



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL INAFOCAM



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL INAFOCAM

4 Serie Institucional



Política de Comunicación del Inafocam

Coordinación general

Andrés de las Mercedes- Director Ejecutivo

Coordinación técnica

Diómedes Tejada- Director de Comunicaciones

Validación institucional

Miguel Ángel Moreno - Director de Formación y Desarrollo Profesional

Jannette Sena – Directora Administrativa y Financiera

Anny Sosa – Encargada de Planificación

Tari Gil Severino – Encargada Jurídica

Casimiro Lebrón – Encargado de Gestión Humana

Víctor de la Rosa – Encargado de Tecnología de la Información

Stalin Pérez – Encargado de la Oficina de Libre Acceso a la Información

Yssa Moreta – Encargada de Formación Inicial Docente

Cecilia Bergés – Encargada de Posgrado

María Dominga Comas - Encargada de Formación Continua

Ginia Montes de Oca – Encargada de Investigación y Evaluación

Carmen Reynoso – Encargada de Becas

Eleuterio Ferreira – Encargado del Centro de Documentación Educativa

Luis Disla – Encargado Financiero

Leyda Morales – Encargada de Contabilidad

María Estela González – Encargada de Control de Pagos

Esther Perdomo – Encargada de Compras y Contrataciones

Rosa Mejía – Encargada de Archivo y Correspondencia

Roque Cruz – Encargado de Servicios Generales

Santo Domingo, abril 2018

PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

La comunicación es un componente indispensable para lograr los objetivos de una organización.

Sin embargo, desarrollar este proceso obliga a considerar nuevos valores y medios de comunicación, más democráticos, que se imponen en la sociedad global, y en particular en la dominicana.

Asimismo, de manera simultánea, emergen sujetos sociales más exigentes, cuyas opiniones se fortalecen por el alcance que logran sus planteamientos y la inmediatez con que estos se difunden. Estamos, pues, asistiendo a un escenario social que condiciona las comunicaciones de las organizaciones.

Como en toda organización, al mirar al interior de esta institución, las acciones son tarjetas de presentación, por lo que las actuaciones institucionales de sus miembros se convierten en mensajes que el público receptor decodifica según las experiencias acumuladas y los intereses que representan. Esto llama a que la institución cuide el contenido y la forma de lo que comunica, al tiempo que asegure que se haga de manera oportuna y estratégica.

Lo anteriormente descrito ofrece a la institución y a sus integrantes un marco de comprensión del entorno y de los requerimientos comunicacionales de la organización. Este permite, además, orientar la difusión progresiva de su direccionamiento estratégico, así como las pautas idóneas para comunicar con claridad los objetivos y metas institucionales.

Así, al implementar su Política de Comunicación, el Inafocam busca establecer un sistema de interrelaciones y de entendimiento entre sus actores internos y externos, el cual favorece la difusión de los planes y actividades de la institución. De igual manera, define las estrategias de desarrollo y manejo de los diferentes medios de información, a la vez que fortalece la cultura y los valores institucionales, a fin de optimizar su clima organizacional y la calidad de sus servicios.

En tal sentido, se establece el cumplimiento de las disposiciones contenidas en el presente manual, posibilitando de esta manera la eficiente atención al público, así como la consecución de los objetivos y metas que establecen la razón de ser del Instituto.

ÍNDICE

Presentación	3
1 ASPECTOS GENERALES	7
1.1 Objetivo general	7
1.2 Objetivos específicos	8
1.3 Alcance	8
1.4 Principios generales	8
1.4.1 Compromiso	8
1.4.2 Transparencia	8
1.4.3 Carácter público de la información institucional	9
1.5 Responsabilidades generales	9
1.5.1 Responsabilidad de la Dirección Ejecutiva	9
1.5.2 Responsabilidad de directores y encargados	9
1.5.3 Responsabilidad del Departamento de Comunicaciones	9
1.5.4 Responsabilidad de todos los colaboradores	10
2 COMUNICACIÓN INTERNA	11
2.1 Caracterización	11
2.2 Alcance	11
2.3 Responsables	11
2.4 Tipos de comunicación	11
2.5 Canales de comunicación interna	12
2.5.1 Reuniones	12
2.5.1.1 Reuniones generales	13
2.5.1.2 Reuniones departamentales	13
2.5.1.3 Reuniones interdepartamentales	13
2.5.1.4 Gabinete institucional	13
2.5.1.5 Gabinete académico	13
2.5.1.6 Gabinete administrativo	16
2.5.2 Comunicaciones escritas	14

2.5.2.1 Agendas	14
2.5.2.2 Circulares	14
2.5.2.3 Notas informativas	14
2.5.2.4 Cartas	15
2.5.2.5 Informes	15
2.5.3 Buzón interno de quejas o sugerencias	15
2.5.4 Murales de anuncios o avisos	15
2.5.5 Correo electrónico institucional	15
2.5.6 Intranet	16
2.5.7 Telefonía	17
3 COMUNICACIÓN EXTERNA	19
3.1 Alcance	19
3.2 Responsabilidad	19
3.3 Vocería	20
3.4 Gestión de la relación con los medios de comunicación	20
3.5 Temas sensibles.....	20
3.6 Información estratégica	21
3.7 Canales de comunicación externa	21
3.7.1 Portal web y sub-portal de transparencia	21
3.7.2 Redes sociales	21
3.7.3 Publicaciones institucionales	22
3.7.4 Boletín institucional	22
3.7.5 Memoria anual.....	22
3.7.6 Brochures institucionales.....	22
3.7.7 Correo electrónico institucional	22
3.7.8 Videoconferencias	23
3.7.9 Buzón de quejas o sugerencias	23
CONSIDERACIONES FINALES	24
APÉNDICE: Glosario de términos aplicables a la Política de Comunicación	25

I. ASPECTOS GENERALES

La comunicación institucional se define como el conjunto de las acciones y medios que contribuyen a expresar la identidad del Inafocam. Esta debe estar sustentada en una política claramente definida que oriente la implementación de una estrategia de comunicación, caracterizada por ser planificada, dinámica, concreta y sujeta a valoración constante.

Partiendo de esta premisa, la Política de Comunicación del Inafocam declara los criterios y define el marco de referencia para su gestión integral, estableciendo los lineamientos relativos a los medios de comunicación que se han de utilizar para divulgar su mensaje a los diferentes grupos de interés, vinculándola a los valores y al plan estratégico institucional, desde una perspectiva ética y de fortalecimiento de la transparencia.

La apropiación y aplicación de la presente política comunicacional constituye la base fundamental para el buen uso de la información corporativa, como medio esencial para orientar a la organización a trabajar juntos para obtener fines comunes. Se promueve de esta manera en los colaboradores del Inafocam una cultura de fidelidad y sentido de pertenencia. Con esta política, por consiguiente, se unifican las directrices relativas al uso del lenguaje para el empoderamiento de las acciones relevantes de la organización, respondiendo así, competitiva y satisfactoriamente, a los retos a que se enfrenta.

1.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una estrategia de comunicación interna y externa dirigida hacia la gestión de los procesos, así como a la divulgación de información veraz, oportuna y pertinente, que propicie la implementación de esta política, fortaleciendo la cultura de comunicación e información institucional.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.2.1** Propiciar el uso responsable de la información institucional, promoviendo la coherencia y transparencia en las comunicaciones internas y externas de la institución.
- 1.2.2** Interactuar con los grupos de interés de acuerdo con las especificidades y el contexto de cada uno de ellos.
- 1.2.3** Viabilizar el flujo de información entre los miembros de la institución, y de estos hacia los usuarios externos.
- 1.2.4** Desarrollar una cultura de comunicación institucional que fortalezca canales de información, descendentes, ascendentes y horizontales.

1.3 ALCANCE

Esta política pauta el accionar de los colaboradores de la institución en relación a la tramitación de las comunicaciones, tanto internas como externas.

1.4 PRINCIPIOS GENERALES

1.4.1 COMPROMISO

El Inafocam mantiene relaciones armoniosas entre sus colaboradores y con sus grupos de interés, basadas en la ética, la honestidad y la transparencia, ofreciendo información clara, precisa y específica.

El Instituto desarrollará las estrategias y canales de comunicación necesarios para garantizar que colaboradores y público externo reciban información adecuada y pertinente sobre la institución.

1.4.2 TRANSPARENCIA

Toda comunicación del Inafocam está basada en una información veraz y accesible, en consonancia con sus valores y estrategia institucional.

1.4.3 CARÁCTER PÚBLICO DE LA INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

El Instituto se alinea con lo establecido en la Constitución de la República, las leyes, los decretos, y las resoluciones del sector respecto al derecho de las personas a la información pública; específicamente con la Ley 200-04 de Libre Acceso a la Información.

En este marco, el Inafocam cumple con el deber de brindar, de forma oportuna, la información pública que se le solicite —salvaguardando la información definida como reservada en el marco de la citada ley— y respetando a su vez el derecho de las personas a su imagen, vida personal e intimidad, al actuar con los debidos criterios de reserva y confidencialidad.

1.5 RESPONSABILIDADES GENERALES

1.5.1 RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA

Revisa, aprueba y hace cumplir los objetivos de esta política. De manera específica, la Dirección Ejecutiva verifica las informaciones institucionales, canalizándolas al área o instancia correspondiente.

1.5.2 RESPONSABILIDAD DE DIRECTORES Y ENCARGADOS

En el marco de los lineamientos institucionales, de estricto cumplimiento de todo el personal del Inafocam, cada director y encargado es responsable de la calidad y consistencia de los informes, respuestas, comunicaciones u otros documentos elaborados en su área, debiendo verificar minuciosamente su ortografía, sintaxis y presentación, así como garantizar las opiniones objetivas y la veracidad de los datos cuantitativos. Los directores y encargados deberán inicializar cada una de las páginas de los documentos que lo requieran, remitidos a la firma de la Dirección Ejecutiva, con el objetivo de validar, de forma íntegra, el documento y evidenciar así su responsabilidad sobre el contenido.

1.5.3 RESPONSABILIDAD DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

Con previa autorización de la Dirección Ejecutiva, planifica y pone en ejecución las actividades comunicacionales internas y externas, coordinando la actualización de esta política cuando sea necesario. Así mismo, coordina con el Departamento de Gestión Humana su socialización, de manera que los colaboradores de la institución conozcan sus responsabilidades concretas.

El Departamento de Comunicaciones elabora y archiva un informe anual relativo a la calidad de la información y al cumplimiento de esta política.

1.5.4 RESPONSABILIDAD DE TODOS LOS COLABORADORES

Dan cumplimiento a lo establecido en esta política. Igualmente, deben identificar y comunicar cualquier posible incumplimiento o sugerencia de mejora al Departamento de Comunicaciones, vía el superior inmediato.

2 COMUNICACIÓN INTERNA

2.1 CARACTERIZACIÓN

La comunicación interna tiene como propósitos la difusión permanente del direccionamiento estratégico, así como el fortalecimiento de sanas relaciones entre los colaboradores y de la cultura institucional, de acuerdo con lineamientos de obligado cumplimiento dirigidos a estandarizar la elaboración y presentación de comunicaciones e informes técnicos, así como a instaurar formatos que contribuyan a fortalecer la identidad e imagen institucional.

Todo ello optimiza el clima organizacional, unifica criterios de información y promueve el uso de nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, en busca de generar sinergia dentro de la institución.

2.2 ALCANCE

Mantener informados a los colaboradores acerca del accionar de la institución, así como de sus objetivos y aspiraciones de crecimiento, de manera que cada uno pueda internalizar su contribución al logro de las metas institucionales.

2.3 RESPONSABLES

El Departamento de Comunicaciones y el Departamento de Gestión Humana son responsables de comunicar, a lo interno de toda la institución, las informaciones relevantes vinculadas a sus respectivas áreas funcionales.

Los colaboradores de la institución, con supervisión de sus directores y encargados, recopilan, en soporte físico o digital, las informaciones relevantes de sus áreas que se les requieran, validando de forma íntegra cada documento, como evidencia de su plena responsabilidad sobre lo remitido.

2.4 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Para una óptima comunicación institucional, esta se realiza de las siguientes formas:

- **Descendente:** los mensajes que circulan desde los directivos hacia el resto del personal: lineamientos, pautas, indicaciones...
- **Ascendente:** desde el personal hacia sus superiores: retroalimentación, sugerencias, preguntas...
- **Horizontal:** la comunicación que tiene lugar entre iguales: resolución de problemas, coordinación, acuerdos y resultados del trabajo en equipo...

2.5 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

El uso de cualquier medio de comunicación debe ser autorizado por la Dirección Ejecutiva.

Para esto, el Inafocam cuenta con un Manual de identidad corporativa, que establece el estilo de comunicación de la institución, al tiempo que apoya su marca. En este documento se consignan los parámetros de imagen gráfica de la organización, se definen las normas a seguir en el manejo visual de la marca y se establece el logotipo en los diferentes soportes internos y externos institucionales. Estos parámetros buscan mantener un tratamiento armónico en todas las informaciones relacionadas con el Inafocam.

Los directores y responsables de áreas deberán utilizar los medios de comunicación interna establecidos en el presente documento (reuniones, comunicaciones escritas, otros).

2.5.1 REUNIONES

Serán convocadas vía correo institucional, circulares y/o llamadas telefónicas, considerando en todo caso la urgencia de la misma. Su convocatoria tendrá claramente definida:

- Objetivo de la reunión de que se trate.
- Participantes.
- Lugar y hora de realización.
- Tema o asuntos a tratar y orden del día o agenda.
- Documento impreso de referencia, si fuere necesario.

Se dejará registro o acta de cada reunión, en el formato establecido y codificado en el Sistema de Gestión de Calidad.

Las reuniones institucionales se clasifican en generales, departamentales e interdepartamentales, así como reuniones de gabinete institucional, académico y administrativo.

2.5.1.1 REUNIONES GENERALES

En estas participan los directores, encargados y demás personal que se requiera, según el asunto a tratar. Estas reuniones son convocadas por la Dirección Ejecutiva.

2.5.1.2 REUNIONES DEPARTAMENTALES

Todo responsable de área deberá reunirse de manera ordinaria, una vez al mes, con su equipo de trabajo, de modo que se socialicen las informaciones institucionales, los objetivos, metas generales y particulares, así como los planes de trabajo.

2.5.1.3 REUNIONES INTERDEPARTAMENTALES

Las reuniones interdepartamentales son aquellas realizadas cuando dos o más departamentos se encuentran para intercambiar informaciones y/o planes de acción entre ellos sobre los objetivos y tareas de la institución que ameriten coordinación entre departamentos. Estas reuniones serán notificadas a la instancia superior.

2.5.1.4 GABINETE INSTITUCIONAL

Reúne a los directores y encargados de las áreas académicas y administrativas, de forma ordinaria una vez al mes, convocado por la Dirección Ejecutiva.

2.5.1.5 GABINETE ACADÉMICO

Reúne al director y encargados académicos, trimestralmente, convocado por la Dirección de Formación y Desarrollo Profesional, en coordinación con la Dirección Ejecutiva. Serán convocadas otras áreas de acuerdo al tema a tratar.

2.5.1.6 GABINETE ADMINISTRATIVO

Reúne al director y encargados administrativos, trimestralmente, convocado por la Dirección Administrativa y Financiera, en coordinación con la Dirección Ejecutiva. Serán convocadas otras áreas de acuerdo al tema a tratar.

2.5.2 COMUNICACIONES ESCRITAS

El Inafocam dispondrá de diversos medios de comunicación escritos para dar a conocer las informaciones relativas a sus metas, objetivos y actividades. Entre estos medios, la presente política ha priorizado los siguientes: agendas, circulares, notas informativas, cartas e informes.

2.5.2.1 AGENDAS

El Departamento de Comunicaciones publicará en los medios disponibles (monitores, correo electrónicos, entre otros) la agenda de la semana que involucre a más de un departamento o a instituciones externas.

2.5.2.2 CIRCULARES

La Dirección Ejecutiva, la Dirección Administrativa y Financiera, así como el Departamento de Gestión Humana emitirán circulares informativas, a través de las cuales ofrecerán instrucciones y orientaciones para la atención de los asuntos bajo su responsabilidad. Para generar conocimientos y para que haya constancia, serán de distribución instantánea, preferiblemente por medios electrónicos, y de forma genérica, sin que su distribución deba personalizarse.

2.5.2.3 NOTAS INFORMATIVAS

Medios de difusión de los encargados departamentales sobre temas relacionados con el acontecer institucional, caracterizados por ser rápidos, adaptados al destinatario, simultáneos y útiles para explicar procedimientos funcionales en cada área. Se comparten a través del correo electrónico institucional.

2.5.2.4 CARTAS

Dirigidas por los encargados departamentales a uno o varios colaboradores, de acuerdo con las necesidades de la comunicación, en ocasión de acontecimientos importantes o asuntos de especial interés. Este medio puede ser utilizado también por los colaboradores para expresar cualquier asunto, con la previa aprobación del superior inmediato.

2.5.2.5 INFORMES

Sintetizan y consolidan la información recogida y analizada para comunicar el seguimiento o resultado de un evento, proyecto u alguna otra actividad, de acuerdo con el formato establecido en el Manual de identidad corporativa.

2.5.3 BUZÓN INTERNO DE QUEJAS O SUGERENCIAS

Es una herramienta de participación donde los colaboradores de la institución pueden expresar sus ideas, quejas, opiniones y sugerencias sobre diferentes tópicos institucionales, garantizándoles la debida confidencialidad, con lo cual se facilita el logro de los resultados de calidad.

2.5.4 MURALES DE ANUNCIOS O AVISOS

La información contenida en los murales ha de ser breve y captar la atención. Su publicación es responsabilidad de los Departamentos de Comunicaciones y Gestión Humana y su actualización debe ser periódica. Está colocado en un lugar de fácil acceso al personal y protegido para evitar su uso inadecuado. Al alcance de todos los niveles jerárquicos sin diferenciación, es un medio permanente e inmediato para transmitir mensajes y asuntos de interés para todo el personal.

2.5.5 CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL

El correo electrónico del Inafocam comprende las cuentas con el dominio @inafocam.edu.do, para la comunicación entre los colaboradores del Inafocam. Todo colaborador del Inafocam debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cada cuenta de correo electrónico del dominio @inafocam.edu.do es propiedad exclusiva del Inafocam. Su uso es estrictamente institucional y está asociado a una persona responsable. Por tanto, se evitará su uso para enviar, reenviar o recibir mensajes de carácter personal.
- La cuenta de correo institucional de cada colaborador estará habilitada siempre y cuando mantenga su vinculación con la institución.
- Se evitará enviar o reenviar mensajes que puedan atentar contra la seguridad e integridad de los colaboradores del Inafocam.
- Difundir información confidencial, así como revelar información que desacredite o pueda perjudicar al Inafocam, constituye una violación al Código de Ética y a las normativas públicas vigentes.
- Se ha de respetar siempre la identidad corporativa, incluyendo la firma digital estandarizada de cada colaborador.
- El uso del correo masivo institucional (informativo@inafocam.edu.do) está delimitado a los departamentos autorizados por la Dirección Ejecutiva, en los ámbitos objeto de su quehacer orgánico.
- Las informaciones oficiales inter-departamentales deben remitirse con copia al superior inmediato.

2.5.6 INTRANET

La intranet es una red interna corporativa que permite compartir con efectividad información de la entidad a los colaboradores, consiguiendo que estén permanentemente informados sobre las últimas novedades y datos de la institución. Igualmente, guarda un volumen amplio de documentación importante acerca de ésta. El diseño, la forma y la administración del contenido de la intranet es responsabilidad del Departamento de Tecnología de la Información.

2.5.7 TELEFONÍA

La institución cuenta con dos tipos de estos dispositivos: fijos y móviles (flotas).

- **Teléfonos fijos:** Gracias a una red de voz sobre IP, permite la comunicación entre los colaboradores y con los ciudadanos clientes. Cada área o departamento cuenta con una o más extensiones para facilitar este tipo de comunicación.
- **Teléfonos móviles (flotas):** Dependiendo de las funciones que el colaborador realice dentro de la institución deberá estar comunicados dentro y fuera de la misma. Es responsabilidad del Departamento de Gestión Humana la asignación y seguimiento al uso de esta herramienta de comunicación.

3. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa es la que va dirigida a los grupos de interés externos, en respuesta a las necesidades de información que les sean relevantes, al tiempo que promueve la credibilidad y buena imagen del Inafocam, a partir de la difusión de sus actividades, productos y servicios.

Uno de los principales propósitos de la comunicación externa es determinar el enfoque adecuado en los medios de comunicación, así como estimular el diálogo y la participación más pertinente de los grupos de interés con los que el Inafocam está vinculado: personal docente, estudiantes de la carrera de Educación, instituciones estatales, organizaciones sin fines de lucro, proveedores, instituciones de educación superior, organizaciones internacionales, entre otros.

3.1 ALCANCE

Mantener informados a los docentes, comunidad educativa y grupos de interés en general acerca de las acciones, planes y proyectos que el Inafocam ha desarrollado o tiene en proceso de ejecución.

De manera específica, en el marco de la Ley 200-04, esta Política asume las limitaciones al acceso a la libre información, en razón de intereses públicos preponderantes, de conformidad con el artículo 17 de dicha ley.

3.2 RESPONSABILIDAD

La Dirección Ejecutiva debe aprobar previamente toda información externa oficial del Inafocam. En este marco, el Departamento de Comunicaciones es responsable de las publicaciones en los medios impresos, así como en las redes sociales y en la página web, velando de forma permanente por una información institucional oportuna, clara y veraz.

3.3 VOCERÍA

El objetivo de esta función es representar adecuadamente a la institución para comunicar los temas relevantes de esta, por lo que se trata de un rol de la Dirección Ejecutiva o de aquel colaborador en quien delegue, de acuerdo a los asuntos que sea necesario abordar. En las actividades públicas de la institución se designará al colaborador autorizado para informar, en caso de ser necesario, a los medios de comunicación de los temas relevantes circunscritos al contenido de dicha actividad. En aquellos temas considerados sensibles para la institución, el vocero designado sólo puede realizar declaraciones después de haber sido contactado y autorizado por la Dirección Ejecutiva.

3.4 GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las necesidades y demandas de información planteadas al Inafocam desde los medios de comunicación deben ser gestionadas a través del Departamento de Comunicaciones, el cual, en coordinación con el departamento responsable de la información solicitada, definirá la estrategia adecuada para satisfacer la petición del medio de que se trate, con el visto bueno de la Dirección Ejecutiva.

Cada departamento o colaborador proveerá en el menor tiempo posible al Departamento de Comunicaciones la información requerida por los medios de comunicación social sobre algún tema de interés.

En las ocasiones en que sea necesario, el Departamento de Comunicaciones también convocará a los medios para ofrecerles informaciones específicas de interés público, mediante ruedas de prensa o eventos similares, con apoyo de los media kit o dosieres de información institucional que procedan.

3.5 TEMAS SENSIBLES

Cualquier asunto, actividad, decisión, evento o información que pueda afectar la imagen institucional del Inafocam debe ser comunicado de manera inmediata a la Dirección Ejecutiva y al Departamento de Comunicaciones, a fin de que la institución analice y prepare una respuesta óptima.

El Inafocam no le transfiere a terceros el derecho a representarlo de forma alguna en materia de comunicación.

3.6 INFORMACIÓN ESTRATÉGICA

La información estratégica comprende el conjunto de datos confiables y oportunos que pueden facilitar el proceso de la toma de decisiones en un momento determinado. Solo podrá ser divulgada por un vocero después de ser autorizado por la Dirección Ejecutiva.

3.7 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

El Inafocam implementa canales de comunicación permanentes y sistematizados para transmitir la información más relevante sobre las actividades y resultados institucionales, gestionándose su divulgación en medios de comunicación masiva, impresos y digitales.

Todo material elaborado para su divulgación externa debe realizarse de forma profesional y reflejar los valores y políticas del Inafocam, cumpliendo con lo establecido en el Manual de identidad corporativa, en este documento y con el visto bueno de la Dirección Ejecutiva.

3.7.1 PORTAL WEB Y SUB-PORTAL DE TRANSPARENCIA

Por este medio el Inafocam publica, con previa aprobación de la Dirección Ejecutiva al Departamento de Comunicaciones, informaciones relevantes de acuerdo a sus grupos de interés, teniendo en cuenta las recomendaciones de los organismos reguladores gubernamentales. Igualmente, responde a lo establecido en la Ley 200-04 que regula el libre acceso a la información, en relación con actividades y documentos institucionales, contratación y licitaciones, nóminas y otros.

3.7.2 REDES SOCIALES

A través de las cuentas oficiales del Inafocam se divulga con agilidad el accionar que forma parte de su agenda pública o que ha sido autorizada por la Dirección Ejecutiva, con el debido cuidado de la imagen institucional, al tiempo que nos identificamos con los acontecimientos históricos, sociales, culturales y asuntos concernientes al sistema educativo. Ningún colaborador puede divulgar información oficial a nombre del Inafocam en cuentas personales.

3.7.3 PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

El Inafocam utiliza diversos medios impresos y digitales para divulgar investigaciones, estudios y otros temas monográficos de interés para la comunidad educativa, especialmente aquellos vinculados a la formación docente, así como reglamentos y manuales de políticas institucionales.

3.7.4 BOLETÍN INSTITUCIONAL

Mediante publicación trimestral, divulga las ejecutorias más relevantes o notables de la gestión, así como también la perspectiva de los actores de los programas auspiciados por la institución.

3.7.5 MEMORIA ANUAL

Informa sobre las actividades que desarrolla la institución cada año, así como los resultados y metas globales logradas en dicho período.

3.7.6 BROCHURES INSTITUCIONALES

Contienen detalles de los servicios que ofrece el Inafocam, así como de los requisitos necesarios para tener acceso a estos.

3.7.7 CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL

Por esta vía el Inafocam comparte las informaciones institucionales cuya remisión esté autorizada por el responsable de cada área, tomando en cuenta las pautas generales de uso ya referidas para las comunicaciones internas.

De manera específica para el uso externo, los asuntos objeto de comunicaciones remitidas a través del correo institucional deben estar apegados a las políticas y lineamientos institucionales y por tanto, ser de conocimiento de la Dirección Ejecutiva. En aquellos asuntos que puedan impactar la operatividad del Inafocam o que impliquen tomas de decisiones, la remisión de correos externos deberá ser consultada previamente con la Dirección Ejecutiva e incluirla en copia en estos casos.

Los responsables de áreas o personal en quien estos deleguen deberán responder con el debido criterio institucional las sugerencias, inquietudes y solicitudes de los ciudadanos clientes, recibidas a través del correo del Inafocam. Las solicitudes remitidas vía la Unidad de Libre Acceso a la Información deberán responderse dentro de los plazos establecidos por la Ley 200-04.

3.7.8 VIDEOCONFERENCIAS

Sistema interactivo que permite a varios usuarios mantener una conversación virtual por medio de la transmisión en tiempo real de video, sonido y texto a través de Internet. A través de este tipo de canal se llevan a cabo sesiones de capacitación, reuniones de trabajo, demostraciones de servicios educativos, entrenamientos, soportes, atención a clientes, entre otros.

La institución cuenta con recursos tecnológicos para realizar videoconferencias que favorecen la interactividad, comunicación, dinamismo, uso de multimedia, entre otros elementos que permiten intercambiar saberes con otros usuarios.

3.7.9 BUZÓN DE QUEJAS O SUGERENCIAS

Como canal comunicativo, es una herramienta de participación de los ciudadanos clientes en la institución, con lo cual se contribuye a lograr resultados de calidad, cumpliendo así con lo establecido en la Ley 200-04.

CONSIDERACIONES FINALES

A través de una eficaz gestión de la comunicación la institución podrá compartir adecuadamente su direccionamiento estratégico, así como sus metas, objetivos y logros.

Con la correcta implementación de esta política de comunicación corporativa, el Inafocam pretende ser más eficiente en la proyección de su misión y valores institucionales, al tiempo que construye una imagen de marca que se corresponda con su visión de lo que quiere llegar a ser en la sociedad dominicana.

Dada la importancia que esto reviste, el incumplimiento de las regulaciones relativas a los canales de comunicación internos y externos puede conllevar medidas disciplinarias, de acuerdo con el nivel de gravedad de lo incumplido y lo establecido en el Código de Ética.

Para el exitoso cumplimiento de esta política es necesario la colaboración de todo el personal del Inafocam. Por tanto, el contenido de este documento debe ser socializado con todos los colaboradores del Instituto durante el proceso de inducción, como forma de asegurar el completo conocimiento de lo establecido en esta política.

APÉNDICE: GLOSARIO DE TÉRMINOS APLICABLES A LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Claridad: Precisión del mensaje para que sea fácilmente captado y comprendido por sus destinatarios.

Comunicación: Proceso dirigido a transmitir ideas o símbolos que tienen un significado compartido en la interacción entre dos o más personas.

Comunicación descendente: Aquella que se canaliza desde las instancias directivas para trazar pautas y lineamientos de gestión institucional.

Comunicación ascendente: Aquella que tiene lugar con la finalidad de informar a los niveles directivos de diferentes dinámicas o situaciones de interés para el conjunto de la empleomanía de la institución o para una parte de esta.

Comunicación horizontal: Aquella desarrollada entre personas del mismo nivel jerárquico dentro de la organización, y cuya razón de ser es la integración de actividades y la coordinación de los colaboradores entre sí.

Comunicación institucional: Conjunto de acciones de comunicación que la organización transmite a sus diferentes grupos de interés, de forma dinámica, planificada, concreta y sujeta a una retroalimentación constante.

Comunicación externa: Es la que va dirigida a los grupos de interés externos. Busca responder a las necesidades de información que les sean relevantes, al tiempo que promueve la reputación y buena imagen de la institución, a partir de las actividades, productos, resultados y servicios que ofrece.

Comunicación interna: Es la que se genera en la institución, dirigida a su personal, con el propósito de socializar lineamientos y políticas propias, así como otros temas de interés, promoviendo la información adecuada y las buenas relaciones entre los colaboradores.

Difusión: Formas y medios diversos dirigidos a divulgar la información requerida por la institución.

Estrategia de comunicación: Proceso de difusión informativa planificado, ejecutado y monitoreado con la finalidad de lograr una percepción de la institución alineada con sus objetivos estratégicos.

Identidad corporativa: Conjunto de elementos propios de la institución que la caracterizan y que resultan visibles ante los diferentes grupos de interés con los que interactúa.

Imagen corporativa: Percepción de la institución por parte de sus grupos de interés, al interactuar con todos los elementos que forman la identidad corporativa.

Oportuna: Comunicación que tiene lugar en el momento conveniente para favorecer el impacto deseado.

Reputación institucional: Percepción positiva de la institución en los grupos de interés, como resultado de la gestión desarrollada a lo largo del tiempo por dicha organización.

Veracidad: Necesidad de que la información transmita de manera certera y concreta lo que se necesita expresar o informar.



Calle Furcy Pichardo n.º 4, Bella Vista
Santo Domingo, República Dominicana
Tel. 809-535-8006 Fax. 809-535-3067
www.inafocam.edu.do e-mail: info@inafocam.edu.do
Laboramos de lunes a viernes
de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.