



Estrategia de *Comunicación Social* e Información Pública y su plan estratégico 2023-2024

Unidad de Comunicación Social e
Información Pública del Instituto
Nacional de Administración
Pública -INAP-

Aprobado según Acuerdo de Gerencia Número
150-2022 del 29 de noviembre 2022

ACUERDO DE GERENCIA No. 150-2022

LA GERENCIA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que es potestad del Gerente, ejercer la Jefatura Superior de las dependencias y personal del Instituto Nacional de Administración Pública, dirigir todas las actividades técnicas y administrativas del mismo, así como, nombrar, contratar y remover a los funcionarios y empleados del mismo.

CONSIDERANDO:

Que derivado de la reestructuración del Instituto, surge la necesidad de elaborar un instrumento que sirva como herramienta para fortalecer, las acciones, del Instituto Nacional de Administración Pública, en materia de comunicación social e información Pública, cumpliendo así con los principios que rigen en la administración pública, apegado a ley y la transparencia. Por lo que se realizaron las acciones y gestiones pertinentes, conforme a la metodología establecida para la elaboración de la Estrategia de Comunicación Social e Información Pública y su Plan Estratégico 2023-2024.

POR TANTO:

Con base en lo considerado y lo que para efecto establecen los artículos 10 numeral 2, literales a) y l) de la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Administración Pública, Decreto número 25-80 del Congreso de la República de Guatemala.

ACUERDA:

ARTÍCULO 1: Aprobar la Estrategia de Comunicación Social e Información Pública y su Plan Estratégico 2023-2024, del Instituto Nacional de Administración Pública, el cual incluye la guía para fortalecer las acciones del Instituto Nacional de Administración Pública.

ARTÍCULO 2: Se instruye a la Unidad de Comunicación Social e Información Pública realice la divulgación de la Estrategia de Comunicación Social e Información Pública y su Plan Estratégico 2023-2024.

ARTÍCULO 3: El Presente acuerdo, entra en vigencia inmediatamente.

Guatemala, 29 de noviembre de 2022.

COMUNÍQUESE



Alvaro Gerardo Díaz Coronado
Gerente

✉ info@inap.gob.gt

☎ 2419 8181

🌐 www.inap.gob.gt

📍 Boulevard Los Próceres
16-40 Zona 10 Guatemala

ÍNDICE

1. Presentación	05
2. Justificación	06
3. Descripción Institucional del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-	07
4. Descripción de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública	08
5. Estructura Organizacional	09
5.1. Organigrama General del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-	
5.2. Estructura de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública	10
6. Macroproceso de Comunicación	11
7. Metodología	13
8. Estrategia de Comunicación e Información Pública	17
9. Plan estratégico 2023 - 2024	25

Unidad de Comunicación Social e Información Pública Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-

1. Presentación:

El Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- consciente de que la comunicación es un pilar fundamental para toda institución y atendiendo a la importancia de contar con una estrategia tanto a lo interno como a lo externo; entendiendo que la información pública es un derecho ciudadano de tener acceso y conocimiento del ejercicio de toda la función pública, además de poder generar interacción con la sociedad, desarrolla por medio de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública, la presente estrategia y su plan de implementación para el año 2023-2024.

La estrategia de comunicación social e información pública del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- para el año 2023-2024, responde a las funciones establecidas en la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Administración Pública Decreto Número 25-80, la Ley de Acceso a la Información Pública Decreto Número 57-2008, considerando los principios de máxima publicidad, transparencia, gratuidad en el acceso a la información pública, sencillez y celeridad de procedimiento, así como la rendición de cuentas.

Se enfoca sobre cuatro ejes estratégicos, que se presentan como una herramienta para cumplir con el objetivo de aumentar el impacto institucional del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, como el órgano técnico responsable de generar y lograr que se ejecute el proceso permanente de desarrollo administrativo con el fin de incrementar la capacidad de las instituciones y dependencias públicas.

En ese sentido se incluyó dentro del PEI 2022-2032 como un eje transversal, para que el instituto cuente con mecanismos y sistemas adecuados para generar información y esta sea comunicada internamente y divulgada externamente de forma eficaz y eficiente.

2. Justificación:

En la época actual dentro del marco de la transparencia y el acceso a la información pública y en cumplimiento a lo establecido en su ley orgánica Decreto 25-80, Artículo 6, inciso 9 que establece “Divulgar entre funcionarios y empleados gubernamentales, y en opinión pública, del papel clave que juega la Administración Pública en el desarrollo del país.” se hace indispensable para el Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, establecer dentro de su Plan Operativo Anual 2023, la estrategia de comunicación social e información pública, tanto a lo interno como a lo externo, cumpliendo con la obligación de informar de forma responsable a la ciudadanía.

Para las instituciones de la administración pública, comunicar no es una opción, es una obligación de informar a la población, de forma tal que una inadecuada comunicación obstaculiza el mejor funcionamiento y cumplimiento de sus objetivos. Dejando de ser una actividad que se relega a un segundo plano, o se prioriza en momentos de crisis, para reafirmarse como eje transversal y estratégico, sin descuidar su parte táctica, que apunta a su operación cotidiana; a la materialización de la estrategia.

En la actualidad el reto es mayor, pues debe responder a la creciente demanda de información de la ciudadanía que cuenta, cada vez, con más acceso a medios y tecnologías de comunicación, por lo que la gerencia del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- privilegia la función que debe realizar la Unidad de Comunicación Social e Información Pública, ya que informar y comunicar son dos grandes desafíos para la calidad de la gestión de las instituciones, pero al mismo tiempo, generadoras de grandes oportunidades si se aprovechan debidamente como una herramienta de apoyo para propiciar el conocimiento de su función, sus servicios a la población, divulgar el avance en el cumplimiento de sus objetivos y rendir cuentas sobre el manejo de los recursos públicos, pasando de ser simplemente información a establecer una relación con la población.

3. Descripción Institucional del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-

El Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- es el órgano técnico de la Administración Pública, responsable de generar y lograr que se ejecute un proceso permanente de desarrollo administrativo, con el fin de incrementar la capacidad de las instituciones y dependencias públicas. En este sentido impulsa y promueve la modernización y transformación de la Administración Pública guatemalteca, generando y transfiriendo procesos de innovación en las instituciones y dependencias públicas para que sean capaces de gestionar sus planes estratégicos y operativos en forma tal que, puedan alcanzar una mejora sustancial en los resultados que se propongan para cumplir su misión y alcanzar su visión y, sean creadoras de valor público con el mayor nivel de responsabilidad, transparencia y efectividad y, por lo tanto contribuyan a crear un Estado facilitador del desarrollo.

Creado en 1,980 mediante el Decreto Número 25-80 del Congreso de la República, con la finalidad de ser el brazo estratégico para el fortalecimiento y modernización de la administración pública, que propicie el desarrollo institucional.

- **Misión**

Innovar e implementar procesos de fortalecimiento de las capacidades de gestión de las instituciones públicas a través de la investigación, asistencia técnica, asesoría administrativa, formación, capacitación por competencias, con el fin primordial de garantizar el logro de los resultados sectoriales e institucionales que orienten la generación de valor público.

- **Visión**

Al año 2032, ser la institución referente de la innovación y la modernización de la gestión pública, consolidándonos como el ente rector, pilar del Estado que facilite y propicie que el sector público pueda responder a las necesidades de la población guatemalteca.

Según su Reglamento Orgánico Interno, el instituto se divide en:

- Órganos Sustantivos
- Órganos Administrativos
- Órganos de Apoyo
- Órganos de Control

4. Descripción de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública:

Tiene como objeto dar a conocer los servicios que presta la Institución; así como, los resultados obtenidos en el ejercicio de sus funciones, a través de instrumentos mediáticos con comunicación eficaz interna y externa y coordinar las acciones necesarias para cumplir con las disposiciones de la Ley de Acceso a la Información Pública y lo relacionado a los Datos Abiertos y Gobierno Electrónico.

Siendo su función:

1. Gestionar la estrategia de comunicación social y relaciones públicas del Instituto;
2. Socializar los planes, programas y proyectos del Instituto a través de los medios que se estime adecuados;
3. Fungir como vínculo de información con los medios de comunicación social y otras instituciones;
4. Proponer, ejecutar y evaluar la estrategia de comunicación social del Instituto;
5. Atender las actividades y coordinar las acciones que sean necesarias con la Gerencia y unidades administrativas para el cumplimiento de sus funciones;
6. Monitorear y analizar la información de los medios de comunicación y redes sociales para proveer información estratégica a los órganos superiores;
7. Realizar una comunicación interna efectiva que permita coordinar las acciones de todo el personal, en vías de cumplir los objetivos establecidos en los planes institucionales
8. Dirigir la logística y protocolo en la realización de eventos internos y externos, en Departamento con la Dirección Administrativa;
9. Recibir, tramitar y proporcionar la información pública solicitada por los interesados; así como, gestionar la obtención, publicación y monitoreo de datos abiertos en el Instituto.
10. Gestionar, tramitar y recibir la información pública de oficio, para su publicación en el portal web institucional

5. Estructura Organizacional

5.1 Organigrama General del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-



5.2. Estructura de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública



6. Macroproceso de Comunicación

El macroproceso de comunicación es de apoyo a la estrategia y misión del Instituto Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-. Por medio de este se formula la estrategia de comunicación e información pública, el plan estratégico de comunicación Institucional (organizacional, informativo y de medios de comunicación) mediante la identificación de necesidades, expectativas, tendencias, resultados e impacto que en materia de comunicación. Está conformado por los siguientes procesos, los cuales se relacionan con los procesos de direccionamiento de la siguiente manera:



Gestión de la comunicación:

Es un proceso que pone en práctica la política y estrategia de comunicación para apoyar la labor de las diferentes áreas del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- y garantizar que la generación, divulgación y almacenamiento de la información sean adecuados y oportunos.

Proceso gestión de comunicación organizacional:

Es un proceso que desarrolla estrategias de comunicación organizacional del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- mediante acciones de sensibilización y comunicación interna con el fin de lograr el compromiso del recurso más valioso de la institución para contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y el mejoramiento del clima laboral, logrando también mejorar la atención al cliente ciudadano, por medio de una adecuada gestión administrativa del proceso de respuesta a los servicios que se brindan.

Proceso gestión de la comunicación informativa:

Este permite divulgar información del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, a los diferentes grupos objetivos y partes interesadas sobre la gestión institucional con el fin de propiciar el flujo adecuado, intercambio oportuno y acceso, transparente y eficaz a la información; mediante acciones administrativas internas y campañas de comunicación externa.

Proceso gestión medios de comunicación:

Proceso que desarrolla las acciones estratégicas hacia los diferentes medios de comunicación y líderes de opinión, mediante la asesoría, gestión y divulgación de información institucional de interés con el fin de contribuir a la comunicación efectiva y el impacto apropiado de la gestión de las autoridades del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

Proceso Gestión de Relaciones Públicas:

Tiene como fin sensibilizar y crear ambientes favorables para las relaciones institucionales del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, manejo de protocolo y fidelización de alianzas interinstitucionales, mediante la realización de estrategias en comunicación, relacionamiento y movilización con el fin de contribuir con la proyección, posicionamiento, imagen institucional y acercamiento estratégico con los diferentes grupos de interés.

Proceso de Información Pública:

Tiene como objeto dar cumplimiento a la Ley de Acceso a la Información Pública y "Garantizar a toda persona interesada, sin discriminación alguna, el derecho a solicitar y a tener acceso a la información pública en posesión

de las autoridades y sujetos obligados, así como garantizar la transparencia de la administración pública”.

Con todo lo anterior se busca de manera coherente el diseño de la estrategia de comunicación, con el fin de establecer lineamientos de comunicación interna y externa para organizar los flujos de la información y orientar la comunicación de los planes, programas y proyectos del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

7. Metodología:

Para construir el plan para la implementación de la estrategia de comunicación social e información pública del INAP, se estableció la metodología Business Model Canvas; utilizando herramientas muy visibles, en la cual se analizaron los elementos que impactan el desarrollo de las funciones y el cumplimiento de los objetivos, para ser utilizados como referente en la definición de las líneas del Plan Estratégico de Comunicación e Información Pública y orienten la definición, componentes y actividades a ser incluidos en el POA 2023-2024.

Esquema del Business Model Canvas





Públicos Objetivos:

Internos y Externos: los internos forman parte integral de todos los macroprocesos definidos en el Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, mientras que, en los externos se ve reflejado el impacto, percepción e imagen institucional importante en el cliente/ciudadano.

Fuentes de información	Público Externo-Destinatarios	Público Interno
<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios INAP. • Actores primarios de todo el funcionamiento institucional (Directores, servidores públicos a cargo de atención al cliente ciudadano) • Funcionarios de Instituciones vinculadas, a la línea estratégica de comunicación. • Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia. • Beneficiarios de los programas del INAP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios y Servidores Públicos /Instituciones. • Opinión Pública. • Comunidad en General. • Usuarios de los servicios de INAP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recurso Humano del INAP.



Propuesta de Valor

Comunicación eficiente de las acciones institucionales del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-
Información interna oportuna
Productos comunicativos de calidad
Innovación Creativa

Comunicar e informar de forma eficiente y oportuna los fines, planes, programas y acciones que responden a la misión de la Institución, así como, el cumplimiento de la Ley de Acceso a la Información Pública; siendo innovadores y creativos para desarrollar productos comunicativos de calidad que contribuyan al posicionamiento institucional del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.



Canal:

Los canales más representativos para la estrategia de comunicación son vía electrónica:

Página web
Redes Sociales
Intranet
Sistema de carteleras
Medios de Comunicación de Gobierno
Vocero Institucional
Medios de Comunicación Comerciales
Recurso Humano del Instituto

Se considera importante contemplar la implementación de canales de divulgación como: Conferencias de prensa, spot de radio, prensa escrita, entrevistas en diferentes medios de comunicación. Para ello se alineará toda la información institucional que se produzca a un formato informativo/noticioso y todo proceso de comunicación interno y externo en torno a la gestión de la estrategia.



Socios Clave:

- Instituciones homólogas a nivel internacional
- Instituciones Académicas.
- Entidades Gubernamentales, Descentralizadas y Autónomas.
- Cooperación Internacional
- Medios de Comunicación Gubernamentales.



Beneficios:

Visibilidad
Información Veraz
Oportunidad
Comunicación responsable
Facil acceso a la información a través de diferentes canales



Actividades Clave:

Se describen en el plan estratégico 2023-2024. Numeral 9 de este documento.



Recursos:

Potenciar la calidad y oportunidad de comunicar con los recursos con que cuenta el Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, especialmente el recurso humano, tecnológico y financiero.

- Recursos Humanos/operadores logísticos
- Herramientas virtuales/equipo tecnológico
- Infraestructura
- Recursos Financieros

Para el desarrollo de las campañas y estrategias de comunicación se tendrán en cuenta criterios de eficiencia en el uso de los recursos, analizando en el mercado las mejores alternativas y tendencia para atender las necesidades del Instituto para divulgar las prioridades institucionales.

Para el caso de los procesos de información pública, se garantiza la gratuidad en el acceso a la información en posesión de los sujetos obligados, evitando representar para el interesado erogación alguna, salvo aquellos casos en los que se desee reproducir información solicitada, respetando los plazos establecidos por la ley, así como disponer de los recursos financieros para las publicaciones conforme a la ley.



Costos:

Los costos asignados a la Unidad de Comunicación Social e Información Pública están asignados al programa 01, actividad 02 del presupuesto del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL E INFORMACIÓN PÚBLICA

Objetivo General:

Garantizar la divulgación de información oportuna y eficaz para lograr el reconocimiento del Instituto Nacional de Administración Pública INAP, como el órgano técnico de la administración Pública, responsable de generar y lograr que se ejecute un proceso permanente de desarrollo administrativo, mediante la formulación y ejecución de estrategias de comunicación e información pública, que contribuyan al cumplimiento de sus objetivos.

Objetivos Específicos

- Establecer los procedimientos que permitan la generación de información para divulgar entre funcionarios y empleados gubernamentales, y opinión pública, el papel clave que juega la Administración Pública en el desarrollo del país.
- Garantizar el cumplimiento de lo establecido en la Ley de Acceso a la Información Pública.
- Asegurar la divulgación de la información generada por las distintas Direcciones y Unidades del INAP de forma oportuna. a través de los canales correspondientes, como parte del proceso de rendición de cuentas.
- Garantizar la comunicación de la información que se genere a lo interno de la institución y que se cuente con los medios para su adecuada divulgación entre los diferentes grupos objetivos.
- Establecer los mecanismos de atención a los usuarios de los servicios del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, para garantizar la adecuada gestión de los procesos de respuesta, eficiencia y satisfacción, incorporando el uso de tecnología y automatización.

La comunicación del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- y las acciones propuestas en el plan estratégico se presentan como una herramienta de planificación para lograr el posicionamiento de la institución en el ámbito público, el conocimiento de la función que tiene designada en la administración pública, incrementar la presencia en medios de comunicación de información generada por el Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, mejorar la comunicación interna para que el recurso humano se convierta en un aliado para el logro de metas y objetivos establecidos. La estrategia de comunicación social e información pública tendrá en cuenta:

- Formulación bianual de un plan estratégico de comunicación que establecerá como mínimo:
 - Lineamientos
 - Estrategias y acciones comunicacionales del Instituto
 - Relación con los diferentes públicos con los que interactúa
 - Evaluación de resultados
- La formulación y coordinación de la estrategia de comunicación social e información pública estará a cargo de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública.
- La Unidad de Comunicación Social e Información Pública se constituirá como apoyo directo a la dirección de Recursos Humanos, para la comunicación interna con el recurso humano del instituto, para la Dirección de Investigación y Análisis para el Desarrollo Institucional, Dirección de Delegaciones y la Dirección de Fortalecimiento de la Gestión Institucional para la comunicación externa de los servicios institucionales y en general de todas las Unidades y Direcciones para la divulgación de logros y actividades que se deriven de su función.
- Se apegará a lo regulado en la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, en la Ley de Acceso a la Información Pública, así como lineamientos específicos regulados por la máxima autoridad del instituto y/o la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República, cuando aplique.
- Anualmente se realizará un proceso de evaluación de cumplimiento y resultados de ésta.

Se orienta al fortalecimiento de la identidad institucional. Para lo cual es necesario asumir los siguientes compromisos:

a) Comunicación como un bien público:

Asumir la comunicación y la información como bienes públicos, a los que se les confiere un carácter estratégico, orientados al fortalecimiento de la identidad institucional, incluida como un eje transversal dentro del Plan Estratégico Institucional -PEI- 2022-2032.

b) Comunicación como un valor interno de la organización:

Orientar la comunicación organizacional al desarrollo de estrategias de gestión de recursos humanos, mediante campañas, acciones de sensibilización, identidad y comunicación interna, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales y a mejorar el clima laboral. Construcción de sentido de pertenencia, estableciendo relaciones de diálogo entre autoridades, directores y servidores públicos del Instituto.

c) Comunicación externa:

Asumir una estrategia de divulgación e información adecuada para establecer un contacto permanente con los grupos de interés del Instituto, sobre la gestión institucional, mediante acciones y campañas de comunicación externa, con el objetivo de propiciar el flujo adecuado, el intercambio oportuno y el acceso transparente y eficaz a la información.

d) Información Pública y Datos Abiertos:

Establecer los mecanismos y compromiso con el Gobierno en Línea, que privilegie la disponibilidad de información de carácter público, en la página web. El Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- mantendrá actualizada la página WEB de la entidad y sus redes sociales atendiendo las disposiciones de las leyes vigentes, haciendo especial énfasis con el cumplimiento de los principios de la Ley de Acceso a la Información Pública: 1) Máxima publicidad; 2) Transparencia en el manejo y ejecución de los recursos públicos y actos de la administración pública; 3) Gratuidad en el acceso a la información pública; 4) Sencillez y celeridad de procedimiento.

Esquema de Compromisos



Fuente: elaboración propia, basada en la Estrategia de Comunicación Social Social e Información Pública del INAP.

Alcances:

La estrategia de comunicación fomentará la producción y divulgación fluida de la información hacia los grupos de interés identificados en el numeral 9.

Comunicación interna:

El proceso de comunicación interna, desarrolla las acciones de asesoría y atención de solicitudes para el desarrollo de contenidos, mensajes y piezas de comunicación que faciliten y favorezcan la construcción y consolidación de la cultura organizacional, por medio de diversos espacios de interlocución (Boletines, Correo Institucional, WhatsApp, Cartelera) la cual estará caracterizada por el sentido de pertenencia y el establecimiento de relaciones de diálogo, respeto, participación y colaboración entre los servidores públicos, sin perjuicio de la jerarquía propia de la estructura institucional.

Se basa en la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo, para propiciar el aprendizaje y la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional, con el fin de que los servidores públicos del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, interioricen la visión, misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.

La Unidad de Comunicación Social e Información Pública se constituirá como un apoyo directo de la Dirección de Recursos Humanos y demás Unidades Sustantivas para facilitar una comunicación interna efectiva a los distintos niveles organizacionales; haciendo uso de medios físicos y digitales.

Comunicación externa:

Entendiendo la información como un bien público, la comunicación externa del Instituto Nacional de Administración Pública INAP, se basa en la transparencia, el principio de publicidad y disponibilidad para la rendición de cuentas oportuna que deben tener los actos de los servidores públicos; por medio de un servicio de excelente calidad, con actitud de escucha y receptividad frente a la ciudadanía.

El Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- mantendrá informados a sus públicos de interés sobre objetivos, resultados, programas y proyectos, mediante información que guarde coherencia con su misión institucional; entendiendo que la razón de ser de la administración pública es el servicio.

La Unidad de Información Pública será la encargada de dar cumplimiento al mandato constitucional relacionado con el libre acceso a dependencias del Estado, publicidad de los actos administrativos y acceso a archivos y registros estatales, así como el cumplimiento de lo establecido en la Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto 57-2008 y el Acuerdo Gubernativo 199-2018 que contiene la Política Nacional de Datos Abiertos, para el período comprendido de 2018 a 2022 en el marco del gobierno abierto y gobierno electrónico.

Vocería institucional:

El Gerente del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, en primera instancia, será el único vocero autorizado, o por disposición de la máxima autoridad, a quien éste delegue, actuará como vocero (a) institucional, quien estará facultado (a) para abordar ante los medios y diferentes auditorios, los temas estratégicos de la gestión del Instituto, sobre los cuales deba expresarse.

Contratistas y proveedores:

La comunicación se enmarcará por la aplicación de los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia, apegada estrictamente al cumplimiento del marco legal de contrataciones del Estado.

Relaciones públicas y gestión de medios de comunicación:

El Instituto Nacional de Administración Pública INAP- mantendrá una relación de carácter institucional, basada en principios de veracidad y respeto con los medios de comunicación y socios estratégicos nacionales e internacionales, teniendo como objetivo fortalecer las relaciones entre el Instituto y sus diversos públicos, teniendo como principal diferencia entre la acción de divulgación e información, que estas actividades nos permiten consolidar apoyo, generar confianza y establecer relaciones interinstitucionales con aliados estratégicos afines a nuestros objetivos.

Considerando la naturaleza de la Institución se desarrollará una estrategia de relaciones públicas activa, identificando la información a divulgar y promoviendo su divulgación en redes sociales, generando actividades de formación y conocimiento dirigidas a los medios de comunicación. Para lo cual se trabajará en el desarrollo de contenido, entrevistas, producción, envío y gestión de información como noticias, conferencias de prensa, actividades, mensajes y eventos.

Las relaciones públicas y la difusión periodística, sin duda, nos permiten mejorar la percepción que la población tiene sobre la institución y ampliar el conocimiento sobre los temas de principal interés del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

Lineamientos para el cumplimiento de la gestión de la comunicación:

A partir de la entrada en vigor de la Ley de acceso a la información pública Decreto 57-2008, la implementación de la política de datos abiertos y el impulso de la participación ciudadana en la fiscalización del quehacer público, imponen un cambio radical en el plano de la comunicación que deben considerar las administraciones públicas hacia la población en general.

Es esa demanda de información ciudadana, la que ha generado que desde la Gerencia del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- se emitan lineamientos concretos hacia las Direcciones Sustantivas y Unidades de Apoyo, para que incorporen en todas sus acciones, la comunicación como parte fundamental de su gestión, orientada a informar con eficiencia a los usuarios de los diferentes servicios.

El Instituto Nacional de Administración Pública -INAP- contará con un Manual de Identidad Gráfica, el cual será aprobado por el Gerente y establecerá la regulación de los elementos visuales de la identidad gráfica del Instituto, con el objetivo de garantizar el adecuado uso, nitidez, coherencia y la diferenciada proyección de una imagen institucional única.

Todas las Direcciones y/o Unidades deberán utilizar el mismo slogan y logotipo, las mismas plantillas, materiales gráficos y audiovisuales, que se originen tanto para la comunicación al interior del Instituto, como también todos aquellos elementos o herramientas de comunicación externa, los cuales se regirán por el manual de identidad institucional.

Los contenidos a publicar deberán estar debidamente aprobados por el Director/a de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

La Unidad de Comunicación Social e Información Pública, podrá solicitar a otras Direcciones y/o Unidades del Instituto, información necesaria para la producción de los contenidos con fines de comunicación.

La información institucional será difundida a través de los medios de los cuales dispone el Instituto (Sitio Web, Intranet, Email Marketing, Carteleras, Boletines, Conferencias de Prensa, Redes Sociales, Medios de Comunicación de Gobierno, aliados), así mismo se considerará la posibilidad de una pauta comercial en los medios de comunicación privados.

Los productos de comunicación contratados a terceros estarán sujetos a la revisión y previa autorización de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública, mismos que pasarán a formar parte y propiedad del Instituto Nacional de

Administración Pública, quien tendrá los derechos sobre los mismos.

La Unidad de Comunicación Social, brindará apoyo a todas las áreas del Instituto en la definición de piezas tanto digitales como impresas que se deban producir, características de estas y elaboración del diseño, teniendo en cuenta lo establecido en el manual de identidad gráfica.

Para validar el impacto de las relaciones públicas con los medios de comunicación y aliados estratégicos, se establecerá un proceso de monitoreo de la información publicada sobre el Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-, el análisis de esta y el impacto producido.

En lo que respecta a la Unidad de Información Pública, los procedimientos están apegados a la normativa legal aplicable, darán respuesta a los diferentes requerimientos presentados por los sujetos activos, dentro de los plazos señalados por la ley y atendiendo a las formalidades legales, existencia de la información que las direcciones sustantivas y unidades de apoyo del Instituto Nacional de Administración Pública generan para dar respuesta a las mismas; así como al cumplimiento de la publicación de la información pública de oficio en sus veintinueve (29) numerales en el portal web institucional de manera mensual y a la publicación de conjuntos de datos abiertos en el Portal Nacional de Datos Abiertos.

La estrategia será actualizada de forma dinámica y constante, respondiendo a las necesidades de la institución y estará sujeta la supervisión y evaluación que corresponda.

9. Plan Estratégico 2023-2024:

A partir de los procesos a cargo de la Unidad de Comunicación Social e Información Pública, se identificaron las principales actividades para cubrir las necesidades de divulgación y comunicación del Instituto Nacional de Administración Pública -INAP-.

Objetivo	Acciones	Meta	Indicadores
Desarrollar las estrategias de comunicación organizacional del INAP mediante acciones de sensibilización, promoción y divulgación internas y externas, con el fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales, y el mejoramiento del clima laboral	Elaborar contenidos informativos internos y para divulgación externa.	100% de contenidos elaborados.	# de contenidos gestionados.
	Diseñar y elaborar material gráfico, audiovisual y multimedia para la divulgación de los servicios de fortalecimiento de la gestión institucional.	100% Material gráfico, audiovisual y multimedia publicado digitalmente o impreso.	# de solicitudes recibidas y atendidas.
		Manual de normas y procedimientos	# de manuales elaborados.
	Diseñar y elaborar el boletín electrónico interno de actividades/logros.	1 boletín mensual diseñado y divulgado.	# de boletines generados.
	Campaña interna de Identidad Institucional	1 campaña cada cuatrimestre	# de campañas
	Capacitaciones de Comunicación con las Direcciones Sustantivas y de Apoyo.	1 capacitación	# de personas capacitadas.

Objetivo	Acciones	Meta	Indicadores
Posicionar la imagen institucional del INAP, a través del desarrollo de materiales, actividades y/o eventos, velando por el cumplimiento de los protocolos establecidos en el Manual de Identidad Gráfica, según lineamientos del Gobierno Nacional.	Apoyar el diseño y divulgación de documentos técnicos y materiales educativos.	100% de Documentos y materiales elaborados.	# de solicitudes recibidas/ # de materiales realizados.
		1 agenda de la Administración Pública impresa, 1 memoria de labores presentada y 3 documentos de Rendición de Cuentas diseñados.	# de documentos oficiales entregados.
	Dar cobertura a las actividades y/o eventos de Gerencia, Subgerencia y Direcciones del INAP que respondan a sus diferentes líneas estratégicas.	Principales actividades y/o eventos de Gerencias, Subgerencia y las Direcciones del INAP con cobertura por parte de la Unidad de Comunicación Social.	# de solicitudes recibidas/ # de eventos con cobertura.
	Coordinación de eventos institucionales e interinstitucionales	Programa Con Enfoque Público implementado.	# de programas transmitidos.
	Producción audiovisual de materiales institucionales.	Congresos, Conferencias, Foros, seminarios organizados	# de eventos realizados.
	Actualización del Manual de identidad gráfica institucional.	100% de videos/cápsulas producidas.	# de solicitudes recibidas/ # de videos o cápsulas producidos.
	Archivo del catálogo de material fotográfico y multimedia institucional.	1 manual de identidad gráfica institucional implementado.	# de manuales aprobados.
		Registro digital de material fotográfico y multimedia	# de acciones ejecutadas.

Objetivo	Acciones	Meta	Indicadores
Informar a los diferentes grupos objetivos, por medio de canales digitales, las acciones de comunicación, con el fin de facilitar de manera oportuna, transparente y eficaz el acceso a la información sobre la gestión institucional del INAP.	Diseñar la estrategia que garantice el manejo de la información de manera amplia, transparente, oportuna y eficaz.	Página Web actualizada.	# de actualizaciones ejecutadas.
		Campaña de rendición de cuentas publicada en medios digitales.	# de campañas ejecutadas.
	Gestionar contenidos institucionales para informar a través de los medios multimedia del INAP los servicios para el fortalecimiento institucional.	Plan de email marketing implementado	# de acciones ejecutadas.
		Plan de pauta en medios digitales.	# de acciones ejecutadas.
		Redes sociales actualizadas con información de interés.	# de publicaciones solicitadas/ # de contenidos publicados.
	Revista Digital “Con Enfoque Público”	1 revista cuatrimestral publicada digitalmente.	# de revistas publicadas.
	Transmisiones en vivo	Transmisión de eventos institucionales y actividades educativas	# de transmisiones realizadas

Objetivo	Acciones	Meta	Indicadores
<p>Fortalecer las relaciones públicas con los diferentes medios de comunicación, para divulgar oportunamente las acciones, programas y proyectos que desarrolla el INAP.</p>	<p>Diseño e implementación de la estrategia de relaciones públicas.</p>	<p>Convocatorias de prensa para cobertura de eventos</p>	<p># de acciones ejecutadas.</p>
	<p>Generar contenidos informativos que den cuenta de la gestión del INAP y sus líneas estratégicas.</p>	<p>Comunicados, Notas de Prensa, boletines compartidos digitalmente.</p>	<p># de comunicados emitidos # de notas/boletines publicados.</p>
	<p>Establecer relaciones con los medios de comunicación que faciliten la divulgación de la información y gestión del INAP.</p>	<p>4 conferencias de Prensa</p>	<p># de coberturas de medios de comunicación publicadas.</p>
	<p>Red de Comunicación INAP</p>	<p>1 red activa de usuarios de programas, ex alumnos de postgrado, funcionarios y servidores públicos interesados en la Administración Pública</p>	<p># de Contactos en la Base de Datos de la Red de Comunicación INAP.</p>

Objetivo	Acciones	Meta	Indicadores
Fortalecimiento de las capacidades del recurso humano de la Unidad de Comunicación Social	Implementar un programa de capacitación para el recurso humano de la Unidad de Comunicación Social del INAP.	4 capacitaciones de actualización profesional	# de personas capacitadas
Información Pública	Publicación de 29 numerales relacionados con la información pública de oficio, según el artículo 10 de Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto 57-2008	29 numerales contenidos en la página web del Instituto que contiene información pública de oficio actualizada mensualmente	49 +/- documentos generados por direcciones sustantivas y unidades de apoyo INAP
	Solicitudes de Información pública presentadas por sujetos activos	Según presentación de solicitudes por usuarios externos, se considera 5 aproximadamente mensuales	Expediente Administrativo conformado con oficios, formatos y resoluciones administrativas
	Presentación de informe parcial y final ante la Secretaría de Acceso a la Información Pública -SECAI- adscrita a la Procuraduría de los Derechos Humanos -PDH-	1 Informe en octubre 1 Informe en enero	2 informes

Elaborado por:

- Ingrid Ibeth Bran Cuellar
- Luis Alberto Mansilla Mayén
- Elsa María Close Girón
- Lorenzo Alberto Cortez Coronado
- Liliana Jeanneth Mejia Alonzo
- Rossangela Cecilia Vásquez Romero
- Juan Miguel Sandoval Molina
- José Orlando Ayala Arévalo



Vo.Bo. Alvaro Gerardo Díaz Coronado
Gerente INAP

**INSTITUTO NACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
-INAP-**

www.inap.gob.gt

Dirección: Boulevard Los Próceres 16-40 zona 10
Ciudad de Guatemala, Centro América
Correo: informacion@inap.gob.gt
Tel: (502) 2419-8181