

Julio, 2023

Plan

Estratégico Institucional 2024-2028



Plan

Estratégico Institucional

2024-2028

Julio, 2023



Presentación

A través del instrumento de planificación institucional que integra la planificación a nivel estratégico (PEI) y a nivel multianual (POM), por un período de 5 años, comprendidos del año 2024 al 2028, así como su planificación a nivel anual (POA) 2023, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia presenta las estrategias y líneas de acción que permitirán mitigar la problemática central identificada, mediante la aplicación de la metodología de Gestión por Resultados.

Conscientes de la importancia que tiene contar con instrumentos de planificación para facilitar la ejecución de las acciones que debe realizar la Secretaría en cumplimiento de su mandato legal, contenido en el artículo 12 del Decreto 114-97, Ley del Organismo Ejecutivo: “...servir como vínculo de información con los medios de comunicación social, y de formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación del Gobierno de la República”.

El presente documento es resultado de un ejercicio participativo mediante el cual las autoridades superiores de la Secretaría, conjuntamente con el equipo de trabajo conformado para el efecto, realizaron el proceso de identificación del marco legal, así como la vinculación estratégica con el Plan Nacional de Desarrollo K’atun: Nuestra Guatemala 2032; los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); las Prioridades Nacionales de Desarrollo para Guatemala (PND); las Metas Estratégicas de Desarrollo (MED), y la Política General de Gobierno 2020-2024 (PGG), con el objetivo de identificar la contribución de esta Secretaría al desarrollo del país.

De esta manera, se orientan todas las acciones institucionales a la estrategia principal plasmada en la misión y visión institucional, conducidas por la formulación de objetivos generales, estratégicos, específicos y operativos, así como por los resultados, productos, metas e indicadores, que permiten medir la producción relacionada con acciones de divulgación e información para informar a la población a través de medios de comunicación, sobre los programas y proyectos que realiza el Gobierno de Guatemala en beneficio de la población guatemalteca.

Índice

MARCO LEGAL Y VINCULACIÓN ESTRATÉGICA	6
Análisis de mandato legal	6
Análisis de políticas públicas	8
Análisis de vinculación estratégica	8
Vinculación con el plan nacional de desarrollo K'atun 2032	8
Vinculación con los ODS	9
Vinculación con PND, MED y RED	9
Alineación con la Política General de Gobierno (PGG)	9
Incorporación de enfoques de planificación	10
ANÁLISIS DE SITUACIÓN	12
Identificación y análisis de la problemática	12
Priorización de la problemática	13
Análisis de la población	14
Población universo	15
Población objetivo	16
Población elegible	16
Modelo conceptual	16
Árbol de problemas	16
Análisis de evidencias	18
Modelo explicativo	19
Jerarquización de factores	20
Caminos causales críticos	20
Modelo prescriptivo	21
Cadena de resultados	22
Construcción de línea base	23
Resultado, metas e indicadores	24
Resultado institucional	24
Metas e indicadores	24
Modelo lógico de la estrategia	25

MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	27
Visión	27
Misión	27
Principios y valores	27
Objetivo general	28
Objetivos estratégicos y específicos	28
Análisis FODA	29
Análisis de actores	29
SEGUIMIENTO A NIVEL ESTRATÉGICO	31
Grupo de trabajo técnico institucional - GTTI	31
Mecanismos de seguimiento	31
Indicadores a nivel estratégico	32
Matriz PEI	34
Seguimiento a nivel estratégico	35



Marco Legal

y vinculación estratégica

Análisis del mandato legal

Artículo 202. Secretarios de la Presidencia. El Presidente de la República tendrá los secretarios que sean necesarios. Las atribuciones de estos serán determinadas por la Ley.

Norma	Atribuciones que se asigna la norma	Población por atender
Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto 114-97 del Congreso de la República, Artículo 12. Publicado en el Diario Oficial el 12 de diciembre de 1997.	La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia tiene la función de servir como vínculo de información con los medios de comunicación social, y de formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación del Gobierno de la República.	Medios de comunicación social y unidades de comunicación de instituciones del OE
Ley de Desarrollo Social, Decreto 42-2001 Artículo 39.	El Estado, a través de la Secretaría de Comunicación Social, promoverá y apoyará el uso de los medios masivos de comunicación, incluyendo el uso de medios alternativos de comunicación social, para difundir sistemáticamente mensajes con el propósito de educar, orientar e informar a la población sobre los temas normados por la Ley.	Medios de comunicación gubernamental y social, y población guatemalteca
Ley del Sistema de Alerta Alba-Keneth, Decreto 28-2010	<p>Artículo 6. La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia integra la Coordinadora Nacional del Sistema de Alerta Alba-Keneth.</p> <p>Artículo 7. Literal 3. Divulgar por todos los medios de comunicación radial, televisivo, escrito y social las fotografías de las personas menores de edad que hayan sido sustraídas o se encuentren desaparecidas.</p> <p>Para estos fines, se utilizará todo tipo de medios de difusión a efecto de anular la capacidad de movilidad de las personas que acompañen al niño, niña o adolescente sustraído o desaparecido.</p>	Medios de comunicación gubernamental y social, y población guatemalteca

<p>Reglamento Orgánico Interno, Acuerdo Gubernativo 207-2011, del 21 de junio de 2011</p>	<p>Artículo 1. Naturaleza. La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, que en el presente Reglamento se denominará la Secretaría, es el vínculo de información entre los medios de comunicación social y el Gobierno de la República de Guatemala.</p> <p>Artículo 2. Competencia. Conforme su competencia legal, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia le corresponde:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Impulsar y ejecutar, toda acción o programa que tienda a informar públicamente respecto de las actividades y planes del Gobierno de la República de Guatemala; b) Dar a conocer, divulgar y transmitir a los distintos medios de información nacionales e internacionales la información relacionada con las actividades y planes de Gobierno de la República de Guatemala; c) Ser el vínculo de información de las actividades de la Presidencia de la República con los medios de comunicación social; d) Dar a conocer, divulgar, difundir e informar las actividades de la Secretaría de Comunicación Social; e) Emitir publicaciones y boletines relacionados con las literales que anteceden, por cualquiera de los medios masivos de comunicación del país; f) Realizar cualquier otra actividad congruente con la naturaleza de sus funciones, siempre de acuerdo a las políticas, programas y acciones de comunicación social del Gobierno de la República; y, g) Las demás atribuciones legalmente encomendadas, así como las que se determinan en el presente Reglamento. 	<p>Medios de comunicación social</p>
<p>Ley Marco para regular la reducción de la vulnerabilidad, la adaptación obligatoria ante los efectos del cambio climático y la mitigación de gases de efecto invernadero, Decreto 7-2013 Artículo 23.</p>	<p>Divulgación. Todas las instituciones públicas, en lo que les corresponda, promoverán y facilitarán, en el plano nacional, regional y local, acciones estratégicas de divulgación, concientización pública, sensibilización y educación respecto de impactos del cambio climático, que conlleve a la participación consciente y proactiva de la población en sus distintos roles, ante el peligro inminente de su integridad física, capacidad de producción, salud, patrimonio y desarrollo.</p>	<p>Medios de comunicación gubernamental y social, y población guatemalteca</p>
<p>Programa de Seguro Médico Escolar, Acuerdo Gubernativo 44-2020 Artículo 7.</p>	<p>Divulgación del Programa. La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, en coordinación con el Ministerio de Educación y otras instancias del Estado, será la encargada de divulgar el programa a nivel nacional y por todos los medios de comunicación social.</p>	<p>Medios de comunicación gubernamental y población guatemalteca</p>

Tabla 1.

Fuente: Elaboración propia, tomando como base la Guía para elaboración de Planes Estratégicos

Análisis de políticas públicas

A continuación, se describen las políticas en las cuales existen compromisos directos e indirectos de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, en el ámbito de la comunicación, divulgación e información, así como en el desarrollo de campañas en temas específicos de acuerdo con la materia y objetivo de cada política pública.

No.	Nombre y fecha de vigencia	Población afectada	Meta	Tema de la Política	Modalidades de inclusión	Responsable de la incorporación	Responsable de la verificación
1	Política nacional de desarrollo Vigencia 2032	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Social	Difusión por medios de comunicación masivos	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
2	Política de desarrollo social y población Vigencia desde 2002	Población guatemalteca	Campañas de divulgación	Social	Promover y apoyar el uso de los medios masivos de comunicación, incluyendo el uso de medios alternativos de comunicación social	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
3	Política para el mejoramiento integral de barrios Vigencia 2032	Población guatemalteca	Campaña de divulgación	Social	Campaña de comunicación social sobre el cuidado del espacio público y mobiliario urbano	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
4	Política pública respecto de la prevención a las infecciones de transmisión sexual -ITS- y a la respuesta a la epidemia del síndrome de inmunodeficiencia adquirida SIDA Vigencia desde 2005	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Salud	Elaboración de materiales de comunicación social apropiados y acopio de materiales provenientes de otras fuentes, respecto a ITS, VIH y Sida	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
5	Política pública de reparación a las comunidades afectadas por la construcción de la hidroeléctrica Chixoy Vigencia 2014-2029	Población de comunidad Chixoy	Comunicación y divulgación	Derechos humanos	Elaboración y presentación pública de un video documental sobre lo acontecido por las comunidades afectadas por la construcción de la Hidroeléctrica Chixoy y su publicación en medios de comunicación del Estado.	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
6	Política pública contra la violencia sexual en Guatemala Vigencia 2019-2029	Población vulnerable	Comunicación y divulgación	Poblaciones vulneradas y excluidas	Impulsar y posicionar en la agenda pública el derecho a resarcimiento de las víctimas de violencia sexual, a través de la inclusión en los planes	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
7	Política nacional en discapacidad Vigente	Población vulnerable	Comunicación y divulgación	Poblaciones vulneradas y excluidas	Impulsar el uso y el acceso a los diferentes medios de comunicación a las personas con discapacidad	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
8	Política nacional prevención de la violencia y el delito, seguridad ciudadana y convivencia pacífica Vigencia 2014-2034	Población guatemalteca	Campañas de divulgación	Seguridad	Difundir campañas comunicacionales respecto de las consecuencias de la violencia infantil y las formas idóneas de corregir, sin utilizar la violencia, campañas a mujeres embarazadas sobre los derechos maternales, y campañas que desestimen la adquisición de juguetes bélicos	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
9	Política nacional de desarrollo científico y tecnológico Vigencia 2015-2032	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Educación	Estimular la difusión, promoción y popularización de la producción científica y tecnológica por medio de diferentes mecanismos y metodologías, asegurando que alcance a todos los públicos y actores vinculados al desarrollo socioeconómico nacional	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
10	Política nacional de seguridad Vigencia desde 2017	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Seguridad	Promover la participación ciudadana para dar a conocer los avances de los sectores y actores sobre la implementación de la política	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
11	Política nacional de datos abiertos Vigente	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Seguridad	Apertura de datos gubernamentales, cultura de transparencia, rendición de cuentas y auditoría social	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
12	Política nacional para la reducción de riesgo a los desastres de Guatemala Vigencia desde 2011	Población guatemalteca	Campañas de divulgación	Prevención y gestión de riesgos	Campañas de sensibilización para reducir los riesgos de desastres en las poblaciones vulnerables a través de los diferentes medios de comunicación	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social
13	Política nacional de desarrollo rural integral Vigencia 2032	Población guatemalteca	Comunicación y divulgación	Social	Divulgar y promover la plena vigencia en el área rural los derechos humanos fundamentales, divulgación en distintos idiomas guatemaltecos para dar a conocer las acciones y divulgar los derechos y obligaciones incluidos en la Ley, política y plan DRI	Área sustantiva SCSP	Secretario de Comunicación Social

Análisis de vinculación estratégica

Vinculación con el Plan Nacional de Desarrollo K'atun 2032

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia debe atender los lineamientos planteados en la Política General de Gobierno 2020-2024 y el Plan Nacional de Desarrollo K'atun: Nuestra Guatemala 2032, que todas las instituciones públicas, centralizadas, descentralizadas, autónomas y semiautónomas tienen que considerar para la planificación estratégica y operativa, y con ello enfocar sus intervenciones y recursos al alcance de los resultados de dicha política.

Dada la naturaleza institucional de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, que es eminentemente informativa, no es posible visualizar su accionar solamente en una prioridad o meta del Plan Nacional de Desarrollo K'atun: Nuestra Guatemala 2032. Las labores informativas se centran en la transmisión de noticias sobre el actuar del Organismo Ejecutivo en su conjunto.

Sin embargo, puede visualizarse la función informativa ligada a esfuerzos de transparencia y gobierno abierto. Por lo tanto, a pesar de las limitantes ya expuestas, podría ubicarse inicialmente a la Secretaría en el accionar estratégico:

Eje 5: Estado garante de los derechos humanos y conductor del desarrollo.

Prioridad: Fortalecimiento de las capacidades del Estado para responder a los desafíos del desarrollo.

Meta 3: En 2032, el Estado ha institucionalizado la probidad y la transparencia como valores que orientan el marco legal y los mecanismos institucionales de la gestión pública.

Vinculación con los ODS

En el mismo orden de ideas del apartado anterior sobre la naturaleza informativa de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, en estos instrumentos para el desarrollo nacional es limitante de su mandato y su accionar noticioso encasillar a la institución en una única categoría.

ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

Vinculación con PND, MED y RED

La generación de información gubernamental como producto principal de la Secretaría tiene una participación transversal en los instrumentos de planificación estratégica institucional. Sin embargo, para efectos de las coordinaciones realizadas con la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (Segeplan), la institución se enmarca en el **PND 7. Fortalecimiento institucional, seguridad y justicia**. Un Estado consolidado es aquel que desarrolla instituciones eficaces, responsables y transparentes. Apoyar el fortalecimiento general de las instituciones es fundamental para garantizar que puedan desempeñar eficazmente sus mandatos en servicio del público.

Respecto de los Resultados Estratégicos de Desarrollo (RED), la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia no se vincula con ninguno de estos, por lo que el análisis de vinculación corresponde hasta las Metas Estratégicas de Desarrollo (MED).

Alineación con la Política General de Gobierno (PGG) 2020-2024

La Política General de Gobierno 2020-2024 se constituye en el marco de política que sirve de base para que las instituciones públicas definan sus acciones y asignen el presupuesto necesario para la implementación de la propuesta estratégica que se integra en los cinco pilares que la conforman.

La PGG se fundamenta en el Plan Nacional de Innovación y Desarrollo (Planid), en la que se definen los lineamientos y acciones públicas estratégicas articuladas que deben seguir las instituciones del sector público durante el período de administración gubernamental 2020-2024, en sinergia con las Prioridades Nacionales de Desarrollo, derivadas del proceso de integración del Plan Nacional de Desarrollo K’atun: Nuestra Guatemala 2032 y la Agenda 2030.

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia orienta sus funciones al cumplimiento del pilar que pretende administrar de manera efectiva y transparente las instituciones del Estado para ponerlas al servicio de los ciudadanos, siendo este el **Pilar 4. Estado Responsable, Transparente y Efectivo.**

Dentro del pilar 4 se define la necesidad de difundir, articular y coordinar efectivamente las intervenciones públicas con énfasis en la transparencia y la rendición de cuentas.

VINCULACIÓN ESTRATEGICA	
K’atun	Eje 5. Estado garante de los derechos humanos y conductor del desarrollo. M3. En 2032, el Estado ha institucionalizado la probidad y la transparencia como valores que orientan el marco legal y los mecanismos institucionales de la gestión pública.
ODS	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
PND	Fortalecimiento institucional, seguridad y justicia.
MED	16.6. Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles. M16.6. Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles. Indicador 16.6.2. Proporción de la población que se siente satisfecha con su última experiencia de los servicios públicos.
	Pilar 4. Estado Responsable, Transparente y Efectivo.
	Objetivo estratégico 4.4.1. En cuatro años, Guatemala debe experimentar una transformación en la forma como el Estado responde a las necesidades de la población, logrando una mejora sustancial en los indicadores de la gestión pública.
PGG	Objetivo sectorial 4.4.2.1. Impulsar el mejoramiento del servicio civil, la meritocracia, transparencia, control y rendición de cuentas. Acción estratégica. Crear un sistema nacional que promueva los principios y valores de la transparencia y la ética pública; mejorar la imagen de los funcionarios e instituciones públicas. Meta estratégica. Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa E-government.

Incorporación de enfoques de planificación

El quehacer de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia (SCSP) es transversal en el Organismo Ejecutivo, dado que su función principal es informar y divulgar las acciones del Gobierno de Guatemala a la población, por lo que la incorporación de los enfoques de planificación para esta Secretaría se centra en la información y divulgación en los temas de equidad, medio ambiente, gestión de riesgo, y con enfoque de género detallándose en la siguiente tabla:

Enfoque	Modalidades de inclusión	Responsable Incorporación	Responsable Verificación
Equidad	Asegurar que la difusión de la información oficial sea divulgada en medios televisivos gubernamentales en lenguaje de señas.	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
	Asegurar que la difusión de la información oficial sea divulgada en medios televisivos y radiales gubernamentales en idiomas mayas, xinca y garífuna, además del castellano.	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
	Elaborar y divulgar piezas informativas y de promoción sobre los derechos humanos fundamentales.	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Cambio climático	Elaborar y divulgar piezas informativas sobre el impacto que tiene cuidar nuestro medio ambiente y concientizar a ser guatemaltecos responsables.	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretario de Comunicación Social de la Presidencia
Gestión de riesgo	Elaborar y divulgar piezas de promoción sobre las medidas de seguridad ante un desastre natural, con el objetivo de reducir los riesgos ante una situación presentada.	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretario de Comunicación Social de la Presidencia
Género	Apoyo interinstitucional con las entidades rectoras de enfoque de género, con relación a la divulgación de información preventiva en contra de la violencia hacia la mujer	Direcciones del área sustantiva de la SCSP	Secretario de Comunicación Social de la Presidencia

Tabla 3.

Fuente: Elaboración propia, tomando como base la Guía para elaboración de Planes Estratégicos

Análisis de situación

Identificación y análisis de la problemática

Siendo la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia la institución que tiene por función principal ser el vínculo de información entre los medios de comunicación social y la Presidencia, y, por su naturaleza, la responsable de divulgar la información oficial es frecuente encontrar un problema central con varias manifestaciones que inciden en la forma en que la Secretaría alcanza a la población para informarla sobre la gestión de Gobierno.

La falta de compromiso por parte de las instituciones del Organismo Ejecutivo en comunicar, las debilidades en las vocerías institucionales y la deficiente comunicación inclusiva y diversa son algunos de los problemas que afectan a esta Secretaría, causando que el alcance de la información oficial se limite por el bajo reconocimiento de la rectoría en comunicación gubernamental de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, lo que ocasiona desinformación en la población.

Es importante destacar que si bien el Estado, a nivel mundial, suele ser el mayor generador de información y contenidos, el Gobierno de Guatemala no ha logrado hacer llegar, de manera efectiva y eficaz a la población información de las acciones que emprende.

Esta situación se complica aún más en áreas rurales, especialmente aquellas en donde no se habla español, lo que plantea el reto de producir múltiples contenidos en idiomas mayas, garífuna, xinca y de señas, para hacer más inclusiva la comunicación de Gobierno. Por otra parte, es importante reconocer que los medios digitales son la plataforma en la que, por medio de los múltiples formatos disponibles (video, audio, texto, imágenes), está ocurriendo un importante cambio cultural y de paradigmas. La visión de la sociedad acerca de qué es bueno y deseable y lo que no lo es, está siendo determinada por la información difundida a través de estos medios de comunicación.

Al hablar de innovación y uso de herramientas digitales para comunicar, se ha determinado que los equipos de comunicación del resto de instituciones aún presentan cierta resistencia al hacer uso de estas, aun cuando la SCSP ha creado alternativas que faciliten la obtención de información oficial para su respectiva divulgación. También por el atraso en la difusión de información relevante por medio de las fuentes oficiales.

Otro de los retos vigentes es la manipulación o desinformación de las acciones que ejecuta el Organismo Ejecutivo, provocado por actores, ocasionando así la débil credibilidad y confianza en la población. Expertos mundiales en geopolítica dan cada día más relevancia a la desinformación. Existe una necesidad de afrontar esta amenaza global con recursos y medidas concretas.

En cuanto al uso de los medios de comunicación públicos, se evidencia una desarticulación en el manejo de una agenda editorial estratégica, acorde a la coyuntura, prioridades presidenciales y mandato legal. Se hace preciso para este fin fortalecer el Sistema Nacional de Información (SNI) para potenciar la capacidad informativa del Estado y evitar el atraso en la difusión de información relevante, haciendo un uso más efectivo de los recursos (medios de comunicación gubernamentales) ya existentes.

Asimismo, se identifica que la gestión de la comunicación pública se encuentra aún centralizada en las zonas urbanas. Por tal razón, se hace preciso y necesario trabajar en conjunto con la institucionalidad pública local para fortalecer las acciones de comunicación a nivel comunitario (rural), a través de la coordinación de la información, así como la participación de actores locales en los diversos eventos de contratación pública, para lograr mayor alcance a nivel nacional.

Con los medios de comunicación comerciales se presenta una realidad dual. Por una parte, la institución es fuente diaria de información para los medios, ya que consumen y aprovechan la divulgación que la Secretaría hace a través de los medios oficiales y solicitudes directas sobre temas de interés.

Por otra parte, los medios de comunicación comerciales son contratados por la Secretaría para la divulgación de campañas informativas oficiales, a través de la llamada pauta o compra de espacios publicitarios. Esto conforme a las modalidades de compra y/o contratación que la ley establece, situación que impacta muchas veces en la inmediatez de la divulgación de la información por los tiempos de ejecución que conllevan las modalidades de compra. Sin embargo, es importante aclarar que, para mitigar todos los retos identificados en el presente análisis, se requiere que esta Secretaría contemple las modificaciones al presupuesto que sean necesarias para el cumplimiento del mandato legal, así como fortalecer la institucionalidad a través de una reestructuración y actualización del Reglamento Orgánico Interno.

El diagnóstico, entonces, identifica dos efectos de esta problemática que la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia tiene que enfrentar. El primero es el débil reconocimiento de la rectoría en comunicación gubernamental ante el resto de las instituciones del Organismo Ejecutivo, impactando en un desgaste innecesario de la gestión gubernamental, y el segundo impacto evidente es la limitación en el alcance de la información oficial, generando atrasos en la difusión de información para la diversidad poblacional, es decir que la gestión presidencial no es conocida por gran parte de la población, lo que contribuye a la proyección de una imagen negativa del Gobierno.

Priorización de la problemática

Identificación del sector a abordar:	Medios de comunicación social, por medio de los cuales la población guatemalteca es informada sobre las acciones del Gobierno de Guatemala. (Art. 12 de la Ley del Organismo Ejecutivo)
Identificación de la problemática:	<ul style="list-style-type: none"> • Débil reconocimiento de la rectoría en comunicación gubernamental ante el resto de las instituciones del Organismo Ejecutivo. • Limitación en el alcance de la información oficial, generando atrasos en la difusión de información a la diversidad poblacional.
Importancia relativa de la problemática identificada:	<p>De acuerdo con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artículo 35. Libertad de emisión del pensamiento, Constitución Política de la República de Guatemala. • Artículo 1. Es libre la emisión del pensamiento en cualquier forma, y artículo 5. La libertad de información es irrestricta, de la Ley de Emisión del Pensamiento Decreto Número 9 de la Asamblea Nacional Constituyente. • Artículo 12 de la Ley del Organismo Ejecutivo Decreto Número 114-97 del Congreso de la República, establece la función de la SCSP de servir como vínculo de información con los medios de comunicación social y de formular, coordinar y ejecutar la Política de Comunicación del Gobierno de la República.

Considerando las demandas de información de la población guatemalteca, y para dar cumplimiento al pleno derecho de la población de estar informada sobre las acciones del Gobierno, se hace necesaria la planificación y ejecución de acciones para minimizar la problemática identificada.

Definición del problema priorizado:

El alcance de la información oficial se limita por el bajo reconocimiento de la rectoría en comunicación gubernamental de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, lo que ocasiona desinformación en la población.

Análisis de la población

En cumplimiento del mandato legal y la visión estratégica de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, se busca ser la principal fuente de información gubernamental y consulta oficial a nivel nacional e internacional, por lo que se identifican como usuarios finales de nuestros productos principales o estratégicos a los medios de comunicación.

Los resultados esperados representan cambios en las condiciones actuales del grupo poblacional identificado en el presente análisis.

- **Población universo**

- **Población Objetivo**

- **Población Elegible**



Población universo

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, a través de los medios de comunicación social, atiende a toda la población guatemalteca sin distinción de sexo, etnia o ubicación geográfica, la cual se considera nuestra población universal con un total de 14,901,286¹ personas que en datos relativos representa el 100%. No hay regiones, departamentos o municipios priorizados, pues las acciones de comunicación social deben llegar a todos los guatemaltecos, que la ubicación de su domicilio sea urbana o rural, comprendidos de los 5 años en adelante, en el entendido de que los niños desde su primer año escolar deberían ser incorporados a campañas educativas y de involucramiento en participación ciudadana. Dicha población representa el 88.71% del total.

Población por grupos de edades por departamento

Departamento	Población a partir de 5 años	Desglose por rango de edades																			
		5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 - 79	80 - 84	85 - 89	90 - 94	95 - 99	100 o más
Total nacional	13219396	1676761	1614074	1682852	1493609	1237105	1009608	930065	759562	621421	532999	453096	370964	300558	210656	146933	94257	56926	20414	6363	1173
Guatemala	2 750 322	269 556	272 564	301 010	303 900	273 864	231 447	222 396	187 695	152 992	133 906	112 210	91 154	72 749	50 019	33 771	21 462	13 370	5 114	1 522	227
El Progreso	158 754	18 510	17 541	19 121	16 934	14 588	12 316	11 457	9 669	7 763	7 127	6 307	5 122	4 158	2 952	2 253	1 484	942	386	108	16
Sacatepéquez	299 975	31 852	32 748	36 230	34 036	29 912	24 959	23 821	18 697	14 853	13 015	10 883	9 071	7 215	4 925	3 344	2 286	1 435	523	156	14
Chimaltenango	546 103	70 091	69 679	72 910	64 079	52 017	41 425	38 112	30 641	24 761	21 213	17 238	13 480	10 854	7 651	5 391	3 490	2 121	709	213	28
Escuintla	654 980	76 969	74 108	79 515	75 713	65 862	53 747	48 287	39 979	32 055	27 306	23 005	18 463	14 611	10 219	6 875	4 433	2 598	906	282	47
Santa Rosa	354 443	42 645	41 632	44 334	39 363	32 477	26 301	24 480	20 633	17 309	15 311	13 307	10 888	8 931	6 403	4 590	2 968	1 859	761	212	39
Solá	376 993	45 768	48 890	50 564	43 999	35 503	29 035	27 091	21 457	17 740	14 350	11 571	9 486	7 601	5 602	3 972	2 335	1 356	491	154	28
Totonicapán	370 493	47 526	48 720	49 872	43 740	34 653	25 812	23 280	19 008	17 163	15 055	12 063	10 060	8 191	6 115	4 259	2 569	1 628	599	158	27
Quezaltenango	715 595	84 815	81 912	89 963	81 672	68 143	54 551	50 160	39 952	34 927	31 358	26 289	21 742	17 589	12 296	8 772	5 844	3 792	1 357	404	57
Suchitepéquez	490 123	63 528	61 834	63 201	56 842	45 559	37 325	33 731	26 768	21 541	19 354	16 541	13 451	10 964	7 465	5 475	3 614	2 090	634	181	25
Retalhuleu	289 579	36 781	34 868	36 841	33 516	27 482	22 261	19 602	16 132	12 845	11 329	10 142	8 309	6 949	4 813	3 404	2 279	1 423	436	148	19
San Marcos	901 375	128 937	123 463	118 659	95 544	76 713	62 087	58 318	47 098	39 404	35 153	30 047	25 249	20 602	14 954	10 823	7 342	4 569	1 731	558	124
Huehuetenango	1 010 873	154 123	139 264	134 413	112 827	89 094	70 828	66 012	51 989	42 776	35 062	30 271	24 718	20 787	14 974	10 669	6 764	4 105	1 464	564	169
Quiché	824 963	125 496	119 096	117 248	94 214	73 199	55 182	49 525	41 790	35 646	28 329	23 659	18 984	15 325	11 209	7 538	4 579	2 596	901	320	127
Baja Verapaz	262 662	35 157	33 418	35 123	30 163	23 595	19 702	17 485	13 920	11 419	9 740	8 756	7 477	6 163	4 149	2 806	1 957	1 146	383	95	8
Alta Verapaz	1 050 253	161 275	146 089	144 873	120 180	96 141	82 486	72 254	54 704	40 719	31 909	27 837	23 367	18 971	12 227	7 964	5 439	2 768	816	202	32
Petén	477 748	68 250	62 082	67 372	58 261	45 206	35 616	31 516	25 498	19 942	16 410	13 567	11 044	8 750	5 758	3 880	2 472	1 425	482	178	40
Izabal	361 974	47 095	44 741	48 601	41 247	33 077	27 413	24 520	20 803	16 830	13 867	12 218	9 760	7 991	5 457	3 868	2 472	1 372	466	151	25
Zacapa	219 943	25 968	24 965	27 598	23 933	20 280	16 568	15 051	12 985	10 510	9 777	8 385	7 122	5 807	4 223	3 042	2 008	1 146	409	137	29
Chiquimula	364 292	48 755	46 548	48 477	40 834	32 719	26 833	23 613	19 260	16 030	13 927	12 703	10 465	8 383	6 076	4 554	2 664	1 699	543	183	26
Jalapa	300 648	41 087	39 412	41 417	34 780	27 355	21 722	19 634	15 665	13 038	11 348	9 726	7 682	6 211	4 631	3 335	1 875	1 138	432	145	15
Jutiapa	437 305	52 577	50 500	55 510	47 832	39 667	31 992	29 720	25 219	21 158	18 753	16 371	13 870	11 756	8 544	6 348	3 921	2 348	871	292	56

Fuente: INE, XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda - 2018

De la población descrita en la tabla anterior, el 48.5% son hombres y el 51.5% mujeres. Asimismo, de acuerdo con los principales resultados del Censo 2018 (septiembre 2019), el Instituto Nacional de Estadística identifica que la población por grupo étnico se desglosa como se muestra en la siguiente tabla.

Población	Maya	Garífuna	Ladino	Xinca	Afrodescendiente	Extranjero
Porcentaje	41.70%	0.10%	56.00%	1.80%	0.20%	0.20%

1. Fuente: INE, XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda - 2018

Población objetivo

Dentro de esta población se identifican todas las dependencias de comunicación de instituciones estatales, que forman parte de la estructura política de Guatemala, tales como las instituciones del Organismo Ejecutivo: ministerios, secretarías, gobernaciones y comisiones, ya que estos son parte fundamental de la generación del contenido informativo oficial del Gobierno de Guatemala, y a su vez facilitan ampliar la cobertura en la divulgación de las acciones realizadas en beneficio de la población; así como organizaciones no gubernamentales e instituciones autónomas y descentralizadas, las cuales contribuyen a la divulgación de las acciones hechas en beneficio de la población universal.

Población elegible

Se establecen como principales beneficiarios de los productos generados por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia todos los medios de comunicación gubernamental que tienen como característica fundamental la divulgación de información de las acciones del Gobierno de Guatemala en beneficio de los guatemaltecos, los cuales se mencionan a continuación:

- Canal de Gobierno
- Agencia Guatemalteca de Noticias - AGN
- Diario de Centro América - DCA
- Radio Nacional TGW
- Sala de Prensa
- Redes sociales gubernamentales
- GT News

Así mismo, forman parte de este grupo poblacional los medios de comunicación no gubernamentales, tales como los medios televisivos, radiales, escritos impresos, digitales y multimedia. Por otro lado, los medios de comunicación digitales, que son utilizados como herramientas de visibilidad y posicionamiento en línea, con los cuales es posible optimizar recursos por medio de internet.

Adicionalmente, se identifica a los medios de comunicación nacionales e internacionales en todos los formatos disponibles.

Modelo conceptual

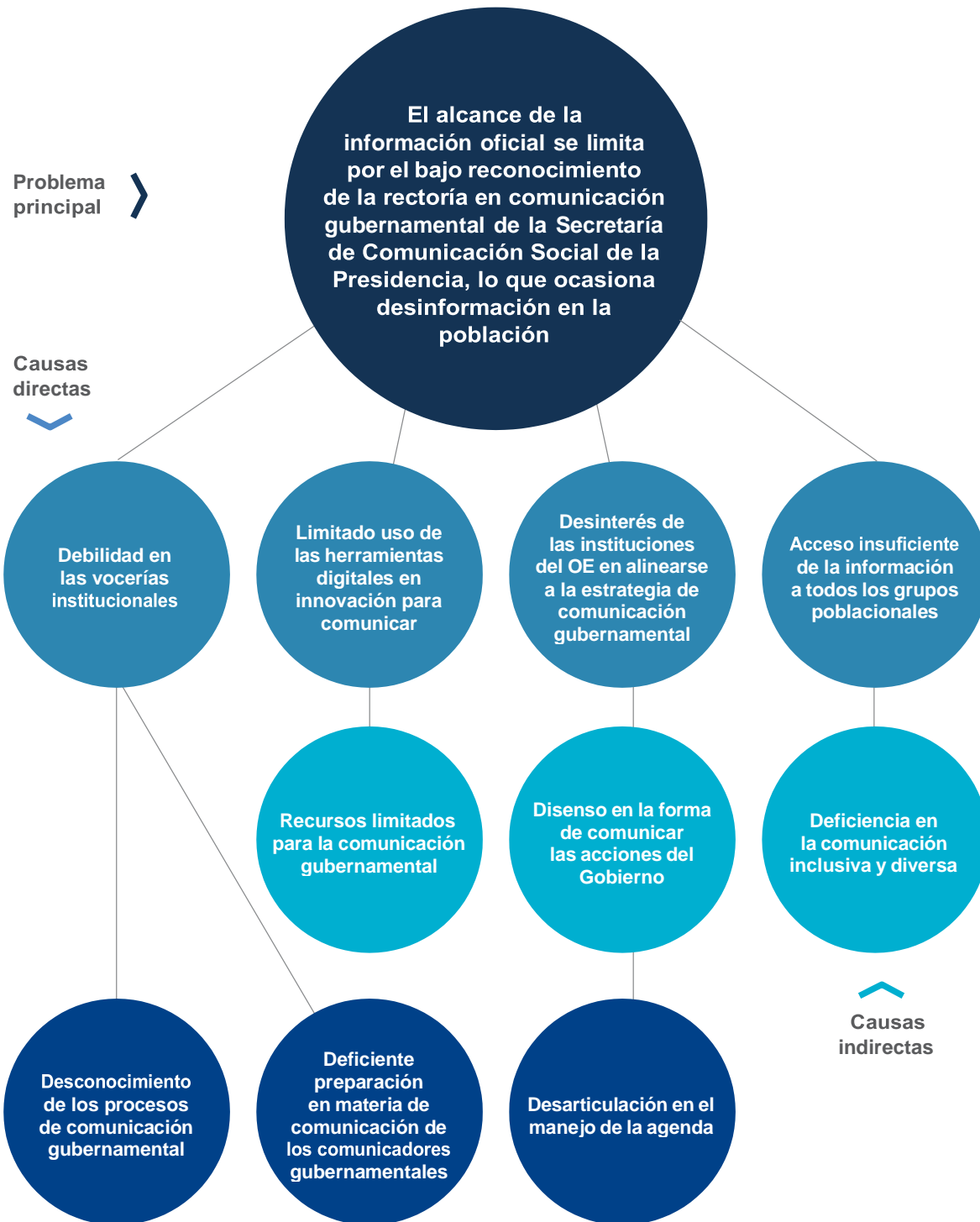
Árbol de problemas

El árbol de problemas es el esquema utilizado para diagramar el modelo conceptual de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, en donde se representa el conjunto de relaciones de causas directas e indirectas identificadas en el análisis y priorización de la problemática.

La problemática central, fue identificada a través de la realización de talleres de trabajo con la participación de expertos en comunicación gubernamental de la SCSP, dado que no existe evidencia bibliográfica con la cual comparar el problema que atraviesa la institución. Es por lo que, a partir de este análisis, los modelos aplicados, fueron elaborados con información propia, que fue recopilada a través de encuestas¹ dirigidas a grupos de expertos en comunicación social a nivel nacional, teniéndose cifras y explicaciones de algunas causas de la problemática.

¹ Informe de Encuesta de Comunicación Gubernamental 2022 - SCSP

Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia. Base: Guía conceptual para elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

Análisis de evidencias

Para definir los parámetros de jerarquización de las causas, se define la magnitud, evidencia y fuerza explicativa de las causas identificadas en el árbol de problemas. Dicha clasificación respalda la relación de los factores de causalidad con el problema.

Para el efecto, se toma como base el análisis de los indicadores de gestión operativa de la SCSP, respecto a las acciones de atención a los medios de comunicación e instituciones públicas del Organismo Ejecutivo, como ente rector de la comunicación gubernamental. Así mismo, se realizó el análisis con base al Informe de Resultados de la Encuesta de Comunicación Gubernamental, realizada en el año 2022 por la SCSP.

Causa indirecta	Causa directa	Magnitud	Evidencia	Fuerza explicativa
Desconocimiento de los procesos de comunicación gubernamental	Debilidad en las vocerías institucionales	45	Causa irrefutable	31%
Deficiente preparación en materia de comunicación de los comunicadores gubernamentales				
Recursos limitados para la comunicación gubernamental	Limitado uso de herramientas digitales e innovación para comunicar	75	Causa irrefutable	52%
Disenso en la forma de comunicar las acciones del Gobierno	Desinterés de las instituciones del OE de alinearse a la estrategia de comunicación gubernamental	45	Causa irrefutable	31%
Deficiencia en la comunicación inclusiva y diversa	Acceso insuficiente de información a todos los grupos poblacionales	50	Causa irrefutable	35%
Desarticulación en el manejo de la agenda				

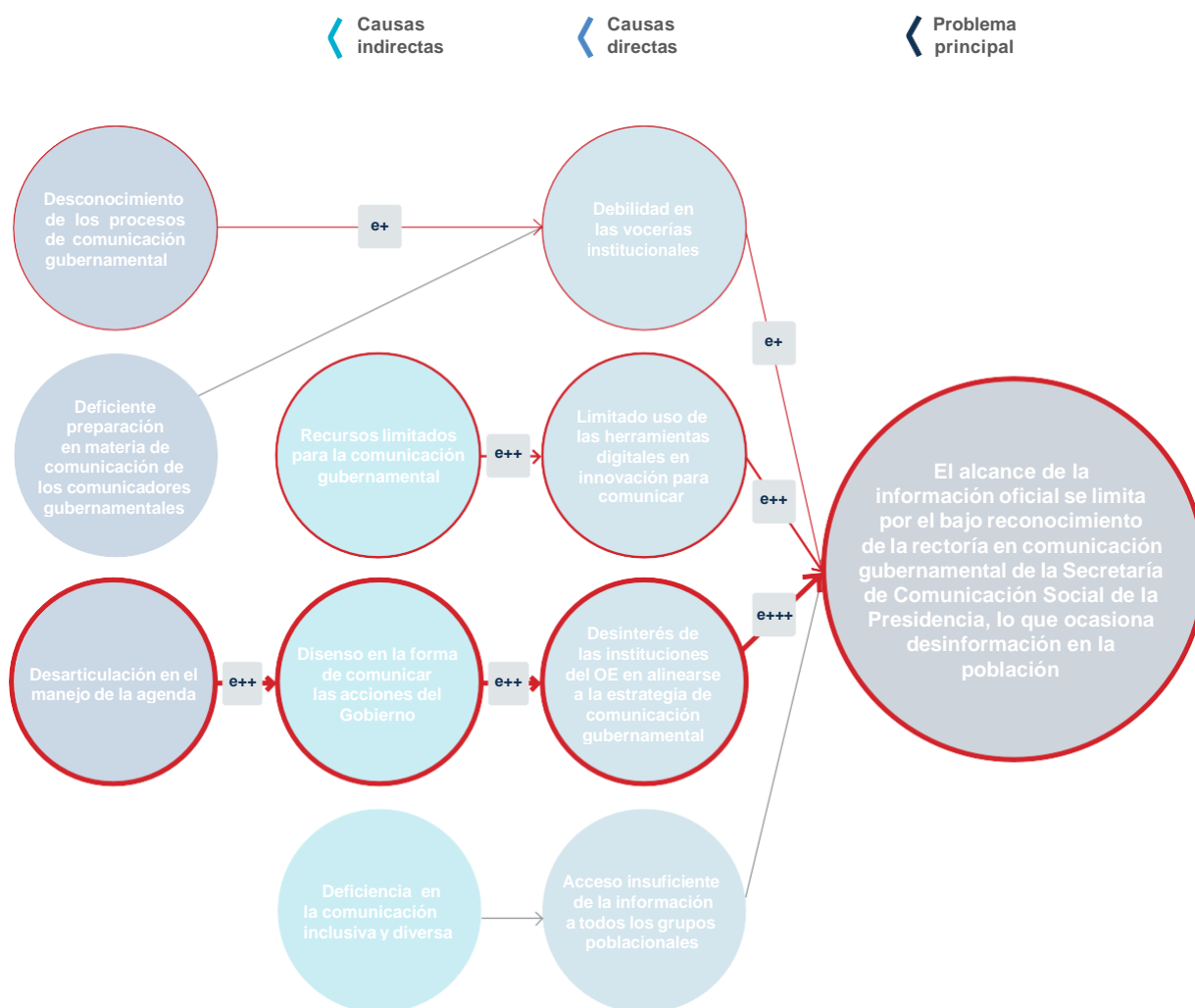
Fuente: Elaboración propia, tomando como base la Guía PES paso 5.

Al ser el ente rector de la comunicación gubernamental, la SCSP coordina la estrategia de comunicación con 143 de las instituciones que conforman el Organismo Ejecutivo. Las causas han sido identificadas en pleno ejercicio de la rectoría, lo que evidencia que son causas irrefutables, demostrado a través de la observación de la relación causa-efecto. El presente análisis facilitará la toma de decisiones en el proceso de priorización establecido en el modelo explicativo.

Modelo explicativo

No existe un modelo explicativo de previa elaboración para un fenómeno tan complejo como el que representa el problema central de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia. Sin embargo, al ser un problema multicausal, ya se cuenta con un diagnóstico de la comunicación gubernamental, el cual se obtuvo de la experiencia empírica por tratarse de la realidad que diariamente se enfrenta al ser el órgano rector de la comunicación gubernamental. También, a través de encuestas dirigidas a grupos de expertos en comunicación social a nivel nacional, teniéndose cifras y explicaciones de algunas causas de la problemática.²

Tomando como base el diagnóstico desarrollado por la SCSP y las vivencias propias de su naturaleza, se elabora el siguiente modelo explicativo que refleja cuáles son las causas más relevantes para la realidad actual de la institución y para efecto de la planificación estratégica institucional marca una ruta de identificación de acciones que tiendan a resolver la situación.



Fuente: Elaboración propia, Base: Guía para Elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y la Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

² Informe de Resultados - Encuesta de Comunicación Gubernamental 2022 - SCSP

Jerarquización de factores

Para el siguiente esquema se han jerarquizado las causas indirectas, ya que es a este nivel que se vincula la red de causalidad con las intervenciones futuras para mitigar la problemática central.

La jerarquización permite ordenar las causas indirectas de mayor a menor puntaje, considerando los 3 factores de medición más importantes:

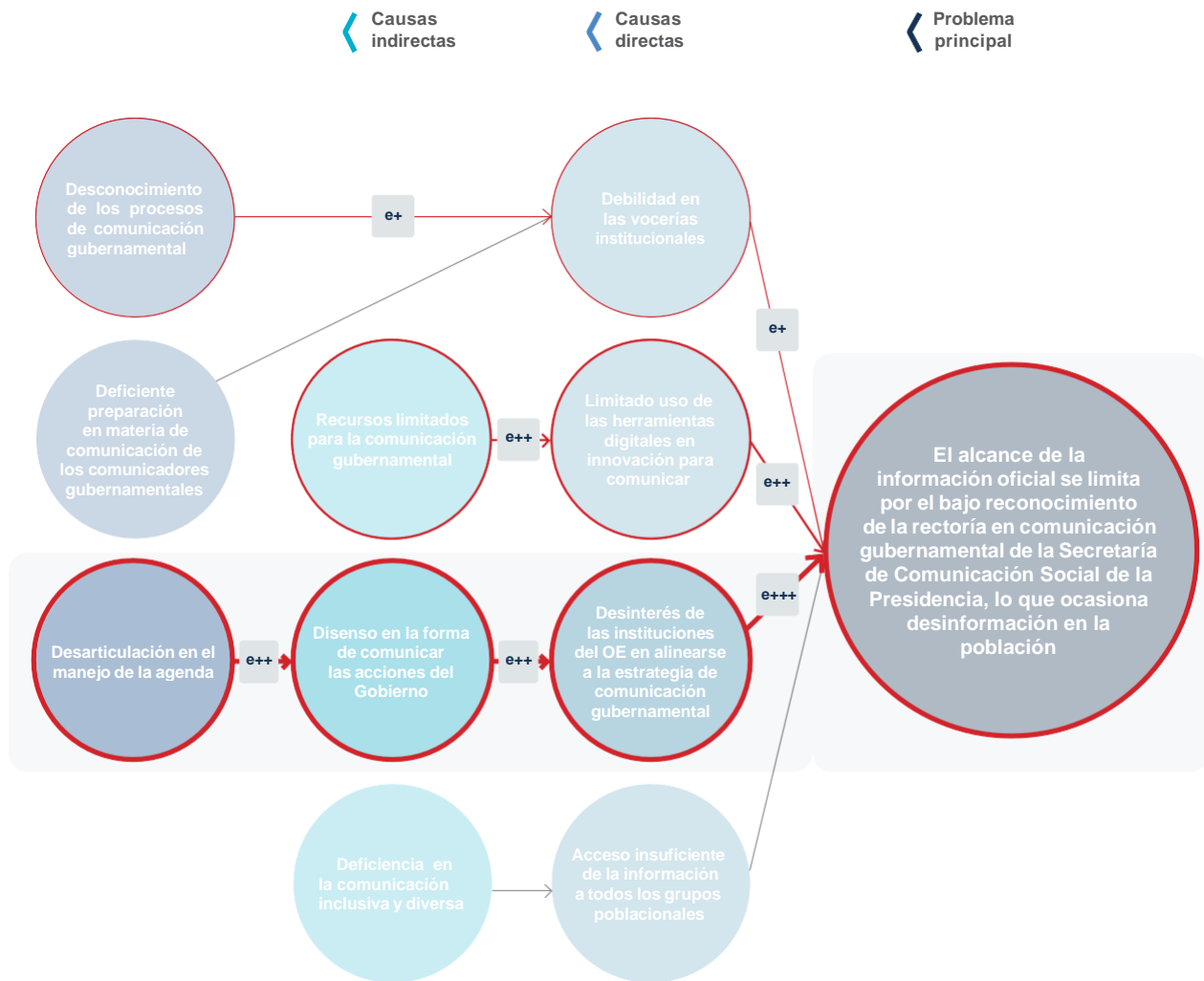
1. La magnitud con que se presenta.
2. La evidencia de la relación causal con relación a la causa directa
3. La fuerza explicativa con relación a la causa directa

Causa indirecta	Causa directa
Disenso en la forma de comunicar las acciones del Gobierno	Desinterés de las instituciones del OE de alinearse a la estrategia de comunicación gubernamental
Desarticulación en el manejo de la agenda	
Recursos limitados para la comunicación gubernamental	Limitado uso de herramientas digitales e innovación para comunicar
Deficiente preparación en materia de comunicación de los comunicadores gubernamentales	Debilidad en las vocerías institucionales
Desconocimiento de los procesos de comunicación gubernamental	
Deficiencia en la comunicación inclusiva y diversa	Acceso insuficiente de información a todos los grupos poblacionales

Caminos causales críticos

En el siguiente diagrama se muestra el camino causal crítico que, de acuerdo con su importancia, constituye los factores causantes que, al ser resueltos, tendrán mayor impacto en la solución del problema identificado.

En este sentido, su interpretación refleja que, al modificar los factores causales críticos, se obtendrá un cambio que ayudará a mitigar la problemática central identificada. Por lo tanto, al lograr un consenso en la forma de comunicar las acciones del Gobierno y al contrarrestar la desarticulación en el manejo de la agenda, se logrará neutralizar el desinterés de las instituciones del Organismo Ejecutivo de alinearse a la estrategia de comunicación gubernamental. De igual manera, facilitar los recursos necesarios a las áreas de comunicación permitirá un mayor alcance de la información oficial. Se fortalecerán las vocerías institucionales al robustecer los conocimientos en materia de comunicación de los comunicadores de las instituciones del Organismo Ejecutivo. Por último, al cambiar el estado del factor causal de deficiencia en la comunicación inclusiva, la información llegará de manera eficiente a todos los grupos poblacionales.

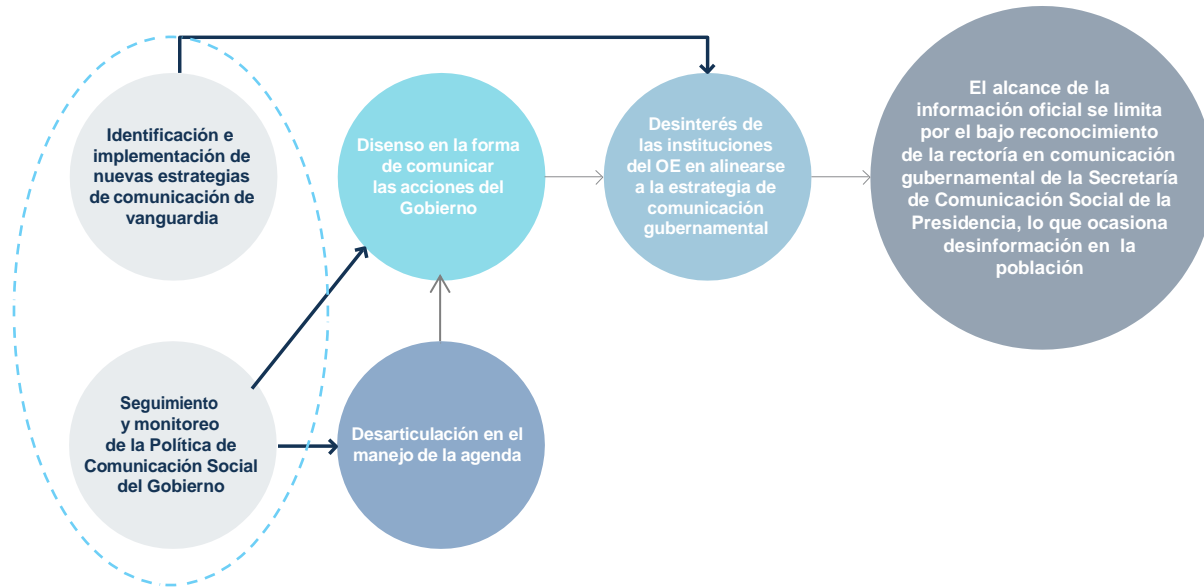


Fuente: Elaboración propia. Base: Guía para Elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y la Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

Modelo prescriptivo

El modelo prescriptivo permite identificar las intervenciones más eficientes para atacar la problemática en la línea de priorización de estas, por medio de la identificación del camino causal crítico. Para su interpretación, se identifica que, al ser la comunicación gubernamental un eje transversal relevante en la gestión gubernamental, la identificación e implementación constante de nuevas estrategias de comunicación de vanguardia es una intervención eficaz para neutralizar el desinterés de las instituciones del Organismo Ejecutivo de alinearse a la estrategia de comunicación gubernamental. Por otra parte, se identifica que para contrarrestar el disenso en la forma de comunicar las acciones de Gobierno y articular de manera efectiva el manejo de la agenda de cobertura, es importante trabajar a través del seguimiento y monitoreo de la Política de Comunicación Social del Gobierno³. Acciones que, en su conjunto, aunado a la puesta en marcha de la reestructura institucional, a través de la aprobación e implementación del ROI, incrementarán el reconocimiento de la rectoría de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia.

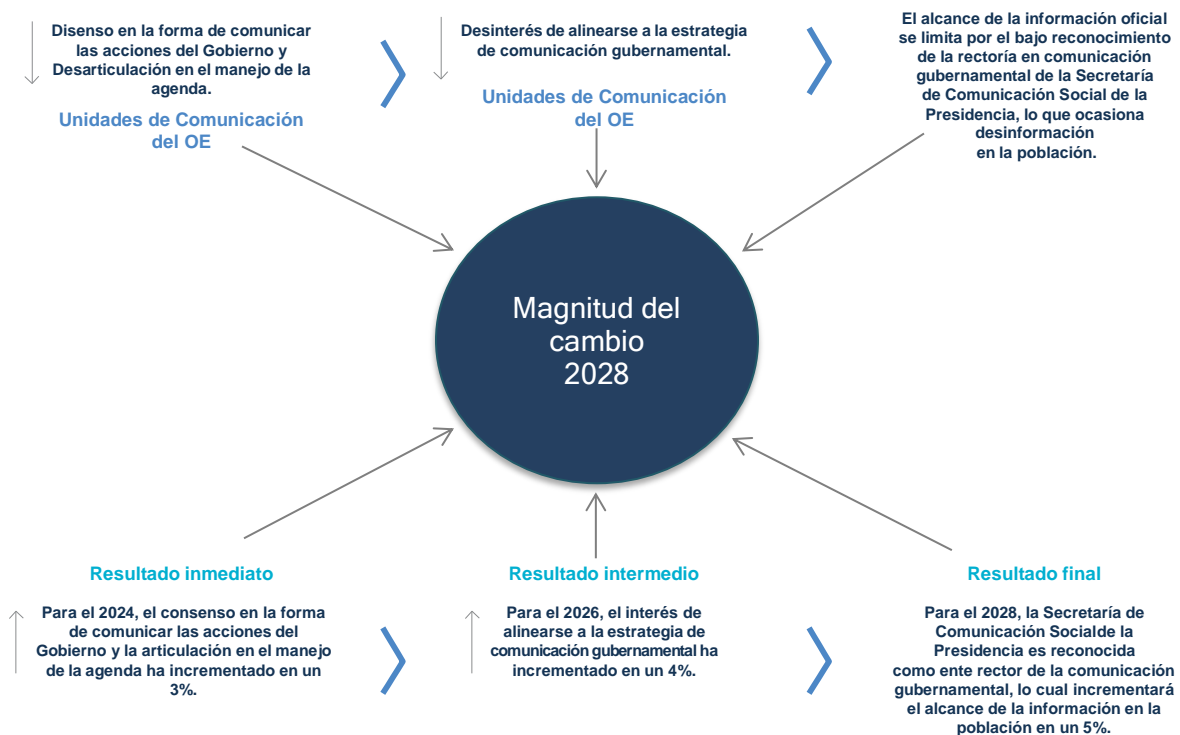
³ Política de Comunicación Social de la Presidencia.
Informe de Reestructura Institucional 2022.



Fuente: Elaboración propia. Base: Guía para Elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y la Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

Cadena de resultados

El siguiente diagrama establece la articulación de los resultados final, intermedio e inmediato, determinados en función del problema principal.

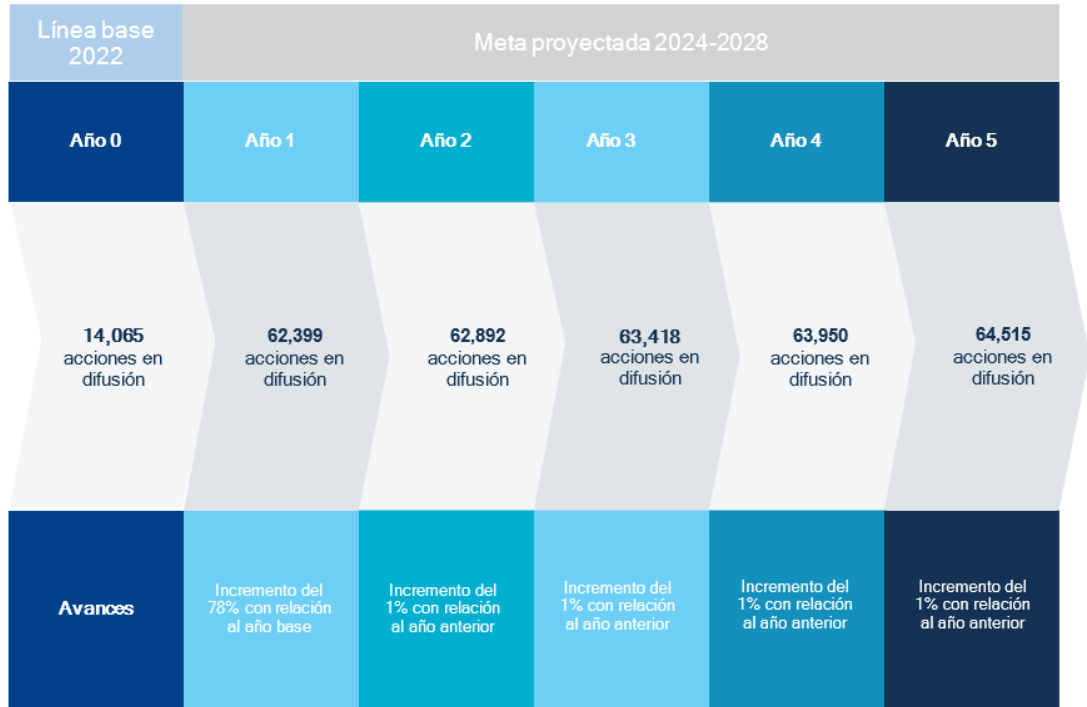


Fuente: Elaboración propia. Base Guía para Elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y la Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

Construcción de línea base

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia ha definido como punto de partida la meta ejecutada en 2022, ya que representa un comportamiento enfocado al quehacer de la institución.

Línea base



Fuente: Elaboración propia.

Resultados, metas e indicadores

Resultado institucional

Temporalidad	Qué	Quiénes	Cambio	Magnitud
2028	La rectoría de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia en comunicación gubernamental permite mayor alcance de las acciones de Gobierno a la población guatemalteca a través de los medios de comunicación	Población universo a través de medios de comunicación	Incremento	5%

Para el 2028, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia es reconocida como ente rector de la comunicación gubernamental, lo cual incrementará el alcance de la información en la población guatemalteca en un 5%, a través de los medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

Metas e indicadores

Las acciones de divulgación e información obedecen al mandato legal y naturaleza de la SCSP; por lo tanto, el indicador estratégico se mide a nivel del producto, desde donde se generan los productos en materia de comunicación del área sustantiva. Para elefeto, y de acuerdo con la magnitud establecida en el resultado institucional, se establece un incremento del 5% al 2028.

Indicador	Fórmula	Año	Meta	Unidad medida	Indicador
Divulgación de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación gubernamentales y comerciales	Número de eventos programados / Número de eventos ejecutados	2024	62,399	Evento	5% al 2028
		2025	63,023	Evento	
		2026	63,653	Evento	
		2027	64,290	Evento	
		2028	64,933	Evento	

Se muestra un incremento representativo a partir de la meta proyectada para el año 2024, dado que, en los años anteriores, la difusión de acciones de Gobierno a través de la Agencia Guatemalteca de Noticias - AGN-, corresponde a un aproximado de 30 notas periodísticas diarias y 12 comunicados mensuales. Así mismo, la difusión de información a través de plataformas digitales, tal como redes sociales y sitios web del Gobierno de Guatemala y de la SCSP, ha aumentado como resultado de la estrategia de comunicación digital.

A continuación, se detallan los indicadores que están vinculados y que impactan de forma directa en los resultados inmediato, intermedio y final de la cadena de resultados, para minimizar la problemática central.

Indicadores de resultados

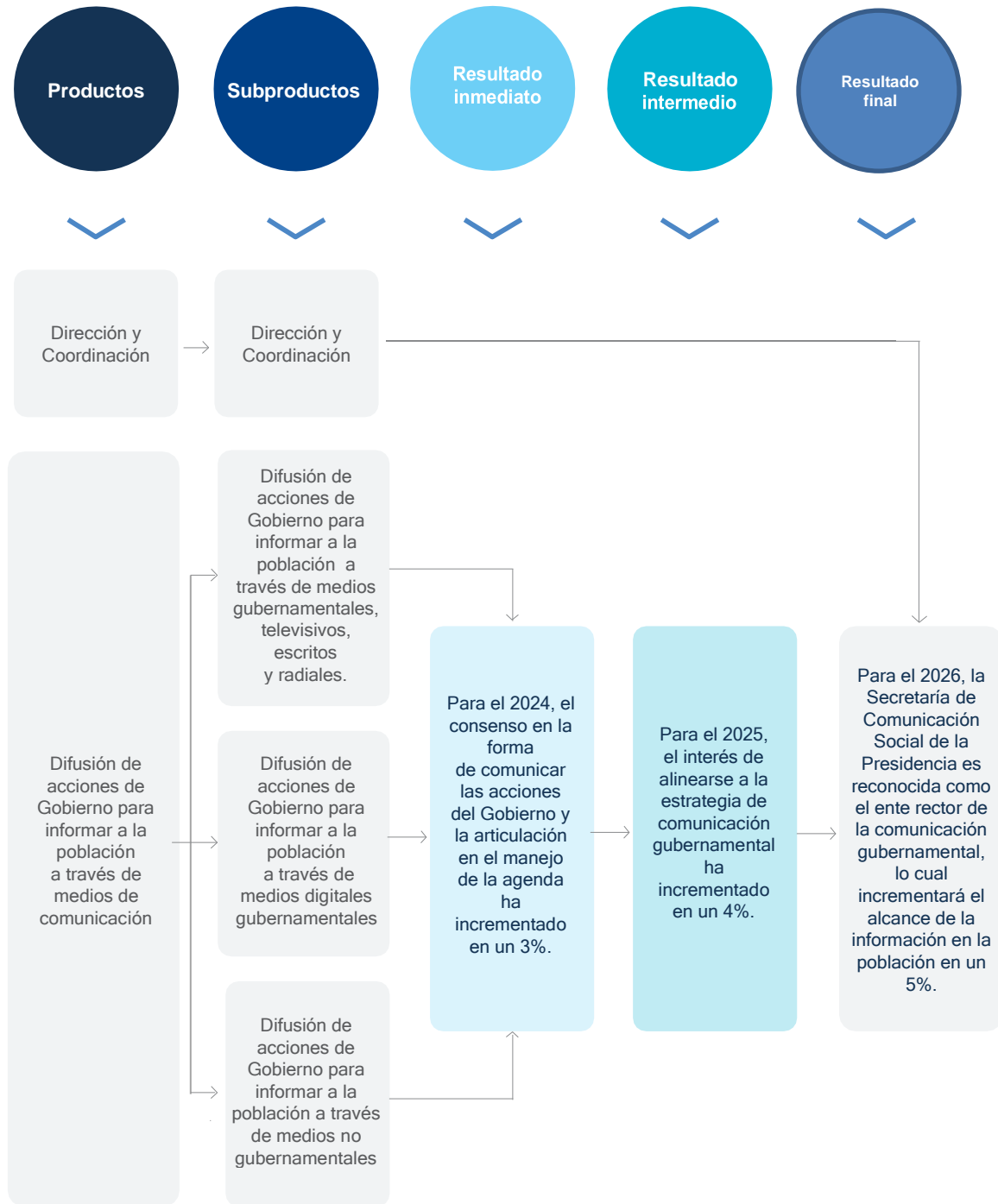
Descripción	Resultado inmediato	Resultado intermedio	Resultado final
Resultados	Para el 2024, el consenso en la forma de comunicar las acciones del Gobierno y la articulación en el manejo de la agenda ha incrementado en un 3%.	Para el 2025, el interés de alinearse a la estrategia de comunicación gubernamental ha incrementado en un 4%.	Para el 2026, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia es reconocida como ente rector de la comunicación gubernamental, lo cual incrementará el alcance de la información en la población guatemalteca en un 5%.
Indicador estratégico	Divulgación de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación gubernamentales y comerciales		
Indicadores generales	Atención a coberturas de agenda	Publicaciones en Sala de Prensa	Atención a coberturas de agenda
	Atención a medios de comunicación	Recursos de Sala de Prensa	Conferencias de prensa
	Solicitudes de medios de comunicación	Formación y capacitación de comunicadores del OE	Comparecencias del Presidente
	Síntesis de medios	Apoyo interinstitucional	Entrevistas a medios de comunicación
	Publicación de producciones especiales	Publicaciones en redes sociales	Publicaciones de comunicados de prensa
	Publicación de campañas de comunicación	Seguidores de redes sociales	Publicación de discursos

Fuente: Elaboración propia, con base al Sistema de Seguimiento por Indicadores Acciones que Cuentan de la SCSP.

Modelo lógico de la estrategia

El siguiente modelo muestra, de forma concatenada, la entrega de los productos establecidos para la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, con relación al resultado estratégico planteado, por lo que se muestran únicamente aquellos subproductos directamente relacionados con la cadena de resultados previamente definida.

Modelo lógico



Fuente: Elaboración propia. Base Guía para Elaboración de Planes Estratégicos Institucionales y la Guía Conceptual de Planificación y Presupuesto por Resultados.

Marco estratégico Institucional

Los lineamientos estratégicos establecidos para la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia están enfocados a sus funciones delegadas en el artículo 12 de la Ley del Organismo Ejecutivo, Decreto 114-97 del Congreso de la República de Guatemala. Los principios y valores se encuentran ligados con los ideales de la organización, basados en normas éticas de honestidad, calidad e integridad en el desarrollo de las actividades laborales, y los objetivos, general, estratégicos y específicos están directamente relacionados con el mandato legal y la creación de estrategias de comunicación que faciliten la producción y divulgación de contenido informativo.

Visión

Ser la institución reconocida como la principal fuente de información gubernamental y consulta oficial a nivel nacional e internacional a través de credibilidad, transparencia y avances tecnológicos.

Misión

Somos la institución rectora de la comunicación oficial del Gobierno de Guatemala que se encarga de divulgar de forma inclusiva, ágil y verídica, a través de medios de comunicación y sistemas innovadores, los planes, programas y acciones gubernamentales, en cumplimiento del mandato legal, valores y principios democráticos.

Principios y valores

Valores/principios	Descripción
Veracidad	Poseer un alto valor moral positivo, que busca siempre la verdad. Los servidores públicos que laboran en la Secretaría deben ser personas sinceras, honestas y francas, que tomen siempre como referencia la idea de la veracidad.
Respeto	El servidor público debe ser una persona capaz de tener la consideración debida, debe expresar una consideración por los demás, que se traduzca en una sana sumisión.
Probidad	Es la cualidad que define a una persona íntegra y recta. Ser probo es ser transparente, auténtico y actuar de buena fe. En ese sentido, la probidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, y guarda estrecha relación con la honestidad, la veracidad y la franqueza.

Vocación de servicio	Fundamento de la administración pública. Priorizar el beneficio colectivo por encima del beneficio particular; actitud permanente de colaboración hacia los demás, en la búsqueda del bien común.
Honestidad	Todo servidor público que labore en la Secretaría de Comunicación Social debe distinguirse por ser una persona decorosa, recatada, proba, recta, honrada e íntegra.
Transparencia	Exige ser claro y evidente, que se comprenda sin duda ni ambigüedad.

Objetivo general

Informar sobre las acciones del Gobierno de Guatemala en beneficio de los guatemaltecos en cumplimiento del mandato legal y los principios institucionales.

Objetivos estratégicos y específicos

Objetivos estratégicos

1. Formular, coordinar y ejecutar la política de comunicación del Gobierno de Guatemala.
2. Implementar las estrategias de comunicación aplicando nuevas tendencias tecnológicas y recursos humanos y materiales necesarios.
3. Producir material informativo con altos estándares de calidad y difundirlo de forma masiva.

Objetivos específicos

- 1.1 Definir las estrategias de comunicación con base en las prioridades del Gobierno de Guatemala a corto y mediano plazo.
- 1.2 Establecer convenios interinstitucionales para cumplir en el corto plazo las funciones asignadas en las estrategias de comunicación.
- 2.1 Identificar las herramientas tecnológicas a través de estudios y diagnósticos de forma constante que permitan comunicar a la población las acciones del Gobierno de Guatemala.
- 2.2 Planificar y asignar recursos a los principales proyectos tecnológicos y campañas de comunicación durante cada ejercicio fiscal.
- 3.1 Desarrollar procesos permanentes de formación integral para fortalecer las competencias de las áreas encargadas de la comunicación del Gobierno central.
- 3.2 Generar constantemente material informativo de forma estratégica e inclusiva a través del fortalecimiento institucional.
- 3.3 Ampliar de forma continua la divulgación de contenido informativo, por medio de la coordinación del Sistema Nacional de Información y la inversión en distintos canales de comunicación privados.

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 - Ubicación estratégica dentro del Organismo Ejecutivo</p> <p>F2 - Capacidad técnica de personal para desarrollar productos de comunicación de calidad</p> <p>F3 - Aprovechamiento de recursos asignados y calidad del gasto.</p> <p>F4 - Cobertura de la agenda política de la Presidencia de la República</p> <p>F5 - Existencia y fortalecimiento de la Dirección de Relaciones Interinstitucionales para fungir como vínculo ante los medios de comunicación</p> <p>F6 - Instalaciones en el Palacio de la Cultura lo cual facilita la operatividad y servicio de las áreas sustantivas</p> <p>F7 - Capacidad instalada par hacer transmisiones en directo</p> <p>F8 - Sistema de Seguimiento de indicadores de impacto y metas institucionales</p> <p>F9 - Implementación de la Clínica Médica Institucional</p> <p>F10 - Marco estratégico institucional (Misión, visión y objetivos) actualizado</p> <p>F11 - Existencia de portales de acceso inmediato de información gubernamental (AGN y Sala de Prensa)</p> <p>F12 - Compromiso de las autoridades y de personal para formulación de la Política de Comunicación</p> <p>F13 - Red de comunicadores con alcance nacional</p> <p>F14 - Capacidad de reacción inmediata entre situaciones emergentes</p> <p>F15 - Equipo Especializado de audio institucional que evita depender de las contrataciones externas</p>	<p>D1 - Deficiente sistematización de procesos internos</p> <p>D2 - Falta de estrategias de profesionalización y desarrollo personal</p> <p>D3 - Falta de una internet o sistema informático que permita la socialización de formatos, instrumentos administrativos y demás información de uso interno</p> <p>D4 - Reglamento Orgánico interno vigente no responde a las necesidades y realidad actual de la estructura de funcionamiento de la Secretaría</p> <p>D5 - Áreas organizacionales que carecen de documento que oficialice su creación y estructura</p> <p>D6 - Existencia de manuales de organización y funciones de normas y procedimientos actualizados</p> <p>D7 - Inexistencia de un sistema informático institucional que permita operar el seguimiento de los indicadores y metas institucionales</p> <p>D8 - Inexistencia de Política de Comunicación del Gobierno de Guatemala</p> <p>D9 - Alta carga laboral y mala distribución de personal en la Dirección de Producción y Logística</p> <p>D10 - La falta de personal en la Unidad de Medios, aunada a la alta carga laboral en gestiones administrativas en procesos de contratación para servicios de pauta publicitaria, dificultan la generación de acciones estratégicas apegadas a la negociación y generación de planes de medios</p> <p>D11 - Limitado espacio físico</p> <p>D12 - Falta de capacidad instalada para servicios de traslado de personal y equipo</p> <p>D13 - Inexistencia de un plan de mantenimiento preventivo, correctivo y actualización de equipo</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 - Posicional a la SCSIP como rectora del Sistema Nacional de Información, integrando a los medios oficiales noticiosos: TOW, Canal de Gobierno, Diario de CentroAmérica, AGN</p> <p>O2 - Fortalecimiento en el proceso de difusión del sistema Alba Kenneth e Isabel Claudina por parte de todas las instituciones involucradas</p> <p>O3 - Convenios y alianzas con instituciones educativas para el fortalecimiento de las capacidades y especialización en la rama de ciencias de la comunicación</p> <p>O4 - Convenios y alianzas estratégicas con la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala para la producción de material inclusivo</p> <p>O5 - Avances tecnológicos y creación de nuevos sistemas de medición de audiencia (a través de cooperación)</p> <p>O6 - Participación de medios de comunicación locales en el interior de la República a los diversos eventos de contratación pública</p> <p>O7 - Acuerdos establecidos en las políticas públicas en las que se establece la participación / corresponsabilidad de la SCSIP</p> <p>O8 - Intercambio de experiencias con otras instituciones para la reestructuración institucional</p>	<p>A1 - La proliferación de actores desestabilizadores</p> <p>A2 - Elevación en los costos de pauta o compra de espacios publicitarios</p> <p>A3 - Bajo interés de medios de comunicación para ofertar sus servicios al sector público, derivado del proceso de calificación ante el RCAF</p> <p>A4 - Cambios recurrentes en altos mandos de la gestión gubernamental</p> <p>A5 - Desinformación o manipulación de información</p> <p>A6 - Limitada asignación presupuestaria</p> <p>A7 - Actividades emergentes producen mayor error en los procesos internos administrativos</p> <p>A8 - Desgaste de la figura presidencial en momentos de crisis mediáticas</p> <p>A9 - La falta de competencias y profesionalización en el personal de las unidades de comunicación del resto de instituciones del Organismo Ejecutivo</p>
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>F01 - Establecer la estructura organizacional del Sistema Nacional de Información, dentro del proyecto de actualización del ROI, definiendo los roles y responsabilidades para su funcionamiento</p> <p>F02 - Establecer en la política de comunicación, la creación de convenios y alianzas con la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala, y adicionar el compromiso con el resto de las instituciones en contar con la especialización de un idioma maya, xinka o garifuna para el personal dedicado a la comunicación gubernamental</p> <p>F03 - Crear y divulgar en Sala de Prensa, el contenido y material de comunicación oficial de forma inmediata y oportuna, considerando con antelación la planificación gubernamental y la proximidad a las decisiones del más alto nivel</p> <p>F04 - Asignar recursos financieros para las adquisiciones o contratación de herramientas informáticas que faciliten mediciones estratégicas para la institución</p> <p>F05 - Incrementar el posicionamiento de la SCSIP ante las instituciones del Organismo Ejecutivo, mediante la proximidad en las decisiones de alto impacto gubernamental</p>	<p>D01 - Fortalecer la fuerza laboral en la Unidad de Informática, que facilite el desarrollo de sistemas informáticos para uso interno de las unidades de Recursos Humanos, Financiera, Adquisiciones y Servicios Generales, facilitando así los procesos y sistemas de control administrativo</p> <p>D02 - Profesionalizar al personal sustantivo que no cuente con título académico que lo acredite como profesional en Ciencias de la Comunicación y que el puesto lo requiera, mediante convenios institucionales con universidades del país</p> <p>D03 - Optimizar el rol estratégico de la Unidad de Medios, independizándola de la Dirección de Producción y Logística, con comunicación directa hacia el Despacho Superior, considerando los cambios pertinentes en la Reestructuración Institucional</p> <p>D04 - Desarrollar planes de captación y capacitación a comunicadores locales para ampliar la oferta de servicios de pauta publicitaria en el interior del país</p>
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>FA1 - Fortalecer la estructura organizacional de la Dirección de Relaciones Interinstitucionales que permita la implementación de nuevos servicios en atención a las necesidades de desarrollo y formación de los comunicadores del Organismo Ejecutivo</p> <p>FA2 - Desarrollar instrumentos orientadores en comunicación social, tales como manuales, evaluaciones, controles y guías de comunicación al servicio de los comunicadores del Organismo Ejecutivo</p>	<p>DA1 - Incrementar la coordinación de la agenda y desarrollar estrategias en conjunto para optimizar el funcionamiento de los medios de comunicación oficiales</p> <p>DA2 - Conformar equipos de respuesta inmediata en momentos de crisis que afecten al Organismo Ejecutivo</p> <p>DA3 - Desarrollar estrategias y lineamientos que orienten el accionar de las vocerías en especial para los temas interinstitucionales</p> <p>DA4 - Desarrollar contenido inclusivo y con mayor cobertura a nivel nacional</p>

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de actores

Para el análisis de los actores se tomaron en cuenta aquellos que establecen alguna relación, sea esta de coordinación, alianza o apoyo a la gestión institucional de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, en los cursos de acción relacionados con la problemática identificada.

Análisis de actores

ACTOR	ROL				Importancia	Poder	Interés	Acciones principales
	Fiscalizador	Facilitador	Aliado	Oponente				
Presidencia de la República		X	X		Alta	Alto	Alto	Actor principal de las funciones de la SCSP
Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia		X			Media	Medio	Medio	Asesora en planeación estratégica.
Ministerio de Finanzas Públicas		X	X		Alta	Alto	Alto	Proporciona recursos financieros para funcionamiento.
Unidades de comunicación de entidades del Estado			X		Alta	Medio	Medio	Trasladan información a través de medios de comunicación.
Medios comerciales de comunicación		X		X	Alta	Medio	Alto	Trasladan información a la población.
Medios de comunicación gubernamentales		X	X		Alta	Medio	Alto	Trasladan información a la población.
Oficina Nacional de Servicio Civil		X			Media	Medio	Medio	Revisa y aprueba documentación de funcionamiento del RR. HH.
Congreso de la República	X				Alta	Medio	Alto	Fiscaliza recursos presupuestarios y procesos internos.
Contraloría General de Cuentas	X				Media	Medio	Alto	Fiscaliza recursos presupuestarios y procesos internos
Secretaría General de la Presidencia		X			Media	Alto	Alto	Revisa y aprueba documentación de la SCSP.
Gobernadores		X	X		Media	Medio	Alto	Apoyan visitas presidenciales y trasladan información.
Proveedores		X			Media	Bajo	Medio	Proporcionan insumos para funcionamiento.
Procuraduría General de la Nación		X	X		Alta	Alto	Medio	Informa Alerta Alba Keneth para su aplicación.
Alcaldes		X	X		Media	Bajo	Alto	Apoyan visitas presidenciales y trasladan información.
Instituciones públicas		X	X		Alta	Alto	Alto	Generan información para ser comunicada a la población.

Fuente: Elaboración propia.

Seguimiento a nivel estratégico

Grupo de trabajo técnico institucional - GTTI

Con el objeto de dar seguimiento a la estrategia de comunicación gubernamental, la SCSP se organiza a través del GTTI, la entrega mensual de los productos, indicadores y propuestas de ajustes de acuerdo con el comportamiento de la ejecución mensual.

Para el efecto, el GTTI lo componen las siguientes áreas de trabajo:

- Unidad de Planificación
- Unidad de Administración Financiera
- Unidad de Información Pública
- Dirección de Producción y Logística
- Dirección de Información y Prensa
- Dirección de Relaciones Interinstitucionales
- Dirección de Monitoreo y Análisis de Medios de Comunicación

Mecanismos de seguimiento

Con el propósito de verificar el cumplimiento de las metas, así como de identificar oportunidades de mejora, el mecanismo de seguimiento establecido permitirá determinar el avance de los resultados y metas definidos para el periodo 2024-2028, identificando a los responsables de dicho mecanismo, los que se describen a continuación:

Etapa	Unidad responsable	Responsabilidad
Planificación estratégica	Despacho Superior	Establecer la línea estratégica.
	Unidad de Planificación	Desarrollar la metodología establecida por el ente rector de la planificación.
Formulación	Unidad de Planificación	Formular resultados, indicadores y metas.
	Dirección de Producción y Logística	
	Unidad de Administración Financiera	Formular el presupuesto financiero de acuerdo con la programación del recurso humano e insumos.
Aprobación	Despacho Superior	Aprobar mediante documento oficial la Planificación Institucional.
	Dirección General	Aprobar ejecución mensual.

Implementación	Despacho Superior	Notificar la entrada en vigor de la Planificación Institucional a la Unidad de Planificación y UDAF.
	Unidad de Planificación	Socializar al resto de direcciones y unidades de la Secretaría, mediante la publicación del documento de aprobación.
	Unidad de Información Pública	Publicar en la página web de la SCSP.
Seguimiento	Unidad de Planificación	Monitorear mensual, cuatrimestral y anualmente la planificación institucional, mediante el registro en los sistemas gubernamentales.
	Dirección de Producción y Logística	Ejecutar mensualmente las metas físicas de producción y reporte mensual de indicadores.
	Dirección de Información y Prensa	
	Dirección de Relaciones Interinstitucionales	Reporte mensual de indicadores.
Dirección de Monitoreo y Análisis de Medios de Comunicación		
Evaluación	Unidad de Planificación	Elaborar informes de ejecución y resultados cuatrimestrales y anuales para las entidades de control gubernamental.

Indicadores a nivel estratégico

Con el propósito de verificar el cumplimiento de las metas y de identificar oportunidades de mejora, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia toma como fuente de información, algunos indicadores incluidos en el plan de acción de la Política de Comunicación Social de la Presidencia de la República de Guatemala.

Por otro lado, creó un sistema de seguimiento de indicadores de impacto, indicadores de resultado inmediato, intermedio y final, así como de seguimiento y evaluación de las metas de producción física denominado Acciones que Cuentan.

Dicho sistema tiene por objetivo la recopilación, integración y consolidación de los indicadores de gestión que agrupa diferentes niveles de indicadores, desde indicadores de impacto hasta específicos, los que permitirán determinar el avance de los resultados y metas definidos para el período 2024-2028. Estos se describen a continuación:

Indicadores a nivel estratégico



Fuente: Elaboración propia.

Matriz PEI

Resumen de resultados, metas e indicadores

Vinculación institucional							Resultado institucional			Nombre del indicador	Línea base *			Fórmula de cálculo	Magnitud del indicador (meta a alcanzar)			
Prioridad Nacional de Desarrollo	Meta Estratégica de Desarrollo	99 metas (16 + 83)	Política General de Gobierno 2020-2024				RED	Descripción de resultado	Nivel de resultado			Año	Dato absoluto		Dato relativo %	Dato absoluto	Dato relativo %	
			Pilar	Objetivo Sectorial	Acción Estratégica	Meta			Final		Intermedio							Inmediato
7. Fortalecimiento institucional, seguridad y justicia	16. Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles	Meta 16.6: Crear instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles	Estado responsable, transparente y efectivo	Impulsar el mejoramiento del servicio civil, la meritocracia, transparencia, control y rendición de cuentas	Crear un sistema nacional que promueva los principios y valores de la transparencia y la ética pública; mejorar la imagen de los funcionarios e instituciones públicas	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico	N/A	Para el 2028, la rectoría de la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia en comunicación gubernamental permite incrementar el alcance de la información oficial en un 5 % a la población guatemalteca	x			2022	14,065	100%	Número de eventos programados / Número de eventos ejecutados	62,399	100%	

Seguimiento a nivel estratégico

Ficha de indicador 1

Ficha del indicador (seguimiento)					
Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia				
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de medios televisivos gubernamentales				
Categoría del Indicador	Resultado inmediato				
Meta de la Política General de Gobierno asociada	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.				
Política Pública Asociada	N/A				
Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se transmiten para informar a la población como parte de la programación diaria de la televisión gubernamental.				
Interpretación	Transmisión de información gubernamental a través de Canal de Gobierno.				
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados				
Ámbito geográfico	Nacional	Regional	Departamento	Municipio	
	x				
Frecuencia de la medición	Mensual	Cuatrimestral	Semestral	Anual	
	x				
Tendencia del Indicador	2024	2025	2026	2027	2028
Años					
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%
Línea Base					
Año	Meta en datos absolutos				
2022	365				
Medios de Verificación					
Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual				
Unidad Responsable	Dirección de Producción y Logística				
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente				
Plan Operativo Multianual					
Producción asociada al cumplimiento de la meta					
Productos	Indicadores	Subproductos	Indicadores		
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados		
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios televisivos gubernamentales	Transmisión a través de medios televisivos gubernamentales		

Ficha de indicador 2

Ficha del indicador (seguimiento)

Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de medios escritos gubernamentales
Categoría del Indicador	Resultado inmediato
Meta de la Política General de Gobierno asociada	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.
Política Pública Asociada	N/A

Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se publican para informar a la población como parte de la programación diaria de divulgación a través de publicación en contraportadas del Diario de Centro América.
Interpretación	Divulgación de información mediante la publicación de contraportadas del DCA.
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados

Ámbito geográfico	Nacional	Regional	Departamento	Municipio
	x			
Frecuencia de la medición	Mensual	Cuatrimstral	Semestral	Anual
	x			

Tendencia del Indicador	2024	2025	2026	2027	2028
Años					
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%

Línea Base	
Año	Meta en datos absolutos
2022	615

Medios de Verificación	
Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual
Unidad Responsable	Dirección de Producción y Logística y Dirección de Información y Prensa
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente

Plan Operativo Multianual			
Producción asociada al cumplimiento de la meta			
Productos	Indicadores	Subproductos	Indicadores
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios escritos gubernamentales	Publicación a través de medios escritos gubernamentales

Ficha de indicador 3

Ficha del indicador (seguimiento)

Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de medios radiales para informar a la población
Categoría del Indicador	Resultado inmediato
Meta de la Política General de Gobierno asociado	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.
Política Pública Asociada	N/A

Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se publican para informar a la población como parte de la programación diaria de divulgación a través de la radio nacional TGW.
Interpretación	Transmisión de información mediante la radio nacional TGW.
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados

Ámbito geográfico	Nacional	Regional	Departamento	Municipio
	x			
Frecuencia de la medición	Mensual	Cuatrimestral	Semestral	Anual
	x			

Tendencia del Indicador	2024	2025	2026	2027	2028
Años					
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%

Linea Base	
Año	Meta en datos absolutos
2022	365

Medios de Verificación	
Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual
Unidad Responsable	Dirección de Producción y Logística
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente

Plan Operativo Multianual			
Producción asociada al cumplimiento de la meta			
Productos	Indicadores	Subproductos	Indicadores
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios radiales gubernamentales	Publicación a través de medios radiales gubernamentales

Ficha de indicador 4

Ficha del indicador (seguimiento)	
Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de pago de pauta publicitaria para informar a la población
Categoría del Indicador	Resultado intermedio
Meta de la Política General de Gobierno asociado	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.
Política Pública Asociada	N/A
Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se publican a través de la compra de espacios publicitarios de forma mensual para informar a la población por medios de comunicación comerciales
Interpretación	Divulgación de información mediante la contratación de espacios publicitarios en medios de comunicación comerciales
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados

Ámbito geográfico				
	Nacional	Regional	Departamento	Municipio
	x			
Frecuencia de la medición				
	Mensual	Cuatrimestral	Semestral	Anual
	x			

Tendencia del Indicador					
Años	2024	2025	2026	2027	2028
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%

Medios de Verificación	
Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual
Unidad Responsable	Dirección de Producción y Logística
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente

Producción asociada al cumplimiento de la meta			
Productos	Indicadores	Subproductos	Indicadores
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación no gubernamentales	Pauta mensual a través de medios de comunicación no gubernamentales

Ficha de indicador 5

Ficha del indicador (seguimiento)	
Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de redes sociales gubernamentales para informar a la población
Categoría del Indicador	Resultado inmediato
Meta de la Política General de Gobierno asociada	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.
Política Pública Asociada	N/A

Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se publican diariamente para informar a la población en medios digitales gubernamentales
Interpretación	Divulgación de información mediante la publicación de información en redes gubernamentales
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados

Ámbito geográfico	Nacional	Regional	Departamento	Municipio
	x			
Frecuencia de la medición	Mensual	Cuatrimstral	Semestral	Anual
	x			

Tendencia del Indicador	2024	2025	2026	2027	2028
Años					
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%

Linea Base	
Año	Meta en datos absolutos
2022	12,661

Medios de Verificación	
Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual
Unidad Responsable	Unidad de Comunicación Digital / Dirección de Información y Prensa
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente

Plan Operativo Multianual			
Producción asociada al cumplimiento de la meta			
Productos	Indicadores	Subproductos	Indicadores
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios digitales gubernamentales	Publicación a través de medios digitales gubernamentales

Ficha de indicador 6

Ficha del Indicador (seguimiento)

Nombre de la institución	Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia
Nombre del Indicador	Difusión de información a través de pago de pauta publicitaria de medios digitales para informar a la población
Categoría del Indicador	Resultado intermedio
Meta de la Política General de Gobierno asociada	Para el año 2023 los 14 ministerios del Estado cuentan con programa de Gobierno Electrónico.
Política Pública Asociada	N/A

Descripción del Indicador	Las acciones de Gobierno se publican a través de la compra de espacios publicitarios de forma mensual para informar a la población en medios digitales no gubernamentales.
Interpretación	Divulgación de información mediante la publicación de información en medios digitales no gubernamentales.
Fórmula de cálculo	No. de eventos programados / No. de eventos ejecutados

Ámbito geográfico	Nacional	Regional	Departamento	Municipio
	x			
Frecuencia de la medición	Mensual	Cuatrimstral	Semestral	Anual
	x			

Tendencia del Indicador	2024	2025	2026	2027	2028
Años					
Valor del indicador (en datos absolutos y relativos)	100%	100%	100%	100%	100%
	Meta en datos absolutos				
	15				
Año	2022				

Medios de Verificación

Procedencia de los datos	Informes de ejecución de la meta física de producción mensual
Unidad Responsable	Dirección de Producción y Logística
Metodología de Recopilación	Mediante formulario interno generado mensualmente

Producción asociada al cumplimiento de la meta

Plan Operativo Multianual	Indicadores	Subproductos	Indicadores
Listar los productos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los productos identificados	Listar los subproductos (bienes o servicios generados por la institución que contribuyen de manera directa o indirecta al cumplimiento de la meta)	Listar los indicadores que corresponden a los subproductos identificados
Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno a través de medios de comunicación	Difusión de acciones de Gobierno para informar a la población a través de medios digitales no gubernamentales	Pauta mensual a través de medios digitales no gubernamentales



Plan Estratégico Institucional — 2024-2028 —



SECRETARÍA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
DE LA PRESIDENCIA