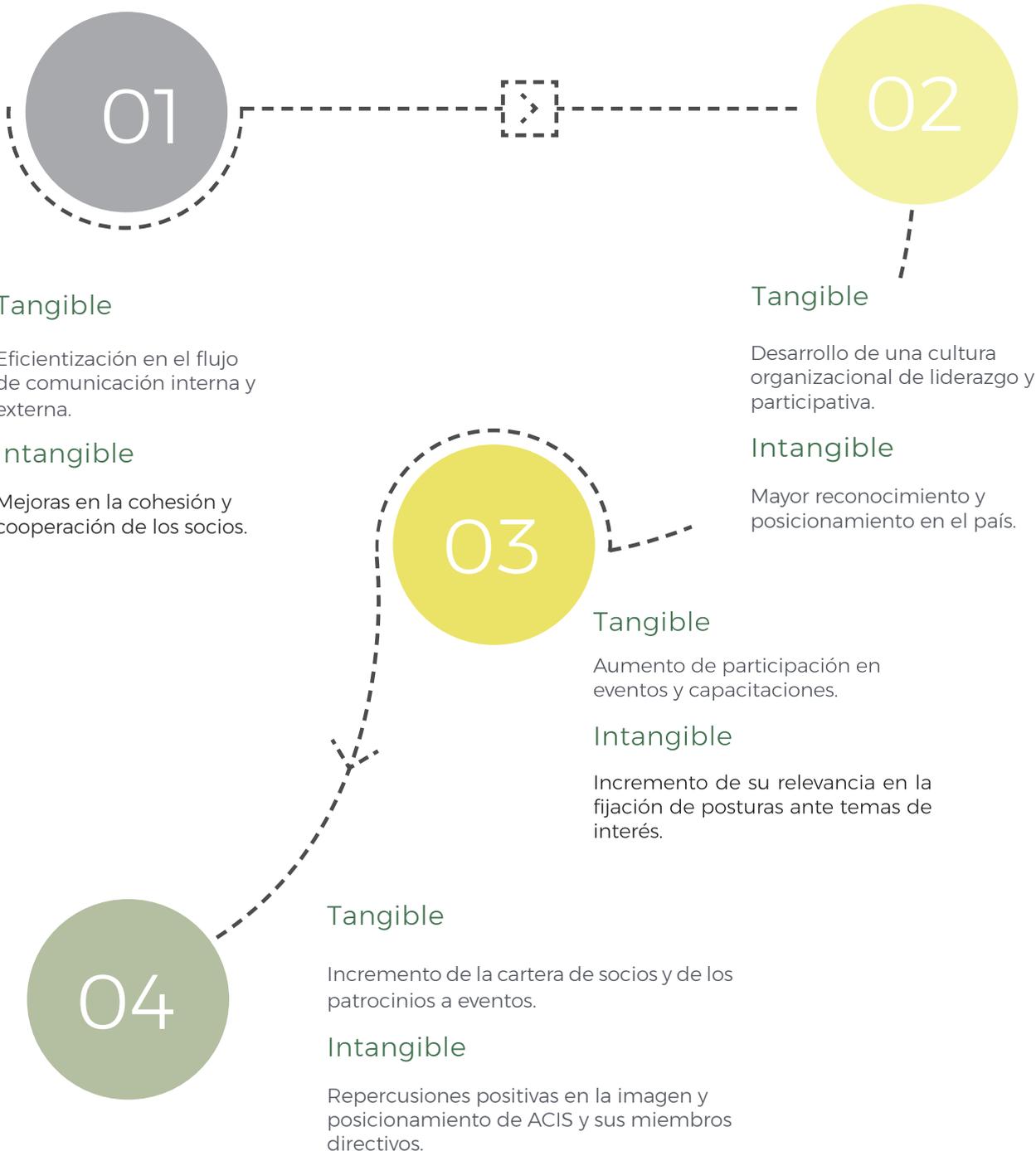
La razón de ser de ACIS se basa en representar, defender, orientar y capacitar a las empresas y sus representantes, canalizando sus inquietudes y defendiendo sus intereses en aras de aportar al desarrollo socioeconómico del país.

ENTIDAD DE CAPACITACIÓN

ACIS es vista principalmente como una entidad de capacitación y eventos puntuales, con una percepción limitada de su núcleo de servicios y logros, desconocidos para muchos socios y el público en general.

Comunicación con beneficios tangibles e intangibles

El análisis resalta la necesidad de una Estrategia de Comunicación que apoye la Planificación Estratégica, aumente la visibilidad, fomente la colaboración con socios actuales y atraiga nuevos miembros



REQUERIMIENTOS

Para obtener estos beneficios se requiere la implementación de acciones de comunicación a nivel interno y externo, debido a que la comunicación es un eje institucional transversal y no se debe trabajar solamente con enfoque en las tácticas que se ejecutan hacia el entorno externo, si no que, también implica ver temas de su cultura organizacional que se amplifica en algunas tareas pendientes de comunicación

Abordaje

Fue necesario trabajar el posicionamiento abordando una cultura que promueva un estilo de liderazgo participativo, visionario y tutorial.

Dicho abordaje busca mitigar y/o prevenir desconexión con el público objetivo y tiene como uno de sus propósitos aumentar la relevancia de ACIS.

Acciones

En el presente plan se proponen acciones e iniciativas que fomenten la participación, integración y el compromiso que queremos que posea la asociación.

La construcción de este Plan de Comunicación se basó en la definición y desarrollo de los siguientes objetivos y sus abordajes.

OBJETIVOS



OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un Plan de Comunicación Estratégica y Posicionamiento Institucional para el año 2025 en aras de fortalecer la visibilidad y relevancia de ACIS para sus miembros, grupos de interés y público en general, a la vez que se convierte en líder regional como referente en el fomento del desarrollo económico y el crecimiento del sector comerciante e industrial.



OBJETIVO ESPECIFICO 1

Definir y promover la propuesta de valor de la asociación de comerciantes e industriales (ACIS) para aumentar su posicionamiento en el sector.



OBJETIVO ESPECIFICO 2

Definir los actores clave a nivel interno y externo, quienes influyen en el marco del comercio e industrias, así como el funcionamiento de ACIS.



OBJETIVO ESPECIFICO 3

Fortalecer la imagen y reputación, blindando la institución ante la sociedad dominicana posicionado ACIS como un referente gremial y actor clave ante la toma de decisiones.

ABORDAJE POR OBJETIVOS

La propuesta incluye estrategias para la gestión de:



DISCURSOS/RELACIONAMIENTO

“Garantizando y protegiendo la reputación de la institución y de sus socios frente a potenciales detractores, y siendo protagonista en la región.”



IMAGEN/POSICIONAMIENTO

Proyectar ACIS y sus beneficios, evidenciar sus aportes a la sociedad y sus asociados, dando a conocer el propósito y la visión cumplida de ACIS.

LA ESTRATEGIA

Este proyecto se basa en definir una estrategia institucional que resuelva los retos actuales y apoye los esfuerzos de la Asociación de Comerciantes e Industriales para consolidar su reputación, proyectar el impacto de sus actividades empresariales y amplificar y blindar su imagen tanto local como internacionalmente



TEMAS ESTRATÉGICOS

- ➔ POSICIONAMIENTO Y RELEVANCIA
- ➔ PROPUESTA DE VALOR
- ➔ RELACIONAMIENTO
- ➔ COMUNICACIÓN
- ➔ SALUD DE MARCA
- ➔ COMUNIDAD ACIS

HERRAMIENTAS Y ACCIONES

Además, incluye la estrategia macro y la forma en qué ACIS podrá desarrollar el plan a través de herramientas y acciones de:

- ➔ COMUNICACIÓN INTERNA
- ➔ RELACIONES PÚBLICAS
- ➔ PUBLICIDAD
- ➔ COMUNICACIÓN DIGITAL
- ➔ GESTIÓN REPUTACIONAL

MENSAJES CLAVE

Posterior a la fase de análisis se creó un listado de mensajes clave que servirán de base para las comunicaciones emitidas desde ACIS, se pueden incluir en palabras de agradecimientos, discursos, mensajes claves en

plataformas digitales, declaraciones o comunicados en la prensa y demás escenarios donde se pueda resaltar la razón de ser y la propuesta de valor de la institución, y los beneficios que tiene ser miembro.

PROPUESTA DE VALOR Y MARCA

Se consideraron los lineamientos estratégicos para lograr una propuesta de valor balanceada

Para lograr el posicionamiento deseado, es clave contar con una propuesta de valor sólida y diferenciada que refleje la identidad de ACIS y sus aspiraciones.

Paralelamente, se debe construir una marca fuerte que nos permita destacar la asociación y consolidar la presencia en el entorno.

LINEAMIENTOS

- **Institución e institucionalidad**
- **Imagen y posicionamiento**
- **Oportunidades de comunicación**
- **Retos para el desarrollo y la sostenibilidad**

Se exhorta trabajar tomando en cuenta tres grandes enfoques:

Relevancia en la toma de decisiones

Las decisiones deben estar enfocadas en el impacto institucional, asegurando que contribuyan al cumplimiento de la misión y visión de la organización.



Alinearse con la propuesta de valor

Las acciones deben centrarse en los intereses de la institución, priorizando su misión y objetivos, más allá de los intereses personales de los individuos.



Objetivos y roles definidos

Los objetivos estratégicos y los roles de los miembros deben estar claramente definidos y conectados para garantizar una colaboración efectiva y alcanzar las metas de la organización.

LA PROPUESTA DE VALOR ACTUAL

La propuesta de valor actual de ACIS se fundamenta en cuatro ejes: formación, brindando oportunidades educativas; abogacía, defendiendo los intereses de sus miembros; vocería, representando su voz en el sector; y networking

FORMACIÓN	MEDIACIÓN Y ABOGACÍA	VOCERÍA Y REPRESENTACIÓN	NETWORKING
Capacitación y asesoría	Interacciones e intereses	Regulaciones e influencias	Conexiones valiosas y oportunidades
Ofrecemos capacitación y asesoría personalizadas, con talleres, seminarios y acceso a expertos, para que nuestros socios desarrollen habilidades clave y se adapten a las tendencias y desafíos del mercado.	Facilitamos las interacciones entre nuestros socios y entidades reguladoras, asegurando que sus intereses sean protegidos y gestionados eficientemente.	Defendemos los intereses de nuestros socios ante entidades gubernamentales y reguladoras, participando en foros públicos para asegurar su influencia en políticas y regulaciones que afectan sus negocios.	Somos una red empresarial con fuerte presencia en la región norte y alcance nacional, facilitando conexiones valiosas y creando oportunidades de networking.



Diferenciación

Aunque estos pilares son clave, todavía existe espacio para que se constituyan en una fuente de diferenciación significativa, por lo que se propusieron otros enfoques para resaltar en esta fase de actualización de marca.

LA PROPUESTA DE VALOR RENOVADA

La propuesta de valor renovada de ACIS mantiene los cuatro ejes clave de la actual, pero con un enfoque más estratégico y adaptado a los nuevos desafíos

"Empoderar a nuestros socios a través de la formación continua e innovadora, mediación especializada y eficaz, vocería activa y estratégica, y una plataforma de networking avanzada".

FORMACIÓN. La capacitación y asesoría es un servicio común en muchas asociaciones. Para diferenciarse, necesitamos ofrecer un enfoque más especializado o innovador, como programas de certificación internacional y una plataforma de e-learning.

MEDIACIÓN Y ABOGACÍA. Lograr una mayor diferenciación ofreciendo servicios especializados en resolución de conflictos, así como desarrollando una plataforma para dar seguimiento a este tipo de servicio.

VOCERÍA Y REPRESENTACIÓN. La vocería es un valor esperado que toda asociación debe cumplir, pero podría ser más efectiva si se combina con una estrategia de comunicación robusta que incluya publicaciones de estudios, informes de impacto y participación activa en debates públicos.

NETWORKING. El networking debe transformarse en una comunidad dinámica, con eventos exclusivos y plataformas digitales que promuevan el intercambio de conocimientos y oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional.



Propósito Clave

Definir un propósito es clave para contar nuestra historia de manera contundente, mostrando claramente qué se hace por los socios y sectores productivos, pero, sobre todo, por qué se hace. Esto se logra al clarificar el porqué, cómo y qué de las funciones y responsabilidades de ACIS.

POSICIONAMIENTO DESEADO

Para lograr el posicionamiento deseado, es clave contar con una propuesta de valor sólida y diferenciada, reflejando la identidad de ACIS y sus aspiraciones



DEFINICIÓN DE LA MARCA

Para lograr el posicionamiento deseado, basado en una reformulación de nuestra propuesta de valor, también se necesita contar con una marca fuerte que ayude a hacer frente a estos retos.

Para este fin se utilizó un esquema que permitió determinar todos los aspectos importantes de la definición de nuestra marca, como: La definición conceptual de la marca y su alineación con las decisiones estratégicas; acción de la marca, marcando la pauta de cómo debe “comportarse” y los atributos propios de ACIS, que respaldan a toda la estructura y deben ser la base para resaltar nuestra diferenciación

VALORES de Marca

- Representación
- Vinculación
- Liderazgo
- Prosperidad
- Participación

PILARES de Marca

- Mediación
- Influencia
- Representatividad
- Conciliación

BRAND Framework

Se aplicó esta herramienta para definir la esencia de ACIS, enfocándose en su propósito, valores, público y personalidad de marca.

PÚBLICO OBJETIVO DE ACIS

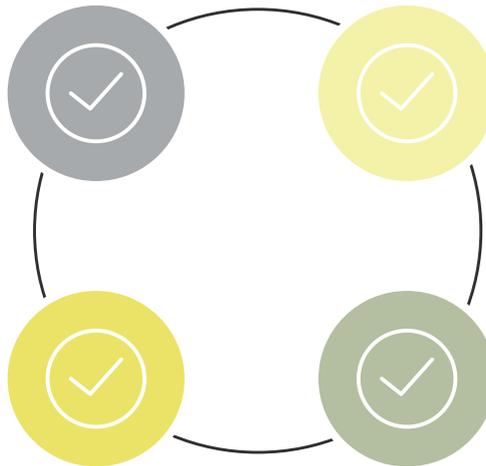
Características demográficas, psicográficas, conductuales y geográficas

GEOGRÁFICAS

República Dominicana, en especial Santiago de los Caballeros y la Región Norte.

CONDUCTUALES

Interés en el fortalecimiento del sector empresarial, con sentido de compromiso y cooperación al crecimiento socioeconómico y de su sector empresarial.



DEMOGRÁFICAS

Hombres y mujeres entre 30 a 65 años, no limitativo. Empresas grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

PSICOGRÁFICAS

Empresarios enfocados en el crecimiento profesional, con perfil de líderes y orientación de éxito, emprendedores.

Se definieron los actores clave del sector comercial e industrial, así como funcionarios y entidades gubernamentales, para fortalecer las relaciones públicas e interinstitucionales, facilitando alianzas y cooperaciones estratégicas que apoyen los objetivos de la ACIS.

Organizaciones gubernamentales

Fundamentalmente, los organismos reguladores del sector empresarial.

Sector financiero y académico

Entidades financieras y educativas.

Gobierno local

El Ayuntamiento de Santiago de los Caballeros.

Gremios, federaciones y agencias

Otros gremios empresariales, federaciones y agencias de cooperación internacional.

POTENCIALES MIEMBROS Y ALIADOS ESTRATÉGICOS

Se identificaron algunos potenciales miembros y potenciales aliados estratégicos para aumentar los socios de ACIS y los acuerdos que posee en la actualidad.

POTENCIALES MIEMBROS

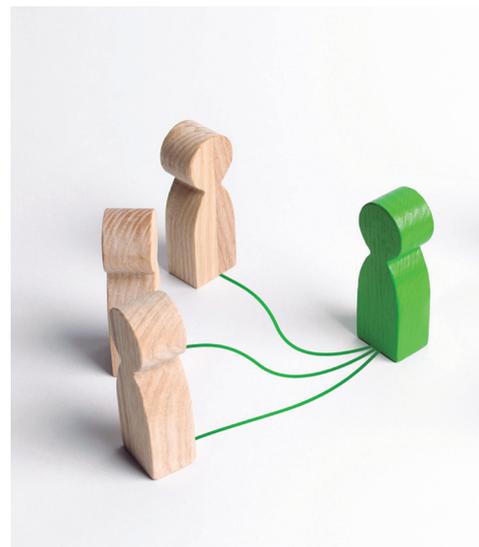
Empresas medianas y grandes a nivel nacional incrementando los miembros en la zona Norte y expandiéndose hacia la ciudad de Santo Domingo, la zona Este y la zona Sur de República Dominicana.

POTENCIALES ALIADOS ESTRATÉGICOS

Gremios empresariales especializados, agencias de cooperación, entidades educativas y sociales.

VOCERÍA INSTITUCIONAL

Una vez obtenido el conocimiento de la situación actual de ACIS se estableció el manejo de vocería institucional recomendado para la propagación de información y emisión de declaraciones, añadiendo el rol que jugaría contar con un equipo



de comunicaciones reenforcado y figuras clave que pueden tener participación en esta tarea de vocería institucional.

CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

El correo electrónico es crucial para las entidades asociativas por su formalidad y la preferencia de los stakeholders. La consultoría incluyó un análisis de los canales de comunicación existentes en ACIS, proponiendo mejoras y recomendaciones para su manejo.

CORREO ELECTRÓNICO

Email Marketing.

MENSAJERÍA INSTANTÁNEA - WHATSAPP

Lineamientos, objetivos y privacidad de grupos.

REDES SOCIALES

Instagram, Facebook, X (Twitter) y LinkedIn.

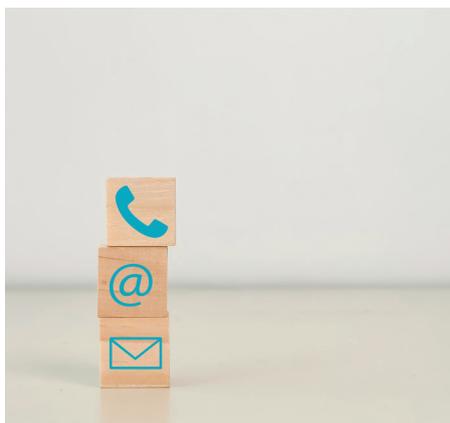
PÁGINA WEB

Evaluación, diagnóstico, propuesta y actualización de informaciones, diseños y formatos.

INICIATIVAS

En virtud del proceso realizado se diseñó un plan de acción para el manejo de la comunicación y posicionamiento de la Asociación de Comerciantes e Industriales (ACIS), presentado aquí de forma resumida:

COMUNICACIONES	EXPOSICIÓN SECTORIAL	DIFUSIÓN
<p>Fortalecer los canales internos y externos para asegurar un flujo efectivo de información entre la ACIS, sus asociados y el público, garantizando claridad y coherencia en los mensajes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plan Integral de Comunicaciones (campañas) ● Plataforma de contenidos digitales ● Contenido para medios tradicionales (ACIS TV) ● Actualización de la identidad de la marca 	<p>Posicionar a la ACIS como un referente en el sector comercial e industrial, mediante la participación activa aumentando su visibilidad y autoridad en temas clave.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Relaciones con los medios (relaciones públicas) ● Fortalecimiento de la formación ● Plan de exposición sectorial ● Fortalecimiento del programa de alianzas estratégicas 	<p>Ampliar el alcance de las actividades y logros de la ACIS a través de medios tradicionales y digitales, promoviendo sus iniciativas y atrayendo nuevos miembros y aliados estratégicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecimiento del networking ● Plan de creación y difusión de informaciones clave ● Formalizar la responsabilidad social empresarial (RSE) ● Plan integral de transformación cultural



CRONOGRAMA

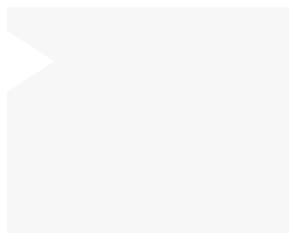
Para ejecutar las iniciativas propuestas en miras del año 2025 se crearon tablas que integran un cronograma por cada iniciativa recomendada con sus acciones puntuales, responsables y meses de trabajo conforme un proceso paulatino de transformación cultural y cambios en la comunicación interna y externa de ACIS.

INDICADORES

Se han definido KPI en áreas clave para evaluar la efectividad del plan: Comunicación Interna, Relaciones Públicas, Redes Sociales, Medios de Comunicación y Relacionamiento con los Públicos.

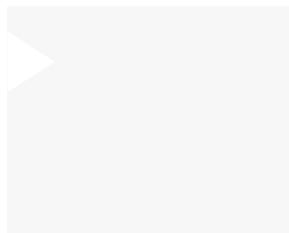
ESTRATEGIA DE MEDIOS

Contemplado el posicionamiento efectivo de la ACIS en el mercado actual, también proponemos implementar una estrategia integral de mix de medios que abarque diversas plataformas digitales donde interactúan los empresarios



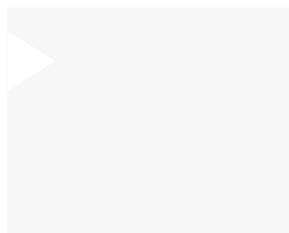
MIX DE MEDIOS DIGITALES

Evaluación para optimizar el sitio web ACIS.DO, auditoría del sitio web, propuesta de tácticas digitales, propuesta de actualización del canal de YouTube, implementaciones orgánicas para redes sociales, análisis y propuesta de rediseño del programa ACIS TV.



PROGRAMA DE TV Y REVISTA

El plan propone rediseñar ACIS TV y la revista *El Empresario*, enfocándose en comercio, industria, servicios y emprendimiento. Incluye evaluaciones de la situación actual, recomendaciones de optimización, propuestas de formato y presentador (ACIS TV), y estrategias de mercadeo y sostenibilidad.



CAJA DE HERRAMIENTAS

La consultoría abarca la estandarización de la imagen corporativa, actualización de redes sociales, rediseño de la página web, diseño de materiales digitales y una campaña para atraer nuevos miembros.

MEDIOS

La estrategia propone usar medios ATL y optimizar plataformas digitales, colaboraciones y publicidad, basándose en el análisis del comportamiento del público objetivo.

- ATL y plataformas digitales

MATRIZ DE RIESGOS

ACIS debe estar preparada para crisis o conflictos internos y externos. Se ha presentado una identificación de riesgos y una guía para su seguimiento y manejo.

- Prevención y manejo de crisis

RECOMENDACIONES

Se elaboró un listado de recomendaciones para mejorar la comunicación interna y externa, las relaciones públicas, el trato con socios y la presencia en plataformas digitales.

- Listado de mejoras

CONCLUSIONES

Con el diagnóstico realizado, la ACIS, es cada vez más consciente de los retos a los que se enfrentan los empresarios en un entorno competitivo y en constante cambio





DE CARA AL FUTURO

TRANSFORMACIONES
QUE SUMAN A NUESTRO
LEGADO

ACIS ■ Asociación de
Comerciantes e
Industriales
REPÚBLICA DOMINICANA



Edificio Empresarial,
Av. Las Carreras,
Santiago, Rep. Dom.



Tel: (809) 582-4028
Fax: (809) 582-4028



Email:
contacto@acis.org.do

Con el apoyo de:


GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA
**INDUSTRIA, COMERCIO
Y MIPYMES**

