



**MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS
PARA LA COMUNICACIÓN DE LA
INFORMACIÓN**

Antiguo Cuscatlán, 28.05.2009



INDICE

I. OBJETIVO	3
II. ALCANCE	3
III. BASE LEGAL	3
IV. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	3
V. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA:	4
a. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	4
b. PUBLICIDAD EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN.....	5
c. USO DE LOGO.....	5
d. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.....	5
e. CONCURSOS Y PREMIOS.....	6
VI. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA	6
a. Relacionada a la Formación Profesional.....	6
b. Relacionada al desarrollo del Recurso Humano Institucional.....	6
VII. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA	7
a. Medios de Comunicación.....	7
b. Publicidad.....	7
c. Uso de Logo y Slogan.....	7
d. Organización de Eventos.....	8
e. Concursos y Premios.....	8



2

I. OBJETIVO

Con el objetivo de reglamentar las comunicaciones internas y externas del INSAFORP, se han diseñado las políticas y procedimientos de comunicación institucional, las cuales permitirán un trabajo coordinado e integral de las comunicaciones en la Institución y en el Sistema Nacional de Formación Profesional.

II. ALCANCE

El presente manual será aplicado por el Consejo Directivo, Dirección y Subdirección Ejecutiva, Gerencias y Jefaturas y otros actores del Sistema Nacional de Formación Profesional, a efectos de regular la información tanto interna como externa.

III. BASE LEGAL

Art. 19, lit. m, Ley de Formación Profesional. “Coordinar y desarrollar las relaciones con otras entidades del sector público o privado, nacionales o extranjeras, de acuerdo con las normas legales pertinentes y a la política institucional.”

Art. 7, lit. d, Reglamento de la Ley de Formación Profesional. “Crear y mantener actualizada la Unidad de Comunicaciones del Instituto con información adecuada sobre ofertas y demandas de formación profesional de instituciones públicas y privadas, fuentes externas de cooperación técnica y financiera, así como de los egresados de los diferentes cursos y modalidades de formación impartidos en el país.”

Art. 22, lit. a, Reglamento de la Ley de Formación Profesional. “Le corresponde al Consejo Directivo promover y difundir la imagen del Instituto y del Sistema Nacional de Formación Profesional interinstitucionalmente, tanto a nivel nacional como internacional, divulgando los aspectos relacionados con su naturaleza y objetivos perseguidos.”

Eje Estratégico 8, Política Nacional de Formación Profesional, “Información y Promoción de la Cultura de la Formación Profesional.”

Lineamientos del gobierno relacionados a la estrategia publicitaria acorde a las estrategias de desarrollo social y económico del país.

IV. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Se define como la comunicación que se genera dentro de la organización del Instituto desde el nivel superior hacia toda la organización, Consejo Directivo, Dirección y



Subdirección Ejecutiva, Gerencias, Jefaturas y demás colaboradores, a efectos de buscar una mayor identificación y compromiso con los objetivos institucionales.

1. La Dirección Superior dará instrucciones a las Gerencias y Jefaturas, para que informen periódicamente y con la debida anticipación a la Gerencia de Comunicaciones, de los servicios que ofrecen y las actividades relevantes que desarrollan, para efectos de divulgación.
2. La comunicación interna relacionada con la Formación Profesional será dirigida por la Gerencia de Comunicaciones.
3. La comunicación interna relacionada con el desarrollo del capital humano y temas afines será coordinada por la Gerencia de Recursos Humanos, con la asesoría de la Gerencia de Comunicaciones y bajo los lineamientos de la Dirección Superior.

V. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA:

Se define como el proceso de comunicar a diversos sectores nacionales o internacionales en relación a distintos aspectos vinculados al Sistema Nacional de Formación Profesional y del INSAFORP en su carácter de rector y coordinador del mismo.

1. Corresponde al Consejo Directivo y a la Dirección Ejecutiva la responsabilidad de emitir los lineamientos y estrategias comunicacionales sobre el quehacer institucional en el marco de la Política Nacional del Sistema de Formación Profesional.

Corresponde al Consejo Directivo la aprobación del presupuesto y plan o campaña publicitaria presentado por la Dirección Ejecutiva.

Para el diseño e implementación de la estrategia comunicacional se podrán utilizar los siguientes elementos de comunicación:

- a. Medios de Comunicación
- b. Publicidad
- c. Uso de Logo y Slogan
- d. Organización de Eventos
- e. Concursos o premios

a. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- a.1. Todo lo relacionado a Medios de Comunicación Atención a Periodistas, Redacción de boletines, convocatoria de Medios, Conferencias de prensa, gestión de espacios en prensa, radio y televisión, revistas editoriales, etc., será coordinado por la Gerencia de Comunicaciones.



- a.2. Las declaraciones o entrevistas ante los Medios de Comunicación, son brindadas por el Presidente o el Director Ejecutivo de la Institución; en su defecto que la Dirección Superior designe a la persona que considere conveniente, dependiendo del tema a abordarse.
- a.3. La Gerencia de Comunicaciones es la responsable de mantener contacto permanente, personal, telefónico y por escrito con los Medios, a fin de fortalecer y mantener excelentes relaciones públicas en el marco de una política de puertas abiertas con los medios de comunicación.
- a.4. La Gerencia de Comunicaciones coordina el publicity de la Institución, lo cual debe ser canalizado exclusivamente a través de ella. El publicity es una herramienta indispensable en todo proyecto de comunicaciones, porque permite transmitir información sin costo alguno y además, existen estudios que demuestran que la opinión pública cree más en las noticias que en un espacio pagado. De acuerdo a los niveles de autorización La aprobación del financiamiento de las actividades necesarias para generar el Publicity, corresponde a las distintas instancias según los niveles de autorización establecidos.

b. PUBLICIDAD EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

- b.1. Todo lo relacionado a publicidad, es dirigido por la Gerencia de Comunicaciones, debiendo contar con los lineamientos del Consejo Directivo y Administración Superior.
- b.2. Toda estrategia comunicacional será diseñada y desarrollada por la Gerencia de Comunicaciones tomando en cuenta los lineamientos emanados del Consejo Directivo y la Dirección Ejecutiva.

c. USO DE LOGO

- c.1. Con el objetivo de reglamentar el uso e impresión del LOGO de INSAFORP en forma adecuada, la Gerencia de Comunicaciones dará a conocer las disposiciones aplicables a través de los Términos de Promoción comunicacional, el cual regulará todas las publicaciones propias de la institución, así como aquellas que se realicen a través de otros actores del Sistema Nacional de Formación Profesional (Centros de Formación, Empresas y personas beneficiarias de la capacitación, Organismos Cooperantes, etc.)

d. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- d.1. Todos los eventos institucionales promovidos por la distintas unidades del INSAFORP en el contexto de la promoción de la imagen institucional (lanzamientos, clausuras, suscripciones de convenios, reuniones con instituciones, etc.) deben ser coordinados por la Gerencia de comunicaciones en lo relacionado a la estrategia comunicacional.



e. CONCURSOS Y PREMIOS

e.1. Corresponde al Consejo Directivo aprobar la organización y presupuesto de concursos y premios relacionados con el desarrollo y fortalecimiento de la Formación Profesional, como pueden ser investigación periodística, estímulos a la calidad y desempeño de los centros de formación, etc.

VI. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

a. Relacionada a la Formación Profesional

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Presidencia, Consejo Directivo, Dirección Ejecutiva	Emite lineamientos según sea el caso.
2.	Gerencia de Comunicación Institucional	Recopila, procesa información y presenta propuesta.
3.	Presidencia, Consejo Directivo, Dirección Ejecutiva	Aprueba la propuesta.
4.	Gerencia de Comunicación	Publica la información a través de los medios pertinentes.

b. Relacionada al desarrollo del Recurso Humano Institucional.

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Dirección Ejecutiva	Emite lineamientos sobre la información a divulgar.
2.	Gerencia de Recursos Humanos	Recopila y procesa información.
3.	Gerencia de Comunicación	Asesora sobre estrategias y técnicas comunicacionales.
4.	Dirección Ejecutiva	Revisa y aprueba la propuesta.
5.	Gerencia de Recursos Humanos	Publica la información a través de los medios pertinentes.



VII. PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA
a. Medios de Comunicación

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Gerencia de Comunicación	Rastrea información y presenta propuesta.
2.	Presidencia y Dirección Ejecutiva	Aprueba la propuesta y emite lineamientos.
3.	Gerencia de Comunicación	Ejecuta la estrategia comunicacional.
4.	Gerencia de Comunicación	Monitorea y da seguimiento a la publicación de la información.

b. Publicidad

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Gerencias o Unidades Involucradas	Solicitan la publicación en los medios y envían a la Gerencia de Comunicaciones la información a publicar.
2.	Gerencia de Comunicación	Contacta a los medios para la publicación y diseño de la información a publicar.
3.	Gerencia de Comunicación y Gerencias o Unidades Involucradas	Revisan y aprueban la propuesta presentada por los medios.
4.	Gerencia de Comunicación	Monitorea y da seguimiento a la información publicada.

c. Uso de Logo y Slogan

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Gerencias o Unidades Involucradas	Informan a la Gerencia de Comunicaciones sobre la aprobación de apoyo al evento de capacitación.
2.	Gerencia de Comunicación	Envía a los involucrados los Términos de Promoción Comunicacional.
3.	Interesados	Solicitan a la Gerencia de Comunicaciones la aprobación para el uso del logo, slogan y términos de promoción.
4.	Gerencia de Comunicación	Asegura que el uso del logo y slogan sea de acuerdo a los requerimientos técnicos especificados en los Términos de Promoción Comunicacional.
5.	Gerencia de Comunicación	Monitorea y da seguimiento a la publicación de la información.



d. Organización de Eventos

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Presidencia, Dirección Ejecutiva	Proporcionan lineamientos para la organización del evento según sea el caso.
2.	Gerencia de Comunicación	Coordinan la logística requerida con la Gerencia o Institución involucrada.
3.	Gerencia de Comunicación	Presenta propuesta de organización del evento.
4.	Presidencia, Dirección Ejecutiva	Aprueba la propuesta según sea el caso.
5.	Gerencia de Comunicación	Ejecuta la propuesta.

e. Concursos y Premios

PASO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN
1.	Gerencia de Comunicación	Elabora propuestas.
2.	Consejo Directivo, Presidencia, Dirección Ejecutiva	Aprueba propuesta, su respectivo presupuesto y emite lineamientos.
3.	Gerencia de Comunicación	Ejecuta la propuesta.
4.	Gerencia de Comunicación	Retroalimenta a las instancias involucradas sobre resultados comunicacionales y rinde cuentas sobre el presupuesto ejecutado.

Elaboró: José Mario Martínez	Revisó: Helen Palm	Autorizó: Joel Antonio Morán Olmos
Cargo: Técnico Asesor Gerencia Técnica	Cargo: Coordinadora Unidad de Planificación	Cargo: Director Ejecutivo
Firma: 	Firma: 	Firma: 

