

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA  
LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP-  
DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN  
DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-**

**Trabajo de tesis presentado por:**

**PAULO CÉSAR VILLATORO SÁENZ**

**Previo a conferírsele el título de:**

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Asesora de tesis:**

**Licenciada Ana Rosario Escobar Morataya**

**Guatemala, agosto de 2013**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**CONSEJO DIRECTIVO**

**DIRECTOR**

Lic. Julio Estuardo Sebastián Chilín

**REPRESENTANTES DE DOCENTES**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Bran

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Lic. José Jonathan Girón

Pub. Néstor Anibal de León Velásquez

**REPRESENTANTE DE EGRESADOS**

Lic. Jhonny Michael González Bátres

**SECRETARIA**

M.Sc. Claudia Molina

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

Licda. Ana Rosario Escobar, presidenta

M.A. Amanda Ballina, revisora

Lic. Domingo Chiapas, revisor

Licda. Miriam Yucuté, examinadora

M.A. Juan Alberto González, examinador

M.A. Jairo Alarcón, suplente



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

013-13

Guatemala, 18 de enero de 2013  
Dictamen aprobación 06-13  
Comisión de Tesis

Estudiante

**Paulo César Villatoro Sáenz**

Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.6 del punto 1 del acta 01-2013 de sesión celebrada el 18 de enero de 2013 que literalmente dice:

**1.6 Comisión de Tesis acuerda:** A) Aprobar al (la) estudiante Paulo César Villatoro Sáenz, carné 200418842, el proyecto de tesis: *PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-*. B) Nombrar como asesor(a) a: *Licenciada Ana Rosario Escobar Morataya*.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



088-13

# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 18 de marzo de 2013  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 14-2013

Estudiante  
**Paulo César Villatoro Sáenz**  
Carné **200418842**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Licda. Ana Rosario Escobar Morataya, presidente(a).  
Lic. Mario Toje, revisor(a)  
Lic. Ismael Avendaño, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Ref. ECC-CT-13/2013

Guatemala, 03 de mayo de 2013.

Estudiante  
**Paulo César Villatoro Sáenz**  
Carné **200418842**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Guatemala

Estimada estudiante **Villatoro**:

De manera atenta me dirijo a usted en atención a su solicitud del 29 de abril del presente año, en la cual el Licenciado Julio E. Sebastián Ch. autoriza con su visto bueno, el cambio de revisores para su trabajo de tesis.

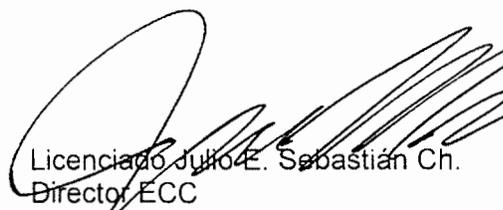
Con base a lo anterior esta comisión nombra a M.A. Amanda Ballina y Licenciado Domingo Chiapas, para que integren el comité revisor y evalúen su informe final de investigación, con el título **PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-**.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



  
Licenciado Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



AM/JESCH/Eunice S.  
Copia: Archivo.



**Autorización informe final de tesis por terna revisora**

Guatemala, 20 de mayo de 20 13

M.A.  
 Aracelly Mérida  
 Coordinadora Comisión de Tesis  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación  
 Edificio de Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel  
 Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a usted que el estudiante Paulo César Villatoro Sáenz

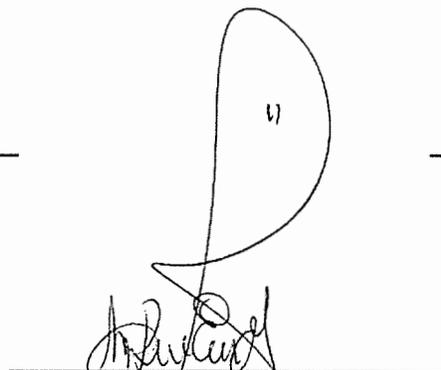
----- Carné No. 2004-18842

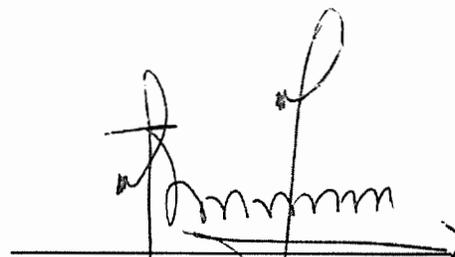
ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es: "Propuesta de Estrategia de Comunicación Social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia - Segeplan".

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
 Miembro Comisión Revisora  
**Lic. Domingo Chiapas**

  
 Presidenta Comisión Revisora  
**Licda. Ana Rosario Escobar**

  
 Miembro Comisión Revisora  
**Licda. Amanda Ballina**



# Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 04 de julio de 2013  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 36-2013

Estudiante  
**Paulo César Villatoro Sáenz**  
Carné **200418842**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-, siendo ellos:

Licda. Ana Rosario Escobar, presidente(a)  
Lic. Domingo Chiapas, revisor(a).  
M.A. Amanda Ballina, revisor(a)  
Licda. Miriam Yucuté, examinador(a).  
M.A. Juan Alberto González, examinador(a).  
M.A. Jairo Alarcón, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

*ID Y ENSEÑAD A TODOS*

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/IEunice S.



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis





# Escuela de Ciencias de la Comunicación

## Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 07 de agosto de 2013  
**Orden de impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 35-2013

Estudiante  
**Paulo César Villatoro Sáenz**  
Carné **200418842**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Villatoro**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título PROPUESTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA PRESIDENCIA -SEGEPLAN-, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados dos ejemplares impresos y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC

Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.



  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



## DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Tú eres mi padre, gracias por enseñarme a apreciar los triunfos y los momentos difíciles de mi existencia, esto me ha enseñado a valorar más la vida que me diste.

A ti Wendy mi esposa y compañera de vida, por iniciar este proyecto profesional conmigo y estar en los buenos y malos momentos, agradecimiento y amor para ti.

Ximena, Camila y Martín, este triunfo es de ustedes mis queridos hijos, los amo incondicionalmente, amor eterno para ustedes. Mi deseo es verlos llegar muy alto, mucho más que yo.

A mi madre María Teresa, este triunfo profesional esta basado en tus enseñanzas que desde niño formaste en mi, finalmente me verás como el profesional que soñaste. Gracias madre por todo.

A mi hermano Abel Fernando<sup>(†)</sup> y mi padre Abel Villatoro<sup>(†)</sup>, quisiera que estuvieran aquí para compartir esta alegría conmigo, los extraño profundamente.

A mis compañeros de trabajo; Otoniel Monroy, Vicky Castillo, Alex Contreras y Karla Herrera, mil gracias por su aporte profesional en este trabajo en lo que a cada uno corresponde, fueron de gran ayuda.

A mis amigos de la univerisdad; Arturo Mondal, Juan José Rubí, Pamela Sosa, Evelyn Folgar y Jorge Carranza, la universidad no hubiera sido tan genial sin ustedes. Ya que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional. Se extrañan los buenos momentos junto a ustedes.

A mis profesores, gracias por su tiempo y enseñanzas, son la base de mi desarrollo como profesional.

A mi asesora de tesis, Ana Rosario Escobar, mil gracias por su apoyo y confianza en este proyecto.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por formarme y enseñarme a “crear” y transmitir ideas, ya que para “crear” primero hay que tener fe.

A la Tricentenaria Universidad de San Carlos de Guatemala, un enorme cariño y compromiso profesional, tu nombre siempre lo pondre en alto.

---

Para aquellos que **luchan**  
la **vida** tiene un **sabor**  
que los conformistas,  
**jamás** conocerán.

---

Para efectos legales,  
únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

# Índice

Resumen .....	i
Introducción .....	iii
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>1</b>
1.1 Título de la investigación .....	1
1.2 Planteamiento del problema .....	1
1.3 Justificación .....	1
1.4 Alcances y límites .....	2
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>5</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
2.1 ¿Que es el Acceso a la Información Pública? .....	5
2.1.1 Vigencia .....	5
2.1.2 Principios de la Ley de Acceso a la información pública .....	5
2.1.3 Objeto de la Ley .....	5
2.2 Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan .....	6
2.2.1 Las ventajas cuantitativas como vehículo de comunicación de la -UAIP de la Segeplan .....	7
2.2.2 Limitaciones .....	7
2.3 Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan- .....	8
2.3.1 Visión .....	8
2.3.2 Misión .....	8
2.4 Acceso a la información .....	8
2.4.1 Administración de documentos .....	9
2.4.2 Archivo .....	9
2.4.3 Baja documental .....	9
2.4.4 Carpeta .....	9
2.4.5 Ciclo de vida de los documentos .....	9
2.4.6 Clasificación .....	10
2.4.7 Conservación .....	10
2.4.8 Cuadro general de clasificación archivística .....	10
2.4.9 Custodia .....	10
2.4.10 Disposición .....	10
2.4.11 Documentación activa .....	10
2.4.12 Documentación histórica .....	11
2.4.13 Documentación semiactiva .....	11
2.4.14 Documento .....	11
2.4.15 Foliación .....	11
2.4.16 Folio .....	11
2.4.17 Fondo documental .....	12
2.4.18 Función .....	12
2.4.19 Guía simple de archivo .....	12
2.4.20 Indización .....	12
2.4.21 Inventarios documentales .....	12
2.4.22 Plazo de conservación .....	12
2.4.23 Plazo de reserva .....	13
2.4.24 Plazo de vigencia administrativa .....	13
2.4.25 Préstamo de documentos .....	13
2.4.26 Préstamo externo de documentos .....	13
2.4.27 Préstamo interno de documentos .....	13
2.4.28 Principio de procedencia y/u orden original .....	13
2.4.29 Principio de respeto al orden original .....	14

2.4.30 Referencia .....	14
2.4.31 Serie documental .....	14
2.4.32 Otros conceptos .....	14
2.5 Comunicación .....	23
2.6 Funciones de la comunicación .....	24
2.7 Tipos de comunicación .....	24
2.7.1 Comunicación humana .....	24
2.7.2 Comunicación verbal .....	24
2.7.3 Comunicación escrita .....	24
2.7.4 Comunicación no verbal .....	24
2.7.5 Comunicación no humana .....	25
2.8 Elementos de la comunicación .....	25
2.9 Comunicación estratégica .....	26
2.9.1 Definir objetivos .....	27
2.9.2 Descripción del público objetivo .....	27
2.9.2.1 Externos .....	28
2.9.2.2 Interno .....	28
2.10 Comunicación institucional u organizativa .....	28
2.11 La organización y sus mensajes corporativos .....	28
2.11.1 El mensaje corporativo .....	29
2.11.2 Formas de comunicación institucional .....	29
2.11.3 Gestión de la imagen .....	30
2.11.4 El comunicador: un estrategia institucional .....	31
2.11.4.1 El papel del comunicador en la emisión de mensajes institucionales .....	31
2.12 El diagnóstico .....	33
2.13 Diagnóstico de comunicación .....	33
2.14 Diagnóstico institucional .....	34

### **CAPÍTULO III** .....

<b>3. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>35</b>
3.1 Tipo de investigación .....	35
3.2 Objetivos .....	35
3.2.1 Objetivo general .....	35
3.2.2 Objetivos específicos .....	35
3.3 Técnicas .....	36
3.3.1 Recopilación de información bibliográfica y documental .....	36
3.3.2 Entrevista semiestructurada .....	36
3.3.3 Encuesta .....	36
3.4 Instrumentos .....	36
3.4.1 Cuestionario .....	36
3.5 Universo .....	36
3.6 Muestra .....	36
3.7 Procedimiento .....	36

### **CAPÍTULO IV** .....

<b>4. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SEGEPLAN</b> .....	<b>37</b>
4.1 Sujetos .....	37
4.1.1 Activos .....	37
4.1.2 Sujetos obligados .....	37
4.2 Procedimiento general (solicitud de información) .....	39
4.3 Autoridad reguladora .....	40
4.4 Recurso de revisión .....	41
4.5 Responsabilidades y sanciones .....	41
4.6 Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan .....	41
4.7 Portal electrónico .....	43

4.8 Resultados.....	43
4.8.1 Desafíos.....	46
4.9 Situación actual.....	47
4.9.1 Esfuerzos realizados .....	47
4.9.1.1 Formas de promover a la -UAIP-.....	47
4.9.2 Análisis de funcionamiento .....	47
4.9.3 Situación de los empleados de la Segeplan con respecto a la -UAIP- .....	48
4.9.3.1 Análisis de las encuestas realizadas a los empleados de la Segeplan.....	51
4.9.4 Situación de los usuarios de la -UAIP- de la Segeplan con respecto a la -UAIP-.....	53
4.9.5 Opinión calificada de la coordinadora de la -UAIP- de la Segeplan, Licda. Julia Artiga .....	56
4.9.6 Entrevista al Subsecretario de Inversión Pública de la Segeplan, Lic. Luis Antonio Catalán.....	58
4.9.7 Análisis F.O.D.A. ....	59
4.9.7.1 Fortalezas .....	59
4.9.7.2 Oportunidades.....	59
4.9.7.3 Debilidades.....	60
4.9.7.4 Amenazas .....	60
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>61</b>
<b>5. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>61</b>
5.1 Objetivo general de comunicación .....	61
5.2 Objetivos específicos .....	61
5.3 Estructura de la estrategia.....	62
5.4 Fases de la estrategia .....	62
5.4.1 Descripción Fase 1, preparación.....	62
5.4.2 Descripción Fase 2, Público Interno .....	63
5.4.3 Descripción Fase 3, Público Externo .....	63
5.5 Detalle de la estrategia de comunicación a utilizar.....	66
5.6 Cronograma de fases.....	69
5.7 Primera fase de la estrategia .....	70
5.7.1 Implementación .....	70
5.7.1.1 Perfil del encargado de comunicación social de la -UAIP-.....	70
5.7.1.2 Objetivo del puesto .....	70
5.7.1.3 Funciones del puesto .....	70
5.7.1.4 Perfil del asistente de comunicación.....	71
5.7.1.5 Objetivo del puesto .....	71
5.7.1.6 Funciones del puesto .....	72
5.7.1.7 Perfil del asistente de promoción.....	72
5.7.1.8 Objetivo del puesto .....	72
5.7.1.9 Funciones del puesto .....	72
5.7.1.10 Perfil de la secretaria .....	72
5.7.1.11 Objetivo del puesto.....	73
5.7.1.12 Funciones del puesto.....	73
5.7.2 Recurso humano .....	73
5.8 Segunda fase de la estrategia .....	73
5.8.1 Implementación .....	73
5.8.1.1 Plan estratégico institucional.....	73
5.9 Tercera fase de la estrategia .....	74
5.9.1 Fortalecimiento de la comunicación externa.....	74
5.9.1.1 Carpeta institucional .....	74
5.10 Propuesta de presupuesto estimado para la ejecución de la estrategia .....	75
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>77</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>79</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>81</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>83</b>

# ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICAS

## CUADROS

Cuadro 1	Solicitudes de información por año -UAIP-, Segeplan .....	44
Cuadro 2	Solicitudes de información resueltas por enlaces -UAIP-, Segeplan.....	46
Cuadro 3	Integración de estrategias, medios y productos.....	65
Cuadro 4	Fase I - Generación de condiciones .....	66
Cuadro 5	Fase II - Público interno .....	66
Cuadro 6	Fase III - Público externo.....	68
Cuadro 7	Cronograma de las fases .....	69
Cuadro 8	Presupuesto .....	75

## GRÁFICAS

Gráfica 1	Solicitudes de información por año -UAIP-, Segeplan .....	44
Gráfica 2	Solicitudes de información por sexo -UAIP-, Segeplan .....	44
Gráfica 3	Formas de solicitud información -UAIP-, Segeplan .....	45
Gráfica 4	Solicitudes de información atendidas por mes -UAIP-, Segeplan .....	45
Gráfica 5	Visibilidad de la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan.....	49
Gráfica 6	Consideración de usuarios de la -UAIP- sobre la correcta estrategia de comunicación .....	49
Gráfica 7	Consideración de usuarios de la -UAIP- sobre el uso correcto de la plataforma virtual.....	50
Gráfica 8	Consideración de usuarios de la -UAIP- sobre la sede física e infraestructura de la -UAIP- .....	50
Gráfica 9	Calificación de usuarios internos y externos de la comunicación utilizada por la -UAIP-.....	51
Gráfica 10	Conocimiento de los servicios que presta la -UAIP-, Segeplan.....	53
Gráfica 11	Tiempos de respuesta .....	54
Gráfica 12	Canales utilizados para la solicitud de información .....	54
Gráfica 13	Frecuencia de solicitudes .....	55
Gráfica 14	Consideración sobre el rol de la -UAIP- de la Segeplan.....	55
Gráfica 15	Consideración sobre el trabajo, atención y tiempo de respuesta de la -UAIP- de la Segeplan....	56

## RESUMEN

<b>Título:</b>	Propuesta de Estrategia de Comunicación Social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan-.
<b>Autor:</b>	Paulo César Villatoro Sáenz
<b>Universidad:</b>	San Carlos de Guatemala
<b>Unidad Académica:</b>	Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Problema investigado:** La Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan- actualmente ostenta el segundo lugar a nivel estatal en agilidad y prontitud en la entrega de las solicitudes presentadas. Surge entonces la necesidad de contar con mayor promoción para esta unidad y empoderarla para que su gestión sea visualizada en todos los ámbitos del Estado y del país.

Por tal razón, el estudio propone una Estrategia de Comunicación Social, con la finalidad de visibilizar en mayor forma a la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- y que esta se proyecte como una impulsadora de la transparencia en la Secretaría de Planificación.

**Instrumentos utilizados:** Entrevistas con preguntas semi-estructuradas; encuestas de selección múltiple y abiertas; recopilación de información bibliográfica y documental.

**Procedimiento para obtener datos e información:** Se realizó una revisión bibliográfica sobre el tema “Transparencia y Acceso a la Información Pública” aplicadas al Estado de Guatemala para luego definir la idea y efectuar el estudio en la -UAIP- de Segeplan.

**Instrumentos utilizados:** Se solicitó permiso a las autoridades de Segeplan, para realizar la investigación. Posteriormente se realizó una entrevista con preguntas semi-estructuradas a la encargada de la Unidad de Acceso a la Información de Segeplan, para obtener datos, antecedentes, referentes de operación de la unidad, que servicio presta a la población y que apoyo en el tema de Comunicación tiene la Unidad, con los cuales basar la investigación.

Al mismo tiempo se entrevistó a empleados de la Segeplan para tener referencias del funcionamiento de la -UAIP- y qué percepción tienen de la Unidad, también se tomó una muestra aleatoria, dentro de los encargados de divulgación de información de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, -Segeplan- con el fin de obtener información del funcionamiento de -UAIP- e indagar que canales internos y externos se usan para su correcta promoción en el Estado.

## INTRODUCCIÓN

En septiembre de 2008, el Congreso de la República aprobó la Ley de Acceso a la Información Pública -LAIP-, Decreto 57-2008, la cual entró en vigencia el 20 de abril de 2009. El 04 de marzo de 2009 por medio del Acuerdo Interno número 068-2009 la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan- creó la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- bajo la dependencia directa del Despacho Superior; el 01 de abril de 2011 un nuevo acuerdo interno, 69-2011, determinó que dicha Unidad dependería de la Dirección de Asuntos Jurídicos, a la fecha aún esta bajo esa figura. En cumplimiento a la ley la Segeplan creó la -UAIP- a partir de esa fecha.

El propósito de la Unidad es brindar transparencia, eficiencia a las solicitudes de información pública de oficio presentadas a la misma, teniendo como principios básicos la máxima publicidad, transparencia, gratuidad, sencillez y celeridad. La Unidad está basada en normas y procedimientos para garantizar a toda persona, natural o jurídica, el acceso a la información o actos de la administración pública, la cual se encuentre en archivos, fichas, registros, bases, bancos de datos o cualquier otra forma de almacenamiento de los mismos.

La Segeplan recibió 283 solicitudes de información procedentes de la capital y los departamentos y 3,479 consultas al Portal de la Unidad de Acceso a la Información Pública, UAIP en el año 2010. El 43% correspondió a la sede central y 57% a las delegaciones departamentales. El comportamiento mayor se reflejó durante los meses de abril y octubre.

Las solicitudes fueron canalizadas a través de los enlaces de las direcciones, subdirecciones y/o unidades administrativas, siendo las delegaciones departamentales las que recibieron y resolvieron la mayor parte. A la de Chimaltenango le correspondió un 20%; Alta Verapaz 15%; Suchitepéquez 14%; Zacapa 14% y Quiché 10%. El 45.9% de la información fue requerida por hombres y 39.6% por mujeres, 14.5% correspondió a distintas instituciones. (Informe Anual 2010, Solicitudes de información pública de la ley de acceso a la información pública).

El Artículo 42 de la LAIP señala que la UAIP debe emitir una resolución dentro de los diez días siguientes. Hay que resaltar que Segeplan resolvió y entregó la información a 207 requerimientos, en un día (73%); en dos días 20 (7%); en tres días 14 (5%); en cuatro días 11 (4%); en cinco días 9 (3%); en seis días 8 (3%); en siete días 5 (2%); en ocho días 3 (1%); en nueve días 3 (1%) y con ampliación de plazo 3 (1%). (Informe Anual 2010, Solicitudes de información pública de la ley de acceso a la información pública).

Lo anterior muestra la gran importancia que tiene la - UAIP-, por esa razón es necesario la promoción y divulgación de este servicio a la ciudadanía. Se busca con la estrategia de comunicación fortalecer a la Unidad de Acceso a la Información Pública y así elevar la imagen que se tiene de la transparencia en el acceso a la información.

A nivel institucional, Segeplan alcanzó la calificación más alta, cien puntos, en el ejercicio de monitoreo realizado por la Comisión para la Transparencia y Combate a la Corrupción de la Vicepresidencia de la República. Para establecer el porcentaje de cumplimiento de la Información Pública de Oficio que según la Ley de Acceso a la Información Pública están obligados a mantener en los sitios Web en Internet de todos los sujetos obligados, la Segeplan cumplió con todos los indicadores que exige la Comisión otorgándole la calificación mencionada.

Por tal razón es necesario la Propuesta de Comunicación Social para la Unidad de Acceso a la Información Pública ya que por el mandato gubernamental que tiene se hace necesario su socialización con la población que tiene derecho a la consulta transparente de archivos, historia institucional, y documentación oficial.

En ese sentido el presente estudio contiene cinco capítulos, en donde el lector encontrará el desarrollo de la investigación.

En el capítulo inicial se define la problemática de comunicación que esta unidad tiene en el sentido de divulgación y promoción de sus actividades.

En el segundo se hace una reseña de la unidad así como de conceptos básicos de comunicación, estrategia, comunicación institucional, y diagnóstico que sirve de base fundamental para la investigación.

Luego, en el tercer capítulo se aborda la metodología que se usó, tipo de investigación, técnicas de recolección de datos y los instrumentos que sirvieron de complemento para el estudio.

El capítulo cuarto contiene el diagnóstico realizado de la unidad, así como las entrevistas, gráficas de los resultados, de las encuestas y el análisis FODA, como determinante de la estrategia a utilizar.

Y por último en el capítulo quinto se presenta la propuesta de la estrategia de Comunicación Social para promover y elevar la imagen de la -UAIP- de la Secretaría de Planificación de la Presidencia -Segeplan-.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO CONCEPTUAL

### 1.1 Título de la investigación:

Propuesta de Estrategia de Comunicación Social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan-.

### 1.2 Planteamiento del problema:

El estudio busca conocer cómo y cuáles son las formas de Comunicación existentes en la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación de la Presidencia -Segeplan-, así como determinar las barreras de comunicación existentes y cómo inciden las estrategias comunicacionales que se adoptan para incentivar la participación de los usuarios de la información, buscando hacer ser accesible y transparente la información pública, mediante una visibilización de la -UAIP- de la Segeplan en forma ágil y eficiente.

### 1.3 Justificación:

El aporte de un estudio completo sobre cómo se da la comunicación en la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan-, permitirá a su vez, identificar y determinar cómo se dan los mensajes para promover la Ley de Libre Acceso a la Información Pública, en el marco de la realización y alcance de los intereses institucionales y del Estado.

El presente estudio refiere que la Ley de Libre Acceso a la Información Pública -LAIP-, busca que los ciudadanos tengan lo que por derecho les pertenece, todo el cúmulo de trabajo de todas las instituciones que conforman el Estado y que por ley le obliga a dar a cualquier ciudadano que los solicite, promoviendo la transparencia.

Ya que la Ley de Libre Acceso a la Información Pública, forma parte importante de la transparencia de los nuevos giros que el Estado de Guatemala quiere difundir, es importante la generación de herramientas efectivas de promoción y utilización de la misma para que vincule a los ciudadanos con los procesos técnico administrativos que regula el Estado y este a su vez tome en cuenta propuestas de la población en distintos temas de orden público.

En el marco de la Ley es importante socializar aún más con la población, ya que existen sectores que no tiene conocimiento de lo que por derecho tienen, que es poder acceder a la información.

Los documentos administrados por la Segeplan se consideran de gran importancia y con un gran valor para el acervo cultural del Estado de Guatemala. Por tal razón el presente estudio destaca y promueve el acceso a los mismos, por medio de los canales de comunicación correctos para evidenciar la transparencia en el manejo de la información pública.

#### **1.4 Alcances y límites:**

##### **Objeto del estudio**

Proponer una Estrategia de Comunicación para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación de la Presidencia, -Segeplan-, con el grupo objetivo que hace uso de la información.

##### **Ámbito geográfico:**

Departamento de Guatemala, ciudad de Guatemala.

##### **Ámbito institucional:**

La presente investigación se realizó en las instalaciones de la Secretaría de Planificación de la Presidencia -Segeplan-.

##### **Ámbito poblacional:**

La investigación se enfocó con la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Segeplan.

##### **Ámbito temporal:**

El estudio se efectuó durante los meses de enero a diciembre de 2011 y de enero a junio de 2012.

##### **Límites:**

El proceso de investigación presenta varios indicadores o elementos , las cuales no se tomarán en cuenta, por lo tanto se plantean a continuación:

1. Quedan excluidas las Unidades de información Pública de otras entidades del Estado de Guatemala.
2. La investigación se realizó con UAIP de la Segeplan con datos existentes desde el año 2009. Los cambios anteriores a esa fecha no fueron tomados en cuenta.





## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ¿Que es el Acceso a la Información Pública?

“Es la garantía que por Ley Decreto 57-2008, permite a toda persona, natural o jurídica. el acceso a la información o actos de la Administración Pública. Que se tengan en archivos, fichas, registros, bases de datos, banco de datos o cualquier otra forma de almacenamiento de datos. Entre otros sujetos obligados también se encuentran:

- Todas las entidades centralizadas, descentralizadas y autónomas.
- El Instituto de Fomento Municipal.
- Gobernaciones Departamentales.
- Municipalidades.
- Consejos de Desarrollo Urbano y Rural.

##### 2.1.1 Vigencia

La Ley cobra vigencia a partir del 23 de octubre de 2008 en sus artículos 6 y 68 y el resto de los artículos cobraron vigencia dentro de los 180 días siguientes a su publicación, (21/04/2009).

##### 2.1.2 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”. (Artículo 6 del Decreto Número 57-2008 del Congreso de la República, Ley de Acceso a la Información Pública)

##### 2.1.3 Objeto de la Ley

La Ley de Acceso a la Información Pública tiene por objeto:

1. 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 por la presente ley;
2. Garantizar a toda persona individual el derecho a conocer y proteger los datos personales de lo que de ella conste en archivos estatales, así como de las actualizaciones de los mismos;
3. Garantizar la transparencia de la administración pública y de los sujetos obligados y el derecho de toda persona a tener acceso libre a la información pública;
4. Establecer como obligatorio el principio de máxima publicidad y transparencia en la administración pública y para los sujetos obligados en la presente ley;
5. Establecer, a manera de excepción y de manera limitativa, los supuestos en que se restrinja el acceso a la información pública;
6. Favorecer por el Estado la rendición de cuentas a los gobernados, de manera que puedan auditar el desempeño de la administración pública;
7. Garantizar que toda persona tenga acceso a los actos de la administración pública.

## **2.2 Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan**

En septiembre de 2008, el Congreso de la República aprobó la Ley de Acceso a la información Pública -LAIP- Decreto 57-2008, la cual entró en vigencia el 20 de abril de 2009. El 04 de marzo de 2009 por medio del Acuerdo Interno número 068-2009 la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan- creó la Unidad de Acceso a la Información Pública bajo la dependencia del Despacho Superior; el 01 de abril de 2011 un nuevo acuerdo interno, 69-2011, determinó que dicha Unidad dependiera de la Dirección de Asuntos Jurídicos.

Los numerales 10 y 11 de la Ley de Acceso a la Información Pública que atañen directamente a todas las instituciones gubernamentales, descentralizadas y autónomas y obligan a mostrar información pública de oficio en sus portales electrónicos, se ha acatado en la Segeplan en un porcentaje del 100% del total de solicitudes ingresadas y atendidas desde su creación.

En relación con otras unidades de acceso a la información la -UAIP- genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se comunican abiertamente.

La Unidad en la red y con los avances que ha experimentado gracias a la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, sigue siendo, en la actualidad, la forma de acceso más rápida a la información institucional.

En la confianza que despierta la -UAIP- entre la población guatemalteca posiblemente radique el hecho de que hoy siga suscitando una gran credibilidad.

Pero como se puede intuir no todo son ventajas. Para la correcta promoción de la unidad se debe contar con indicadores cuantitativos de comunicación como los siguientes:

### **2.2.1 Las ventajas cuantitativas como vehículo de comunicación de la -UAIP- de la Segeplan:**

- Creible
- Confiable
- Veraz
- Acceso directo a la información

### **2.2.2 Limitaciones:**

La -UAIP- como instrumento y sus limitaciones desde el punto de vista informativo son:

*Bidireccionalidad del mensaje:* dependencia, contradependencia, la consecuencia de esta limitación de comunicación plantean un problema propio, el de una comunicación unidireccional, es decir en una sola dirección. El emisor se dirige al receptor dejándole la posibilidad de reciprocidad en los mensajes que se emiten. Este está reducido a recibir pasivamente esa comunicación que le llega verticalmente y en la que no puede intervenir. Por lo que crea una situación de dependencia: el receptor depende únicamente del emisor. Esta a su vez se resuelve generalmente transformándose en otra de contradependencia. (Segeplan, Memoria de Labores, 2012)

## **2.3 Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan-.**

La Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN) es el órgano de planificación del Estado, establecida como una institución de apoyo a las atribuciones de la Presidencia de la República.

A SEGEPLAN le corresponde coadyuvar a la formulación de la política general de desarrollo del Gobierno y evaluar su ejecución y efectos.

Para hacer operativa su naturaleza, la SEGEPLAN tiene dos ámbitos de planificación y programación: el global y sectorial y el de su validación en las instancias de participación ciudadana, en todo el territorio nacional, por medio del Sistema de Consejos de Desarrollo.

### **2.3.1 Visión:**

Elevar continuamente el nivel de desarrollo humano de la población guatemalteca, a través de la aplicación de un sistema renovado de planificación integrada del desarrollo de carácter nacional, que parte del enfoque territorial y se basa en la gestión coordinada de las políticas públicas, la inversión y la cooperación internacional.

### **2.3.2 Misión:**

La SEGEPLAN se constituye en el ente rector, articulador y regulador del Sistema Nacional de Planificación del Desarrollo, responsable de coadyuvar en la formulación de la política general de gobierno y del monitoreo y evaluación de su cumplimiento. La acción institucional se enfoca en la gestión integradora de la acción sectorial en los territorios, efectuada por intermedio de los distintos Ministerios, Secretarías y Fondos, con la inversión que se genera desde los Consejos de Desarrollo el Sistema de Consejos de Desarrollo Urbano y Rural y las municipalidades. (Segeplan, Informe anual, 2010)

## **2.4 Acceso a la información.**

“La estandarización de conceptos, de igualdad de criterios, e igualar las estructuras de archivos administrativos del Estado tiene la finalidad de transparentar la administración pública y brindar un mejor y pronto servicio de acceso a la información pública.

En ese sentido se deben manejar criterios específicos para el manejo de los archivos, a continuación se describen conceptos que permitirán al lector entender de una mejor manera la organización, gestión y conservación de archivos, así como los documentos que deben ser descartados, transferidos, resguardados y conservados, según sea su valor e importancia no solo administrativa, sino histórica-cultural.

#### **2.4.1 Administración de documentos.**

Es el conjunto de procedimientos u operaciones técnicas que se basan en el estudio y análisis de la producción, tramitación, utilización, difusión de la información contenida en los documentos de archivo; el resultado será el establecimiento de las normas de transferencias, eliminación, conservación temporal y permanente, accesibilidad y difusión del fondo documental en su conjunto.

#### **2.4.2 Archivo.**

Conjunto organizado de documentos en cualquier soporte que son producidos o recibidos en el ejercicio de sus funciones o actividades por personas físicas o morales, públicas o privadas.

#### **2.4.3 Baja documental.**

Eliminación de aquella documentación que haya prescrito en sus valores administrativos, legales, fiscales o contables y que no contenga valores históricos.

#### **2.4.4 Carpeta.**

Contenedor formado por dos tapas de papel de material flexible que sirve para integrar documentos de archivo.

#### **2.4.5 Ciclo vital de los documentos.**

Diferentes etapas por las que atraviesan sucesivamente los documentos (archivo de gestión, archivo central y archivo histórico). En el caso de la información registrada electrónicamente y que tiene calidad de documento de archivo, tiene su propio ciclo vital en medios electrónicos.

#### **2.4.6 Clasificación.**

Proceso que consiste en el establecimiento de las categorías que reflejan la estructura jerárquica administrativa, lo que se refleja en el fondo documental. Es el primer paso dentro del proceso de organización y dentro del tratamiento archivístico denominado identificación, su responsable será el archivero.

#### **2.4.7 Conservación.**

Todo conjunto de normas, procedimientos y medidas destinadas a asegurar la preservación de las alteraciones físicas de los documentos, ya sean éstas extrínsecas y/o intrínsecas. Estas normas incluyen lo relacionado con la restauración de daños, especialmente cuando se ha producido alteración.

#### **2.4.8 Cuadro general de clasificación archivística:**

Instrumento técnico y de consulta que refleja la estructura de un archivo con base en las atribuciones y funciones de cada unidad administrativa, mediante grupos documentales de un archivo, y que aporta datos esenciales sobre dicha estructura tales como códigos y niveles que apoyan a la organización de los archivos.

#### **2.4.9 Custodia.**

La responsabilidad jurídica que tiene la institución sobre el control y adecuada conservación de los fondos documentales, cualquiera que sea la titularidad de los mismos.

#### **2.4.10 Disposición.**

Producto final de la valoración y vigencia de los documentos: transferencia primaria o secundaria; conservación precautoria o permanente, o baja documental.

#### **2.4.11 Documentación activa.**

Aquella necesaria para el ejercicio de las atribuciones de las unidades administrativas y de uso frecuente que se conserva en el archivo de trámite.

#### **2.4.12 Documentación histórica.**

Aquella que contiene evidencia y testimonios de las acciones de la dependencia o entidad, por lo que debe conservarse permanentemente.

#### **2.4.13 Documentación semiactiva.**

Aquella de uso esporádico que debe conservarse por razones administrativas, legales, fiscales o contables en el archivo de concentración.

#### **2.4.14 Documento.**

Toda expresión en lenguaje natural o convencional. Son también los expedientes, reportes, estudios, actas, resoluciones, oficios, correspondencia, acuerdos, directivas, directrices, circulares, contratos, providencias, convenios, notas, meomorandos, correos electrónicos, estadísticas, o bien cualquier otro registro que documente el ejercicio de las facultades o la actividad de entidades públicas y sus servidores públicos, sin importar su fuente o fecha de elaboración. Los documentos podrán estar en cualquier formato, sea escrito, impreso, sonoro, audiovisual, electrónico, informático, u holográfico, entre otros.

Cuando los documentos registran un hecho, acto administrativo, jurídico, fiscal o contable, creado, recibido, manejado y usado en el ejercicio de las facultades y actividades de las dependencias y entidades, se le llama documento de archivo. En el caso de que la información sea automatizada y requiera una herramienta tecnológica específica para leerse o recuperarse, se llama documento electrónico.

#### **2.4.15 Foliación.**

Operación básica incluida dentro de los trabajos de ordenación, misma que consiste en la numeración correlativa de cada uno de los folios (hojas) de cada unidad documental.

#### **2.4.16 Folio.**

Pieza documental numerada que forma parte de un documento de archivo o expediente.

#### **2.4.17 Fondo documental.**

Conjunto de series documentales generadas por cada uno de los sujetos productores que conforman la estructura de un organismo en el ejercicio de sus competencias administrativas.

#### **2.4.18 Función.**

Conjunto de actividades homogéneas relacionadas entre sí que delimitan cada una de las etapas del proceso administrativo o de las administraciones públicas o privadas.

#### **2.4.19 Guía simple de archivo.**

Esquema general de descripción de las series documentales de los archivos de alguna dependencia o entidad, que indica sus características fundamentales conforme al cuadro general de clasificación archivística y sus datos generales.

#### **2.4.20 Indización.**

Proceso técnico destinado a la representación del contenido de un documento mediante una palabra clave o término que se expresa en un lenguaje de búsqueda de la información.

#### **2.4.21 Inventarios documentales.**

Instrumentos de consulta que describen las series y expedientes de un archivo y que permiten su localización (inventario general), transferencia (inventario de transferencia) o baja documental (inventario de baja documental).

#### **2.4.22 Plazo de conservación.**

Período en el que permanecen en suspenso la decisión de eliminar una serie documental o un fondo documental, a pesar de que hayan prescrito sus valores primarios, ya que puede tener alguna otra utilidad administrativa.

#### **2.4.23 Plazo de reserva.**

Es el tiempo durante el cual, y según la normativa vigente, una información sale del ámbito de la publicidad. La reserva debe ser justificada y motivada por lo que se establece el artículo 26 de la Ley de Acceso a la Información Pública.

#### **2.4.24 Plazo de vigencia administrativa.**

Es el período regulado por las normas de procedimientos durante el cual los valores primarios de una serie documental, de manera simultánea o sucesiva, mantienen su actividad en mayor o menor grado.

#### **2.4.25 Préstmo de documentos.**

Salida de documentos del depósito a la sala de consulta para que los usuarios internos y externos los analicen y estudien.

#### **2.4.26 Préstamo externo de documentos.**

Acción que implica la salida temporal de la documentación de un archivo con fines administrativos, legales y/o jurídicos o de difusión por tiempos definidos y establecidos por el archivero; la devolución quedará consignada en un par de documentos, uno de salida y otro de devolución.

#### **2.4.27 Préstamo interno de documentos.**

Salida temporal de la documentación de un archivo a usuarios internos de la institución. Esta acción estará definida por normas específicas por cada institución. Generalmente los documentos que entran al archivo no salen del mismo, solo se permite la consulta en la sala de consulta, salvo excepciones urgentes y con carácter jurídico-legal.

#### **2.4.28 Principio de procedencia y/u orden original.**

Principio fundamental de la archivística que establece que los documentos producidos por una institución u organismo no deben mezclarse con otros fondos.

#### **2.4.29 Principio de respeto al orden original.**

Principio básico que establece que los documentos de archivo deberán conservarse de acuerdo con el orden que le otorgó el área productora de los mismos.

#### **2.4.30 Referencia.**

Función archivística cuya finalidad exclusiva es informar a los usuarios sobre la naturaleza de los documentos conservados y resguardados en cada archivo, las condiciones de accesibilidad, los instrumentos de consulta que les permitirán identificarlos y los medios para obtener reproducciones.

#### **2.4.31 Serie documental.**

División de una sección que corresponde al conjunto de documentos producidos en el desarrollo de una misma atribución general y que versan sobre una materia o asunto específico.

#### **2.4.32 Otros conceptos**

Junto a las descripciones anteriores de los criterios específicos para el manejo de archivos, se hace necesaria la explicación de otros conceptos ligados a su manejo para la mayor comprensión del lector. En ese sentido en el presente estudio se detallan los términos utilizados en la experiencia y criterio de clasificación, desclasificación y resguardo de documentos, que ese eje central para el ordenamiento y resguardo de la información que administra la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan, para su socialización con la población Guatemalteca". (Gramajo 2010: p. 28, 31)

- **Accesibilidad.**

"Posibilidad que tiene el usuario de poder consultar los documentos de archivo, determinada por la normativa vigente, su control archivístico y su estado de conservación.

- **Administración de archivos.**

Organización responsable de la aplicación de las políticas, criterios y técnicas,

dirigidas a través de la dirección, planificación, servicios y control de programas establecidos dentro de una institución.

- **Archivar.**

Conjunto de operaciones intelectuales y físicas que conforman las diferentes fases del tratamiento archivístico, mismas que son propias de cada uno de los distintos tipos de archivos, según sea el ciclo vital de los documentos.

- **Archivero.**

Profesional con titulación universitaria académica y sistematizada, cuyo campo de acción se centra en la gestión, programación, dirección y administración de los diferentes procesos archivísticos y desarrollo de técnicas para la salvaguarda, conservación, protección, gestión, investigación y difusión de los fondos y acervos documentales. Puede variar el término dependiendo de la región o área geográfica a la que se haga referencia.

- **Archivística.**

Disciplina que trata los aspectos teóricos y prácticos de los archivos y la administración de documentos.

- **Archivo electrónico.**

Cualquier información registrada de tal forma que sólo pueda ser procesada por la computadora y que tiene calidad de documento de archivo.

- **Asunto.**

Contenido específico de cada una de las unidades documentales (documento de archivo, expediente), de una serie que permite la individualización dentro del conjunto de características homogéneas al que están integrados. Tema, motivo, argumento, materia, cuestión, negocio o persona de que se trata un expediente o documento de archivo y que se genera en consecuencia de una acción administrativa.

- **Carátula.**

Frente del expediente donde se establecerán los elementos mínimos para describir el contenido de los archivos.

- **Catálogo de disposición documental (de series y expedientes).**  
Registro general y sistemático que establece los valores documentales, los plazos de conservación, la vigencia documental, la clasificación de reserva o confidencial y el destino final.
- **Censo de archivos.**  
Instrumento de control y difusión que permite reunir y coordinar toda la información que existe sobre los archivos y los diferentes fondos documentales que posee un país, lo cual conforma el patrimonio documental y lo relacionado a su acceso.
- **Conservación permanente.**  
Proceso derivado de la fase de valorización de los documentos que hayan desarrollado un valor secundario y que en consecuencia no pueden ser eliminados, este examen o proceso de evaluación y análisis lo ejecutará el Consejo u órgano responsable (Comisión Calificadora) que dependerá el consejo Nacional de Archivos.
- **Conservación preventiva.**  
Todos aquellos procedimientos o medidas destinados a prevenir cualquier alteración física que puedan sufrir los documentos. El medio más fácil y económico es la limpieza constante.
- **Consulta.**  
Revisión de los documentos de archivo por parte de los usuarios conforme a normas y políticas establecidas para ello. También se le denomina a la función básica de los archivos que consiste en poner los documentos que conserva a disposición de sus usuarios, dentro de las normas establecidas, o también es el acceso a archivos a fin de conocer su contenido.
- **Copia dirigida.**  
Es la copia de una comunicación que se envía a una persona o institución diferente al destinatario y que tiene también competencia en el asunto determinado en la comunicación.
- **Copia.**  
Reproducción simultánea o no del texto de un documento. La legislación establece los plazos para resguardar los expedientes de determinada serie documental por

su calidad comprobatoria o testimonial acreditables ante los tribunales competentes en respaldo a los derechos legales de la propia institución productora o de los ciudadanos que efectúan trámites ante ella.

- **Depósito (como depositario, en responsabilidad).**

Procedimiento de ingreso de fondos documentales en un archivo, mediante una forma oficial o jurídica en virtud de la cual el depositario (o sea el archivo) se compromete a guardarlos sin que implique adquisición de uso.

- **Depósito (espacio físico).**

El área o conjunto de espacios físicos en una institución pública o privada determinados a la conservación y resguardo de la documentación de todo el fondo documental.

- **Descripción.**

Fase de tratamiento archivístico de análisis destinada a la elaboración de los instrumentos de consulta para facilitar el conocimiento y consulta de los diferentes fondos documentales y colecciones que se resguardan en los archivos.

- **Destino final.**

Selección en los archivos de trámite o concentración de aquellos expedientes cuyo plazo de conservación o uso ha prescrito, con el fin de darlos de baja o transferirlos a un archivo histórico.

- **Difusión.**

Función archivística fundamental en todo archivo, cuya finalidad es la de promover, difundir y generalizar la utilización de los diferentes fondos documentales de los archivos, y hacer partícipe a la sociedad civil del papel que desempeñan los archivos para la población en general.

- **Divisiones administrativas.**

Son las secciones que poseen información de conformidad con las facultades que les corresponden, de acuerdo con la normativa de las entidades públicas.

- **Expediente.**  
Unidad documental constituida por uno o varios documentos de archivo, ordenados y relacionados por un mismo asunto, actividad o trámite de una dependencia o entidad.
- **Información.**  
El contenido de los documentos que genere, obtenga, adquiera, transforme, o conserve por cualquier título la administración pública.
- **Patrimonio Documental Administrativo -PDA-.**  
Toda la documentación de cualquier época generados (no mayor de 50 años), conservados o reunidos en el ejercicio de las actividades o funciones por cualquier organismo o entidad de carácter público, o por las personas jurídicas donde mayoritariamente participe el Estado, u otra entidad pública privada, físicas o jurídicas gestoras de servicios públicos.
- **Período de tramitación.**  
Fechas extremas que indican el año en que se abre o cierra un expediente, sin importar las fechas de los documentos que contienen.
- **Prescripción.**  
Es el momento en el cual se extinguen los valores primarios de los documentos administrativos.
- **Procedencia.**  
La organización o persona que ha creado, reunido y/o conservado y utilizado los documentos en el desempeño de sus actividad como persona física o jurídica.
- **Registro.**  
Instrumento de control que lleva implícita la acción administrativa y jurídica del control de la salida, entrada, circulación y gestión de todo documento.
- **Registro general de entrada de fondos documentales.**  
Instrumento de control que contiene asentado los diferentes ingresos, el mismo servirá como prueba legal de entrada al archivo.

- **Registro de transferencias documentales.**  
Instrumento que contiene el control de las diferentes fracciones cronológicas de las series documentales que se deberán de transferir a los otros niveles de archivo. El tema de las transferencias debe estar normado tanto en lo relacionado con la temporalidad, así como el control de las mismas.
- **Registro de salida de fondos documentales.**  
Instrumento de control que contiene asentado los diferentes egresos y salidas temporales o descartes definitivos; el mismo servirá como prueba legal de sus salidas temporales o definitivas en el archivo.
- **Reproducción de documentos.**  
Es el conjunto de procedimientos de copias realizadas por cualquier tecnología y en los diferentes soportes.
- **Restauración.**  
Es el conjunto de procedimientos técnicos destinados a devolver al soporte sus condiciones primigenias. Los procesos para ello son variados al igual que los utensilios y el material a utilizar.
- **Restricción de consulta.**  
Limitación temporal y excepcional del derecho de acceso a la información pública establecida por disposición legal, cuya difusión pueda afectar la intimidad o el honor de personas, así como la seguridad del Estado, entre otros causales.
- **Sección de archivo.**  
Son cada una de las diferentes divisiones primarias del cuadro de clasificación de un archivo, mismas que pueden pertenecer a una parte del fondo, a un fondo, o un conjunto de fondos documentales.
- **Selección.**  
Operación intelectual material de localización de las fracciones de series que han de ser eliminadas o conservadas en virtud de los plazos administrativos establecidos en el proceso de valoración.

- **Serie.**  
División de una sección que corresponde al conjunto de documentos producidos en el desarrollo de una misma atribución general, y que versan sobre una materia o asunto específico.
- **Signatura topográfica.**  
Numeración correlativa por la que se localizan todas las unidades de conservación en las bandejas, dentro de las unidades de instalación de un depósito.
- **Sistema de archivo.**  
Conjunto de normas e instrucciones que participan en la dirección, seguimiento, coordinación, e inspección de los programas para la conservación, análisis, tratamiento y difusión del patrimonio documental. Dicho sistema puede estar integrado por todos los archivos de la administración pública.
- **Soporte.**  
Material físico en el que se registra la información (papel, pergamino, papiro, cintas, discos magnéticos, películas, fotografías, cintas sonoras, etc.).
- **Sujeto productor.**  
Cada una de las diferentes dependencias, direcciones, departamentos y unidades que conforman la estructura de un organismo de la administración (organigrama) y cada una de las personas físicas o jurídicas que en el desarrollo de sus funciones y/o actividades que generan las diferentes series documentales.
- **Técnico archivero.**  
Profesional con titulación de diplomado universitario, cuyo campo de acción centra en la aplicación de las técnicas apropiadas, para el tratamiento archivístico de los fondos documentales, según criterio, lineamientos y directrices del archivero.
- **Tipología documental.**  
Unidad documental producida por un organismo en el desarrollo de una competencia concreta, regulada por una norma de procedimientos y cuyo formato, contenido informativo y soporte son homogéneos.

- **Trámite.**  
Forma y actuación concreta del procedimiento administrativo.
- **Transferencia.**  
Traslado controlado y sistemático de expedientes de consulta esporádica de un archivo de trámite al archivo de concentración (transferencia primaria y de expedientes que deben conservarse de manera permanente), del archivo de concentración al archivo histórico (transferencia secundaria), según las políticas y criterios de vigencia.
- **Tratamiento de documentos administrativos.**  
Conjunto de procesos de control intelectual y físico de los diferentes fondos documentales a lo largo del ciclo vital, realizadas en cada una de las fases.
- **Unidad de correspondencia.**  
Área que coordina y desarrolla funciones de recepción y despacho de correspondencia.
- **Unidad documental.**  
Elemento indispensable e indivisible de una serie documental que puede estar constituido por un solo documento o por varios que formen un documento (documento simple / documento compuesto).
- **Validación.**  
Acción de dotar a un documento original de la forma y signos necesarios para que pueda surtir sus efectos administrativos y/o jurídicos.
- **Valor administrativo.**  
Es aquel que posee un documento, serie o grupo documental para el área productora, relacionada con el trámite, asunto o tema. El valor administrativo se encuentra en todos los documentos producidos o recibidos por una institución u organismo y responde a procesos y actividades administrativas. Establece el tiempo que deben conservarse en el archivo de la unidad administrativa (archivo de trámite) los expedientes de una serie documental, de acuerdo al uso o consulta que las áreas tramitadoras puedan hacer de los mismos en las gestiones que se les encomiendan con antecedentes o referencias inmediatas a sus actividades. El valor

administrativo puede entenderse entonces como el plazo que requiere la unidad administrativa productora para dar trámite al asunto al que se refiere el documento. Ciertamente todos los documentos fueron producidos o recibidos para responder a una necesidad derivada de la función o atribución específica; mientras dure tal necesidad, el documento debe permanecer en el archivo de la unidad que puede requerirlo para el trámite en curso en cualquier momento.

- **Valor archivístico.**

Es el conjunto de valores administrativos, legales, jurídicos, probatorios, informativos que justificarán la conservación permanente de los documentos.

- **Valor contable.**

Valor de los documentos que sirven de explicación, justificación o comprobación de las operaciones contables financieras.

- **Valor documental.**

Condición de los documentos que les confiere características administrativas, legales, fiscales o contables en los archivos de trámite o concentración (valores primarios); o bien, evidénciales, testimoniales e informativos en los archivos históricos (valores secundarios).

- **Valor fiscal.**

El valor que tendrán los documentos que pueden servir como testimonio del cumplimiento de las obligaciones tributarias. Para la disposición y valoración de estos documentos se aplicarán las disposiciones que para tal efecto publica la Secretaría de Administración Tributaria, SAT.

- **Valor histórico.**

Es el valor que posee el documento como fuente primaria para la historia.

- **Valor informativo.**

El valor que sirve de referencia para la elaboración o reconstrucción de las diferentes actividades de la administración.

- **Valor legal.**

Es el valor que pueden tener todos los documentos en su conjunto y que además

servirán de testimonio ante la ley. Se considera el valor legal cuando existe una disposición jurídica que, implícita o explícitamente, determina un plazo de conservación documental.

- **Valor primario.**

Es aquel valor que va unido a la finalidad inmediata, por la cual el documento se ha producido por la institución, ya sea de carácter fiscal, judicial, entre otros.

- **Valor secundario.**

Es aquel que adquiere el documento una vez que pierde sus valores primarios y tiene utilidad histórica y social.

- **Valorización.**

Fase del tratamiento archivístico que consiste en analizar y determinar los valores primarios y secundarios de las series documentales, fijando los plazos de transferencias, acceso y conservación, así como eliminación total o parcial de éstas o de algunos fondos.

- **Vigencia documental.**

Periodo durante el cual un documento de archivo mantiene sus valores administrativos, legales, fiscales o contables, de conformidad con las disposiciones jurídicas vigentes y aplicables". (Gramajo 2010: p. 54, 62)

## 2.5 Comunicación.

La historia de la sociedad es la historia de la comunicación entre los seres humanos. La sociedad nace como tal en el momento en que el humano adquiere la capacidad de comunicarse. La evolución de la ciencia, del arte y en general de toda la cultura es posible solo gracias a la comunicación.

La comunicación es vital para el desarrollo del ser humano. A través de ella se transmiten los patrones culturales que rigen nuestra conducta. Por ello, durante toda la historia, el hombre se ha preocupado por aumentar su capacidad comunicativa. Cada vez más contamos con mejores medios de comunicación que nos permiten estar al tanto de lo que acontece del otro lado del planeta en el mismo momento en que se producen los hechos.

La comunicación es algo tan común, tan cotidiano que estamos todo el tiempo inmersos en ella y apenas nos percatamos. Toda nuestra vida social, todo nuestro desarrollo intelectual depende y tiene su origen en los distintos procesos comunicativos que realizamos. (Velásquez, 2006: p.16)

## **2.6 Funciones de la comunicación.**

Todo acto comunicativo cumple con determinadas funciones. Existen seis primordiales, según el elemento de la comunicación prevalezca. En la función emotiva la comunicación se utiliza para que el emisor exprese sus sentimientos o puntos de vista. En la función referencial se transmite información objetiva acerca del referente del proceso comunicativo.

La función fática sirve para abrir, mantener o cerrar un proceso de comunicación. La función metalingüística sirve para aclarar el significado de los signos que integran el mensaje y que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Por medio de la función apelativa el emisor persigue lograr que el receptor actúe o piense de una forma determinada. Finalmente, por medio de la función poética el mensaje adquiere un valor en sí mismo e interesan al receptor por su forma o estructura. (Velásquez, 2006: p.41)

## **2.7 Tipos de comunicación:**

La comunicación se puede clasificar de diversas maneras siendo las siguientes las más comunes:

**2.7.1 Comunicación humana:** se da entre seres humanos. Se puede clasificar también en comunicación verbal y no verbal:

**2.7.2 Comunicación verbal:** es aquella en la que se usa alguna lengua, que tiene estructura sintáctica y gramatical completa. Comunicación directa oral: cuando el lenguaje se expresa mediante una lengua natural oral. Comunicación directa gestual: cuando el lenguaje se expresa mediante una lengua natural signada.

**2.7.3 Comunicación escrita:** cuando el lenguaje se expresa de manera escrita.

**2.7.4 Comunicación no verbal:** en la que no se usa el lenguaje, sino un sistema especial de signos o señales. Esta es la más utilizada en la comunicación con discapacitados.

**2.7.5 Comunicación no humana:** la comunicación se da también en todos los seres vivos. (De la Mota, 1988: p.161)

## 2.8 Elementos de la comunicación:

Los elementos de la comunicación humana son: fuente, emisor o codificador, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (*feed-back*, mensaje de retorno o mensaje secundario).

- **Fuente:** es el lugar de donde emana la información, los datos, el contenido que se enviará, en conclusión, de donde nace el mensaje primario.
- **Emisor o codificador:** es el punto (persona, organización) que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje; es decir, los codifica para poder llevarlo de manera entendible al receptor. En el emisor se inicia el proceso comunicativo.
- **Receptor o decodificador:** es el punto (persona, organización) al que se destina el mensaje, realiza un proceso inverso al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. Existen dos tipos de receptor, el pasivo que es el que solo recibe el mensaje y el receptor activo o perceptor, ya que es la persona que no solo recibe el mensaje sino que lo percibe y lo almacena. El mensaje es recibido tal como el emisor quiso decir, en este tipo de receptor se realiza lo que comúnmente denominamos el *feed-back* o retroalimentación.
- **Código:** es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizará para transmitir su mensaje para combinarlos de manera arbitraria, porque tiene que estar de una manera adecuada para que el receptor pueda captarlo. Un ejemplo claro es el código que utilizan los marinos para poder comunicarse, la gramática de algún idioma, los algoritmos en la informática, todo lo que nos rodea son códigos.
- **Mensaje:** es el contenido de la información (contenido enviado): el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir al receptor para que sean captados de la manera que desea el emisor. El mensaje es la información.

- **Canal:** es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación estableciendo una conexión entre el emisor y el receptor. Mejor conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje. Ejemplos: el aire, en el caso de la voz, el hilo telefónico, en el caso de una conversación telefónica.
- **Referente:** realidad que es percibida gracias al mensaje. Comprende todo aquello que es descrito por el mensaje.
- **Situación:** es el tiempo y el lugar en que se realiza el acto comunicativo.
- **Interferencia o barrera:** cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo se puede dar en cualquiera de sus elementos. Son las distorsiones del sonido en la conversación o la distorsión de la imagen de la televisión, la alteración de la escritura en un viaje, la afonía del hablante, la sordera del oyente, la ortografía defectuosa, la distracción del receptor, el alumno que no atiende aunque esté en silencio.
- **Retroalimentación o realimentación (mensaje de retorno):** es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta (actitud, conducta) sea deseada o no. Logrando la interacción entre el emisor y el receptor. Puede ser positiva (cuando fomenta la comunicación) o negativa (cuando se busca cambiar el tema o terminar la comunicación). Si no hay realimentación, entonces, solo hay información mas no comunicación. (Velásquez, 2006: p.27,32)

## 2.9 Comunicación Estratégica.

La Comunicación Estratégica es cualquier actividad de comunicación que ha sido planificada y que trata de llegar a las metas esenciales, que son motivar, persuadir, informar y promover la acción.

Mediante la Comunicación Estratégica se diseñarán planes para evitar que los problemas o “ruidos” de la comunicación existan dentro de ella.

La Comunicación Estratégica es diseñar y aplicar estrategias y acciones de comunicación, empresarial y/o institucional; coordina que todos los recursos de comunicación interna

y externa de una empresa o institución sean los adecuados para cumplir sus objetivos.

Y debe responder a las preguntas, a dónde se quiere llegar, qué se pretende hacer, cuándo se quiere realizar, cómo se realizará y con qué recursos se cuenta para lograrlo. (Estudiantes Décimo Semestre, Seminario II 2011: p.29)

“Comunicación Estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos. La tarea principal de esta es gestionar integralmente la identidad de las organizaciones: para reunir y sistematizar la existencia de prestigio y credibilidad que toda organización necesita.

Aunque está estrechamente ligada con el marketing, la publicidad, las relaciones públicas, el desarrollo organizacional, y el lobby no son lo mismo. Se entiende que la Comunicación estratégica está por encima de todas estas, porque es tarea fundamental realizar las estrategias y planes de comunicación, que luego indica cómo ejecutar a las prácticas ya mencionadas”. (Tironi y Cavallo, 2012: p.54)

En la actualidad todos los planes tienen una estrategia implícita. Si se ha planificado se ha establecido el lineamiento general de acción y de las actividades, es decir, el conjunto de tácticas a utilizar para llegar al público objetivo.

Para formular una Estrategia de Comunicación Social se deben tomar en cuenta ciertos elementos que a continuación se describen, los cuales podrán ayudar a garantizar el cumplimiento de los objetivos.

### **2.9.1 Definir objetivos.**

Qué es lo que se pretende lograr con la implementación de las estrategias.

### **2.9.2 Descripción del público objetivo.**

En este aspecto se recomienda incluir los datos geográficos, demográficos, psicográficos. Según lo considerado hasta ahora es mejor narrar un día en la vida de un personaje que encierre los hechos reales de los destinatarios.

**2.9.2.1 Externos:** el grupo objetivo, grupos secundarios, personas influyentes, (tomadores de decisión, líderes comunitarios, víctimas del conflicto armado, posibles beneficiarios, medios de comunicación u otros.

**2.9.2.2 Interno:** las personas involucradas en la aplicación e implementación del programa o producto. La definición del público ayudará a identificar aliados y posibles formadores de opinión.

- Descripción de la institución u organización que comunica el mensaje.
- Realizar alianzas estratégicas con recursos comunitarios.
- Definir cuales serán los medios de comunicación.

## **2.10 Comunicación institucional u organizativa.**

Imagen Corporativa sin fines comerciales prioritarios: lejos de un residuo, una segregación o un subproducto, la imagen es un supervalor, que se impone más allá de la variabilidad de los productos y servicios que al propio tiempo ampara. La imagen es un valor global agregado que recubre y trasciende todas las realizaciones, producciones y comunicaciones de la empresa, a las que inyecta identidad, personalidad y significados propios y exclusivos. (Costa, 2005: p.33)

## **2.11 La organización y sus mensajes corporativos:**

La Organización debe influir en todos sus públicos objetivos tanto en sus clientes como en aquellos que pueden funcionar como un apoyo para posicionar una imagen que les permita alcanzar sus metas. Esta relación no tiene fines comerciales prioritarios y es llamada por María Luisa Muriel y Gilda Rota "Comunicación Institucional" y por Cees BM van Riel "Comunicación Organizativa". (Muriel, 2005: p.287)

Esta Comunicación tiene como propósito contribuir a la coordinación de la institución con el microsistema o sociedad para que esta a su vez alcance sus objetivos, y ajustar la idea que se tenga acerca de la organización a partir de las experiencias, la retroalimentación y la influencia. Asimismo, es el modo por excelencia para transmitir mensajes corporativos. Por lo cual debe evitarse mezclar las estrategias comerciales (mercadeo) con las no comerciales (relaciones públicas) y reconocer que hay una empresa, un valor agregado

tras la marca del producto, de manera que tanto el éxito como el fracaso sea compartido por los sectores vinculados sin perjudicar la reputación de la institución. (Muriel, 2005: p.305)

### **2.11.1 El mensaje corporativo.**

El mensaje corporativo es aquella emisión hecha por la organización con un alto contenido institucional, habla de su historia, sus valores, ideales y proyectos, es decir de su identidad, resaltando valores agregados y generando buena opinión y respeto, lo que permite constatar que la comunicación institucional y el mercadeo son más efectivos si se integran, ya que la fidelidad de los clientes es más una cuestión de satisfacción, buena opinión pública y otros valores funcionales y emocionales agregados, como la respetabilidad y el prestigio reconocidos, que constituyen la aureola y el carisma de la imagen, de la comunicación corporativa para hacer la organización más efectiva a los públicos. (Tironi y Cavallo, 2012: p. 66)

### **2.11.2 Formas de comunicación institucional.**

El éxito de una institución está ligado a buenas acciones de relaciones públicas unidas a la reputación, credibilidad, armonía y mutuo entendimiento basado en la verdad y una información completa a los públicos con los que se relaciona.

La transformación de la relación organización; de los públicos debe empezar desde el reconocimiento de los fines no comerciales como objetivos importantes y prioritarios. Así, la institución puede y debe basar la gestión de su imagen corporativa y la opinión pública en estrategias de las relaciones públicas.

Uno de los grandes axiomas a nivel institucional es que las relaciones públicas son una técnica para hacer favorable el entorno de la organización, pero pocos las han considerado como un modo de incorporar todas las formas de comunicación externa, por ejemplo: el periodismo corporativo, el posicionamiento de marca corporativa, sin ser menos importantes la conducta ética, la transparencia y el apoyo a causas cívicas.

Incluso la conducta institucional puede funcionar como medio corporativo, pues es un esfuerzo de una institución en asumir su responsabilidad social ante el

conjunto de la sociedad. “Las instituciones, cada vez más, empiezan a asumir que son entidades públicas y que tienen un rol social que jugar y no solo comercial”. (Lacasa, 2000: p.91)

En conclusión, la comunicación institucional se refiere a todos los mensajes que la organización transmite, mediante los cuales se presenta como entidad, como sujeto social, expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad. Las relaciones públicas son una herramienta de la comunicación institucional con la que se crea una necesidad mutua, interdependencia, lealtad y por supuesto logro de metas a largo plazo como:

- Acercamiento a los públicos objetivos, quienes terminarán por familiarizarse con la institución, identificándose con sus actitudes e iniciativas.
- Respeto de los públicos objetivo: cuando una institución gracias a su gestión consigue el respeto de la sociedad al mismo tiempo logra consolidarse como líder.
- El respaldo de los líderes de opinión: elemento a favor cuando la institución no alcanza sus objetivos o no tiene un desempeño exitoso, pues los stakeholders (líderes de opinión) están tan adheridos a la empresa, que tratarán de justificar sus equivocaciones e incluso, colaborar para que sean pasadas por alto. (Lacasa, 2000: p.92)

Para lograr esta preferencia y un acercamiento amable con los públicos, posicionar, destacar o cambiar la imagen institucional, la entidad adopta esta forma de comunicación institucional.

### **2.11.3 Gestión de la imagen**

La gestión de la imagen institucional está diseñada para la generación de unas consecuencias que serán obviamente beneficiosas por principio para la entidad desde su imagen e identidad. Algunos beneficios de esta gestión son:

- Posicionamiento interno: consiste en enfatizar la identidad institucional

facilitando el curso de los procesos de la empresa y el logro de los propósitos.

- Posicionamiento externo: se basa en el cumplimiento de las promesas hechas a través de la publicidad o la promoción; asimismo, es la respuesta del público quien demuestra su nivel de aceptación.
- Credibilidad: es uno de los resultados más satisfactorios de la gestión de la imagen pues garantiza el respeto de los públicos y la autoridad institucional para influir en el entorno.
- Fidelidad: protege a la empresa de la competencia y genera tolerancia por parte de los públicos ante los errores cometidos por la institución.
- Consumo por cualidades: los consumidores preferirán la institución por los valores posicionados y lo que la entidad representa para los públicos.

La imagen solo puede gestionarse a través de métodos indirectos, de lo contrario se asumiría que se puede manipular lo que las personas tienen en su mente. (Londoño, 2006: p.196)

#### **2.11.4 El comunicador: un estrategia institucional**

##### **2.11.4.1 El papel del comunicador en la emisión de mensajes institucionales**

La forma como se maneja la comunicación organizativa o institucional puede variar, en algunas ocasiones es parte de la labor del departamento de Relaciones Públicas, en otras, cada área establece nexos con sus públicos de interés; sin embargo, el rol del comunicador toma relevancia al ser el encargado de orientar todos estos procesos, aunque estén situados en diferentes departamentos y direccionarlos hacia los objetivos institucionales de una manera uniforme.

El rol del comunicador dentro de la institución como gestor de imagen institucional se plantea así:

- Generar efectos en el conocimiento de la institución mediante sus acciones de relaciones públicas.
- Influir en actitudes, opiniones y conductas.

- Conocer y emitir los valores y objetivos institucionales, además, diseñarlos de manera que los públicos se identifiquen con ellos.
- Optimizar el impacto de los mensajes emitidos.
- Acercarse a los líderes de opinión y mantener una buena relación con ellos.
- Promover el uso de las relaciones públicas internas y externas.
- Obtener una identificación de los públicos con la institución.

El perfil para un comunicador institucional es exigente en la medida en que necesita desempeñarse objetiva y eficientemente en el acercamiento a los generadores de opinión y públicos de la institución.

Para esto, el comunicador requiere:

- Implementar las estrategias de relaciones públicas.
- Identificar los públicos de la institución.
- Tener habilidad para establecer relaciones no comerciales con públicos que afecten los objetivos o la reputación de la institución.
- Analizar el entorno organizacional e identificar las estrategias idóneas para adaptarse al mismo.
- Recibir el apoyo de la dirección para implementar planes de comunicación estratégica (asignación de recursos y respaldo en la modificación de políticas que puedan influir en el desarrollo de las estrategias).

En conclusión, la comunicación debe legitimarse dentro de los procesos de la institución con el fin de implementar la emisión de mensajes institucionales que permitan la comprensión de los intereses del organismo y favorezcan su imagen, de manera que esta apoye la consecución de las metas comerciales y no comerciales.

Para esto, debe auditarse el proceso de gestión o creación de la imagen y enfatizar la identidad para que cada acción de la institución represente el significado propio entre los públicos objetivos, y sobre todo entre aquellos que ejercen el rol de líderes de opinión, estableciendo una relación que aunque sea de conveniencia y

dependencia se dé en términos cordiales y profesionales.

De esta forma los públicos terminan por preferir no solo la institución, también la aceptación emocional de la institución total, por lo tanto deben considerar que la imagen equivale a la unidad de todas sus formas de comunicación externa.

Por lo anterior, puede deducirse que la institución debe generar mejores impresiones en sus espectadores, preocupándose por la sociedad y las intenciones que redunden en sus políticas de institucionales y demostrando el interés por su entorno inmediato, convirtiéndose en agentes sociales reales. (Téllez, 2005: p.12)

## **2.12 El Diagnóstico.**

Es el procedimiento metodológico de investigación por medio del cual se determina la naturaleza de un problema o situación dada, es decir su causa, estudiando su evolución, sus manifestaciones, así como los efectos que provocan en un ambiente determinado. La información que proporciona el diagnóstico facilita el conocimiento de una situación o problema, que es un paso fundamental para definir y orientar la formulación de acciones encaminadas a mejorar, rehabilitar o innovar formas de vida. (Villamayor y Lamas, 1998: p.41)

## **2.13 Diagnóstico de comunicación.**

Es el proceso por el cual se puede conocer la comprensión de la forma o modo en que se relaciona la población, en que se acepta o rechaza los mensajes y la forma en que se intercambian los mensajes y la información con las instituciones.

El diagnóstico de comunicación lo podemos desarrollar a través de:

- Evaluación
- Encuestas
- Entrevistas
- Análisis
- Focus Group, entre otros.

De acuerdo a H. Mintzberg y J.B. Quinn en su libro “El Proceso Estratégico”, las estrategias son tanto planes para el futuro como patrones del pasado, y no pueden

encasillarse en un “solo” concepto, por lo cual existen cinco definiciones alternativas las cuales se complementan. (Estudiantes Décimo Semestre, Seminario II 2011: p.29,30)

## **2.14 Diagnóstico institucional**

Se puede definir al diagnóstico como un proceso analítico que permite conocer la situación real de la organización en un momento dado para descubrir problemas y áreas de oportunidad, con el fin de corregir los primeros y aprovechar las segundas.

En el diagnóstico se examinan y mejoran los sistemas y prácticas de la comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles y también las producciones comunicacionales de una organización tales como historietas, metáforas, símbolos, artefactos y los comentarios que la gente de la organización hace en sus conversaciones diarias.

Para tal efecto se utiliza una gran diversidad de herramientas, dependiendo de la profundidad deseada, de las variables que se quieran investigar, de los recursos disponibles y de los grupos o niveles específicos entre los que se van a aplicar. El diagnóstico no es un fin en sí mismo sino que es el primer paso esencial para perfeccionar el funcionamiento comunicacional de la organización. (Villamayor y Lamas, 1998: p.42)

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Tipo de investigación.

Se optó por el tipo descriptivo, con la finalidad de definir los tipos de comunicación utilizados por la -UAIP- de la Segeplan. El objetivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas que se vinculan a la -UAIP-. La meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

#### 3.2 Objetivos:

##### 3.2.1 Objetivo general:

Determinar cuáles son las estrategias de comunicación utilizadas por la Unidad de Acceso a la Información -UAIP- y verificar si existen barreras comunicacionales que afectan el proceso comunicativo para que el flujo de información esté apegado a las dinámicas de Secretaría de Planificación de la presidencia -Segeplan-.

##### 3.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar qué tipos de comunicación son utilizados dentro de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia -Segeplan-.
- Identificar las barreras comunicacionales entre la Segeplan y la UAIP.
- Identificar el uso de medios de comunicación internos y externos para fomentar la participación de los ciudadanos en el acceso a la información pública.
- Verificar el nivel de participación y solicitudes de los usuarios de la página web de Segeplan al apartado del acceso a la información pública.

Proponer una estrategia de comunicación social para mejorar la imagen de la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan.

### 3.3 Técnicas:

#### 3.3.1 Recopilación de información bibliográfica y documental.

**3.3.2 Entrevista semiestructurada:** en este tipo de entrevista se utilizaron preguntas abiertas, que fueron respondidas dentro de una conversación.

**3.3.3 Encuesta:** con preguntas de selección múltiple y abierta: las de selección múltiple tratan de preguntas cerradas y las abiertas permitieron una mejor comprensión de la información.

### 3.4 Instrumentos.

**3.4.1 Cuestionario:** se realizaron tres tipos de cuestionarios: **a)** dirigido a empleados de la Segeplan, **b)** a usuarios de la Unidad de Acceso a la información, **c)** a la encargada de la Unidad de Acceso a la información. (*Ver anexos*)

### 3.5 Universo

Todos los empleados de la -Segeplan-, Secretaria, Subsecretarios y Directores haciendo un total de 258 empleados activos, según los registros de la Dirección de Recursos Humanos de la Segeplan.

### 3.6 Muestra

La muestra se realizó a un total de 75 personas que aceptaron ser entrevistadas y encuestadas de las distintas subsecretarías y direcciones de la institución, que es el equivalente a un 30% de los empleados de la Segeplan.

### 3.7 Procedimiento

Para realizar esta investigación, fue necesario efectuar los pasos siguientes:

1. Se planteó el problema y la pregunta de investigación.
2. Se definieron los objetivos del trabajo.
3. Se describieron los alcances, límites y limitaciones del trabajo.

Todas las encuestas se tabularon por ítem que posteriormente se graficaron para poder apreciar los resultados. Las entrevistas se realizaron a través de charlas directas e indirectas con los participantes, siguiendo la batería de preguntas de los cuestionarios planteados.

## CAPÍTULO IV

### 4. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE LA UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA -UAIP- DE LA SEGEPLAN.

Para establecer un diagnóstico adecuado de la -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, -Segeplan- este estudio describirá inicialmente las partes involucradas en el proceso así como los sujetos que la conforman. Describiendo los requerimientos más solicitados para tener una visión del trabajo de la misma dentro de la Secretaría de Planificación.

Se describirán los procedimientos para la formulación de solicitud pública, la descripción de la Unidad como vínculo de transparencia, componentes y resultados. Análisis de su funcionamiento, análisis de encuestas, análisis de opinión calificada, análisis de entrevista con autoridades de la Secretaría y por último un análisis FODA.

En ese sentido lo anterior permitirá el establecimiento de la estrategia de comunicación que más se adecuó a las necesidades de la -UAIP- de la Segeplan.

#### 4.1 Sujetos

##### 4.1.1 Activos

Es toda persona individual o jurídica, pública o privada, que tiene derecho a solicitar, tener acceso y obtener la información pública que hubiere solicitado conforme lo establecido con la ley.

##### 4.1.2 Sujetos obligados

Es toda persona individual o jurídica, pública o privada, nacional o internacional de cualquier naturaleza, institución o entidad del Estado, organismo, órgano, entidad, dependencia, institución y cualquier otro que maneje, administre o ejecute recursos públicos, bienes del Estado, o actos de la administración pública en general.

Al mismo tiempo obliga a otros sujetos relacionadas como los son: entidades centralizadas, descentralizadas y autónomas, Instituto de Fomento Municipal, Gobernaciones Departamentales, Municipalidades y consejos de Desarrollo Urbano y Rural a proporcionar todo tipo de información que la Unidad requiera para dar respuesta a solicitudes requeridas.

Dentro de las pertinencias a solicitudes se pueden mencionar entre otros algunos de los requerimientos más solicitados a la Unidad: datos personales, datos sensibles, derecho de acceso a la información pública, habeas data, información confidencial, información pública, información reservada, máxima publicidad y seguridad nacional.

Y dentro de las principales obligaciones que tiene la Unidad están:

- Actualizar la información en un plazo no mayor de 30 días después que haya algún cambio.
- Brindar a los sujetos activos acceso a la información generada, administrada o que se tenga en poder, en los términos y condiciones establecidos en la Ley.
- Garantizar el derecho de habeas data (conocer lo que conste en archivos, finalidad, su protección, corrección, rectificación o actualización).
- Salvaguardar los documentos y archivos administrativos para que no puedan destruirse, alterarse, modificarse, mutilarse u ocultarse.
- Garantizar que la información publicada es fidedigna, legítima y actualizada, y que coincida con los sistemas de administración financiera, contable y de auditoría.
- Resolver razonablemente y por escrito a través de la Unidad de Información las solicitudes de información en un plazo máximo de hasta 10 días hábiles.

Pero esta a su vez también tiene limitantes al acceso a la información como lo establecido en la Constitución u otra Ley como confidencial:

- Información Confidencial.
- Información Reservada.

En ambos casos la resolución fundada y publicada en el Diario Oficial.

*Confidencial:* Arto. 24 Constitución, Ley de Bancos, secreto profesional, datos sensibles, información particular suministrada bajo garantía.

*Reservada:* Asuntos militares, diplomáticos, propiedad intelectual e industrial, patentes y marcas, investigación, prevención de delitos, inteligencia del Estado o impartición de justicia, expedientes judiciales, estabilidad económica, financiera y monetaria, protección de la niñez, defensa y seguridad.

La clasificación de reservas puede ser:

- *Derechos humanos*: no podrá clasificarse como confidencial o reservada las investigaciones de violaciones a los derechos humanos.
- *Clasificación*: resuelve máxima autoridad del sujeto obligado y publica en el Diario de Centro América con lo siguiente:
  - Fuente de información
  - Fundamento de clasificación
  - Partes de los documentos que se reserven
  - Reserva no mayor a 7 años
  - Nombre de la autoridad que conserva
- Responsabilidad de los datos por parte de los sujetos obligados:
  - Recibir y responder solicitud de acceso y corrección de datos, capacitar a servidores e informar sobre políticas de datos.
  - Administrar datos personales sólo cuando sea necesario.
  - Disponer a la persona los propósitos del tratamiento de su información.
  - Procurar datos exactos y actualizados.
  - Garantizar seguridad y evitar acceso no autorizado.
  - Sujetos obligados no podrán difundir datos salvo consentimiento expreso.
  - Excepción de consentimiento cuando:
    - Por razón estadística no pueda asociarse datos con individuo.
    - Entre sujetos obligados y para ejercicio de funciones del Estado.
    - Por orden judicial.
    - Los contenidos en registros públicos.

#### **4.2 Procedimiento general (solicitud de información)**

La forma para hacer una solicitud a la -UAIP- es la siguiente:

- Solicitud verbal y escrita ó electrónica a través de la -UIP- (Unidad de Información Pública). El o la responsable de la -UAIP- no puede alegar incompetencia, falta de autorización para recibir solicitudes y deberá remitir de inmediato a quien corresponda (no poner condiciones, ni pedir explicaciones, ni esperar más de una solicitud).
- Establecer vías de accesos. Incluyendo los electrónicos (asegurar certeza).
- Datos: Sujeto obligado, solicitante e información solicitada.

- Tipos de respuesta:
- Entrega de información.
  - Notificación de negativa, cuando el interesado no haya hecho aclaraciones subsanando omisiones.
  - Notificando negativa, cuando la información total o parcial se considere reservada o confidencial.
  - Expresando inexistencia.

Plazos para la recolección y entrega de información por parte de los Enlaces:

- *Fase I*
  - Primer alertivo: dos días después de haber recibido la solicitud de Enlace.
  - Segundo alertivo: al quinto día de haber recibido la solicitud de Enlace.
  - Tercer y último alertivo: al séptimo día de haber recibido la solicitud de Enlace.
- *Fase II*
  - Octavo día resolución de autoridad justificando la prórroga y notificación al sujeto interesado.
  - Cuatro días después del tercer y último alertivo, el Enlace deberá entregar la información a la -UIP-, la cual a su vez confirma y elabora la resolución.
  - Atendiendo a la naturaleza y complejidad de la información solicitada, podrá ampliarse este plazo hasta por cuatro días más.

### **4.3 Autoridad reguladora.**

El Procurador de los Derechos Humanos, deberá remitir en su informe anual al Congreso de la República un apartado sobre el tema de Acceso a la Información Pública. En el que detalle lo siguiente:

- Número de solicitudes recibidas y tipo de información.
- Resultado.
- Tiempo de respuesta.

- Cantidad de solicitudes pendientes.
- Cantidad de solicitudes con ampliación de plazos.
- Número de solicitudes desechadas.

#### **4.4 Recurso de revisión.**

Este garantiza que se respeten los procesos establecidos, además de que obliga a cada sujeto a resolver los recursos de revisión, el incumplimiento del artículo 44 “*afirmativa ficta*”, será causal de responsabilidad penal. El Procurador de los Derechos Humanos podrá certificar lo conducente a lo contencioso administrativo en donde se inicia un juicio garantizando que se respeten los procesos en donde se inicia un juicio.

#### **4.5 Responsabilidades y sanciones.**

Esta aplica a todos los funcionarios y servidores públicos, pena la comercialización de información: de 5 a 8 años de prisión y de Q50 mil a Q100 mil de multa. La alteración es penada de 5 a 8 años de prisión y de Q10 mil a Q50 mil de multa. La retención de información es penada con 1 a 3 años de prisión y con Q10 mil a Q50 mil de multa. La revelación de confidencialidad o reserva es castigada con 5 a 8 años de prisión e inhabilitación especial por el doble y de Q50 mil a Q100 mil de multa.

#### **4.6 Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.**

Es la responsable de tramitar las solicitudes de acceso a la información solicitadas a la Segeplan, orienta a los interesados en la formulación de sus solicitudes, proporciona la información solicitada y notifica su negativa razonando el motivo, entrega copia simple o certificada de la información solicitada; coordina, organiza, administra, custodia y sistematiza los archivos que contengan información pública.

Las características que esta tiene son las siguientes:

- Es el Enlace con todas las delegaciones que Segeplan tiene a nivel nacional.
- No supondrá erogaciones adicionales en el presupuesto general de ingresos y egresos del Estado, sino que deberán integrarse con los funcionarios públicos existentes.
- Actualizar las informaciones de oficio, estipuladas en los artículos 10 y 11 de la Ley.

- El ejercicio presupuestario asignado por dependencia.
- Listado de asesores con sus respectivas remuneraciones.
- Informe de gastos y viáticos de las delegaciones de cada institución al exterior del país, así como el destino, objetivos y logros alcanzados.
- Para ser consultada directa o para ser consultada a través del portal de la institución.
- Información de oficio (solicitudes).
  - Estructura orgánica, funciones y normas.
  - Dirección, teléfono de la entidad y dependencias.
  - Directorio de empleados, teléfonos y correos electrónicos oficiales.
  - Número y nombre de funcionarios, servidores, y asesores con salarios, honorarios, dietas y bonos.
  - Misión, visión, objetivos, plan operativo y resultados.
  - Manuales de procedimientos.
  - Presupuesto de ingresos y egresos.
  - Informes mensuales de ejecución.
  - Depósitos constituidos con fondos públicos.
  - Procesos de cotización y licitación.
  - Contrataciones de bienes y servicios.
  - Listado de viajes, objetivos, destino, costo de boletos y viáticos.
  - Inventario de bienes muebles e inmuebles.
  - Contratos de arrendamiento y mantenimiento de equipo, vehículos, inmuebles, instalaciones con monto, plazos y proveedores.
  - Montos, criterios y padrones de beneficiarios de los programas de subsidios, becas o transferencia.
  - Contratos, licencias, concesiones para usufructo de bienes del Estado.

- Listado de empresas ejecutoras precalificadas, con razón social y capital autorizado.
- Listado de obras con estado de ejecución, con ubicación exacta, costo, fuente de financiamiento, responsable, contenidos y especificaciones de contrato.
- Destino de fideicomisos, con procesos administrativos y operativos.
- Listado de compras directas.
- Informes de auditorías.
- Publicar informe en el Diario de Centro América, una vez al año.
- Índice de la información clasificada.
- Informe actualizado sobre pertinencia sociolingüística de usuarios de servicios.

#### **4.7 Portal electrónico.**

Los numerales 10 y 11 de la Ley de Acceso a la Información Pública, que atañen directamente a todas las instituciones gubernamentales, descentralizadas y autónomas, obligan a mostrar la información pública de oficio en sus portales electrónicos, en cumplimiento de Ley en el portal web de la Segeplan su ha cumplido a un 100% de cumplimiento, así mismo la publicación de informes obliga a las entidades de la administración central la Ley de Ingresos y Egresos del Estado, para garantizar la transparencia en la gestión pública, con la periodicidad que se establece en el decreto 33-2011.

#### **4.8 Resultados.**

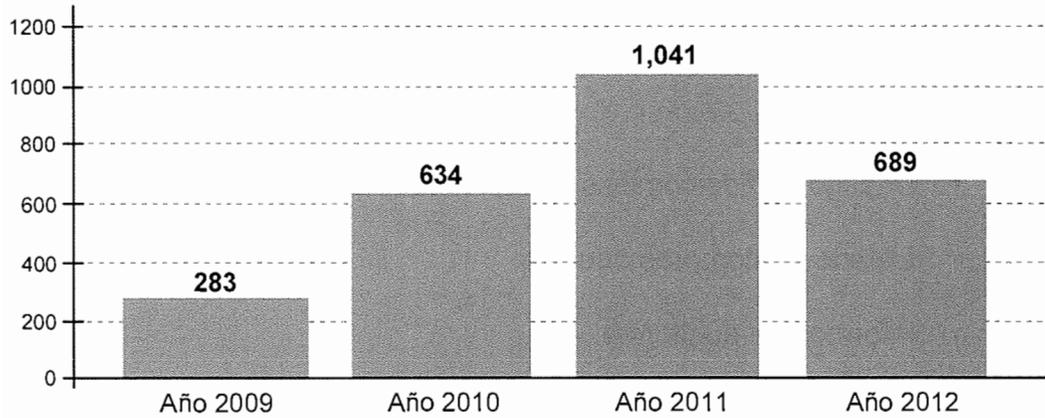
Actualmente la -UAIP- ha acatado en un 100% el total de solicitudes ingresadas y atendidas, en ese sentido la Segeplan ha gestionado un total de 2,647 solicitudes de información pública desde el mes de abril del 2009 al 17 de junio del 2012, con una proyección de mil solicitudes para el final del presente año.

La Unidad de Acceso a la Información Pública fue evaluada por la Comisión para la Transparencia y Combate a la Corrupción de la Presidencia de la República y por Acción Ciudadana, obteniendo el primer y segundo lugar respectivamente, lo que significa que esta cumpliendo a cabalidad con el proceso de transparencia y acceso a la información pública.

**Gráfica No.1**

**Solicitudes de información por año -UAIP-, Segeplan**

Período enero 2009 a julio 2012



Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.

**Cuadro No.1**

**Solicitudes de información por año -UAIP-, Segeplan**

Años 2009 - 2012

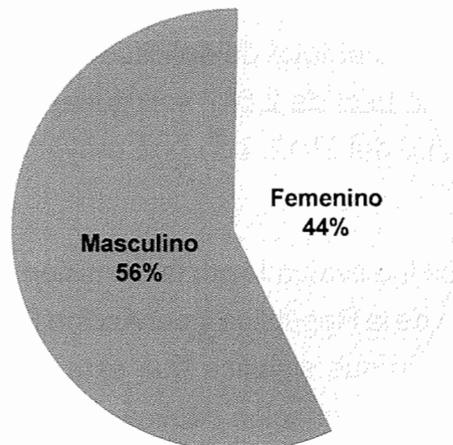
AÑO	SOLICITUDES
2009	283
2010	634
2011	1,041
2012	689
<b>Total</b>	<b>2,647</b>

Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.

**Gráfica No.2**

**Solicitudes de información por sexo -UAIP-, Segeplan**

Período enero 2009 a julio 2012

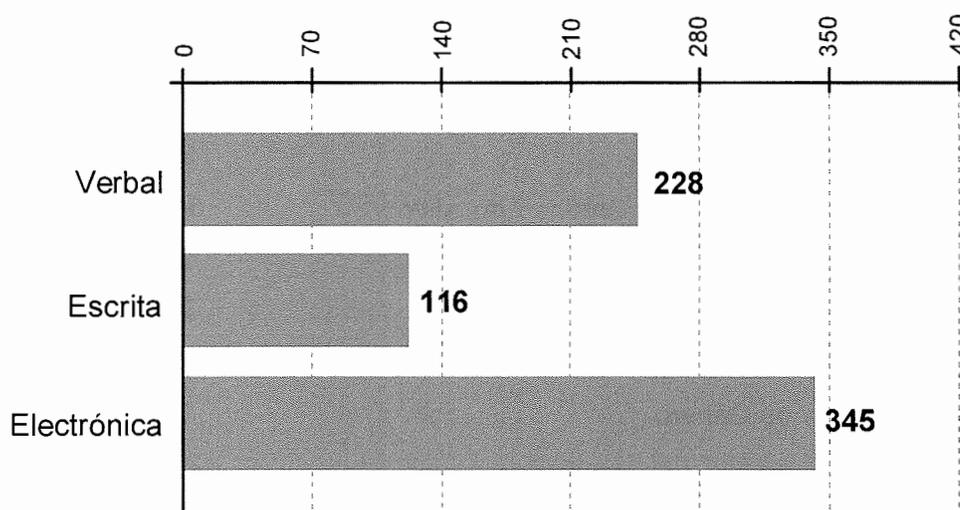


Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.

Gráfica No.3

### Forma de solicitar información -UAIP-, Segeplan

Período 01 enero al 17 de julio 2012

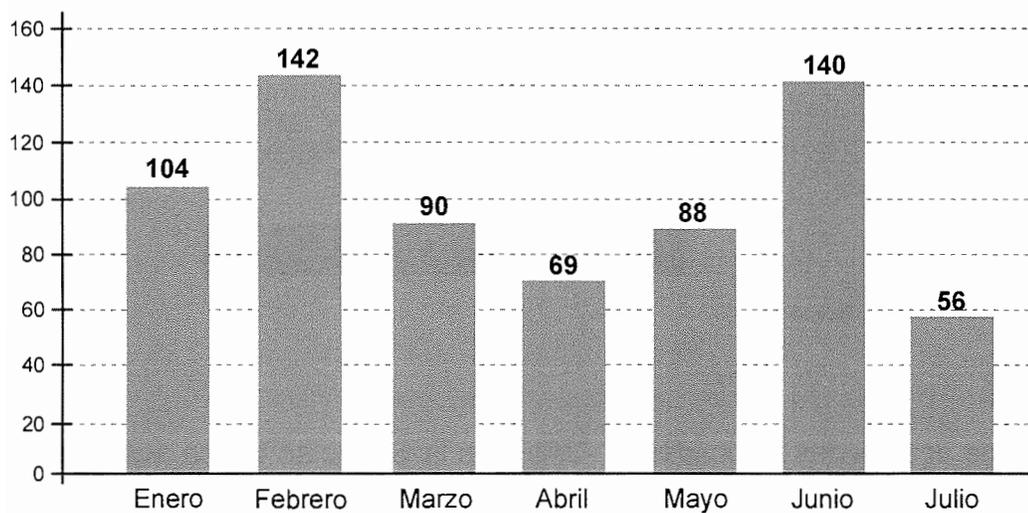


Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.

Gráfica No.4

### Solicitudes de información atendidas por mes -UAIP-, Segeplan

Período enero 2009 a julio 2012



Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.

**Cuadro No.2****Solicitudes de información resueltas por enlaces central -UAIP-, Segeplan***Período enero a julio 2012*

<b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>	<b>NÚMERO DE SOLICITUDES</b>
Dirección de Enlace con Delegaciones	1
Dirección Administrativa	3
Dirección de Administración de Becas y Crédito Educativo	58
Dirección de Análisis de la Cooperación Internacional	2
Dirección de Asuntos Jurídicos	2
Dirección de Comunicación Social	10
Dirección Equidad Étnica y de Género	1
Dirección de Estudios Estratégicos del Desarrollo	21
Dirección de Gestión de la Cooperación Internacional	22
Dirección de Gestión de Riesgos	3
Dirección de Informática	1
Dirección de Inversión Pública	27
Dirección de Monitoreo y Evaluación	4
Dirección de Ordenamiento Territorial	17
Dirección de Planificación Sectorial	7
Dirección de Planificación Territorial	7
Dirección de Preinversión	6
Dirección de Recursos Humanos	9
Unidad de Administración Financiera	5
<b>Total</b>	<b>210</b>

*Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP-, Segeplan.***4.8.1 Desafíos.**

Dentro del marco de actividades instituidas la -UAIP- de la Segeplan busca avanzar en la cultura de la transparencia en Guatemala, fortalecer el proceso de sensibilización, formación y capacitación en el tema, dar continuidad al esfuerzo desarrollado y avanzar hacia resultados con los sistemas de información. En ese sentido la correcta promoción y divulgación de las actividades de la Unidad de Acceso a la Información de la Segeplan con la creación de una efectiva estrategia de comunicación social que visibilice interna y externamente a la -UAIP- de la Segeplan en la pronta y efectiva respuesta a las solicitudes de información resueltas.

## **4.9. Situación actual**

### **4.9.1 Esfuerzos realizados**

**¿Cuentan la -UAIP- con alguna estrategia de comunicación, para reforzar a la Unidad a lo interno y externo de la institución?** Según la información de la presente administración actualmente no se ha diseñado ningún tipo de estrategia con el fin de reforzar a la -UAIP-. Sin embargo, desde un inicio de su creación siempre existió el deseo de promover sus funciones a lo interno y externo, pero con la aprobación de la Ley de Acceso a la Información Decreto 57-2008 del Congreso de la República esta se auto promovió en las demás instituciones del Estado, quedando la --UAIP- de Segeplan adherida a la campaña general, pero la idea de promoverla individualmente y de los servicios que presta no se formalizó.

#### **4.9.1.1 Formas de promover a la -UAIP-**

¿Hay algún tipo de promoción para estos grupos objetivos los cuales solicitan la información? Actualmente solo se cuenta con el apartado en el portal web de la Segeplan, en el que se puede ingresar de forma rápida al portal electrónico de la Unidad.

### **4.9.2 Análisis de funcionamiento.**

Los resultados demuestran que a partir de la creación de la Unidad, se desarrolló dentro de la institución la nueva cultura por la transparencia en virtud del cumplimiento de la Ley, contando con un espacio físico y accesible para los usuarios de la Unidad y lo que ésta representa.

En cuanto a su ejecución se muestra que desde su creación en el año 2009 el incremento en las solicitudes y su pronta respuesta que se le ha dado a cada una de ellas, llegando actualmente a más de 2 mil seiscientas solicitudes aplicadas y solucionadas.

El portal electrónico no ha representado ningún tipo de gasto adicional a la administración actual, ya que como forma parte del portal principal de la Segeplan las visitas y solicitudes son constantes.

La mayoría de solicitudes ingresadas por esta vía en más del 97% se logra dar respuesta en un máximo de 1 día, entre los principales solicitantes está: entidades centralizadas y descentralizadas, Infom, Gobernaciones Departamentales, Municipalidades Departamentales y Cocodes y Comudes, además de Ministerios y demás Secretarías del Gobierno de Guatemala.

En ese sentido, es de importancia mencionar a las instituciones que conforman el Gobierno de Guatemala, se cuenta con 13 ministerios, 13 secretarías, 4 fondos sociales, además de institutos y comisionados. De los cuales la -UAIP- ha proporcionado información de interés para las funciones de cada una de las dependencias y despachos anteriormente mencionados.

Pese a que se han hecho los anteriores esfuerzos en distintos medios para la promoción de la Unidad, está dirigido únicamente con la finalidad de aumentar la visibilidad de esta a lo interno y no se ha realizado ninguna estrategia que le permita a la Unidad afianzar sus relaciones con las demás Unidades que funcionan en otras instituciones del Gobierno por lo que más del 50% de las Unidades de Acceso a la Información de otras instituciones no saben que tipo de información puede brindar la Segeplan.

#### **4.9.3 Situación de los empleados de la Segeplan con respecto a la -UAIP-.**

Para aportar detalles que fortalezcan el presente estudio se encuestó al 30% de los empleados que forman parte del personal de la Segeplan, para conocer que tanto pueden aportar acerca de las funciones de la Unidad. En ese sentido, se contó con la colaboración de la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan para la elaboración de la encuesta. A continuación se muestra el resultado de las encuestas a los empleados,

así como su interpretación y análisis.

**1. ¿Conoce la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan?**

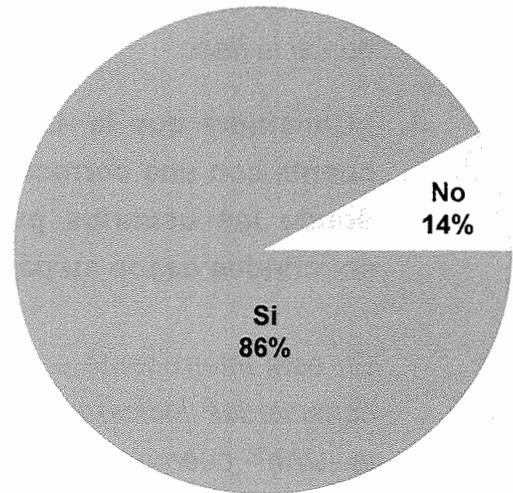
*La muestra indica que el 86% respondió que sí conoce a la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan, sin embargo al solicitarles que mencionara 3 de sus funciones (los incluidos en este porcentaje) evidenció un 38% de desconocimiento de las funciones propias de la Unidad, el otro 32% posee ideas generales más no específicas por lo que sólo un 16% tiene la percepción real de las funciones de la unidad. Asimismo el 14% de los trabajadores desconocen las funciones*

*propias de la Unidad.*

**2. ¿Considera que la -UAIP- de la Segeplan cuenta con una correcta estrategia de comunicación y promoción de sus funciones y servicios?**

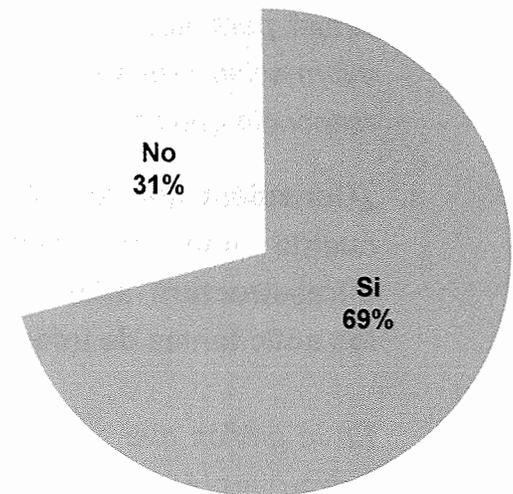
*Los resultados muestran que el 69% de los encuestados no creen que la -UAIP- cuente con una correcta estrategia de comunicación,*

**Gráfica No.5**



Fuente: Encuesta a empleados de la Segeplan.

**Gráfica No.6**



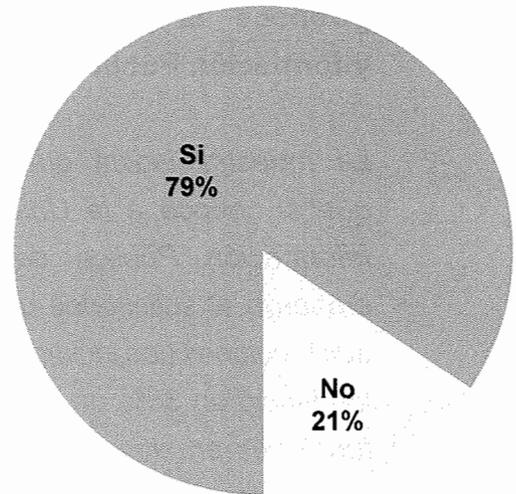
Fuente: Encuesta a empleados de la Segeplan.

mientras que el 31% manifestó que considera que si la tiene.

3. **¿Considera que la -UAIP- de la Segeplan cuenta con una correcta plataforma virtual donde los usuarios pueden realizar sus solicitudes desde su página web?**

En esta interrogante el 79% de las personas consultadas indicaron que si considera que la -UAIP- cuenta con una plataforma o portal

Gráfica No.7



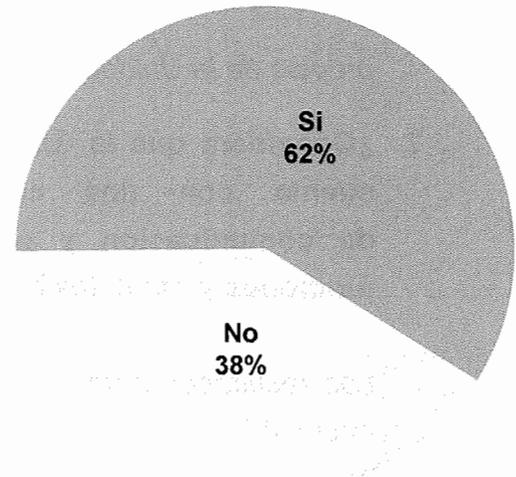
Fuente: Encuesta a empleados de la Segeplan.

virtual para acceder a la Unidad y solicitar información requerida, mientras que el 21% respondió que no.

4. **¿Considera que la -UAIP- de la Segeplan cuenta con una sede física con la infraestructura adecuada para atender a los solicitantes de información?**

En la gráfica que se muestra a continuación indica que el 62% de las personas encuestadas

Gráfica No.8



Fuente: Encuesta a empleados de la Segeplan.

indicaron que la -UAIP- no cuenta con el espacio idóneo para realizar sus funciones y el 38% respondió que el espacio es el adecuado.

5. **¿Cómo califica la comunicación interna y externa para reforzar y promover el trabajo de la -UAIP- de la Segeplan?**

En la clasificación que los encuestados dan a esta pregunta los resultados demuestran que el 44% calificó de buena la comunicación interna, así también resaltaron el trabajo en equipo de la Unidad.

El 23% calificó de mala la comunicación, debido a la poca cobertura y promoción de los

medios internos de promoción a la -UAIP-.

Y el 33% indicó que la comunicación es regular a causa de la desinformación.

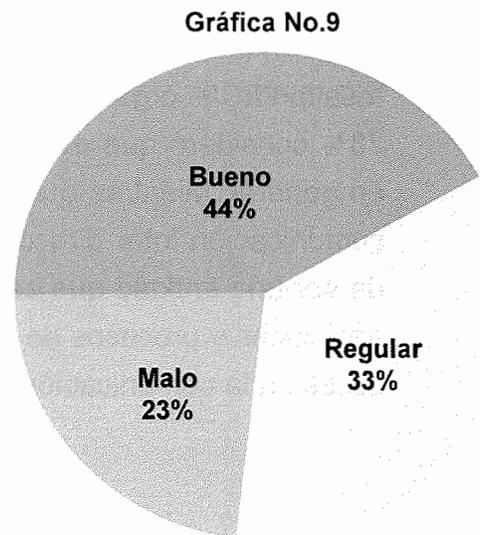
**4.9.3.1 Análisis de las encuestas realizadas a los empleados de la Segeplan.**

El estudio estableció que más del 80% de los empleados conocen el rol de la -UAIP- de Segeplan, así como el otro 15% desconoce los servicios que esta presta.

En cuanto a estrategia de comunicación y promoción el 69% dijo que si la tiene y están satisfechos con su función, mientras que el 31% objetó la pregunta indicando que no la tiene y que la Unidad se auto promociona únicamente por el portal y por publicidad general a la Ley de Acceso a la Información impulsado por la administración anterior.

Con respecto al cuestionamiento acerca de una correcta plataforma virtual, más del 70% de los encuestados mostraron estar de acuerdo con el funcionamiento del portal web, y más del 20% indicaron que no y debe mejorar.

Al preguntar sobre las instalaciones físicas, más del 60% mostraron su inconformidad



Fuente: Encuesta a empleados de la Segeplan.

con el espacio asignado para el funcionamiento de la Unidad, y más del 35% indicaron que por su poco personal asignado a la Unidad cuentan con más que suficiente para su correcto funcionamiento.

Por último con respecto a la comunicación interna un 44% la calificó como buena resaltando la organización y trabajo en equipo del personal de la Segeplan. Un 23% consideró que es mala la comunicación interna, debido a la falta de armonía en general. Mientras que un 33% expresó que es regular y que se debe reforzar la comunicación inter direccional. De igual manera sugieren una planificación a pesar de ser una entidad que se dedica a eso, pues existe improvisación en algún tipo de decisiones y procesos de trabajo. Finalmente indicaron que poseen dificultades en el acceso a la comunicación con las altas autoridades.

#### 4.9.4 Situación de los usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

Definitivamente el principal afán de la -UAIP- es la cultura de transparencia y en ese sentido se ha venido dando un incremento en la cantidad de solicitudes de información proporcionalmente en los últimos meses. Con esto las solicitudes como tal se convierten en el pilar fundamental de la Unidad, reflejando con esto el éxito que se ha tenido al proporcionar efectivamente las respuestas en materia de información solicitadas. Con el objetivo de contrastar información se trabajó en una muestra aleatoria con usuarios del servicio de Acceso a la Información de la Segeplan, para identificar cuál es la percepción que tienen de la misma.

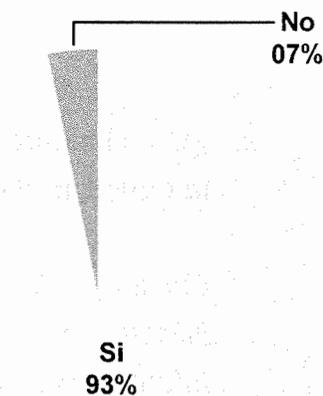
A continuación se presenta el análisis de las respuestas de usuarios entrevistados aleatoriamente para evaluar la percepción personal que tiene del trabajo, tiempo de respuesta, canales de solicitud, frecuencia y la importancia del rol de la Unidad para la Segeplan.

##### 1. ¿Conoce los servicios que presta la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan?

*La respuesta del 93% de los entrevistados indicaron que conocen el tipo de información que presta la Unidad y al menos 75% de estos mencionaron al menos 4 de los servicios, siendo los más mencionados los siguientes: facilitación de información variada de forma impresa y digital; entre los que destacaron: Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, Estudio Nacional de Mortalidad Materna, Informe de Avances de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe anual de la Política de Desarrollo Social y Población.*

*Mientras que el otro 7% indicó que solamente conocían que se facilitaba información acerca de para Precalificados del Estado.*

Gráfica No.10



Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

2. **¿Cuál es el tiempo de respuesta de la -UAIP- en relación con la información que ha solicitado?**

El 86% de los entrevistados indicaron que reciben la respuesta a su solicitud con 1 día de espera; un 6% expresaron que su período de espera fue de 2 días; otro 3% manifestaron que su respuesta fue atendida después de 3 días de espera; mientras que el 5% restante indicaron que su respuesta se atendió pasados los 5 días hábiles.

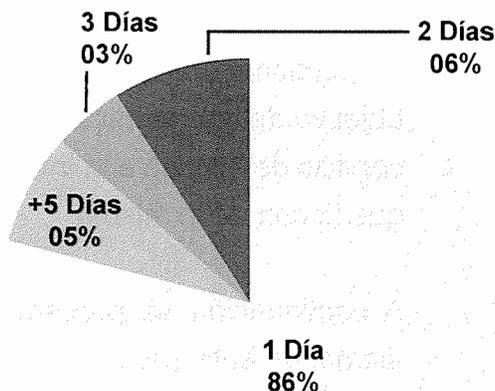
En perspectiva, en el mediano y largo plazo, los resultados obtenidos expresan un alto desempeño en el tiempo de respuesta de la Unidad, y mostraron estar convencidos de que la transparencia es un nuevo valor que aportan las instituciones estatales como parte de los nuevos compromisos asumidos con la población.

3. **¿Cuál ha sido el canal que ha utilizado para la solicitud de su información?**

Existen 3 formas de hacer la solicitud de información a la Unidad de Acceso a la Información; verbal, escrita y por medio electrónico.

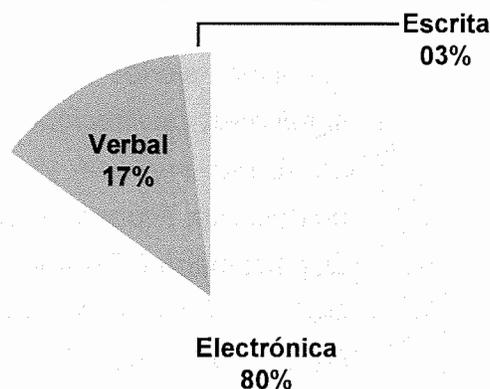
El 80% indicó hacerlo por el medio electrónico expresando la facilidad que les representa este canal y luego reciben un mensaje por la misma vía indicándoles que día puedes pasar por la misma si la solicitud de la información es en forma física o reciben el archivo en formato .PDF de su requerimiento; otro 17% reportó

Gráfica No.11



Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

Gráfica No.12



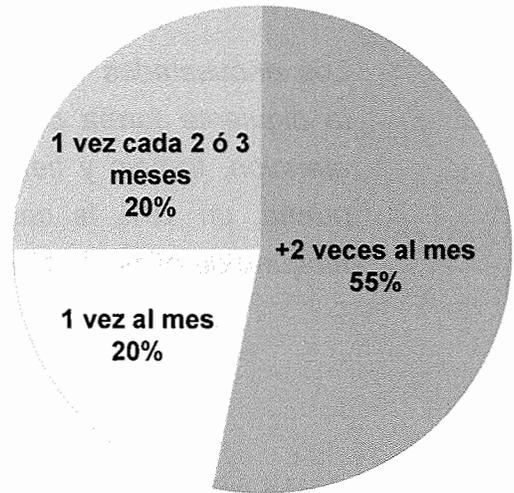
Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

hacerlo de forma verbal indicando que se les hace muy fácil de esa forma y solamente un 3% indicó hacerlo de forma escrita.

4. **¿Con cuanta frecuencia ha solicitado información de oficio a la -UAIP- de la Segeplan?**

Los resultados de esta interrogante mostraron que el 55% solicitan información más de 2 veces al mes; un 20% indicaron que la solicitan 1 vez al mes y el otro 25% restante manifestaron hacerlo 1 vez cada 2 o 3 meses.

Gráfica No.13

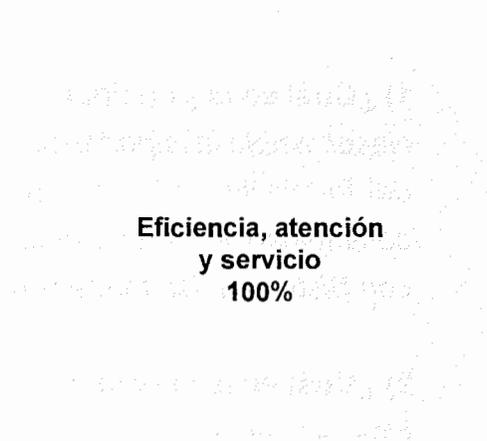


Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

5. **¿Cuál considera que es el rol de la -UAIP- de la Segeplan?**

En relación con el rol que proyecta la -UAIP- el 100% de los encuestados coinciden que la perciben como una Unidad de transparencia, donde son escuchadas sus solicitudes y que reciben un pronta y eficiente atención y servicio, que promueve un comportamiento institucional y por consiguiente de Estado.

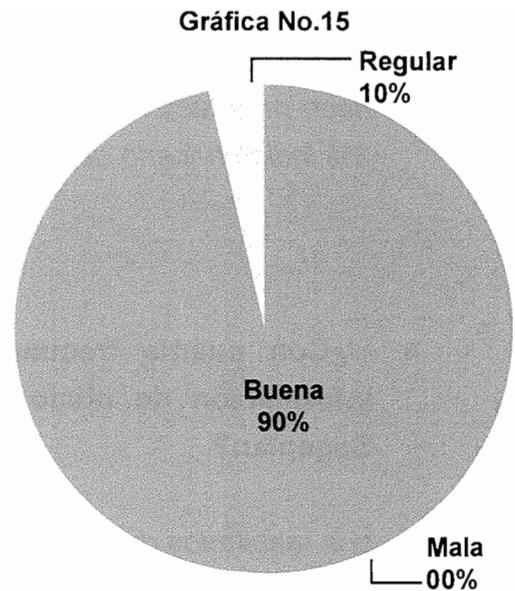
Gráfica No.14



Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

6. **¿Cómo considera el trabajo, atención y tiempo de respuesta de la -UAIP- de la Segeplan?**

*Los encuestados calificaron a la Unidad de la siguiente forma un 90% consideraron la atención, trabajo y tiempo de entrega como buena; un 10% la calificaron de regular y ninguno de ellos la catalogó como mala.*



Fuente: Encuesta a usuarios de la -UAIP- de la Segeplan.

**4.9.5 Opinión calificada de la coordinadora de la -UAIP- de la Segeplan, Licda. Julia Artiga.**

Como uno de los pilares fundamentales de el presente estudio se realizó una entrevista a la Coordinadora de Acceso a la información Pública de la Segeplan Julia Artiga de la cuál se analizan sus impresiones.

**1) ¿Cuál es la principal necesidad de la UAIP en tema de visibilización?**

*Hacer visible la importancia de las Unidades de Acceso a la Información Pública a través del fortalecimiento en procesos de sensibilización, formación y capacitación y darle continuidad al esfuerzo desarrollado para poder avanzar hacia una gestión por resultados con Sistemas de información y avanzar hacia la cultura de la Transparencia.*

**2) ¿Cuál es la situación actual de la UAIP?**

*Hay limitaciones en recurso humano y las condiciones materiales en las cuales se trabaja, no obstante hemos acercado a más de dos mil personas al conocimiento del Estado de Guatemala en general y a Segeplan en particular a través de la información que les ha sido proporcionada y ha sido posible gracias al capital humano de la Secretaría.*

**3) ¿Por qué medios se entrega la información a los solicitantes?**

*En primer lugar electrónica, luego verbal y por último escrita.*

**4) ¿Tiene conocimiento que se haya realizado alguna estrategia de comunicación para reforzar a la Unidad de Acceso a la Información Pública?**

*Por parte de SEGEPLAN NO, pero en los años anteriores cuando el trabajo lo dirigía la Secretaría de Transparencia, la Segeplan estuvo en el Equipo Impulsor junto al MINFIN, la Secretaría de Control y Transparencia y Combate a la corrupción de la Vicepresidencia de la República, Promudel (GTZ), Infom, entre otras. Se sensibilizó y capacitó a las Municipalidades, ONG sobre la Ley de Acceso a la Información Pública.*

**5. ¿Considera que es necesario que -UAIP- de la SEGEPLAN, cuente con una estrategia de comunicación social, dirigida a reforzar su imagen dentro y fuera de la institución?**

*SI*

**¿Por qué?**

*Porque el acceso a la información pública se debe de entender como una garantía fundamental, pero también como una regulación jurídica que permite el acceso de la sociedad a la información general por los órganos del Estado. El derecho a saber, como también es denominado, es imprescindible en cualquier escenario democrático y de derecho. El acceso a la información , que incluye la transparencia, la publicidad y la rendición de cuentas está estrechamente ligado a la democracia, se ha convertido en un valor fundamental para entenderla. Un Estado democrático no puede entenderse, si además de tener un gobierno de las mayorías y la existencia del imperio de la ley no tutela el derecho que tienen los ciudadanos de controlar las acciones de sus gobernantes y les permita acercarse a la toma de decisiones. El acceso a la información es un derecho humano.*

**6. ¿Qué elementos se deben considerar?**

*1) La convención de las Naciones Unidas contra la corrupción, 2) La Convención Interamericana contra la Corrupción, 3) Fuentes del derecho, Legislación (Normas constitucionales, Tratados Internacionales, Leyes ordinarias, Disposiciones reglamentarias), toda la legislación nacional. El Decreto 57-2008 Ley de Acceso a la Información Pública, aspectos generales para la implementación, obligaciones institucionales, principios, beneficios, etcétera.*

#### **4.9.6 Entrevista al Subsecretario de Inversión Pública de la Segeplan, Lic. Luis Antonio Catalán Gómez.**

Como parte fundamental del presente estudio se gestionó una entrevista con el Subsecretario de Inversión Pública de la Segeplan, Licenciado Luis Catalán, durante la entrevista al Subsecretario indicó que como parte de los servicios que ofrece la Unidad a la población en general esta se basa en el cumplimiento de la Ley de Acceso a la Información y esta ofrece información de la administración pública en general que por mandato de su competencia le corresponde. Entre ellas Inversión Pública, Gestión de la Cooperación Internacional y Planificación de los actos propios de la administración de la Segeplan.

Sobre el tipo de información que ofrece la -UAIP- a los usuarios del servicio se refirió a la que manejan los diversos sistemas que administra (SICOIN), Proyectos de Cooperación Internacional, becas, información territorial, registro de precalificados del Estado, estudios de Pre inversión Pública, Planes de Desarrollo Municipal entre otros. En ese sentido se refirió a los canales por los cuales se realizan las consultas requeridas a la Unidad, indicando que entre las más usadas están la consultas por la vía Web, a través del portal electrónico de Segeplan y directamente en la oficina de atención al pública ubicada en la Secretaría. Indicó que con anterioridad se impulsó una estrategia de comunicación para el reforzamiento de la Unidad en el sentido de la información que manejaba acerca de la Inversión Pública dedicada para actores de desarrollo, impulsando un boletín mensual acerca de la Inversión Pública en Guatemala. Al referirse acerca del rubro destinado para publicidad y cuál es su porcentaje, indicó que actualmente no existe, anteriormente mencionó que según nota del MINFIN existía la cifra de Q.40,650.00 inferior al 0.06% del presupuesto y el saldo del rubro se trasladó a la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, actualmente la Unidad no tiene disposición de recursos para su funcionamiento más que lo otorgado bajo la administración de la Secretaría.

Finalmente mencionó que cree de importancia que la -UAIP- cuente con una estrategia de comunicación social dirigida a reforzar su imagen dentro y fuera de la institución dada la naturaleza de la información de que dispone la cuál debe tener un trato especial para promocionar su difusión y uso, como elementos a considerar sobre la información de que se dispone indicó los siguientes:

- Clase de información y clasificación de los usuarios.
- Ámbito político
- Académico
- Centros de investigación
- Sociedad en general

## **4.9.7 Análisis FODA**

### **4.9.7.1 Fortalezas**

- La -UAIP- es una de las dos primeras en las instituciones de gobierno que puntea en los primeros lugares del ranking de Unidades de Acceso a la Información.
- Cuenta con uno de los servicios más ágiles en el manejo y entrega de información a los solicitantes.
- Integra perfectamente una amplia red de archivos que por su orden y manejo le es más fácil la búsqueda, clasificación y entrega de información de oficio.
- Cuenta con un fácil acceso a las instalaciones de la institución que representa.
- Cuenta con un portal electrónico automatizado lo cuál le permite hacer una catalogación instantánea de las solicitudes recibidas.
- Las personas que integran la Unidad cuentan con gran experiencia y conocimiento acerca del manejo de archivos, catalogación y atención.

### **4.9.7.2 Oportunidades**

- Creciente número de solicitudes de información, colocándose en los primeros dos lugares de su categoría.
- Realiza y organiza anualmente al menos 3 talleres interinstitucionales de actualización en transparencia y acceso a la información.
- Cuenta con el apoyo y disponibilidad de información del Archivo General de la Segeplan.

- Archivo, que cuenta con material histórico a disposición de los ciudadanos que requieran la información.

#### **4.9.7.3 Debilidades**

- Falta de conocimiento interno de los servicios que la Unidad brinda a los ciudadanos.
- Falta de cultura de transparencia.
- No se ha realizado ninguna estrategia de comunicación, para reforzar a la Unidad.
- Carencia de publicidad y promoción.
- No tiene el apoyo de un departamento de Relaciones Públicas.
- El personal no recibe incentivos.
- La unidad únicamente la conforman 2 personas (encargada y asistente).
- Limitado espacio físico como sede de la Unidad.

#### **4.9.7.4 Amenazas**

- Poco interés y apoyo en el tema de promoción de la Unidad.
- Tiene un perfil bajo dentro de la institución.
- Poco apoyo y representatividad de la PDH.
- Poca difusión de los servicios que presta y cómo estos ayudan y facilitan la información a la población.
- Actualmente no hay promoción en ningún medio estatal de la cultura de transparencia y acceso a la información pública.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTABLECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

#### 5.1 Objetivo general de comunicación

Fortalecer la imagen de la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Segeplan, por medio de una comunicación efectiva a lo interno y externo, con el fin de que esta posea un impulso y reconocimiento por la importancia de la información que maneja.

#### 5.2 Objetivos específicos

- Promover por medio de la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan la cultura de la transparencia en Guatemala, hacer visible la importancia de la Unidades de Acceso a la Información Pública de la Segeplan por medio del avance de la gestión por resultados de los sistemas de información.
- Establecer un plan de evaluación y capacitación en las distintas Subsecretarías, Direcciones y Unidades que conforman la Secretaría con el fin de mejorar la relación y conocimiento que tienen acerca del papel de la Unidad, con el apoyo de la Dirección de Recursos Humanos de la Segeplan.
- Diseñar actividades con ejes temáticos de importancia, para reforzar la comunicación con las demás instituciones estatales que cuentan con una Unidad de Acceso a la Información Pública con el fin de que contribuyan con el fortalecimiento de la cultura de transparencia en el país.
- Poner en marcha una serie de instrumentos de comunicación que fortalecerán el rol de la Unidad con información mensual de cada Subsecretaría, Direcciones y Unidades que conforman la Segeplan con el propósito de dar a conocer el tipo de información que maneja cada una de ellas buscando con esto fortalecer el proceso de sensibilización y formación de la cultura de acceso y transparencia en la información pública.

### 5.3 Estructura de la estrategia

- Dividida en el tiempo en tres fases principales.
- Evolutiva según las coyunturas y análisis de avances y desafíos (metas).
- Diferenciada según fases, grupos objetivos, medios y productos.
- Complementaria en la horizontalidad (línea de tiempo) y en la verticalidad (cruce entre grupos objetivos, medios y productos).

### 5.4 Fases de la estrategia

- *Generación de condiciones.*  
Preparación de la promoción de la -UAIP- por medio de la Dirección de Comunicación Social.
- *Intervención en Público Interno.*  
Lanzamiento de un plan de evaluación y sensibilización en el tema de la cultura de transparencia.
- *Intervención en Público Externo.*  
Seguimiento, realización de materiales informativos para el continuo fortalecimiento de la unidad.

#### 5.4.1 Descripción Fase 1, generación de condiciones

- *Objetivo:* Planificar y presupuestar las acciones que se llevarán a cabo para la correcta implementación de la estrategia de comunicación.
- *Grupo objetivo primario:* Usuarios internos de la Segeplan.
- *Grupo objetivo secundario:* Público en general (usuarios externos).
- *Resultados esperados:* Contar con una estrategia de comunicación bien planificada y lista para su implementación.
- *Actividades:* En ese sentido se realizará el cronograma de trabajo, cronograma de medios, contratación de personal, creación de instrumentos y elaboración de piezas de comunicación.

#### • **5.4.2 Descripción Fase 2, Público Interno**

- *Momento clave:* Lanzamiento de un plan de sensibilización en el tema de la cultura de transparencia.
- *Objetivo:* Dar a conocer a los empleados y usuarios internos los elementos fundamentales de la Ley de Acceso a la Información y cómo la -UAIP- de la Segeplan los aplica para la gestión ágil de la información solicitada.
- *Grupo objetivo primario:* Autoridades de la Segeplan y usuarios internos de la -UAIP-.
- *Grupo objetivo secundario:* Empleados de la Segeplan.
- *Medios:* Presentación a autoridades, usuarios y empleados.
- *Resultados esperados:* Todo el personal de la Segeplan conoce los elementos fundamentales de la Ley de Transparencia y entiende la importancia de la -UAIP- de la Secretaría de Planificación y su rol de canal de interacción entre los solicitantes y usuarios de la Unidad.

#### **5.4.3 Descripción Fase 3, Público Externo**

- *Objetivo:* Promover en primera instancia a la información que se puede encontrar en la -UAIP- de la Segeplan, en segunda instancia la participación ciudadana en el uso y la consulta de información pública de oficio generada por la Segeplan a través de la -UAIP-, que conozca las funciones de la unidad, su ubicación, procesos de solicitud y entrega de información y que se perciba a la -UAIP- de la Segeplan como una dependencia accesible y transparente.
- *Resultado esperado de la comunicación:*  
“Yo soy parte de Guatemala, la información es mía y tengo acceso a ella”.

- *Grupos objetivo*

- Sectores estratégicos
- Líderes de opinión / tomadores de decisión
- Jóvenes
- Instituciones del Estado
- ONG's
- Consultores
- Academia
- Centros de investigación

- *Grupos de medios*

*Digital*

- Internet, boletines electrónicos, redes sociales
- Páginas de otras Unidades de Acceso a la Información del Estado.

*Tradicional*

- Radio estatal TGW
- Diario de Centro América

**Cuadro No.3**

• **Integración de estrategias, medios y productos**

<b>Grupo Objetivo</b>	<b>Medios</b>	<b>Productos</b>
Público Interno	Encuestas de opinión Focus Group Cuestionarios sobre servicios Uso de Innovación y tecnología	Campaña digital: (Internet, redes sociales, comunicados internos).
Público Externo	Entrevistas en programas de radio y T.V que generan opinión en el país.  -Afiches -Bifoliales -Revistas -Focus Group -Uso de innovación y tecnología	Campaña digital: (Internet, redes sociales, correos electrónicos, SMS y móvil).

Fuente: *Elaboración propia.*

• **Tono**

- Optimista
- Incluyente
- Realista
- Emotivo
- Alcanzable

## 5.5 Detalle de la estrategia de comunicación a utilizar

### Cuadro No. 4

#### Fase I

#### Generación de condiciones

Objetivo	Actividades	Ubicación	Recursos	Responsable	Indicadores	Calendario	Resultados
Planificar y presupuestar las acciones que se llevarán a cabo para la correcta implementación de la estrategia de comunicación, en ese sentido se realizará el cronograma de trabajo, cronograma de medios, contratación de personal, creación de instrumentos y elaboración de piezas de comunicación.	<p>Estructurar la comunicación entre la -UAIP-, y la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan.</p> <p>Definir el perfil del comunicador social.</p> <p>Determinar la posición que tendrá dentro de la institución.</p> <p>Establecer los objetivos y funciones del puesto.</p> <p>- Contratación de personal</p> <p>- Análisis de los medios de comunicación disponibles.</p> <p>- Preparación de los instrumentos.</p> <p>- Cronograma de actividades.</p>	Oficinas de la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan y Dirección de Comunicación social de la Segeplan.	<p><b>Humanos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de Comunicación de la -UAIP-.</li> <li>• Asistente de comunicación.</li> <li>• Asistente de promoción.</li> <li>• Secretaria.</li> </ul> <p><b>Financieros:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto asignado para funcionamiento. (ver pág. 73)</li> </ul> <p><b>Físicos e infraestructura:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de la -UAIP-.</li> <li>• Escritorio</li> <li>• Computadora</li> <li>• Impresora</li> <li>• Acceso a Internet.</li> <li>• Teléfono</li> </ul>	Dirección General de la Segeplan. Coordinadora de la -UAIP-. Dirección de Comunicación Social de la Segeplan. Dirección de Recursos Humanos de la Segeplan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficina u equipo de Comunicación Social operativo y funcionando.</li> <li>- Piezas comunicativas implementadas y en ejecución para promover a la -UAIP- de la Segeplan.</li> </ul>	De septiembre a octubre de 2012.	Unidad de acceso a la información de la Segeplan fortalecida y estructurada con la presencia de su contraparte en comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro No. 5**  
**Fase II**  
**Público Interno**

Objetivo	Actividades	Ubicación	Recursos	Responsable	Indicadores	Calendario	Resultados
<p>Dar a conocer a los empleados y usuarios internos los elementos fundamentales de la Ley de Acceso a la Información y cómo la -UAIP- de la Segeplan los aplica para la gestión ágil de la información solicitada.</p>	<p>Actividades de fortalecimiento institucional:                      Implementar seminarios talleres y charlas para sensibilizar a los actores y usuarios y público en general acerca del acceso y transparencia vinculados a la información pública.                      Diseño y ejecución de un plan de capacitación donde se encuentren involucradas todas las entidades de la Segeplan en el tema de transparencia.</p>	<p>Oficinas de la Unidad de Acceso a la Información Pública y Dirección de Comunicación social de la Segeplan.</p>	<p><b>Humanos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de Comunicación de la -UAIP-.</li> <li>• Asistente de comunicación.</li> <li>• Asistente de promoción.</li> </ul> <p><b>Secretaría.</b></p> <p><b>Financieros:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto asignado para funcionamiento. (ver pág. 73)</li> </ul> <p><b>Físicos e infraestructura:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de la -UAIP-.</li> <li>• Salón de Charlas.</li> <li>• Proyector</li> </ul>	<p>Dirección General de la Segeplan.                      Coordinadora de la -UAIP-.                      Dirección de Comunicación Social de la Segeplan.                      Dirección de Recursos Humanos de la Segeplan.</p>	<p>Actividades de fortalecimiento institucional coordinadas por los responsables.</p> <p>Aceptación del sistema de comunicación por los empleados de la Segeplan.                      Fuente: sondeo de opinión.</p>	<p>De octubre a diciembre de 2012.</p>	<p>Fortalecimiento de la comunicación interna.</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro No. 6**

**Fase III**

**Público externo**

Objetivo	Actividades	Ubicación	Recursos	Responsable	Indicadores	Calendario	Resultados
<p>Promover en primera instancia a la información que se puede encontrar en la -UAIP- de la Segeplan, en segunda instancia la participación ciudadana en el uso y la consulta de información pública de oficina generada por la Segeplan a través de la -UAIP-, que conozca las funciones de la unidad, su ubicación, procesos de solicitud y entrega de información y que se perciba a la -UAIP- de la Segeplan como una dependencia accesible y transparente.</p>	<p>Actividades de fortalecimiento institucional externamente:                      Realización de una carpeta con información de la Unidad prologros y servicios, con el objetivo de fortalecer su imagen.                      Inclusión de información de la -UAIP- en el sitio WEB de la Segeplan y notas periodísticas relacionadas al tema.                      Uso de redes sociales para informar y crear conciencia de transparencia.                      Envío de comunicados digitales.                      Diseño de Revista externa Digital En Contacto para dar a conocer las actividades de la Unidad.                      Cursos y talleres que contribuyan a la cultura de transparencia en el Estado.</p>	<p>Oficinas de la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan y Dirección de Comunicación social de la Segeplan.</p>	<p><b>Humanos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de Comunicación de la -UAIP-.</li> <li>• Asistente de comunicación.</li> <li>• Asistente de promoción.</li> <li>• Secretaria.</li> </ul> <p><b>Financieros:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto asignado para funcionamiento. (ver pág. 73 )</li> </ul> <p><b>Físicos e infraestructura:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oficina de la -UAIP-.</li> <li>• Programas de diseño gráfico: Indesign, Illustrator, Photoshop.</li> <li>• Técnico en diseño gráfico.</li> </ul>	<p>Dirección General de la Segeplan.                      Coordinadora de la -UAIP-.                      Dirección de Comunicación Social de la Segeplan.                      Dirección de Recursos Humanos de la Segeplan.</p>	<p>- Entrega de material gráfico en la carpeta informativa en los distintos eventos y talleres en los que se fortalecerá el tema de transparencia.                      - Conteo de visitas a la página WEB en notas elaboradas en torno a la -UAIP- de la Segeplan.                      - Conteo de seguidores en redes sociales (facebook y tweeter).                      - Comunicados periodísticos y talleres realizados por año.</p>	<p>De diciembre 2012 a febrero de 2013.</p>	<p>Fortalecimiento de la comunicación externa con las entidades de Gobierno, sector político, academia, centros de investigación, generadores de opinión y sociedad en general.</p>

Fuente: Elaboración propia.

## 5.6 Cronograma de las fases

Propuesta de cronograma de fases para la ejecución de la estrategia que contempla seis meses de septiembre 2012 a febrero 2013.

Cuadro No.7

Distribución	Objetivo	Septiembre Mes 1	Octubre Mes 2	Noviembre Mes 3	Diciembre Mes 4	Enero Mes 5	Febrero Mes 6
<b>Fase I</b>	Promoción de la -UAIP- por medio de la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan haciendo un plan de Relaciones Públicas y de Comunicación	X	X				
<b>Fase II</b>	Fortalecimiento de la comunicación interna		X	X	X		
<b>Fase III</b>	Fortalecimiento de la comunicación externa				X	X	X

Fuente: Elaboración propia.

## **5.7 Primera fase de la estrategia**

### **5.7.1 Implementación**

La primera fase de la estrategia comprende la promoción por medio de la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan haciendo un plan de Relaciones Públicas y de Comunicación, para ello es necesario definir el perfil del comunicador que tendrá a su cargo esta implementación de la estrategia, las responsabilidades que tendrá bajo su cargo, el personal que conforme su equipo de apoyo. Lo anterior es indispensable para cumplir con el objetivo general.

#### **5.7.1.1 Perfil del encargado de comunicación social de la -UAIP-**

Este debe tener el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, tener experiencia en medios, oficinas de comunicación gubernamentales, con conocimientos de la Ley de Acceso a la Información Pública, experiencia de su aplicación, métodos de solicitud y entrega. Debe ser capaz de generar efectos en el conocimiento institucional mediante acciones de relaciones públicas, medios digitales, impresos; influir en las actitudes, opiniones y conductas de forma positiva; conocer y emitir valores y objetivos institucionales, además de diseñarlos de manera que los distintos públicos se identifiquen con la temática de Transparencia y Acceso a la Información Pública; optimizar el impacto de los mensajes emitidos; acercarse a los líderes de opinión y generarla prioritariamente en medios de comunicación tradicionales y electrónicos; promoviendo el uso, consulta y solicitud de información de oficio proporcionada por la -UAIP-.

#### **5.7.1.2 Objetivo del puesto**

Contribuir con la estrategia para posicionar a la Unidad entre sus públicos establecidos, entidades gubernamentales, privadas, academia, políticas y centros de investigación, coordinando con ellos a fin de que se establezca un interés común por las actividades y cultura de transparencia de la información que la -UAIP- de la Segeplan pretende impulsar.

#### **5.7.1.3 Funciones del puesto**

- Enlace interinstitucional entre Segeplan Central y Delegaciones Departamentales en temas de transparencia y acceso a la información pública generadas por los distintos órganos de la Segeplan.

- Lograr la integración en materia de divulgación entre la Unidad de Acceso a la Información y la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan.
- Priorizar e implementar una base de datos actualizada de los públicos importantes para la institución y en especial para la Unidad, con el fin de promover la información que se proporciona.
- Apegarse al Plan Estratégico de la Segeplan de cada una de las partes en que se desenvuelva, enfocado a la Gestión por Resultados de los Sistemas de Información.
- Coordinar con la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan la producción de materiales que visibilicen a la Unidad, así como también la participación en programas en medios de comunicación tradicionales y electrónicos de autoridades de la Segeplan para abordar el tema de la cultura de transparencia y acceso a la información pública.
- Velar por el correcto funcionamiento del Portal Electrónico de -UAIP- interactuando con los técnicos en informática que la Secretaría indique para priorizar las solicitudes de información y pronta respuesta, así como informar de manera periódica de la cantidad de usuarios que ingresen al portal.

#### **5.7.1.4 Perfil del asistente de comunicación**

Este debe ser estudiante de Comunicación Social con un mínimo del séptimo semestre aprobado de la carrera, debe poseer experiencia en manejo de programas de diseño gráfico, monitoreo de medios, técnicas fotográficas, técnicas de video, redacción de comunicados periodísticos. Además debe poseer excelentes relaciones públicas con diferentes actores como medios de comunicación y periodistas, creatividad para transmitir mensajes a grupos de trabajo y habilidades para la comunicación oral y escrita.

#### **5.7.1.5 Objetivo del puesto**

Ser el técnico del encargado de comunicación social de la -UAIP-, contribuyendo eficazmente en el uso y aplicación de herramientas tecnológicas como técnicas para el desarrollo de las actividades para impulsar la cultura de transparencia de la información que la Unidad de Acceso a la Información de la Segeplan promueve.

#### **5.7.1.6 Funciones del puesto**

- Encargado del dar imagen gráfica a las propuestas que contenga la Estrategia de Comunicación de la -UAIP- de la Segeplan.
- Ser el apoyo del encargado de comunicación de la -UAIP- en materia del diseño y producción de materiales gráficos impresos y digitales que visibilicen a la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan.
- Realizar y administrar archivo fotográfico y de video de las actividades, talleres, charlas, conversatorios y demás reuniones que se lleven acabo dentro del marco de las actividades de la -UAIP- de la Segeplan.

#### **5.7.1.7 Perfil del asistente de promoción**

Debe poseer estudios en publicidad, como mínimo sexto semestre de la carrera técnica de esta especialidad, deberá implementar la logística y montaje de los eventos en los que se promueva la transparencia de la información de la Unidad de Acceso a la Información de la Segeplan.

#### **5.7.1.8 Objetivo del puesto**

Crear las condiciones idóneas para el desarrollo de las actividades en los distintos escenarios en las que se lleven acabo los eventos relacionados con la cultura de transparencia y acceso a la información, valiendose de la coordinación y logística necesarias para la organización y montaje de los mismos.

#### **5.7.1.9 Funciones del puesto**

- Apoyar al asistente de comunicación, encargandose de la instalación y distribución de los materiales diseñados y aprobados dentro del marco de la Estrategia de Comunicación de la -UAIP- de la Segeplan.

#### **5.7.1.10 Perfil de la secretaria**

Secretaria ejecutiva, con un mínimo de 4 semestres aprobados de la carrera de ciencias de la comunicación y periodismo, habilidad para la organización y redacción de documentos y comunicados, capacidad de organización y planificación de agendas de actividades y agendas de trabajo programadas.

#### **5.7.1.11 Objetivo del puesto**

Ser el apoyo de encargado de comunicación social de la -UAIP- de la Segeplan, organizando las actividades planificadas semanal y mensualmente, además de brindar soporte a los asistentes de comunicación y promoción.

#### **5.7.1.12 Funciones del puesto**

- Organizar y facilitar el proceso administrativo dentro de la Segeplan para el Departamento de Comunicación de la -UAIP- de la Segeplan.

### **5.7.2 Recurso humano**

- Encargado de Comunicación de la -UAIP-
- Asistente de comunicación
- Asistente de promoción
- Secretaria.

## **5.8 Segunda fase de la estrategia**

### **5.8.1 Implementación**

En esta fase se implementarán varios aspectos apoyados principalmente por la Dirección General, la Dirección de Recursos Humanos, la Dirección de Comunicación Social y resto de personal de la Secretaría. Sin embargo, se debe considerar que los cambios en un principio no son fáciles por lo cual es necesario conocer la cultura organizacional y buscar las herramientas de contingencia adecuadas si se diera alguna reacción desfavorable al cambio de las normas y políticas establecidas.

#### **5.8.1.1 Plan estratégico institucional**

##### **Actividades de fortalecimiento institucional**

- Implementar un manual de procedimiento, donde se detalle la misión, visión y valores de la -UAIP-, así como los servicios de entrega de información que la Unidad ofrece a la población en general, instituciones del Estado, academia y centros de investigación en el marco de los Proyectos y estudios de Pre inversión, Proyectos de Cooperación, Políticas Públicas, Sistemas que administra la Secretaría, Planes de Desarrollo Municipal y Departamental, información territorial entre otros.

- Participación y visibilización de la Unidad en: cartelera informativa de la Secretaría, comunicados internos y externos, revista En Contacto, notas periodísticas de actividades de la Unidad en el sitio Web de la Segeplan.
- Coordinar seminarios, talleres, charlas para sensibilizar a los actores y usuarios públicos y en general acerca de el Acceso y Transparencia de la Información Pública.
- Implementar evaluaciones de desempeños periódicas para detectar necesidades y capacitación de empleados en el tema.
- Diseñar y ejecutar un plan de capacitación donde se encuentren involucrados todas las entidades de la Segeplan.

## **5.9 Tercera fase de la estrategia**

### **5.9.1 Fortalecimiento de la comunicación externa**

La Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan, necesita fortalecer la comunicación hacia afuera para posicionarse, en ese sentido en esta tercera y última fase se propone realizar una carpeta con información de la Unidad proceso de crecimiento, logros y servicios, con el objetivo de fortalecer su imagen.

Por medio de este fortalecimiento, se pretende que tanto la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan y su Unidad de Acceso a la Información Pública se proyecten en sintonía de manera integral, así como también de esta forma contribuyen al fortalecimiento del Estado en beneficio de la población en general.

#### **5.9.1.1 Carpeta institucional**

Esta contendrá una breve descripción histórica de la Unidad desde su fundación, los servicios y tipo de información a la que se puede acceder a través de ella, dirección física y del portal electrónico de Unidad, los canales de comunicación por los cuales se puede hacer llegar la solicitud, una descripción general de la Unidad y finalmente información de la Secretaría de Planificación de la Presidencia, Subsecretarías que la conforman y los ejes de trabajo que la vinculan con la -UAIP-.

## 5.10 Propuesta del presupuesto estimado para la ejecución de la estrategia de comunicación social para la -UAIP-

Cuadro No.8

Fases	Actividades	Suma Parcial	Suma total
<b>Fase I</b>	<b>Descripción de salarios:</b>		
Promoción de la -UAIP- por medio de la Dirección de Comunicación Social de la Segeplan haciendo un plan de Relaciones Públicas y de Comunicación	Encargado de Comunicación Social 12 salarios	Q.7,000.00 x	Q.206,000.00
	Asistente de Comunicación 12 salarios	Q.4,000.00 x	Q.84,000.00
	Asistente de Promoción 12 salarios	Q. 4,000.00 x	Q.48,000.00
	Secretaria 12 salarios	Q. 2,200.00 x	Q.48,000.00
		Q.26,400.00	
<b>Fase II</b>	<b>Plan estratégico:</b>		
Fortalecimiento de la comunicación interna	Manual de procedimiento.	Q.3,500.00	Q.10,500.00
	Visibilización en carteleras informativas y portal electrónico.	Q.2,000.00	
	Capacitación a empleados, en seminarios, talleres y charlas en temas de transparencia de la información pública.	Q.5,000.00	
<b>Fase III</b>	Carpeta institucional de la -UAIP- de la Segeplan Afiches, Bifolios, Revistas.	Q.18,000.00	Q.18,000.00
Fortalecimiento de la comunicación externa			
		<b>TOTAL</b>	<b><u>Q.234,500.00</u></b>

Fuente: Elaboración propia.



## CONCLUSIONES

- Se identificó que dentro de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia se da la comunicación interna y externa en todo el ámbito de las actividades diarias de la Secretaría, pero es necesario el reforzamiento de las unidades que tienen mayor contacto con el público externo como lo es la Unidad de Acceso a la Información -UAIP- para posicionar y fomentar su uso y consulta.
- Las barreras comunicacionales que afectan a la -UAIP- radican en la falta de promoción y visibilidad a lo interno y externo de la Unidad de Acceso a la información, limitándose únicamente a la sede física y su acceso directo en el portal de la Segeplan.
- Se identificó que en los medios de comunicación internos se necesita desarrollar actividades de fortalecimiento institucional, implementando seminarios, diseño de y ejecución de planes de capacitación, refrescamiento continuo de información de la -UAIP- en su sitio web, uso de redes sociales, envío de comunicados internos digitales, y el diseño y diagramación de una revista interna especializada de la -UAIP-. Dentro de las actividades externas se deben fortalecer la realización de una carpeta informativa de la -UAIP-, desarrollo de cursos y talleres fomentando la cultura de transparencia estatal, envío de comunicados digitales externos a la base de datos de usuarios de la unidad y el uso de redes sociales .
- Se identificó que se debe llevar un conteo diario de ingreso de visitas al portal web así como de los usuarios solicitantes por esta vía y promocionarlos y comunicarlos mes a mes por el mismo sitio web así como en las redes sociales.
- Es de importancia la implementación de una estrategia de comunicación efectiva de la -UAIP- que tenga como fin la correcta comunicación interna y externa para darle un impulso y reconocimiento de sus servicios y puesta en común de la información generada por la Secretaría, entregada por medio de la Unidad de Acceso a la Información de la Segeplan.



## RECOMENDACIONES

- Para la realización de un diagnóstico de comunicación de la -UAIP- es necesario profundizar en el tema, conocer la Ley de Acceso a la Información, tener en cuenta los antecedentes políticos que la impulsaron y el contexto político que juega en la actualidad. Para ello se requiere un trabajo de investigación, poseer material bibliográfico que valide la información sobre la Ley y el manejo de archivos, así como la búsqueda de testimonios y entrevistas de actores que de preferencia estén vinculados al tema.
- Para este tipo de trabajo es necesario la realización de entrevistas y encuestas que contrasten la información, ya que no solamente se debe contar con la visión de coordinadores y autoridades; si no que también debe tomarse en cuenta al personal de la Segeplan y usuarios del servicio de la Unidad en sus distintos canales.
- Para hacer un FODA institucional se debe tener presente la situación de la institución que se va a analizar. El diagnóstico se compone por la situación interna que es el recurso humano en el ámbito positivo y negativo. Así como también el aspecto externo compuesto por los factores del medio que rodean a la institución. A partir de este se determina la estrategia a usar y los aspectos que se reforzarán para lograr el objetivo.
- Para elevar el número de usuarios es importante una estrategia de comunicación que permita el conocimiento pleno de las actividades de la Unidad de Acceso a la Información de la Segeplan, en ese sentido el fortalecimiento se dará en base a los productos y servicios propuestos que forman parte de este trabajo de investigación los cuales fueron descritos en los capítulos anteriores.
- Las oficinas de Acceso a la información Pública deben de ser visibilizadas en todas las instituciones estatales de forma fácil y ágil, con la menor burocracia para que sus usuarios puedan obtener toda la información que requieran que finalmente es la información de todos los guatemaltecos.

- Por lo anterior la estrategia de comunicación que se definió consiste en lo siguiente:
  - Reforzar la comunicación interna y externa, con una estrategia de comunicación para la -UAIP- de la Segeplan, por medio de un plan estratégico y efectivo de capacitación de las Direcciones, Unidades y Delegaciones Departamentales de la Secretaría, para fortalecer la cultura de transparencia en la información generada por la institución.
  - Fortalecer la comunicación externa a través de talleres, cursos y charlas dirigidos a empleados del sector público y vinculados con el proceso de transparencia y oficinas de Acceso a la Información Pública de el Estado.

## BIBLIOGRAFÍA

1. **Acción Ciudadana (2010)**. Índice de Acceso a la Información Pública del Organismo Ejecutivo del 2010. Guatemala: Soros Guatemala.
2. **Azuara, C. (2009)**. Órganos de Transparencia México. 46 p. México: IFAI.
3. **Baena G. y Montero Olivares S. (2010)** Tesis en 30 días. México: Editores Unidos Mexicanos.
4. **Barcena, R. (2008)**. Datos personales protegiendo el derecho de la privacidad. Guatemala: IFAI.
5. **Cabrera, M. (2011)**. Buenas Practicas y Lecciones Aprendidas UIP MINGOB.
6. **Congreso de la República de Guatemala**. Ley de Acceso a la Información Pública, Decreto 57-2008
7. **Costa, J. (2005)**. Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires: La Crujía.
8. **Chávez Zepeda, J. (2003)**. Cómo elaborar un proyecto de investigación. Guatemala: Módulos de autoaprendizaje.
9. **De la Mota Oreja, I. (1988)**. Diccionario de la comunicación. Madrid, España: Paraninfo.
10. **Estudiantes Décimo Semestre, Plan de Autofirmación a Distancia. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala. (2011)**. Seminario II, Estrategia de comunicación de los Consejos Departamentales de Desarrollo -COCODE- como mecanismo para impulsar el desarrollo social y la integración.
11. **Godínez, A. (2011)**. Acceso a la información Buenas Practicas y Lecciones Aprendidas PDH. Guatemala: Soros.
12. **Gramajo, S. (2010)**. Diagnóstico del Marco Jurídico en Guatemala para promover la transparencia y el combate a la corrupción. Guatemala: Soros.
13. **Gramajo, S. (2011)**. Acceso a la información y seguridad en Guatemala. Guatemala: Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Seguridad.
14. **Lacasa, A. (2000)**. Gestión de la imagen Empresarial. Barcelona España: Editorial Barcelona.
15. **Londoño J. (2006)**. Dirección de la imagen corporativa: operación externa de la identidad empresarial. Colombia: Editorial Medellín.

16. **Ley 20.285 y el Consejo Chile. (2010).** Órganos de Transparencia: Diseño, alcances e implementación.
17. **López, C. (2007).** Proyecto de Ley Federal de Archivos México. México D.F.: IFAI.
18. **Luna, I. (2009).** Transparencia tributaria y secreto fiscal. México: Secretaría de Transparencia.
19. **Molina, K. (2011).** Buenas Practicas y Lecciones Aprendidas UIP MICIVI. Guatemala: MICIVI
20. **Monzón, A. (2010).** Auditoria Social, Herramienta construcción de ciudadanía desde las mujeres. Guatemala: Seprem.
20. **Segeplan. (2010).** Informe Anual 2010, Solicitudes de información pública de la ley de acceso a la información pública. Guatemala: Segeplan.
21. **Tirony E. y Cavallo A. (2012).** Comunicación estratégica, Universidad Católica de Chile.
22. **Vásquez Ramos, R. (2003).** Métodos de investigación Social. Guatemala: Ediciones Mayté.
23. **Velásquez, C. (2006).** Comunicación, semiología del mensaje oculto. Guatemala: Eco Ediciones.
24. **Vicepresidencia de la República. (2011).** Propuesta de Órgano para la Transparencia STCC. Guatemala: Vicepresidencia de la República de Guatemala.
25. **Villela, R. (2010).** Transparencia e intercambio de informacion tributaria. Guatemala: SAT.
26. **Zapata, C. (2010).** Rendición de cuentas y gestión documental. Guatemala: Archivo General de la Nación.

# Anexos





Universidad de San Carlos de Guatemala  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación

**A) Encuesta a empleados de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.**

Esta entrevista es realizada como parte de la investigación de trabajo de tesis de el estudiante Paulo César Villatoro Sáenz, con el objetivo de proponer una estrategia de comunicación social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.

**Datos Generales:** No. \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Dependencia: \_\_\_\_\_

**1) ¿Conoce la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan? Si su respuesta es afirmativa mencione al menos tres de sus funciones?**

Sí

No

A: \_\_\_\_\_

B: \_\_\_\_\_

C: \_\_\_\_\_

2) ¿Considera que la UAIP de la Segeplan cuenta con una correcta estrategia de comunicación y promoción de sus funciones y servicios?

Sí

No

Explique su elección, sea afirmativa o negativa: \_\_\_\_\_

---

3) ¿Considera que la UAIP de la Segeplan cuenta con una correcta plataforma virtual donde los usuarios pueden realizar sus solicitudes desde su página web?

Sí

No

Explique su elección, sea afirmativa o negativa: \_\_\_\_\_

---

4) ¿Considera que la UAIP de la Segeplan cuenta con una sede física con la infraestructura adecuada para atender a los solicitantes de información?

Sí

No

Explique su elección, sea afirmativa o negativa: \_\_\_\_\_

---

5) ¿Cómo califica la comunicación interna y externa para reforzar y promover el trabajo de la UAIP de la Segeplan?

Bueno:  Malo:

Regular:  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**B) Entrevista a usuarios de la -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.**

Esta entrevista es realizada como parte de la investigación de trabajo de tesis de el estudiante Paulo César Villatoro Sáenz, con el objetivo de proponer una estrategia de comunicación social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.

<b>Datos Generales:</b>	No. _____
Fecha: _____	
Nombre: _____	
Cargo: _____	
Dependencia: _____	

1) ¿ Conoce los servicios que presta la Unidad de Acceso a la Información Pública de la Segeplan? Si su respuesta es afirmativa, menciónelos?

---

---

---

2) ¿Cuál es el tiempo de respuesta de la -UAIP- en relación con la información que ha solicitado?

---

---

3) ¿Cuál ha sido el canal que ha utilizado para la solicitud de su información?

---

---

4) ¿Con cuanta frecuencia ha solicitado información de oficio a la -UAIP- de la Segeplan?

---

---

5) ¿Cuál considera que es el rol de la -UAIP- de la Segeplan?

---

---

6) ¿Cómo considera el trabajo, atención y tiempo de respuesta de la -UAIP- de la Segeplan?

Bueno:

Regular:

Malo:

¿Por qué? \_\_\_\_\_

---



**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
 Universidad de San Carlos de Guatemala



Universidad de San Carlos de Guatemala  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación

**C) Entrevista a coordinadora de -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.**

Esta entrevista es realizada como parte de la investigación de trabajo de tesis de el estudiante Paulo César Villatoro Sáenz, con el objetivo de proponer una estrategia de comunicación social para la Unidad de Acceso a la Información Pública -UAIP- de la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia, Segeplan.

**Datos Generales:** No. \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Dependencia: \_\_\_\_\_

**1) ¿Cuál es la principal necesidad de la UAIP en temas de visibilización?**

---



---

**2) ¿Cuál es la situación actual de -UAIP-?**

---



---

**3) ¿Por que medios se entrega la información a los solicitantes?**

---

---

**4) ¿Tiene conocimiento que se haya realizado alguna estrategia de comunicación para reforzar a la Unidad de Acceso a la Información Pública?**

---

---

**5) ¿Considera que es necesario que -UAIP- de la Segeplan, cuente con una estrategia de comunicación social, dirigida a reforzar su imagen dentro y fuera de la institución?**

**Sí** \_\_\_\_\_

**No** \_\_\_\_\_

**¿Por qué?** \_\_\_\_\_

**6) ¿Qué elementos se deben considerar?**

---

---