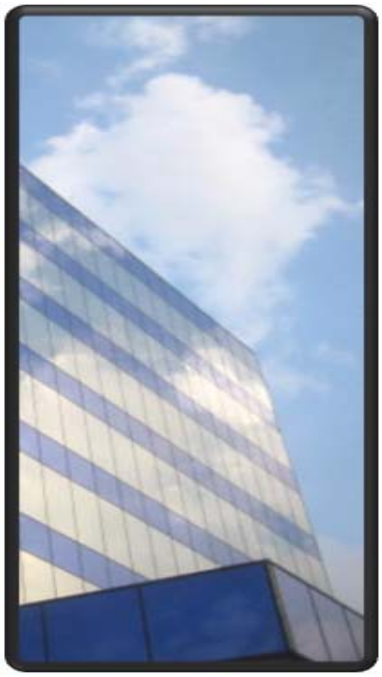
Instituto de Previsión Social de la Fuerza



2 0 1 3

Políticas de Comunicación Institucional del Área de Comunicaciones

Contenido

I. OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS 1
A. GENERAL 1
B. ESPECIFICOS 1
II. ALCANCE 2
III. DESARROLLO Y APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN IPSFA 2
A. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNAS 2
B. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS 7
IV. GLOSARIO 11
V. DISPOSICIONES FINALES 13
VI. BITÁCORA DE ACTUALIZACION 14
VII. CUADRO DE MODIFICACIONES 15

Objetivo

Contar con un instrumento sistemático y funcional que oriente, guíe y unifique la adecuada toma de decisiones por parte de todos los integrantes del Instituto, con respecto a los sistemas comunicacionales internos y externos del IPSFA.

I. OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS

A. GENERAL

Contar con un instrumento sistemático y funcional que oriente, guíe y unifique la adecuada toma de decisiones por parte de todos los integrantes del Instituto, con respecto a los sistemas comunicacionales internos y externos del IPSFA.

B. ESPECIFICOS

1. Establecer parámetros de administración de la comunicación, a fin de fortalecer el sistema de comunicación del Instituto y minimizar las debilidades y amenazas del mismo.

2. Proporcionar las directrices necesarias para el funcionamiento del Área de Comunicaciones.

3. Establecer la responsabilidad que tienen las distintas instancias del Instituto, en el manejo de la comunicación interna e institucional.

4. Orientar al personal del Instituto acerca de la aplicación adecuada de los distintos procedimientos de comunicación, según las herramientas existentes que sirven para viabilizar la labor de Comunicaciones del IPSFA.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

II. ALCANCE

Las políticas de comunicación contenidas en este manual, son dirigidas al sistema de comunicación interno y externo del IPSFA, debiendo ser aplicables a nivel institucional, incluyendo Unidades Descentralizadas.

III. DESARROLLO Y APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN IPSFA

A. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNAS

1. Políticas de Prensa

1.1 El Gerente General en funciones será el Vocero Oficial del Instituto, o en su defecto, facultará a quien estime pertinente de acuerdo a la naturaleza de la temática que la prensa demande abordar.

1.2 Toda solicitud de información de carácter institucional que hagan los diferentes medios de comunicación, deberá ser canalizada a través del Área de Comunicaciones, salvo en los casos donde la prensa aborde directamente a la autoridad del Instituto.

1.3 El personal de Seguridad informará oportunamente al Área de Comunicaciones, la presencia de reporteros, periodistas o cualquier persona que represente a los medios de comunicación, a efecto de que sean atendidos por la Jefatura de Recursos Humanos o Gerencia Administrativa, o en su defecto a quien ésta designe.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

1.4 El Área de Comunicaciones, será el responsable de dar seguimiento a la entrevista, a través del monitoreo del medio, para verificar la validez y veracidad de la publicación.

1.5 Todas las Áreas del Instituto están en la obligación de colaborar con el Área de Comunicaciones, cuando se requiera información que a criterio de la Gerencia General, deba compartirse con la prensa.

1.6 El Área de Comunicaciones será el encargado de organizar y coordinar ruedas de prensa, declaraciones y entrevistas que desee realizar el Vocero Oficial, para tratar temas relacionados con el Instituto.

2. Políticas de Administración de la Información

2.1 La Gerencia de este Instituto será quien autorice la información que se tenga a bien divulgar.

2.2 El Área de Comunicaciones coordinará la relación con los medios de comunicación y se encargará de suministrar la información que sea autorizada para divulgar.

2.3 Ningún empleado del Instituto está autorizado para brindar información de carácter institucional a los medios de comunicación.

2.4 Cuando otras entidades requieran información del Instituto, las áreas involucradas serán las responsables de administrarla y emitirla de acuerdo a los canales y procedimientos autorizados.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

2.5 El Área de Comunicaciones tiene la responsabilidad de monitorear a diario, las publicaciones que involucren al Instituto, así como las noticias de carácter político, social, económico y cultural, para contar con un panorama del entorno.

2.6 La Gerencia General clasificará la documentación externa a difundirse dentro del Instituto, y la remitirá al Área de Comunicaciones para su respectiva divulgación.

3. Políticas de Publicidad Institucional

3.1 Toda información que se publique a través de los medios masivos o alternos, con fines informativos o publicitarios, deberá ser autorizada previamente por la Gerencia General del Instituto.

3.2 El Área de Comunicaciones será el responsable de elaborar y coordinar las campañas de publicidad del Instituto que sean autorizadas por el Consejo Directivo.

3.3 El Área de Comunicaciones será el único responsable de solicitar procesos de compra de espacios en medios masivos o alternos de comunicación, siendo además, la instancia facultada para elaborar o aprobar artes, cuñas, spots, según el caso; a excepción de los Departamentos de Inmuebles y Adquisiciones y Contrataciones Institucionales, quienes pueden gestionar publicaciones, según lo establecido en las políticas presupuestarias.

4. Políticas de Relaciones Públicas

4.1 El Gerente General será quien represente al Instituto en cualquier evento público, o en su defecto, designará a quien estime pertinente, de acuerdo a la naturaleza del acto o

UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

ceremonia; asimismo, autorizará la participación de comisiones oficiales cuando sea necesario.

4.2 El personal seleccionado para integrar comisiones en eventos públicos, deberá presentarse con puntualidad y de acuerdo a los lineamientos establecidos, siendo de carácter obligatorio.

5. Políticas de Apoyo Logístico

5.1 Todas las Unidades, Departamentos, áreas de apoyo del Instituto, deberán colaborar con la logística necesaria para el desarrollo de eventos institucionales o internos.

6. Políticas de Imagen

6.1 El Área de Comunicaciones deberá considerar, dentro de sus planes de trabajo, actividades orientadas al sostenimiento de una buena imagen institucional.

6.2 Todo el personal que labore dentro de la Institución deberá reflejar con su trabajo y comportamiento una buena imagen institucional.

6.3 Las distintas áreas que brindan los servicios directamente a los clientes externos, serán responsables de proyectar una imagen positiva de la Institución.

6.4 Los encargados de CAIPSFA deberán considerar que, dentro de las actividades en que participan, los pensionados proyecten una imagen positiva de la Institución.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

7. Políticas de Solidaridad Institucional

7.1 El Instituto se solidarizará con los dolientes a través de la publicación de esquelas institucionales en el medio prensa, en los casos de fallecimiento de Funcionarios de Estado, Miembros del Consejo Directivo y ex-integrantes del mismo. Así también aplicará esquela cuando se trate de familiares de los grupos antes mencionados, y personal que labore para la institución, de acuerdo a los niveles de consanguinidad que sean autorizados por el Gerente General. De igual manera, el Gerente General, autorizará la esquela de cualquier autoridad no contemplada en esta política.

7.2 La Gerencia General autorizará en qué casos aplicará el envío de una comitiva de pésame en representación de la Institución y un arreglo floral cuando se trate de personal externo, siendo responsable de esta coordinación el Área de Comunicaciones.

7.3 La coordinación de la comisión de pésame y arreglo floral para empleados o familiares de empleados está a cargo del Departamento de Recursos Humanos.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

B. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS

1. Políticas de Identidad Institucional

1.1 La Unidad de Desarrollo Organizacional y el Departamento de Recursos Humanos, serán los responsables de difundir la misión, visión y valores institucionales, a fin de que todo el personal conozca el marco estratégico del Instituto. Esta información deberá ser ubicada en un lugar visible y accesible para todo el personal y visitantes.

1.2 El Departamento de Recursos Humanos será el responsable de promover los valores institucionales a nivel de todo el personal.

2. Políticas de Transparencia y Puertas Abiertas

2.1 El personal del Instituto debe tener accesibilidad moderada a la Alta Gerencia y Jefaturas, para brindar sus opiniones o sugerencias a favor de la gestión institucional.

2.2 La Alta Gerencia, Jefaturas y Coordinadores de Área son los responsables de promover la comunicación formal entre el personal bajo su cargo y los distintos departamentos que conforman la Organización.

2.3 Todo el personal del Instituto tiene la responsabilidad de evitar la comunicación informal que afecte al Clima Organizacional, a fin de erradicar el rumor y la desconfianza.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

2.4 Todo el personal del Instituto deberá respetar los canales de comunicación establecidos, de acuerdo a la estructura organizacional del Instituto.

3. Políticas de Fidelización y Motivación

3.1 El Departamento de Recursos Humanos organizará y ejecutará actividades de integración, motivación y recreación, con la finalidad de fomentar los valores institucionales, familiares y sociales.

4. Política de Monitoreo

4.1 El Área de Comunicaciones implementará periódicamente mecanismos de control a través de diferentes técnicas de evaluación, para verificar el estado actual de los procesos comunicacionales internos y externos, a fin de minimizar las amenazas y debilidades del sistema de comunicación institucional.

4.2 El Área de Comunicaciones será el responsable de monitorear la calidad del servicio que el Instituto brinda a sus afiliados y beneficiarios a través de evaluaciones periódicas.

5. Política de Soportes Comunicacionales

5.1 El Área de Comunicaciones será el único responsable de producir, diseñar, administrar, actualizar, distribuir y controlar los soportes comunicacionales internos y externos, como: correos electrónicos informativos, revistas, boletines electrónicos o impresos, brochures, afiches, memorias de labores, señalización, carteleras, folletos, videos, mensajes de espera telefónica, o cualquier otra herramienta que sea necesaria implementar para fortalecer la gestión informativa e imagen institucional.

UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

5.2 Todos los avisos, carteles y todo tipo de información impresa, sujeta a publicación, de carácter externo y/o interno, deberá siempre ser colocada en carteleras o boletineros, evitando su colocación en paredes, puertas, ventanas, defensas de ventanas, escritorios, divisiones, entre otros. Esta medida es aplicable para Oficinas Centrales, Sucursales y Unidades Descentralizadas. Las carteleras de Oficinas Centrales serán administradas por el Área de Comunicaciones, y las de Unidades Descentralizadas por las jefaturas responsables.

5.3 El Área de Comunicaciones definirá el enfoque comunicacional, estructura, contenido y diseño de los Sitios del Instituto (Internet e Intranet).

5.4 El Soporte técnico relacionado a los Sitios del Instituto (Internet e Intranet) será proporcionado por la Unidad de Informática.

6. Política de Comunicación Electrónica

6.1 Todo el personal del Instituto que tiene acceso al correo electrónico, será responsable de administrar correctamente su uso, con la emisión de mensajes de interés institucional, conteniendo un lenguaje de respeto y cordialidad, cumpliendo las normas establecidas en la Normativa para el Uso del Correo Electrónico Institucional.

6.2 La administración de la dirección de correo Institucional estará a cargo del Área de Comunicaciones, por lo que éste canalizará la comunicación interna y externa que se realice por esa vía.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

6.3 El Área de Comunicaciones brindará apoyo a las áreas que lo requieran, en cuanto a redacción, diseño, edición y envío de cualquier mensaje de carácter laboral que se desee divulgar internamente por vía electrónica, o en algunos casos, impresa.

7. Política de Instrumentos Normativos de la Comunicación Institucional

7.1 El Área de Comunicaciones, previa autorización de la línea jerárquica inmediata, será el único responsable de brindar a la Unidad de Desarrollo Organizacional, todos los insumos necesarios contenidos en las Políticas de Comunicación, Manual de Imagen Visual Corporativa, Normativa para Uso de Correo Electrónico Institucional y Metodología para el Uso del Formato de Memorando, establecidos a nivel institucional para normar aspectos relacionados con el sistema de comunicación del Instituto.

8. Política de Imagen Visual Corporativa

8.1 Todas las Áreas del Instituto, incluyendo las Sucursales y Unidades Descentralizadas, deberán implementar las normativas establecidas en el Manual de Imagen Visual Corporativa, a fin de unificar e identificar una misma imagen gráfica del IPSFA.

9. Política de Insumos Informativos

9.1 Todas las áreas del Instituto, Sucursales y Unidades Descentralizadas, tienen la responsabilidad de apoyar oportunamente al Área de Comunicaciones, cuando éste requiera los insumos informativos necesarios, para incorporarlos en las distintas herramientas comunicacionales internas y externas administradas por dicha Área.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

IV. GLOSARIO

A. Política de Comunicación

- Es una expresión formal y sistemática de todas las informaciones e instrucciones necesarias para orientar y unificar la gestión comunicacional, en función de las conductas adaptadas por todos y cada uno de los miembros integrantes de la Institución.
- Son enunciados o criterios generales que orientan o encausan el comportamiento de los sistemas de comunicación, sirviendo como guías al pensamiento de los directivos en la toma de decisiones para el logro de los objetivos institucionales establecidos en los Planes de Comunicación a corto, mediano y largo plazo.

B. Manual de Políticas de Comunicación

- Documento que recopila todos los enunciados o políticas conceptualizadas en el ítem anterior. Este manual es una guía para las instituciones o empresas, ya que concentra los lineamientos autorizados para poder actuar correctamente ante determinadas situaciones.

C. Medios de Comunicación Masivos

- Espacios de comunicación de masas que propagan mensajes a grandes públicos: prensa, cine, radio y televisión. Estos medios comprenden grupos especializados que emplean recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso.

D. Medios Alternos de Comunicación

- Son medios complementarios de comunicación con fines masivos y no masivos, que van dirigidos a un público determinado y que apoyan las campañas con fines publicitarios e informativos, proporcionándole de esta forma, mayor soporte a la gestión de comunicación. Dentro de esa categoría se encuentran los siguientes: internet, vallas, revistas, promociónales, cartillas, brochures, boletines, etc.

E. Vocero Oficial

- Funcionario o empleado que representa a la Institución en eventos públicos o privados, en los cuales participa la prensa. El vocero es quien está autorizado para brindar entrevistas, en donde da a conocer la posición oficial del ente que representa, acerca de un tema de carácter público.

F. Publicidad

- La publicidad es una actividad de comunicación, cuyo objetivo fundamental es persuadir, convencer o seducir al público hacia un determinado bien de consumo, servicio, individuo o idea. Puede clasificarse de acuerdo a su objetivo: institucional, de producto o servicio, de imagen. Cuando la publicidad está orientada a propagar una doctrina o idea, es conocida como propaganda.

G. Imagen

- Representación mental de un objeto, una persona o un acontecimiento. En términos de Imagen Institucional, es la percepción que los distintos públicos tienen acerca de una Institución, la cual puede ser positiva o negativa. La imagen se puede llegar a conocer a través de estudios o sondeos de opinión, con muestras representativas de los públicos de interés.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

V. DISPOSICIONES FINALES

1. El presente documento entrará en vigencia a partir de la fecha de su aprobación, dejando sin efecto cualquier anterior a éste.

2. Toda modificación a su contenido, deberá ser canalizada a través de la Unidad de Desarrollo Organizacional.

3. La aprobación de cualquier cambio a los procesos de trabajo establecidos, será responsabilidad exclusiva del Jefe del Departamento respectivo o Gerente de Área. Así mismo, todo cambio deberá quedar debidamente documentado.

INSTITUTO DE PREVISION SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA
UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL