

PLAN DE COMUNICACIONES 2025

INSTITUTO NACIONAL DE CALIDAD - INACAL

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	CONTEXTO NACIONAL	4
3.	OBJETIVOS.....	5
4.	PÚBLICO OBJETIVO	6
5.	MARCO DE REFERENCIA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	7
6.	ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL	10
7.	CRONOGRAMA.....	13
8.	PRESUPUESTO.....	13

1. INTRODUCCIÓN

En este año 2025 reiteramos que una buena estrategia de comunicación del INACAL se estructura considerando la coyuntura actual del país, el mandato institucional, las prioridades de la gestión de la presidencia ejecutiva, la gestión de riesgos, el público objetivo del INACAL, y los recursos asignados para el desarrollo de las actividades comunicacionales asignadas. Asimismo, el rol que cumple el INACAL en la implementación y ejecución de la Política Nacional de la Calidad al 2030.

Con ese contexto, elaboramos el presente Plan de Comunicaciones que recoge también la información sobre la programación de actividades que las áreas usuarias llevarán a cabo durante el año y que requieren el apoyo de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional – OCEI.

Sin embargo, es claro que la función principal de la OCEI es proporcionar las herramientas estratégicas de comunicación que contribuyan a lograr los objetivos institucionales planteados en el Plan Estratégico Institucional (PEI) y el Plan Operativo Institucional (POI) para el año 2025, ya que promueve y difunde la cultura de la calidad a partir del uso o implementación de la Infraestructura de la Calidad (IC) formada por la Normalización, Acreditación y Metrología.

Así como en el año 2024 pusimos énfasis en el rol que cumplimos en el Foro de APEC, presidiendo el *Subcomité de Normas y Conformidad (SCSC)* del Foro Asia Pacífico, el 2025 impulsará el rol del INACAL en la Acreditación para motivar el crecimiento de Organismos de Evaluación de la Conformidad que se requieren a nivel nacional para garantizar a los usuarios de estos, la calidad y garantía de sus productos o servicios a certificar.

1.1. ANTECEDENTES

El Instituto Nacional de Calidad - INACAL, es una institución pública adscrita al Ministerio de la Producción, es el ente rector y autoridad técnico-normativa del Sistema Nacional para la Calidad. Desarrolla los servicios de la Infraestructura de la Calidad como la Normalización, Acreditación y Metrología, y promueve su uso en las entidades públicas, privadas y la academia, de manera confiable, accesible y con competencia técnica para mejorar la competitividad de las empresas, la eficiencia del Estado, la seguridad y protección del consumidor y la sostenibilidad ambiental, mejorando la calidad de vida de las y los peruanos.

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCEI), según el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del INACAL, es la encargada de diseñar las estrategias de comunicación, proyectar la imagen institucional, conducir el desarrollo de las actividades protocolares, relaciones públicas y difundir la labor del INACAL, a través de los medios de comunicación social; así como proponer los lineamientos y estrategias publicitarias a nivel externo e interno.

A partir de este año se cuenta con un nuevo PEI al 2030, aprobado mediante Resolución Ejecutiva N° 000014-2025-INACAL/PE, publicado el 13 de febrero de 2025. En tal sentido, el Plan de Comunicaciones se alinea a este documento y a la Política Nacional para la Calidad al 2030 aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2024-PRODUCE.

1.2. BASE LEGAL

- Ley N° 30224, Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad - INACAL.
- Ley N° 32185, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2025.
- Decreto Supremo N° 009-2019-PRODUCE, Decreto Supremo que aprueba la Sección Única del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Calidad – INACAL.
- Decreto Supremo N° 006-2024-PRODUCE, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional para la Calidad al 2030.
- Resolución Ministerial N° 00088-2024-PRODUCE, Resolución Ministerial que aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2024 - 2030 del Sector Producción.
- Resolución Directoral N° 0001-2025-EF/50.01, Resolución Directoral que modifica la Directiva N° 0001-2024-EF/50.01 “Directiva para la ejecución presupuestaria” y aprueba otras medidas.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° D000022-2024-INACAL/PE, Resolución de Presidencia Ejecutiva que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2025 del Instituto Nacional de Calidad – INACAL.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 000014-2025-INACAL/PE, Resolución de Presidencia Ejecutiva que Aprobación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 del Instituto Nacional de Calidad – INACAL.

2. CONTEXTO NACIONAL

Nuestro país ha ganado relevancia en los últimos 20 años, según análisis realizados por el Banco Mundial sobre el Perú. Afirman que la estabilidad macroeconómica y la apertura comercial, junto con un entorno internacional favorable, permitieron que el Perú se convirtiera en una economía de ingreso mediano alto. El PBI per cápita subió de USD 2,126 en 2003 a USD 7,790 en 2023. Las políticas macroeconómicas sólidas y prudentes se han reflejado en un nivel de deuda pública bajo, amplias reservas internacionales, un Banco Central creíble, y un sistema financiero robusto.

El Perú ha concluido una década de relativo bajo crecimiento, con un promedio de 2.3% entre 2014 y 2023, donde uno de cada tres peruanos está en pobreza. Estos resultados contrastan con la década precedente, donde la economía creció 6.4% y la pobreza se redujo de 60% a 33% entre 2004 y 2013. Estas diferencias se explican por un deterioro institucional, un contexto económico externo menos favorable en la transición entre décadas, los efectos del COVID-19, y una marcada inestabilidad política desde el 2018.

En el 2024, la economía peruana se recuperó de la contracción del año previo, que respondió a choques climatológicos adversos, protestas sociales y una disminución en la confianza empresarial. La recuperación se explica por una mejora en la certidumbre, precios de las exportaciones mineras más favorables, un impulso fiscal asociado al crecimiento de la inversión pública, y un relajamiento de las condiciones monetarias por parte del Banco Central, luego de que la inflación volviera al rango meta.

Para los dos años siguientes, se espera que la economía se expanda en promedio 2.5%. Este entorno de crecimiento moderado, sumado a tasas de inflación bajas, permitirían una reducción de la pobreza de 3 puntos porcentuales entre 2023 y 2026.

Como indica el documento del Banco Mundial, para lograr una trayectoria de crecimiento más elevada e inclusiva, el Perú enfrenta un grupo de retos estructurales y de corto plazo. **Entre los primeros destacan la mejora en la calidad de los servicios públicos asociados al capital humano y la infraestructura, mejoras en gobernanza pública, fomentar un entorno propicio para los negocios que remueva las barreras al crecimiento empresarial**, así como un ambiente de mayor estabilidad política. La reducción de las vulnerabilidades a choques climáticos es también parte de la agenda pendiente.

Última actualización: Oct 21, 2024

<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

En los lineamientos de política económica del Marco Macroeconómico Multianual 2025 – 2028 elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, aprobado en el Consejo de Ministros del 21 de agosto de 2024, se indica que, en el mediano y largo plazo, la política económica tiene como objetivo promover una tasa de crecimiento económico alta y sostenible que permita elevar permanentemente la calidad de vida de todos los peruanos y eliminar la pobreza. **El aumento del PBI potencial se hará a través de la mejora de la productividad y competitividad de la economía.** Para ello, se impulsarán medidas que contribuyan al cierre de brechas estructurales y al impulso de nuevos motores de crecimiento que favorezcan la diversificación productiva.

En este escenario, la Infraestructura de la Calidad cumplirá un rol preponderante para alcanzar las metas y es el INACAL quien tendrá la ardua tarea de promoverla en el país.

3. OBJETIVOS

Los objetivos comunicacionales que se detallan en este documento se vinculan a los objetivos prioritarios de la Política Nacional para la Calidad al 2030 (PNC) especialmente al que busca incrementar el uso de estándares de calidad en la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios, así como a los objetivos estratégicos institucionales del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 y al Plan Operativo Institucional (POI) 2025 del INACAL.

3.1. Objetivo general

Fortalecer el posicionamiento del INACAL y de los servicios que brinda en beneficio de la ciudadanía, instituciones públicas, empresas privadas y la academia, sensibilizando a cada uno de los actores sobre el uso de la Infraestructura de la Calidad (IC) y la incorporación de criterios de calidad en sus decisiones de consumo y en los procesos de producción.

3.2. Objetivos específicos

- 3.2.1 Promover y difundir en el ámbito interno y externo conceptos de la Infraestructura de la Calidad para mejorar los estándares de producción y/o consumo de productos y servicios.
- 3.2.2 Fortalecer la presencia del INACAL en las instituciones públicas y privadas para promover el uso de los servicios de la Infraestructura de la Calidad y el fortalecimiento del Sistema Nacional para la Calidad (SNC).
- 3.2.3 Alcanzar una mayor identificación institucional en el sector académico, promoviendo la importancia de la Infraestructura de la Calidad y la Cultura de la Calidad.
- 3.2.4 Promover la cultura de gestión de riesgos en el INACAL
- 3.2.5 Fortalecer la identidad institucional a través de la comunicación interna.
- 3.2.6 Posicionar las plataformas digitales de comunicación del INACAL mediante información y servicios digitales implementados para mejorar la calidad de la atención a los usuarios.

4. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo del presente Plan de Comunicaciones es aquel que la institución ha señalado en el Plan Estratégico Institucional del Inacal al 2030, es decir, aquella que está compuesta por diversos actores que requieren sus servicios, entre los cuales se encuentran las entidades públicas y privadas así como las personas naturales que requieren servicios de Infraestructura de la Calidad, como:

Entidades Públicas:

Son organizaciones que forman parte de la administración pública creadas para cumplir con funciones específicas en beneficio de la sociedad. Su relación con el INACAL comprende a inclusión, parcial o completa, de lo establecido en normas técnicas en sus funciones de regulación o vigilancia, así como de la exigencia de servicios de evaluación de la conformidad acreditada. Por otro lado, se cuenta con algunos laboratorios de los organismos gubernamentales que requieren servicios metrológicos, servicios de normalización y servicios de acreditación, así como también organismos de inspección de los organismos gubernamentales.

Entidades Privadas:

Son organizaciones que se constituyen y operan bajo el régimen del derecho privado, con el objetivo de realizar actividades económicas, sociales o culturales. Su relación con el INACAL incluye a los Laboratorios de ensayo, Laboratorios de calibración, Laboratorios Clínicos, Organismos de

Inspección, Organismos de Certificación de Productos, Organismos de Certificación de Sistemas de Gestión, Organismos de Certificación de personas y Organismos de Verificación y Validación, y personas jurídicas o naturales que requieren servicios metroológicos y empresas que requieran servicios de la IC en materia de Normalización y los servicios de acreditación.

Personas naturales:

Las personas naturales que requieren estos servicios suelen ser aquellas que, de forma individual, necesitan garantizar la precisión y confiabilidad en productos o servicios. Esto incluye:

- a. Profesionales independientes (como ingenieros, técnicos, y consultores) que trabajan en sectores regulados por estándares de calidad y necesitan que sus equipos e instrumentos estén calibrados o que sus prácticas cumplan con las normativas nacionales e internacionales.
- b. Consumidores individuales interesados en la seguridad y calidad de los productos que adquieren, especialmente en áreas como alimentos, salud y productos tecnológicos, que se benefician indirectamente de los servicios de acreditación.
- c. Emprendedores y pequeños empresarios que, al iniciar sus negocios, buscan certificar la calidad de sus productos o servicios para cumplir con los estándares de seguridad y eficiencia, facilitando su competitividad en el mercado.
- d. Investigadores y académicos que requieren servicios de metrología o normas técnicas para realizar investigaciones científicas o desarrollar proyectos tecnológicos con estándares de calidad reconocidos.

Público interno:

Comprende a todos los servidores del INACAL, cualquiera sea su régimen laboral o modalidad de contratación.

5. MARCO DE REFERENCIA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Como se indicó en la introducción el marco de referencia de la estrategia está basado en un conjunto de factores y situaciones como los objetivos estratégicos institucionales, la información de las actividades programadas por las direcciones de línea del INACAL y demás áreas operativas como los Equipos Funcionales, las iniciativas de la OCEI, la coyuntura socioeconómica del país y las prioridades de la gestión institucional.

5.1 PEI 2025-2030: Objetivos Estratégicos Institucionales, Acciones Estratégicas Institucionales de la OCEI y sus Actividades Operativas vinculadas.

OEI 01: Incrementar la oferta de servicios de la Infraestructura de la Calidad (IC) en las entidades. públicas y privadas competentes a nivel nacional.

OEI 02: Contribuir a la mejora de la calidad de los productos y servicios que las entidades públicas y las empresas ofrecen al ciudadano.

OEI 03: Incrementar la cultura de la calidad en la ciudadanía.

OEI 04: Impulsar el proceso de modernización de la gestión pública en el INACAL.

En este objetivo estratégico se encuentra la acción a cargo de la OCEI: AEI 04.10, que indica que la comunicación estratégica de la cultura de la Calidad sea difundida oportunamente en la población en general con énfasis a los actores de interés del Sistema Nacional de la Calidad.

El Sistema Nacional para la Calidad está integrado por el Consejo Nacional para la Calidad (CONACAL), el Instituto Nacional de Calidad (INACAL) y sus Comités Técnicos y Permanentes y entidades públicas y privadas que deben formar parte de la Infraestructura de la Calidad según la Ley 30224, publicada el 11 de julio de 2014.

5.2 Actividades priorizadas por las Direcciones de Línea

Son actividades que forman parte de la programación intrínseca del INACAL, se llevan a cabo cada año por su naturaleza institucional y técnica, y son aquellas que se han podido prever o planificar al cierre del presente plan para su ejecución en el año 2025. Entre las principales tenemos:

- Día Mundial de la Metrología. Organizado por la Dirección de Metrología en el mes de mayo.
- Día Mundial de la Acreditación. Organizado por la Dirección de Acreditación en el mes de junio.
- Día Mundial de la Normalización. Organizado por la Dirección de Normalización en el mes de octubre.

Estas conmemoraciones tienen formato de eventos académicos, es decir, se organizarán conversatorios, foros o seminarios que permita congregar al público objetivo vinculado al tema de las direcciones de línea que lideran cada fecha. En estos eventos, según su índole, se convoca a la prensa y autoridades nacionales, regionales o de la cooperación internacional.

- Participación en el Premio Nacional a la Calidad: actividad organizada por la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) cada año en el mes de octubre. El INACAL, siendo el ente rector de la calidad, participa en el proceso de selección de los ganadores del premio siendo miembro del jurado. Este evento que está posicionado en el mundo empresarial tiene importante atención mediática y, por lo tanto, se requiere una labor de relaciones públicas y prensa para señalar el rol del INACAL.

En el contexto del evento de la SNI, se señala al mes de octubre como “Mes de la Calidad”. Si bien el INACAL, en años anteriores, también tomó esa denominación para el mes de noviembre, este año se adaptará según los eventos organizados por las direcciones de línea y las festividades nacionales que se desarrollen en ese marco, es decir, que el mes

de la calidad se dará por criterio de tiempo y no por su correspondiente denominación: 30 días entre octubre y noviembre.

- Capacitaciones organizadas por las Direcciones de Línea durante todo el año.
La OCEI apoya en la promoción y difusión de los cursos o charlas.
- Eventos en cumplimiento de compromisos con otras instituciones públicas o privadas vigentes en el 2025, por ejemplo, el Grupo de Trabajo para la Igualdad de Género bajo la rectoría del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y el Comité de Ecoeficiencia coordinado por el Ministerio del Ambiente.

En el cronograma se muestra el detalle de las actividades informadas para la elaboración del presente plan.

5.3 Campañas de Comunicación interna

- Igualdad de Género: Ser parte del Grupo de Trabajo para Igualdad de Género en el marco de la rectoría del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables nos compromete a implementar un Sistema de Gestión de Igualdad de Género en el ámbito laboral, en cumplimiento de la Política Nacional de Igualdad de Género, y conforme a la Ley N° 28983, Ley de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Sistema de Control Interno: Difusión de los avances del Sistema implementados, como producto de los planes de trabajo que se van desarrollando secuencialmente durante el año.
- Sistema de Integridad: Difusión de los mecanismos existentes para denuncias y la promoción de los valores éticos e institucionales del INACAL. Las acciones serán coordinadas con la Unidad Funcional de Integridad Institucional, creada en septiembre de 2023.
- Sistema Integrado de Gestión: Difusión y sensibilización mediante actividades y comunicación digital sobre los seis sistemas basados normas ISO y la norma española UNE 93200 de Carta de Servicios. Estas actividades serán coordinadas con el área responsable de las certificaciones y modernización del INACAL.
- Comité de Ecoeficiencia: Difusión de días conmemorativos del almanaque oficial del Ministerio del Ambiente afines con la labor del INACAL y en el marco del Plan de Ecoeficiencia 2025.
- Seguridad y prevención de riesgos: Difusión de seminarios, simulacros y promoción de capacitaciones programadas por el Equipo Funcional de Seguridad y Defensa Nacional.

5.4 Campañas informativas

Las campañas, por lo general están, compuestas por piezas gráficas y/o videos para redes sociales, notas de prensa y difusión de reportes en los programas INACAL TV (Inacal Informa desde el 2025) y los podcasts. Entre ellas tenemos:

- Acreditación: conceptos básicos, promoción de los beneficios de la acreditación.
- Economía circular en el sector turismo y manufactura.
- Verano Seguro: NTP sobre alimentos, bebidas, etc.
- Día Internacional de la Mujer: “NTP 722.00:2022” desarrollada por el INACAL, de igualdad de género en el ámbito laboral.
- Navidad Segura: NTP sobre luces, alimentos, bebidas, juguetes, etc.
- Normas técnicas peruanas y/o guías.
- Servicios del INACAL en general
- Promoción de Servicios que brinda el Equipo Funcional del Centro de Información y Documentación (EFCID): Charlas informativas a estudiantes de educación superior; presentación interna del Repositorio Digital del INACAL; presentación interna del Sistema de Gestión de Bibliotecas.

6. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos en el presente Plan, la OCEI implementará estrategias comunicacionales que utilice los medios de difusión orgánicos (propios) y masivos entrelazados y según el tema de interés (mensaje) para el público objetivo a quienes se requiere comunicar.

Los eventos donde el INACAL participe en la ciudad de Lima, tendrá cobertura del equipo de la OCEI, de tal forma que se pueda redactar notas de prensa con fotos o video.

Cuando los eventos son en regiones, el área usuaria debe considerar el servicio de filmación o fotografía si es que el equipo de la OCEI se encuentra impedido de cubrirlos.

Asimismo, se aplicarán nuevas tendencias y formatos interactivos de marketing digital para la mejora en la presentación y promoción de los eventos institucionales del INACAL. Se realizarán los diseños y elaboración de materiales promocionales digitales (piezas gráficas, flyers, banners web) para difusión de los eventos institucionales.

Cabe resaltar que el marketing digital se refiere a la creación y difusión de contenido a través de canales de medios digitales (sitios web, páginas de inicio, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones móviles).

Nuestros canales de comunicación son:

- **Redes sociales:** Facebook, X, Instagram, Tik Tok, YouTube, Spotify, LinkedIn, Flickr, Flipsnack y Vimeo. Transmisiones en vivo.
- **Programas INACAL:** INACAL Informa, Conversemos de Calidad, Podcast “Peruanos de Calidad” y “Podcast Conociendo de Calidad” elaborado con el Centro de Información y Documentación - CID. Este año, debido a los procesos electorales, el programa Conversemos de Calidad se realizará en la medida que se cuente con invitados externos a la institución (Resolución N.0047-2024-JNE Art.18).

La revista digital Calidad no será implementada por la prohibición señalada por la Resolución N.0047-2024-JNE Art.18 que impide nombres, fotos, cargos de funcionarios y servidores de la institución pública.

- **WhatsApp INACAL:** Plataforma de difusión interna, en las que se impulsa los contenidos de la institución entre el personal de INACAL.
- **Notas de prensa:** Se dirige a la base de datos de los medios de comunicación e instituciones afines al motivo del evento.
- **Eventos:** Este medio de comunicación directa al público, sea presencial o virtual implica una serie de acciones como brandeado, producción gráfica de banners en físico y digitales. Programa, invitaciones e inscripciones digitales. Resúmenes en video o fotografía de expositores en eventos organizados por el INACAL y asistencia de público. En el caso de eventos grandes o participación en ferias, el área usuaria deberá considerar el servicio externo de seguimiento de invitaciones y confirmaciones; de recepción y atención al público para brindar información.
- **Página web:** Los productos de comunicación como eventos, notas de prensa, boletines y la revista institucional son difundidos en la página web institucional. Asimismo es un medio de acceso a las ventas virtuales, sala de lectura entre otros servicios.

Según los objetivos específicos del Plan de Comunicaciones se aplicará o utilizará estratégicamente el uso de herramientas, medios o canales de comunicación y difusión de las actividades a ejecutar. Por ejemplo, si una dirección de línea organiza un evento presencial con invitados externos, la OCEI diseñará un paquete de acciones que implica la creación y redacción de contenidos literarios y/o audiovisuales para la difusión o promoción del evento en todas las redes sociales del INACAL. Difundirá en sus programas orgánicos, difundirá en medios de comunicación masiva, decorará los espacios donde se desarrolla el evento, asesorará para la provisión de servicios y difundirá por los canales internos de la institución. Se incorpora otro ejemplo de la acción de la OCEI en el caso de una capacitación externa.

SERVICIOS OCEI	Redes Sociales	Programas del INACAL	Notas de Prensa	Brandeado y/o POP	Servicio de atención externo	Interno
Evento público con invitados	Promoción Producción de contenidos y difusión	Promoción Producción de contenidos y difusión	Producción de contenidos, difusión y monitoreo	Diseño de artes gráficas, instalación y desinstalación	Asesorar y supervisar la provisión de servicios	Producción de contenidos y difusión
Capacitaciones externas	Promoción Producción de contenidos y difusión	Promoción Producción de contenidos y difusión	Producción de contenidos, difusión y monitoreo			

Articulación de los objetivos específicos y sus estrategias:

- 3.2.1 *Promover y difundir en el ámbito interno y externo conceptos de la Infraestructura de la Calidad para mejorar los estándares de producción y/o consumo de productos y servicios.*

Como se refirió, la OCEI aplicará el trabajo conjunto de medios para comunicar el tipo de servicios que propone y/o aprueba el área usuaria según sea el caso.

Los servicios de la OCEI se confirman una vez que el área usuaria haya formalizado mediante una solicitud formal a la OCEI y haya enviado las fichas informativas correspondientes para poder evaluar el tipo de servicios a brindar y dar la atención respectiva.

- 3.2.2 *Fortalecer la presencia del INACAL en las instituciones públicas y privadas para promover el uso de los servicios de la Infraestructura de la Calidad y el fortalecimiento del Sistema Nacional para la Calidad (SNC).*

Con la estrategia aplicada para lo señalado en el objetivo específico 3.2.1., se fortalece la presencia del INACAL y por ende el Sistema Nacional para la Calidad.

- 3.2.3 *Alcanzar una mayor identificación institucional en el sector académico, promoviendo la importancia de la Infraestructura de la Calidad y la Cultura de la Calidad.*

Mediante la difusión de acciones de las direcciones de línea que realizan con universidades del país.

Desde el CID promoviendo el dictado de charlas tanto en el local del Inacal como en los centros de estudios.

- 3.2.4 *Promover la cultura de gestión de riesgos en el INACAL*

Difundiendo periódicamente información que el Equipo Funcional de Seguridad y Defensa Nacional estime conveniente sea de conocimiento del personal del INACAL a través de los medios internos de comunicación.

3.2.5 *Fortalecer la identidad institucional a través de la comunicación interna.*

La OCEI brindará el soporte gráfico, creativo y/o audiovisual a los mensajes que el Equipo Funcional de Recursos Humanos programe para este año en pro del desarrollo laboral y ético del personal.

3.2.6 *Posicionar las plataformas digitales de comunicación del INACAL mediante información y servicios digitales implementados para mejorar la calidad de la atención a los usuarios.*

En tanto que el INACAL solo dispone de sus propios medios orgánicos para la difusión de sus mensajes, logrará de manera natural el posicionamiento de sus plataformas digitales.

7. CRONOGRAMA

Se adjunta el cronograma general de actividades (Anexo N°1). Cuenta con una columna que indica la acción comunicacional que realizará la OCEI y si está financiada según el Plan Operativo Institucional (POI) 2025 aprobado.

8. PRESUPUESTO

Se adjunta el POI 2025 aprobado para la OCEI (Anexo N°2), indicando a qué corresponde cada gasto.

Es importante aclarar que los eventos se financian con presupuesto de las áreas usuarias y que el presupuesto que la OCEI asigna a eventos se refiere solo a materiales de comunicación, de ser el caso.