

MANUAL DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN



Dirección Nacional
de Transporte

Handwritten signatures and initials:
A large circular signature on the left.
Two smaller initials or signatures in the middle.
A larger, more complex signature on the right.

2012

DIRECCIÓN NACIONAL DE TRANSPORTE (DINATRAN)

MANUAL DE POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

La Dirección Nacional de Transporte (DINATRAN) le dará a la comunicación un carácter estratégico con el propósito de contribuir al logro de su misión, mediante una efectiva comunicación institucional, pública y de rendición de cuenta a la sociedad.

Su aplicación se hará posible mediante procesos y subprocesos que utilizan principios éticos, lineamientos estratégicos, políticas institucionales, planes operativos y definiciones corporativas para la construcción de sentido compartido.

Su propósito es garantizar la circulación fluida y transparente de la información de la Entidad a los diferentes grupos de interés, facilitando el cumplimiento de los objetivos institucionales y sociales, mejorando el nivel de apertura, receptividad y capacidad de interlocución con los/as ciudadanos/as y permitiendo la publicidad, visibilidad de su gestión, de los resultados, para así obtener posicionamiento ante la sociedad.

OBJETIVO

Actuar como una Entidad abierta, visible y buena interlocutora de sus públicos

Líder: Presidente/a del Consejo y Director/a Nacional de Transporte

I. COMUNICACION INSTITUCIONAL (Proceso)

La comunicación institucional está orientada al respeto de los lineamientos estratégicos, los principios y valores del Código de Ética, las Políticas Institucionales y el Plan Operativo Anual, con el objetivo de lograr la concienciación de los/as funcionarios/as con respecto a la misión institucional, una adecuada coordinación de la comunicación, una coherente imagen corporativa y contar con un mecanismo de receptividad institucional de los reclamos ciudadanos.

Para generar un fuerte sentido de pertenencia y de trabajo colaborativo, se llevarán a cabo acciones para la generación de espacios de encuentro y relacionamiento y para el reconocimiento de la labor de los/as funcionarios/as.

Líder: Director/a General de Gestión de Talentos Humanos.

I.1. Alineamiento estratégico (Subproceso)

The image shows several handwritten signatures and initials in black ink. On the left, there is a large, loopy signature. In the center, there is a signature that appears to be 'M. J. ...'. To the right, there are two more signatures, one of which is a stylized 'C' or 'G'.

En la DINATRAN habrá un programa de alineamiento estratégico que tendrá a su cargo los procesos de inducción y de reinducción, así como el plan de difusión de resultados y de la promoción del trabajo colaborativo y la cultura de servicio. Este programa será responsabilidad del Comité de Comunicación.

Líder: Director/a General de Gestión de Talentos Humanos.

Lineamiento I: (actividad)

Inducción y reinducción

Los procesos de inducción y reinducción estarán a cargo de los/as directivos/as de la DINATRAN y estarán orientados a los/as funcionarios/as con el fin de mantenerlos informados/as sobre la misión institucional y su Plan Estratégico, para que las acciones se ajusten a las metas propuestas.

Se entiende por inducción el proceso dirigido a iniciar a el/la nuevo/a funcionario/a en su integración y adhesión a la cultura y normas institucionales; en tanto que la reinducción es el proceso progresivo de formación y aprendizaje de los/as funcionarios/as de la Institución, tendientes al desarrollo humano para el adecuado cumplimiento de la misión institucional.

Responsable: Coordinador/a Técnico/a DGGTH

Orientaciones operativas (tareas)

1. Elaboración de materiales informativos

Serán preparados instrumentos que faciliten a los/as funcionarios/as de la Institución las informaciones de interés para la inducción y reinducción.

Responsable: Coordinador/a Técnico/a DGGTH

2. Programación de la inducción y reinducción

Las jornadas de inducción de los nuevos funcionarios y los encuentros de reinducción serán calendarizados adecuadamente.

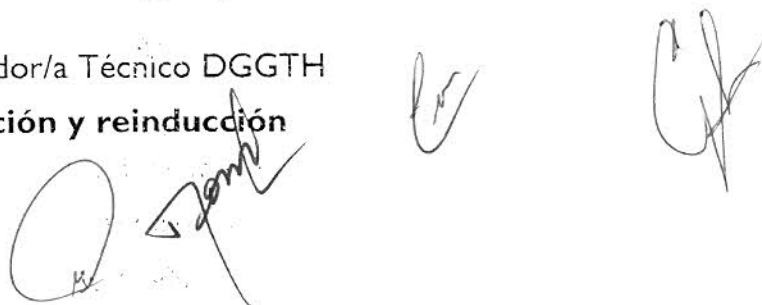
Responsable: Coordinador/a Técnico/a DGGTH

3. Convocatoria para la inducción y reinducción

Los/as funcionarios/as de la Institución serán convocados/as en forma oportuna para los eventos de inducción y reinducción, con la previa comunicación del motivo del encuentro.

Responsable: Coordinador/a Técnico/a DGGTH

4. Evento de la inducción y reinducción

The bottom of the page features several handwritten signatures and initials. On the left, there is a large, stylized signature that appears to be 'Q' followed by a flourish. To its right, there are two smaller, more compact signatures. Further right, there are two distinct initials, one resembling 'L' and the other 'G'.

En el evento de inducción y/o reinducción los/as funcionarios/as serán sensibilizados acerca de los fines misionales de la Institución y serán informados de los resultados de la rendición de cuentas de la DINATRAN.

Responsable: Coordinador/a Técnico/a DGGTH

5. Evaluación

Se evaluará la actividad de inducción o de reinducción mediante diferentes instrumentos, para determinar el logro de los objetivos.

Responsable: Director/a General de Gestión de Talentos Humanos

Lineamiento 2: (actividad)

Difusión de resultados

Se dará una amplia difusión de la información institucional entre los/as funcionarios/as de los resultados obtenidos en la gestión, con todos los recursos materiales y tecnológicos disponibles.

Responsable: Jefe/a de Departamento de Relaciones Públicas y comunicaciones

Orientaciones Operativas (tareas)

1. Elaboración de materiales informativos

Serán preparados instrumentos que faciliten a los/as funcionarios/as de la Institución la comprensión de las informaciones de la rendición de cuentas interna.

1. Folletos
2. Trípticos
3. Murales
4. Revistas
5. Gacetillas
6. Página Web de la DINATRAN

Responsable: Jefe/a de División Prensa

2. Definición de medios a utilizar

Se aprovecharán todos los medios internos para la difusión de la rendición de cuentas entre los/as funcionarios/as (Internet e Intranet, correo electrónico, redes sociales, teléfonos, murales, revistas, trípticos, folletos, boletines, etc).

Responsable: Jefe/a de División Prensa



