



ACUERDO MEDIANTE EL CUAL SE APRUEBA LA POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, PARA EL AÑO 2018.

CONSIDERANDO

1. Que el siete de febrero de dos mil catorce, el Ejecutivo Federal promulgó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, modificando, entre otros, el artículo 6º, apartado A, fracción VIII, a efecto de establecer que la Federación contará con un organismo autónomo, especializado, imparcial, colegiado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plena autonomía técnica, de gestión, con capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y determinar su organización interna, responsable de garantizar el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública y la protección de datos personales en posesión de los sujetos obligados.
2. Que, con motivo de la reforma Constitucional referida, el catorce de mayo de dos mil catorce, el Senado de la República tomó protesta a los siete Comisionados integrantes del Pleno del otrora Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos.
3. Que el Congreso de la Unión en cumplimiento al artículo Segundo Transitorio del Decreto de reforma en materia de transparencia, expidió la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley General), la cual fue publicada el cuatro de mayo de dos mil quince en el Diario Oficial de la Federación (DOF), entrando en vigor al día siguiente de su publicación de acuerdo con lo dispuesto en el artículo Primero Transitorio de la referida Ley General. Con ella, el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos cambió su denominación por la de Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI o Instituto), el cual se robustece con nuevas atribuciones que lo consolidan como organismo garante a nivel nacional.
4. Que en atención a lo establecido en el artículo Quinto Transitorio de la Ley General, el nueve de mayo de dos mil dieciséis se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se aboga la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y se expide la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP), la cual entró en vigor al día siguiente de su publicación.
5. Que el artículo 42, fracciones V, VI y XVI de la Ley General, establece como atribuciones del Instituto, la promoción del ejercicio del derecho de acceso a la información y la cultura de la transparencia, así como elaborar y publicar estudios e investigaciones para difundir y ampliar el conocimiento sobre la materia de acceso a la información.



6. Que el artículo 2, fracción VIII de la LFTAIP, dispone que entre los objetivos de la citada Ley se encuentra el promover y fomentar una cultura de la transparencia y acceso a la información pública.
7. Que el veintiséis de enero de dos mil diecisiete, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (LGPDPSSO), que en su artículo 2, fracción VII establece como uno de sus objetivos el promover, fomentar y difundir una cultura de protección de datos personales.
8. Que el cinco de julio de dos mil diez, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP), en cuyo artículo 38 dispone que el Instituto tiene como uno de sus objetivos, difundir el conocimiento del derecho de protección de datos personales en la sociedad mexicana.
9. Que el artículo 39, fracciones V y XI de la LFPDPPP, se establecen las atribuciones del Instituto, entre las que se encuentran divulgar estándares y mejores prácticas internacionales en materia de seguridad de la información y desarrollar, fomentar y difundir el análisis, estudios e investigaciones en materia de protección de datos personales en Posesión de los Particulares.
10. Que el artículo 89, fracción XI de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados (LGPDPSSO), señala que es atribución del Instituto elaborar y publicar estudios e investigaciones para difundir y ampliar el conocimiento en esta materia.
11. Que contar con una Política General de Comunicación tiene entre sus objetivos contribuir a transparentar las decisiones en la materia; dar certeza procedimental a las situaciones relacionadas con la comunicación y difusión de la información del Instituto; así como contar con una guía de actuación deontológica para la concepción, elaboración, diseño y producción de distintas estrategias de comunicación institucional.
12. Que contar con una Política General de Comunicación permitirá identificar criterios de desempeño en la materia, contribuyendo a clarificar el tipo de intercambio comunicacional con diversos grupos, como lo son los medios de comunicación, sociedad en general, sujetos obligados, organismos garantes, seguidores en redes sociales y personal del Instituto; así mismo permitirá dar claridad y orden a los temas relacionados directamente con la comunicación del Instituto, por ejemplo, los comentarios a nombre del Instituto o las cuentas institucionales en redes sociales.



13. Que mediante Acuerdo ACT-PUB/01/11/2016.04, fue aprobado por el Pleno del INAI el Estatuto Orgánico del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (Estatuto Orgánico), el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el diecisiete de enero de dos mil diecisiete.
14. Que el artículo 35, fracción I del Estatuto Orgánico, establece que es función del Dirección General Comunicación Social y Difusión proponer al Comisionado Presidente los ajustes a la Política General de Comunicación Social, para su presentación y aprobación por el Pleno.
15. Que el artículo 35, fracción II del Estatuto Orgánico, establece que es función de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión operar la Política General de Comunicación Social aprobada por el Pleno.
16. Que el artículo 35, fracciones III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII del Estatuto Orgánico, señalan las funciones de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión, relacionadas con la operación de la Política General de Comunicación Social aprobada por el Pleno.
17. Que el artículo 9, fracción XVII de la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción menciona la facultad que tiene el Comité Coordinador para compartir las mejores prácticas internacionales, para colaborar en el combate global del fenómeno; así mismo el artículo 10, fracción VI, señala como integrante del referido Comité Coordinador al Presidente del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.
18. Que el Instituto difundirá información sobre las acciones que, como integrante del Sistema Nacional Anticorrupción desarrolle para fomentar y difundir la cultura de integridad en el servicio público, así como de la rendición de cuentas, de la transparencia, de la fiscalización y del control de los recursos públicos, en términos de lo que establece el artículo 2, fracción VI, de la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción.
19. Que el artículo 16, fracciones VI y XII del Estatuto Orgánico, establece la atribución del Comisionado Presidente para proponer al Pleno los proyectos de normatividad y acuerdos necesarios para el correcto funcionamiento del Instituto y el cumplimiento de las leyes en materia de transparencia, acceso a la información, protección de datos personales y archivos, así como las demás disposiciones legales y administrativas que le resulten aplicables en el ámbito de su competencia; así mismo la de coordinar la política de comunicación social del Instituto.



20. Que el artículo 18, fracción XXVI del Estatuto Orgánico, dispone que es atribución de los Comisionados someter a consideración del Pleno los proyectos de acuerdos, resoluciones y disposiciones normativas que permitan el cumplimiento de las funciones del Instituto.
21. Que los artículos 6 y 8 del Estatuto Orgánico establecen que el Pleno es el órgano superior de dirección del Instituto y la máxima autoridad frente a los Comisionados en su conjunto y en lo particular y sus resoluciones son obligatorias para éstos, asimismo el artículo 12 fracción I del mismo Estatuto establece que corresponde al Pleno del Instituto ejercer las atribuciones que le otorgan la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General, la Ley Federal, la Ley de Protección de Datos Personales, así como los demás ordenamientos legales, reglamentos y disposiciones que le resulten aplicables.
22. Que el Estatuto Orgánico establece en el artículo 12, fracción XXXV la facultad del Pleno para deliberar y votar los proyectos de Acuerdos, resoluciones y dictámenes que se sometan a su consideración.
23. Que el artículo 29, fracción I de la Ley Federal, establece que corresponde a los Comisionados participar en las sesiones y votar los asuntos que sean presentados al Pleno.
24. Que en términos de los artículos 31, fracción XII de la LFTAIP, y 18, fracciones XIV, XVI y XXVI y 35, fracción I del Estatuto Orgánico del Instituto, el Comisionado Presidente, a solicitud de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión, somete a consideración del Pleno el proyecto de Acuerdo mediante el cual se aprueba la Política General de Comunicación Social del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, para el año 2018.

Por lo antes expuesto en las consideraciones de hecho y de derecho y con fundamento en los artículo 6º, apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Segundo Transitorio del Decreto de reforma en materia de transparencia; 42, fracciones V, VI y XVI de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 2, fracción VII y 89, fracción XI de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados 2, fracción VIII, 29 fracción I y 31, fracción XII de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 38 y 39 fracciones V y XI, de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares; 2, fracción VI, 9, fracción XVII y 10, fracción VI, de la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción; y 6, 8, 12 fracciones I y XXXV, 16 fracciones VI y XII, 18 fracciones XIV, XVI y XXVI y 35 fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI y XII del Estatuto Orgánico del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales; el Pleno del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, emite el siguiente:



ACUERDO

PRIMERO. Se aprueba la Política General de Comunicación Social del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, para el año 2018, en términos del documento anexo que forma parte integral del presente Acuerdo.

SEGUNDO. Se instruye a la Secretaría Técnica del Pleno para que, por conducto de la Dirección General de Atención al Pleno, realice las gestiones necesarias a efecto de que el presente Acuerdo se publique en el portal de Internet del INAI.

TERCERO. Se instruye a la Dirección General de Comunicación Social y Difusión a ejecutar lo estipulado en la Política General de Comunicación Social para el año 2018, en los términos aprobados, e informar a este Pleno sobre el seguimiento de la misma cuando así sea solicitado.

CUARTO. El presente Acuerdo entrará en vigor al momento de su aprobación por el Pleno del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.

Así lo acordó, por unanimidad de los comisionados presentes, el Pleno del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, en sesión ordinaria celebrada el siete de marzo de dos mil dieciocho. Los Comisionados firman al calce, para todos los efectos legales a que haya lugar.

Francisco Javier Acuña Llamas
Comisionado Presidente

Areli Cano Guadiana
Comisionada

Oscar Mauricio Guerra Ford
Comisionado

María Patricia Kurczyn Villalobos
Comisionada

Joel Salas Suárez
Comisionado



Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la
Información y Protección de Datos Personales

ACUERDO ACT-PUB/07/03/2018.09

Una firma manuscrita en tinta azul, que parece ser la del Sr. Hugo Alejandro Córdova Díaz.

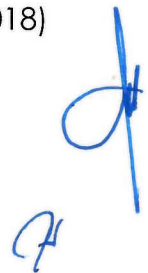
Hugo Alejandro Córdova Díaz
Secretario Técnico del Pleno

Esta hoja pertenece al ACUERDO ACT-PUB/07/03/2018.09, aprobado por unanimidad de los Comisionados presentes, en sesión de Pleno de este Instituto, celebrada el 07 de marzo de 2017.

POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, 2018

INSTITUTO NACIONAL DE TRANSPARENCIA,
ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN
DE DATOS PERSONALES

(Última actualización: marzo 2018)






2
| 7

ÍNDICE

I. JUSTIFICACIÓN	4
II. LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL INAI	6
III. PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL INAI	9
IV. POLÍTICAS GENERALES	10
V. POLÍTICAS ESPECÍFICAS	13
1. CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN	13
2. EN EL USO DE REDES SOCIALES	15
3. CON LA SOCIEDAD	17
4. CON LOS SUJETOS OBLIGADOS Y LOS ÓRGANOS DE TRANSPARENCIA EN ESTADOS	18
5. DE COMUNICACIÓN INTERNA	19
VI. VIGENCIA Y REVISIÓN	21



3



I.

JUSTIFICACIÓN

El siete de febrero de dos mil catorce, el Ejecutivo Federal promulgó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de transparencia, modificando entre otros, el artículo 6o., apartado A, a efecto de establecer que la Federación contará con un organismo autónomo, especializado, imparcial, colegiado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, con plena autonomía técnica, de gestión, con capacidad para decidir sobre el ejercicio de su presupuesto y determinar su organización interna, responsable de garantizar el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública y la protección de datos personales en posesión de los sujetos obligados.

En cumplimiento al artículo Segundo Transitorio del Decreto mencionado, el Congreso de la Unión expidió la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), la cual fue publicada el cuatro de mayo de dos mil quince en el Diario Oficial de la Federación.

Enseguida, en atención a lo establecido en el artículo Quinto Transitorio de la LGTAIP, el nueve de mayo de dos mil dieciséis se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se abroga la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y se expide la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP).


De acuerdo con lo que se establece en el artículo 35, fracción I de la LFTAIP, el INAI emitió el diecisiete de enero de 2017 su Estatuto Orgánico. En esta normativa, como parte de las atribuciones enunciadas en el artículo 35, fracción I, se menciona que es facultad del Pleno del Instituto bajo la conducción del Comisionado Presidente, aprobar la Política General de Comunicación Social propuesta por la Dirección General de Comunicación Social y Difusión.

En cumplimiento de lo anterior, se presentan estas directrices de autorregulación las cuales buscan contribuir a transparentar las decisiones en la materia y a dar certeza procedimental ante determinadas situaciones relacionadas con la comunicación y difusión de la información institucional.

Lo que constituye la parte medular del documento es una serie de directrices (políticas) generales y específicas, que sirve como guía de actuación en cuanto a la concepción, elaboración, diseño y producción de las estrategias de comunicación social institucional en los distintos ámbitos de su competencia.

Para el diseño de esta Política se consideraron la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos institucionales, diversos instrumentos normativos y la experiencia acumulada de anteriores ejercicios institucionales.

5



II.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL INAI

La autonomía y el carácter nacional otorgados al Instituto a raíz de las reformas constitucionales de 2014 en la materia obligó a realizar varios ajustes organizacionales escalonados, siendo uno de ellos la reconceptualización de la Misión y Visión institucionales para que reflejaran el carácter y alcance de los cambios. Así, mediante el Acuerdo por el que se aprueba la misión, la visión y los objetivos estratégicos del entonces Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, del 1 de abril de 2015, la **Misión** del Instituto quedó definida de la siguiente manera:

"Garantizar en el Estado mexicano los derechos de las personas a la información pública y a la protección de sus datos personales, así como promover una cultura de transparencia, rendición de cuentas y debido tratamiento de datos personales para el fortalecimiento de una sociedad incluyente y participativa".

Mientras que como **Visión** se adoptó la siguiente:


"Ser una Institución Nacional eficaz y eficiente en la consolidación de una cultura de transparencia, rendición de cuentas y debido tratamiento de datos personales, reconocida por garantizar el cumplimiento de la normativa de la materia y promover el ejercicio de los derechos de acceso a la información y protección de datos personales como base para la participación democrática y un gobierno abierto."

Además de estas nuevas definiciones, en el mismo Acuerdo se establecieron cuatro **Objetivos Estratégicos** para el desarrollo de las funciones institucionales, a saber:

Objetivo 1: Garantizar el óptimo cumplimiento de los derechos de acceso a la información pública y la protección de datos personales.

Objetivo 2: Promover el pleno ejercicio de los derechos de acceso a la información pública y de protección de datos personales, así como la transparencia y apertura de las instituciones públicas.

16



Objetivo 3: Coordinar el Sistema Nacional de Transparencia y de Protección de Datos Personales, para que los órganos garantes establezcan, apliquen y evalúen acciones de acceso a la información pública, protección y debido tratamiento de datos personales.

Objetivo 4: Impulsar el desempeño organizacional y promover un modelo institucional de servicio público orientado a resultados con un enfoque de derechos humanos y perspectiva de género.

Con estas definiciones de Misión, Visión y Objetivos Estratégicos se sentaron las bases para focalizar metas y mejorar la eficiencia, eficacia, calidad e impacto de los resultados del Instituto; promover la sostenibilidad de las acciones y políticas implementadas, y alinear el quehacer institucional.

Es así que se desarrolla esta Política General de Comunicación Social del INAI, que tiene como finalidad el establecer pautas de actuación que contribuyan a definir criterios y a aclarar los ámbitos de acción de la comunicación institucional, sus actores y sus relaciones a fin de fortalecer la imagen y credibilidad del Instituto.


Esta Política representa también la guía bajo la cual se deberán ejecutar las atribuciones específicas de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión señaladas en el artículo 35 del Estatuto Orgánico del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales:

- I. Proponer al Comisionado Presidente, durante el mes de diciembre de cada año, los ajustes a la política general de comunicación social, para su presentación y aprobación por el Pleno;
- II. Operar la política general de comunicación social aprobada por el Pleno;
- III. Promover y atender las relaciones del Instituto con los medios de comunicación;
- IV. Generar y coordinar el envío de materiales informativos a los medios de comunicación, sobre las actividades sustantivas del Instituto;
- V. Proponer y coordinar las campañas de difusión institucionales aprobadas en el programa de comunicación social;
- VI. Administrar las cuentas institucionales de redes sociales;
- VII. Proponer y coordinar instrumentos que permitan conocer la percepción de la sociedad sobre las actividades del Instituto;
- VIII. Planear el monitoreo, el análisis y la elaboración de reportes a partir de la información que publican los medios de comunicación acerca del Instituto;

7
|



- IX. Colaborar con las áreas de comunicación social externas, públicas o privadas, en tareas de información y difusión orientadas al conocimiento y ejercicio de los derechos que tutela el Instituto;
- X. Planear y ejecutar estrategias de comunicación interna para abonar al desarrollo organizacional y al cumplimiento de las funciones institucionales;
- XI. Resolver los requerimientos de diseño y producción de las diversas áreas del Instituto para el desarrollo de eventos institucionales, y
- XII. Las demás que deriven de la normatividad aplicable en la materia, y las que disponga el Pleno o el Comisionado Presidente.



8

III.

PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL INAI

La comunicación social que realiza el INAI aspira a:

- Promover la participación ciudadana en el ejercicio de los derechos de acceso a la información y de protección de datos personales;
- Difundir de manera oportuna y eficaz el quehacer y los temas eje institucionales a los grupos de relación identificados;
- Coadyuvar a consolidar la credibilidad en la institución y sus integrantes;
- Posicionar al INAI como una institución comprometida con la sociedad y el interés público;
- Demostrar que la autonomía del INAI es una característica institucional que beneficia a las ciudadanas y los ciudadanos, y
- Contribuir a la difusión de los propósitos, alcances, objetivos y logros del Sistema Nacional de Transparencia.

Para lograrlo, la Dirección General de Comunicación Social y Difusión se ciñe a los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, eficacia, objetividad, profesionalismo, transparencia y máxima publicidad, los cuales son señalados en la Constitución Federal para la ejecución de las tareas institucionales.

Así mismo, hace suyos los principios y valores de confidencialidad, responsabilidad social y servicio, igualdad y no discriminación, respeto, protección del entorno ecológico, liderazgo y trabajo en equipo, señalados en el Nuevo Código de Ética del INAI publicado en octubre de 2016, así como los de equidad de género, a efecto de permitir el desarrollo de mecanismos de difusión incluyente.

9
I
D
F

IV. POLÍTICAS GENERALES

Las siguientes políticas son de aplicación general para cualquier comunicación o información que emane de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión.

- 1.1 Toda acción de comunicación institucional -esto incluye en 2018 la campaña institucional, las campañas de sensibilización planteadas en la Estrategia de redes, los comunicados de prensa, las notas informativas, la canalización de entrevistas, la difusión del quehacer institucional de las y los comisionados en las cuentas en redes sociales del INAI, la información que se presenta en la Intranet del Instituto y cualquier otra forma de comunicación o difusión institucional-, será relativa a los principios de transparencia, así como a los derechos de acceso a la información y de protección de datos personales.
- 1.2 La información que se difunda a través de los canales de comunicación social, seguirá los principios de suficiencia, claridad, concisión y precisión, atendiendo siempre la oportunidad informativa y periodística.

Para la atención de esta política se considerará, en la medida de lo posible, la obtención y/o revisión del material o información a comunicar por parte de las áreas especializadas o de las ponencias.

Para conocer la percepción de apego a los principios enunciados se aplicará la tercera encuesta a medios de comunicación sobre las tareas de comunicación social del INAI.

- 1.3 Toda información o material producido por la Dirección General de Comunicación Social y Difusión difundirá una imagen e identidad institucional pertinente para los diversos públicos meta a los que dirija sus acciones y estrategias.

Para lograr lo anterior, tendrá como referencia para la elaboración de sus estrategias de difusión, los insumos obtenidos de encuestas nacionales, elaboradas o no por el Instituto mismo, y/o, en caso de que

existan, grupos focales y otros estudios de los que se pudiera abreviar información pertinente.

Los informes trimestrales del área comprometidos como una actividad en la MIR 2018 darán muestra de la efectividad de las estrategias de comunicación planteadas para diversos públicos.

- 1.4 La información generada en materia de comunicación social procurará ser difundida en lenguaje y condiciones de accesibilidad para toda la población.

Para lograr lo anterior el Instituto continuará emitiendo sus materiales informativos y de difusión a través de medios que permitan alcanzar diversos públicos, y elaborará mensajes considerando siempre el lenguaje ciudadano sin importar la plataforma en que se difundan.

El área tendrá como referencia para conocer la percepción de claridad de los mensajes enviados la encuesta nacional de percepción ciudadana, grupos focales y otros estudios o encuestas de los que se pudiera abreviar información pertinente.

- 1.5 El área de comunicación social apoyará a otras áreas del INAI en el diseño y elaboración de materiales dirigidos a la difusión y divulgación de las labores institucionales.

Para lograr lo anterior, en 2018 continuarán recibiendo las solicitudes simples de apoyo del área de Comunicación Social, teniendo como único límite la jerarquización de prioridad de los trabajos que se adviertan con mayor antelación, así como aquellos de mayor relevancia institucional.

Para probar lo anterior los informes trimestrales del área continuarán reportando el acompañamiento que se da a las áreas en materia de diseño y materiales.

- 1.6 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión elaborará sus estrategias, acciones y campañas de comunicación institucional considerando al menos los siguientes factores: los recursos económicos asignados, los resultados de estudios de percepción y opinión disponibles, los públicos de interés que se pretendan atender y el tiempo existente para la ejecución.

Como Anexo 1 a este documento se presentan los cronogramas de trabajo para la elaboración de encuestas coordinadas por esta Dirección General para el ejercicio 2018.

- 1.7 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión transparentará todos los gastos en materia de Comunicación Social en los formatos y tiempos estipulados en la fracción correspondiente en la Plataforma Nacional de Transparencia; así mismo lo hará, en apego a los esfuerzos de transparencia proactiva, a través de la política y herramienta Transparencia en Publicidad Oficial, en los tiempos estipulados para ello.



V. POLÍTICAS ESPECÍFICAS

Se presenta a continuación una serie de políticas que responden a la atención de algún grupo de relación en especial o al tratamiento de un tema particular de interés institucional.

1. CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El área de comunicación social del INAI considera medios de comunicación a la Radio, Televisión y Prensa, sin importar su plataforma de difusión. Considerando la relevancia que estos tienen en la correcta y oportuna difusión de la información a la sociedad se han diseñado las siguientes políticas:

- 1.1 El INAI no privilegiará bajo alguna base ideológica, filosófica, política o preferencia de algún otro tipo a fuentes, medios de comunicación nacionales e internacionales.

Para lograr lo anterior, el envío de notas y boletines continuará realizándose sin distinción de medios, de acuerdo con la base de datos que se tiene en el área y que se va alimentando a partir de la petición explícita de medios o reporteros. Por otra parte, se dará, como hasta ahora, atención a cualquier petición específica realizada por medios de comunicación sin importar el origen, alcance o fin del mismo.

- 1.2 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión buscará espacios en medios de comunicación para difundir los temas y posicionamientos del Instituto considerando siempre el interés general de la sociedad, así como las agendas de trabajo de las comisionadas y los comisionados.
- 1.3 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión realizará una revisión diaria de notas en los medios de comunicación para identificar aquellas que de manera directa o indirecta tengan relación con el desempeño, temas, funciones o áreas del Instituto y que pudieran ser

sujetas a una aclaración en beneficio de una información veraz, imparcial y objetiva a las audiencias.

En caso de que alguna nota pueda ser sujeta a una aclaración, la Dirección General de Comunicación Social y Difusión consultará al Comisionado Presidente, en su calidad de coordinador de esta Política, la forma que juzgue más adecuada para hacerlo.

- 1.4 Con independencia de la información coyuntural de interés para los medios de comunicación, el INAI mantendrá una política de difusión de información permanente sobre las resoluciones y las temáticas institucionales sin que para ello deba mediar el interés de un medio, sino y solamente el derecho de la sociedad a estar informada. Lo anterior, será realizado a través del envío diario de boletines sobre resoluciones presentadas en el Pleno y/o comunicados sobre las actividades o funciones del Instituto.



2. EN EL USO DE REDES SOCIALES

Las redes sociales se reconocen como canales relevantes de difusión, que permiten ampliar el alcance de la información en segmentos específicos de la población. Debido a ello, el INAI ha integrado las siguientes políticas:

- 2.1 La gestión y administración de la información del Instituto en redes sociales estará a cargo de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión; sin embargo, podrá contar para ello con aportaciones y apoyo de las diferentes áreas institucionales.
- 1.5 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión continuará realizando un monitoreo diario de la información generada en redes por medios de comunicación, actores sociales y ciudadanos, especialmente a aquella concerniente a las tareas o al desempeño del Instituto, con el propósito de tener una valoración de la información ahí expuesta y así poder reaccionar de forma oportuna.
- 2.2 Se realizará la difusión de actividades y contenidos del Instituto a través de las cuentas institucionales en las redes sociales, teniendo para ello en cuenta lo planteado en la estrategia de difusión en redes sociales, así como la agenda pública de actividades del correspondiente ejercicio.
- 2.3 Se contará con criterios específicos para el uso de las cuentas institucionales en redes sociales, que permitan dar certidumbre a la operación de las mismas.
- 2.4 La estrategia de difusión en redes sociales formará parte de los esfuerzos de planeación del área y considerará los resultados de encuestas y otros insumos de información, en beneficio del cumplimiento de los Objetivos Estratégicos institucionales.
- 2.5 La incursión en nuevas redes sociales o plataformas deberá tener la opinión de los integrantes del Pleno y contar con la autorización de quien funja como Comisionado Presidente. Así mismo, la adición de otras cuentas de la Institución en las redes sociales donde el Instituto ya tiene presencia deberá contar con la autorización de la Dirección General de Comunicación Social y Difusión.

- 2.6 Parte de la estrategia de difusión en redes sociales incluirá el llevar a cabo campañas de sensibilización en materia de los derechos tutelados por el Instituto. Dichas campañas podrán ser de carácter permanente o coyuntural y se transmitirán de acuerdo con lo que indica al respecto el Anexo 2 de esta Política General.

3. CON LA SOCIEDAD

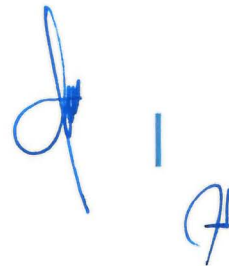
Parte central del trabajo de comunicación social institucional consiste en generar participación social, construir ciudadanía y posicionar al INAI como un organismo que garantiza el acceso a la información y la protección de datos personales entre la población. Es por ello que se elaboraron las siguientes políticas:

- 3.1 Sabiendo que una fuente indiscutible de contacto de la sociedad con el Instituto es el sitio web, resulta imperante que la información ahí presentada esté permanentemente actualizada y accesible, así como elaborada siguiendo los criterios de los datos abiertos. Para ello, la Dirección General de Comunicación Social y Difusión continuará coordinando labores con otras direcciones y autoridades del INAI, especialmente, con la Dirección General de Tecnologías de la Información, para implementar mejoras en el sitio y mantener actualizados los contenidos.
- 3.2 La Dirección General de Comunicación Social y Difusión desarrollará cada año al menos una campaña a nivel nacional a través de la cual se difunda entre la sociedad la importancia del ejercicio de los derechos tutelados. Para la elección del tema central de la campaña y el público objetivo específico que se pretenda atender, se deberán tomar en consideración aspectos enunciados en el inciso 1.8 de este capítulo V; así mismo, se deberá elaborar un brief creativo y un plan de medios para dar sustento y transparencia a la campaña. Ambos documentos deberán ser autorizados por el Pleno del Instituto.

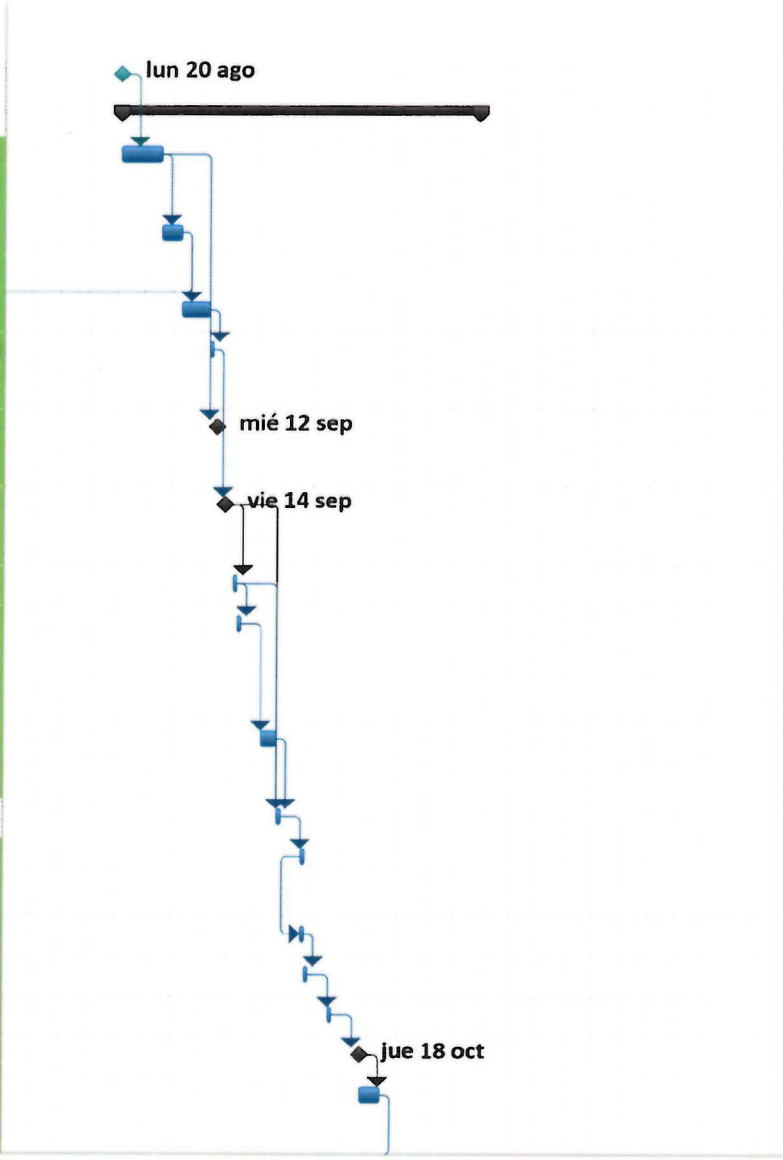
El cronograma de trabajo de la campaña se presenta como Anexo 3 a este documento.
- 3.3 Dentro de las acciones a desarrollar por parte del área de comunicación social estará la sensibilización de los titulares acerca del ejercicio de sus derechos utilizando las vías disponibles para ello, entre ellas Tel-Inai, el Centro de Atención a la Sociedad y la Plataforma Nacional de Transparencia. Por ello, la difusión de estas herramientas formará parte de las campañas de sensibilización referidas en el inciso 2.6.

ANEXO 1

CRONOGRAMAS DE TRABAJO PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS
COORDINADAS POR LA DGCSD, 2018

Handwritten signature and initials in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

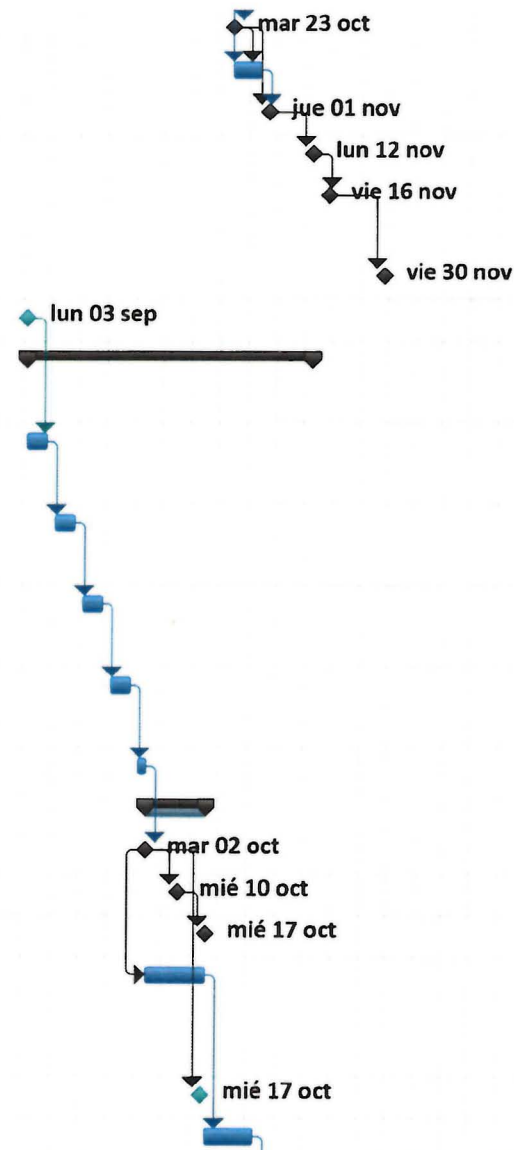
1	Inicio	0 días	lun 20/08/18	lun 20/08/18
2	ENCUESTA NACIONAL 2017	65 días	lun 20/08/18	vie 16/11/18
3	Revisar cuestionario 2017 y proponer adecuaciones	8 días	lun 20/08/18	mié 29/08/18
4	Enviar cuestionario de Comisionados para comentarios	3 días	jue 30/08/18	lun 03/09/18
5	Tener listo el Anexo técnico 2018	5 días	mar 04/09/18	lun 10/09/18
6	Envío de petición de ofertas para estudio de mercado	1 día	mar 11/09/18	mar 11/09/18
7	Último día para entrega de observaciones a cuestionario	0 días	mié 12/09/18	mié 12/09/18
8	Fecha límite para envío de cotizaciones	0 días	vie 14/09/18	vie 14/09/18
9	Tener estudio de mercado	1 día	lun 17/09/18	lun 17/09/18
10	Enviar oficio de solicitud de autorización de CP y de solicitud de constancia de no estudio	1 día	mar 18/09/18	mar 18/09/18
11	Recibir autorización de CP y constancia de no estudio	4 días	lun 24/09/18	jue 27/09/18
12	Ingreso de la solicitud de adquisición	1 día	vie 28/09/18	vie 28/09/18
13	Revisión por el Subcomité revisor de bases	1 día	jue 04/10/18	jue 04/10/18
14	Sesión de Subcomité revisor de bases	1 día	jue 04/10/18	jue 04/10/18
15	Publicación de convocatoria	1 día	vie 05/10/18	vie 05/10/18
16	Junta de aclaraciones	1 día	jue 11/10/18	jue 11/10/18
17	Apertura de propuestas	0 días	jue 18/10/18	jue 18/10/18
18	Evaluación de propuestas técnicas económicas	3 días	vie 19/10/18	mar 23/10/18



Handwritten signature or initials in blue ink.

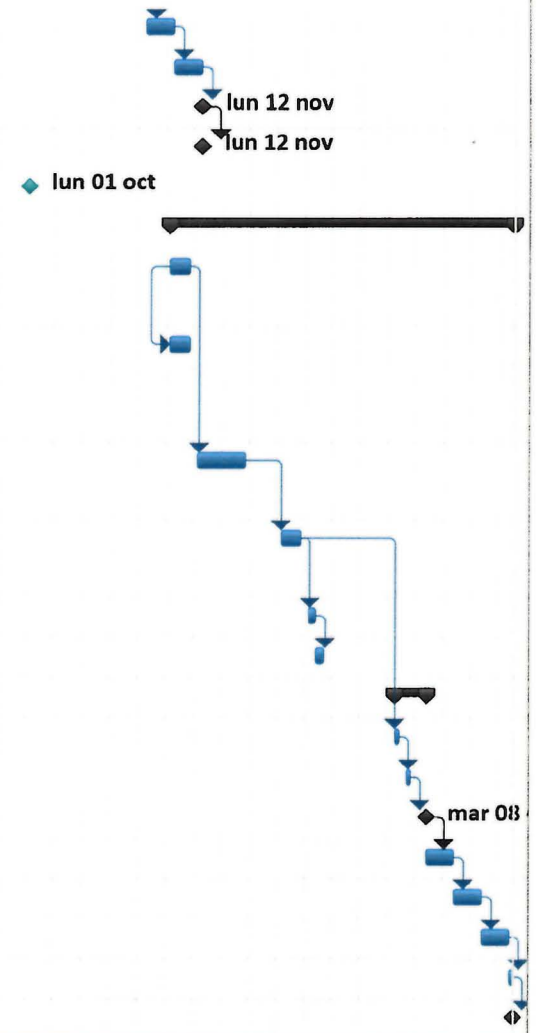
|

19	Fallo	0 días	mar 23/10/18	mar 23/10/18
20	Definición de cuestionario	5 días	mié 24/10/18	mar 30/10/18
21	Inicio de aplicación de encuesta	0 días	jue 01/11/18	jue 01/11/18
22	Fin de aplicación de encuesta	0 días	lun 12/11/18	lun 12/11/18
23	Entrega de resultados (entregables) por parte de encuestadora	0 días	vie 16/11/18	vie 16/11/18
24	Fin (Conclusión del contrato)	0 días	vie 30/11/18	vie 30/11/18
25	Inicio	0 días	lun 03/09/18	lun 03/09/18
26	ENCUESTA INAI A MEDIOS DE COMUNICACIÓN 2018	51 días	lun 03/09/18	lun 12/11/18
27	Revisión de encuesta 2017 y propuesta de adecuaciones	5 días	lun 03/09/18	vie 07/09/18
28	Aprobación de adecuaciones por la DM y la DG de la DGCS	5 días	lun 10/09/18	vie 14/09/18
29	Diseño y programación de la encuesta en plataforma digital	5 días	lun 17/09/18	vie 21/09/18
30	Aprobación de la encuesta a medios 2018 por la DGCS	5 días	lun 24/09/18	vie 28/09/18
31	Pruebas piloto de la encuesta	2 días	lun 01/10/18	mar 02/10/18
32	Aplicación de la encuesta	11 días	mar 02/10/18	mié 17/10/18
33	Envío de la encuesta	0 días	mar 02/10/18	mar 02/10/18
34	Recordatorio 1	0 días	mié 10/10/18	mié 10/10/18
35	Recordatorio 2	0 días	mié 17/10/18	mié 17/10/18
36	Contacto por teléfono a encuestados para recordar acerca del envío de la encuesta	11 días	mié 03/10/18	mié 17/10/18
37	Fin de la encuesta	0 días	mié 17/10/18	mié 17/10/18
38	Codificación de resultados	8 días	jue 18/10/18	lun 29/10/18



Handwritten signature or initials in blue ink.

39	Análisis de resultados	5 días	mar 30/10/18	lun 05/11/18
40	Diseño de presentación de resultados	5 días	mar 06/11/18	lun 12/11/18
41	Presentación de resultados	0 días	lun 12/11/18	lun 12/11/18
42	Fin	0 días	lun 12/11/18	lun 12/11/18
43	Inicio	0 días	lun 01/10/18	lun 01/10/18
44	ENCUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA	63 días	lun 05/11/18	mié 30/01/19
45	Revisión de resultados de encuesta de Desarrollo organizacional 2017	5 días	lun 05/11/18	vie 09/11/18
46	Revisión de resultados de encuesta de medios de comunicación interna 2017	5 días	lun 05/11/18	vie 09/11/18
47	Propuesta de cuestionario de medios de comunicación interna 2018	10 días	lun 12/11/18	vie 23/11/18
48	Diseño y programación de aplicación de la encuesta	5 días	lun 03/12/18	vie 07/12/18
49	Aprobación de la encuesta	2 días	lun 10/12/18	mar 11/12/18
50	Pruebas piloto de la encuesta	2 días	mié 12/12/18	jue 13/12/18
51	Aplicación de la encuesta	6 días	mar 01/01/19	mar 08/01/19
52	Correo de invitación a participar	1 día	mar 01/01/19	mar 01/01/19
53	Recordatorio de participación	1 día	vie 04/01/19	vie 04/01/19
54	Cierre de encuesta	0 días	mar 08/01/19	mar 08/01/19
55	Codificación de resultados	5 días	mié 09/01/19	mar 15/01/19
56	Análisis de resultados	5 días	mié 16/01/19	mar 22/01/19
57	Diseño de presentación	5 días	mié 23/01/19	mar 29/01/19
58	Presentación de resultados a equipo	1 día	mié 30/01/19	mié 30/01/19
59	Fin	0 días	mié 30/01/19	mié 30/01/19



[Handwritten signature]

ANEXO 2

CRONOGRAMA DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE LOS
DERECHOS TUTELADOS POR EL INSTITUTO





Dirección General de Comunicación Social y Difusión
Dirección de Difusión

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN PROGRAMADAS PARA EL EJERCICIO 2018

Campañas de sensibilización programadas y publicadas en RRSS para 2017												
Tipo de campaña	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Campañas de sensibilización coyunturales	1. Día Internacional de Protección de Datos. 2. Campaña mensual Día Naranja	1. Caravana por la Transparencia y la Privacidad (durante todo el año). 2. Fiesta de la Verdad (durante todo el año). 3. Jornadas de Acceso a la Información (durante todo el año). 4. Informe de Labores 2017.	1. Difusión de la convocatoria al Programa de Sensibilización de Derechos de Acceso a la Información Pública y de Protección de Datos Personales (PIIOSEDE) 2017. 2. Tercer Concurso Nacional de Dibujo infantil	1. Concurso Nacional de Cuento Juvenil. 2. Concurso Nacional Spot de Radio 2017. 3. Concurso para ser Comisionado y Comisionado Infantil.	1. Concurso para el Premio Innovación en Transparencia. 2. Concurso para el Premio Innovación en Datos Personales. 3. Semana de Concientización de la Privacidad PAW 2017.	1. Concurso de Ensayos.			1. Semana Nacional de Transparencia.	1. Protección de Datos en el Buen Fin.	1. Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.	
Campañas de sensibilización permanentes	1. INAI Metas y objetivos 2. INAI Autonomía 3. Pleno del INAI 4. Telfón/Centro de Atención a la Sociedad 5. Campaña Institucional 2017 6. Derecho de Acceso a la Información Pública 7. Derecho de Protección de Datos Personales						1. Anticorrupción					

POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN 2018	Difusión	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Campañas permanentes													
INAI Metas y Objetivos	Programada												
	Realizada												
INAI Autonomía	Programada												
	Realizada												
Pleno de INAI	Programada												
	Realizada												
TELINAI/Centro de Atención a la Sociedad	Programada												
	Realizada												
Campaña Institucional 2017	Programada												
	Realizada												
Derecho de Acceso a la Información Pública	Programada												
	Realizada												
Derecho de Protección de Datos Personales	Programada												
	Realizada												
Campañas Coyunturales													
Día Internacional de Protección de Datos.	Programada												
	Realizada												
Día Naranja	Programada												
	Realizada												
Caravana por la Transparencia y la Privacidad	Programada												
	Realizada												
Fiesta de la Verdad	Programada												
	Realizada												
Jornadas de Acceso a la Información	Programada												
	Realizada												
Informe de Labores 2017.	Programada												
	Realizada												
Convocatoria al Programa de Sensibilización de Derechos de Acceso a la Información Pública y de Protección de Datos Personales (PROSEDE) 2017.	Programada												
	Realizada												
Tercer Concurso Nacional de Dibujo Infantil.	Programada												
	Realizada												
Concurso Nacional de Cuento Juvenil.	Programada												
	Realizada												
Concurso Nacional Spot de Radio 2017.	Programada												
	Realizada												
Concurso para ser Comisionada y Comisionado Infantil.	Programada												
	Realizada												
Concurso para el Premio Innovación en Transparencia.	Programada												
	Realizada												
Concurso para el Premio Innovación en Datos Personales.	Programada												
	Realizada												
Semana de Concientización de la Privacidad PAW 2017.	Programada												
	Realizada												
Concurso de Ensayo.	Programada												
	Realizada												
Anticorrupción	Programada												
	Realizada												
Semana Nacional de Transparencia.	Programada												
	Realizada												
Protección de Datos en el Buen Fin.	Programada												
	Realizada												
Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.	Programada												
	Realizada												

Nota: Programación sujeta a cambios.

	Inicio de campaña programado
	Inicio de campaña ejecutado
	Vigencia de campaña programado
	Vigencia de campaña ejecutado
	Campañas canceladas



ANEXO 3

CRONOGRAMA DE TRABAJO DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL, 2018

[Handwritten signature] | *[Handwritten signature]*

CAMPAÑA INSTITUCIONAL 2018

Consecutivo	Programación de actividades	01. Producción de Materiales			EJECUCIÓN DE PLAN DE MEDIOS												
		Comienzo	Fin	Probatorios	02. Medios Complementarios			03. Medios Impresos y Digitales			Redes Sociales						
					Comienzo	Fin	Probatorios	Comienzo	Fin	Probatorios	Comienzo	Fin	Probatorios				
1	Revisar resultados del estudio de opinión 2017	01/03/2018	15/03/2018	Estudio de opinión 2017	01/03/2018	15/03/2018	Estudio de opinión 2017	01/03/2018	15/03/2018	Estudio de opinión 2017	01/03/2018	15/03/2018	Estudio de opinión 2017				
2	Diseño y desarrollo de plan de medios y brief de campaña	16/03/2018	23/03/2018	Plan Medios-Brief Creativo CI2018	16/03/2018	23/03/2018	Plan Medios-Brief Creativo CI2018	16/03/2018	23/03/2018	Plan Medios-Brief Creativo CI2018	16/03/2018	23/03/2018	Plan Medios-Brief Creativo CI2018				
3	Envío de carpeta para presentación del Plan de Medios y Brief Creativo a la Presidencia del Instituto.	26/03/2018	30/03/2018	Oficios envío a la Presidencia 2018	26/03/2018	30/03/2018	Oficios envío a la Presidencia 2018	26/03/2018	30/03/2018	Oficios envío a la Presidencia 2018	26/03/2018	30/03/2018	Oficios envío a la Presidencia 2018				
4	Aprobación de Plan de Medios y Brief Creativo por parte de la Presidencia del Instituto.	02/04/2018	13/04/2018	Oficio instrucción para desarrollo y ejecución de campaña 2018	02/04/2018	13/04/2018	Oficio instrucción para desarrollo y ejecución de campaña 2018	02/04/2018	13/04/2018	Oficio instrucción para desarrollo y ejecución de campaña 2018	02/04/2018	13/04/2018	Oficio instrucción para desarrollo y ejecución de campaña 2018				
5	Elaboración de anexo técnico y/o caso del comité de adquisiciones.	16/04/2018	20/04/2018	Anexo Técnico SPMÁVICI	23/04/2018	27/04/2018	Anexo Técnico SPMÁVICI	No aplica			30/04/2018	04/05/2018	Anexo técnico servicio de difusión en redes sociales				
6	Elaboración de estudio de mercado	23/04/2018	27/04/2018	Estudio Mercado SPMÁVICI	30/04/2018	04/05/2018	Estudio Mercado SPMÁVICI	No aplica			07/05/2018	11/05/2018	Estudio Mercado servicio de difusión en redes sociales.				
Proceso de contratación de servicio																	
7	Solicitud de contratación de servicio a la DGA	30/04/2018	30/04/2018	Solicitud de contratación	08/05/2018		Solicitud contratación Medios complementarios	No aplica, en cumplimiento a lo establecido en el artículo 15 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2018			14/05/2018	Solicitud contratación SPDCRS 2018					
8	Junta de Aclaraciones	No aplica, toda vez que la contratación se fundamenta en el artículo 1, segundo párrafo del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del INAI			No aplica, dado que la contratación se fundamenta en el Artículo 41, fracción I del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del INAI						21/05/2018	Acta INICIO_CIERRE junta aclaraciones redes Archivo pdf 1.4 Mb					
9	Elaboración de dictamen técnico de las propuestas presentadas por licitantes												28/05/2018	Dictamen técnico SPDCRS Archivo pdf 1.2 Mb			
10	Fallo del proceso de contratación	04/05/2018											31/05/2018	Acta fallo SPDCRS 2016 Archivo pdf 11 Mb			
11	Aviso de adjudicación	Este documento es emitido por la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales de la DGA del INAI			31/05/2018						Avisos adjudicación Medios Complementarios	Este documento es emitido por la Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales de la DGA del INAI					

1

POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

12	Emisión orden de inserción o servicio.	No aplica		08/06/2018	Ordenes Servicio Medios Complementarios	25/06/2018	29/06/2018	Ordenes de inserción y de servicio	No aplica					
13	Suscripción de contrato	15/05/2018	Contrato de servicio de producción de materiales de video, audio e impresos	11/06/2018	Pedidos suscritos	No aplica		01/06/2018	OA-C030-16 NOVOMEDIA Archivo pdf 5.3 Mb					
14	Entrega de materiales por parte del proveedor	22/06/2018	Carpeta de materiales	No aplica, toda vez que se refiere a la prestación del servicio de difusión		No aplica		22/06/2018	Entrega de materiales 2 Archivos pdf 5.4 Mb					
Proceso de difusión														
15	Distribución de materiales para difusión	25/06/2018	Envío CI 2016 RTC Archivo pdf 2.2 Mb	25/06/2018	Se entregan junto con la orden de servicio respectiva.		25/06/2018	29/06/2018	Se entregan junto con la orden de servicio respectiva.		25/06/2018	Se entregan junto con la orden de servicio respectiva.		
16	Difusión de campaña institucional 2016	02/07/2018	31/12/2018	01/08/2018	31/10/2018			01/08/2018	31/10/2018			01/08/2018	31/10/2018	
17	Verificación de la difusión	La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de Segob administra los tiempos oficiales y no emite reportes de transmisión.		01-11.18	15/11/2018	Validación difusión		01/11/2018	15/11/2018	Validación difusión		01/11/2018	15/11/2018	Validación difusión

RD



ANEXO 4

PLAN DE TRABAJO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA, 2018

[Handwritten signature] | *[Handwritten mark]*

Plan de trabajo de comunicación interna INAI 2018

Estrategia	Tácticas	Frecuencia de actualización	Pasos	Responsable	Costo
1. Abrir, administrar y actualizar canales de comunicación con el personal	CANAL 1: Administrar y nutrir Intranet INAI	Diariamente	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Realizar contenidos 3.- Subir contenidos	Alejandro Joseph Maria Elena Vargas Viridiana Martínez Laura Barrera	- \$ - -
	CANAL 2: Trípticos INAI en las oficinas de comisionados	Semanalmente	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Realizar contenidos 3.- Diseñar e imprimir contenidos	Alejandro Joseph Viridiana Martínez	- \$ - -
	CANAL 3: Actualizar periódicos murales	Semanalmente	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Diseñar e imprimir contenidos	Alejandro Joseph Viridiana Martínez Laura Barrera	- \$ - -
	CANAL 4: Generar nuevos protectores de pantalla	Mensualmente	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Diseñar pantalla 3.- Solicitar a informática la actualización	Alejandro Joseph Maria Elena Vargas	- \$ - -
	CANAL 5: Abrir canal WA INAI	Diariamente	1.- Estar pendientes de la información de coyuntura 2.- Preparar contenidos 3.- Lanzar contenidos	Alejandro Joseph Olga Lidia Arellano	- \$ 1,000.00-
	CANAL 6: Lanzar y actualizar Videocast	Quincenal	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Cita y grabación de contenidos 3.- Edición de contenidos 4.- Lanzar videocast por correo	Alejandro Joseph Gualberto Yerves Martha Laura Barrera	- \$ - -
	CANAL 7: Boletín de notas DAL y PDP	Cada 2 días	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Curar contenidos 4.- Lanzar boletín	Alejandro Joseph	- \$ 2,400.00-
2. Informar y abrir la conversación a temas	Micrositio de Protección Civil	Mensualmente	1.- Seleccionar el contenido a subir 2.- Actualizar la información	Alejandro Joseph Miguel Ángel Herrera Rodríguez	- \$ - -

POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

específicos de interés institucional	Micrositio de Derechos Humanos	Mensualmente	1.- Seleccionar el contenido a subir 2.- Actualizar la información	Alejandro Joseph Saskia Cabrera	- \$ - -
	Micrositio de Responsabilidad Social	Mensualmente	1.- Seleccionar el contenido a subir 2.- Actualizar la información	Alejandro Joseph Vanessa Rosas	- \$ - -
	Envío de boletines y colaboraciones por WA	Cada 2 días	1.- Seleccionar el contenido a subir 2.- Enviar la información	Alejandro Joseph Olga Arellano	- \$ - -
3.- Desarrollar y apoyar dinámicas de ludificación y de inclusión para lograr mayor integración y compromiso del personal del Instituto.	Trivia "Caravana por la Transparencia..."	Mensualmente	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Diseño de Trivia y piloto de Trivia 3.- Lanzamiento de Trivia	Alejandro Joseph Viridiana Martínez Representante de área involucrada	- \$ - -
	Concurso "Día Naranja"	Noviembre	1.- Revisión de bases 2.- Diseñar bases 3.- Subir banner 4.- Anunciar ganadores	Alejandro Joseph Viridiana Martínez Laura Barrera Saskia Cabrera	-\$ - -
	Voces INAI				
4. Lograr que la perspectiva del personal nutra el mensaje de orgullo y logro institucional	Concurso "Calaveritas"	Noviembre	1.- Correo de invitación a participar 2.- Hacer micrositio 3.- Anunciar ganador de calaverita	Alejandro Joseph Laura Barrera Maria Elena Vargas	-\$ - -
	Podcasts "La Sociedad Quizo Saber"	Quincenal	1.- Revisión de carta de renovación de contenidos 2.- Grabación de fríos 3.- Realización de guión 4.- Producción de cápsula 5.- Lanzamiento de cápsula	Alejandro Joseph Ulises Tapia Jorge Luis Vázquez	-\$ - -
	Invitación a plumas transparentes	Quincenal	1.- Lanzamiento de convocatoria 2.- Recepción de participaciones 3.- Selección de ganadores 4.- Publicación de participación	Alejandro Joseph Viridiana Martínez Maria Elena Vargas Laura Barrera	-\$ - -

D

1

