

**COMUNICACIÓN
INTERNA:
UNA ESTRATEGIA PARA
CONSOLIDAR LAS EFS**



COMUNICACIÓN INTERNA: una estrategia para consolidar las EFS

La comunicación interna (CI) gubernamental tiene como principales objetivos "...que el público interno conozca la misión, la visión y valores del organismo; que conozca sus grandes planes estratégicos y, fundamentalmente, que ese público esté comprometido con esa misión, visión y valores y que su trabajo contribuya decididamente a la consecución de los objetivos estratégicos."¹

La modalidad en que se traduce esta definición conceptual adquiere diversas manifestaciones en virtud del tipo de organismo gubernamental, su función en la sociedad, su estructura interna y su dinámica para la gestión de la información, entre otras.

En el tipo de organismo que nuclea a esta red, la Organización Latinoamericana y del Caribe de EFS, existen principios rectores que atraviesan a todas las entidades fiscalizadoras superiores y por los que sus integrantes, los auditores gubernamentales, deben sentirse interpelados. Para este proyecto, señalaremos dos de ellos: los Planes Estratégicos Institucionales y la ISSAI 12 "El Valor y Beneficio de las Entidades Fiscalizadoras Superiores - marcando la diferencia en la vida de los ciudadanos".

Para garantizar la consecución de las misiones y visiones de las EFS y para ser organizaciones que marquen la diferencia en la vida de los ciudadanos, resulta propicio que los integrantes de las EFS conozcan e identifiquen cómo los aspectos prácticos de su función impactan en los estratégicos-organizacionales.

Las áreas de comunicación tienen un importante rol al respecto. Por ello, el desafío de este proyecto.

¹ ALVAREZ TEIJEIRO, "Comunicación interna gubernamental: ¿qué funciona?"

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO:

Antecedentes

En noviembre de 2015, la CTPBG publica una actualización del documento CAJA DE HERRAMIENTAS DE LAS ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES DE OLACEFS PARA EL CONTROL DE LA CORRUPCIÓN¹. En ese documento, la EFS de Argentina, Auditoría General de la Nación (AGN), presentó su boletín interno, como herramienta de Comunicación Interna (CI) que busca convertirse en un canal que potencie el conocimiento del personal sobre las actividades institucionales de la AGN, las decisiones de índole administrativa que repercuten en su labor diaria, las buenas prácticas y las acciones que favorezcan el desarrollo de los integrantes del organismo.

La AGN trabajó de manera sistemática la CI como proyecto emergente del Plan Institucional 2013-2017. En el PEI 2018-2022 el organismo amplía la institucionalidad del proyecto incorporando indicadores para medir el impacto que tiene en la consecución de los objetivos estratégicos planteados por el organismo.

La comunicación interna es una herramienta que se presenta con diversos formatos y propuestas para cumplir con funciones de **tipo informativa** respecto a las directrices que se plantea el organismo, de **tipo asesora** con relación a la colaboración que presta transversalmente en la institución para la mejora comunicacional de todas las áreas y, también, de **tipo integradora**, ya que permite la implementación de acciones que vinculan a los miembros de la EFS y así potenciar los sentidos de comunidad que comparte atributos identitarios, portan la historia institucional y la modalidad de pensar y ejercer el control gubernamental.

La experiencia que el Departamento de Prensa y Comunicación de la AGN fue desarrollando respecto a la comunicación interna, lo posicionó internamente como un referente para la difusión de proyectos estratégicos del organismo, como por ejemplo:

- *Plan Estratégico Institucional*
- *Normas de Control Externo Gubernamental*
- *Sistema Integrado de Control de Auditorías - SICA*
- *La Auditoría de los ODS*

² <http://buenagobernanza.agn.gov.ar/files/files/Caja%20Herramientas%20Nov%202015.pdf> (online) consulta realizada en septiembre de 2019

Este recorrido, condujo a que la Comisión Técnica de Prácticas de Buena Gobernanza incluya en su Plan Operativo Anual 2019 la actividad **Red de Comunicación Interna – Relevamiento de Comunicación Interna en OLACEFS** en el marco del Proyecto **Promover prácticas que favorezcan la transparencia y rendición de cuentas de las EFS** para, de esta manera, alinearse con la estrategia 4.2 Promover buenas prácticas y herramientas para la mejora del desempeño de las EFS del Plan Estratégico de OLACEFS 2017-2022.

Enfoque del trabajo

El presente trabajo enfatiza su análisis sobre los Planes Estratégicos e indaga cuál es el rol de la comunicación interna en ellos. Este enfoque se basa en la meta propuesta por OLACEFS para la consolidación de la comunicación interna a fin de “potenciar el uso de las herramientas y recursos disponibles en la región para comunicar las actividades, proyectos y perspectivas de OLACEFS y sus instancias de trabajo.

Trascendiendo la región, también el Código de ética de INTOSAI identifica las necesidades del personal de las EFS en dos artículos:

“estar al tanto de las políticas y procedimientos de la EFS en materia de comportamiento profesional, así como de las normas profesionales aplicables, de las leyes, reglamentos y convenciones de la sociedad en la que residen, todo lo cual los une dentro y fuera del entorno de trabajo.” (64)

“entender la manera en que impactan sus acciones en la credibilidad de la EFS y considerar cómo su comportamiento, tanto dentro como fuera del entorno de trabajo, puede ser percibido por los colegas, familiares, amigos, entidades auditadas, medios de comunicación y otros”. (65)

Se vislumbra entonces la necesidad de reforzar permanentemente la información estratégica y de gestión con la que deben contar el cuerpo de profesionales que llevan adelante el control gubernamental.

Para ello, se establecieron diferentes tareas que nos condujeron a un estado del arte sobre el rol de la comunicación interna en la región, como herramienta que vehiculiza los Planes Estratégicos que culminaron con el Diagnóstico que se presenta a continuación.

La Comunicación Interna en las Entidades Fiscalizadoras Superiores. Recepción y procesamiento de datos para su diagnóstico en la región

Este documento identifica la relevancia que le dan las EFS a la CI para generar el compromiso del personal con los objetivos estratégicos de las EFS y contribuir a la mejora de su gestión, a partir de la información relevada y validada por las EFS.



PLAN ESTRATÉGICO

El 100% de las EFS tienen planes estratégicos vigentes, por lo que se deduce una alineación de tendencias entre las prácticas de INTOSAI, OLACEFS y las EFS miembros. Ese mismo porcentaje afirma que la comunicación está presente en sus planes estratégicos, el 94% menciona que esa comunicación es de tipo interna y externa.



VISIÓN

PÚBLICO INTERNO EN LA VISIÓN: No aparece enunciado directamente el público interno en las visiones de las EFS, pero podríamos deducir que aquellas que remiten a la forma en que realizan la actividad de control apelan implícitamente al personal del control gubernamental.

El ciudadano y la Sociedad son el primer público señalado por las EFS en sus Visiones.

ATRIBUTOS IDENTITARIOS DE LA VISIÓN: Los atributos señalados por las EFS en relación a la visión destacan, en su mayoría, aspectos relacionados a las instituciones. Solo en dos casos se identificaron aspectos vinculados a los integrantes de las organizaciones: integridad y profesionalismo.



ORGANIGRAMA

El 100% de las EFS tienen institucionalizada la comunicación y todas dependen de la máxima autoridad del organismo, sea colegiado o unipersonal.

No se registró ningún caso en el que la CI tenga un lugar determinado dentro de la estructura. Es decir, que las tareas se ejecutan y determinan desde las áreas vinculadas a la comunicación en general.

En dos casos se mencionan equipos de trabajo específicos para la planificación y ejecución de la CI.

La comunicación en la estructura

De la información enviada por las 17 EFS, cotejada con el mapeo de la CI por EFS, podemos concluir que las áreas de comunicación institucional tienen dependencia directa de las jefaturas máximas.

El 94 % de las EFS tienen en su organigrama áreas de Comunicación. Esta generalidad no se ve afectada en las entidades que tienen cuerpos colegiados, sino que allí la relación directa es con las presidencias o despachos de contralores, aunque a veces pueden aparecer mediados por otras oficinas como, por ejemplo, consejos de consultores, asesores o secretarías de presidencia.

La comunicación interna por su parte, no tiene presencia como subestructura dentro de los organigramas, es decir, que las funciones de CI que son enunciadas por las distintas EFS en sus Planes Estratégicos Institucionales, se diagraman y coordinan desde las Gerencias/Áreas/Departamentos de comunicación institucional.

Una primera conclusión: **los organigramas de las EFS, tienen estructuras verticales en las que las áreas de comunicación se colocan como aliadas tácticas directas para el cumplimiento de los objetivos definidos a nivel estratégico.**

Una mención especial merecen aquellas entidades que, a pesar de no presentar áreas de CI en sus organigramas, sí enuncian la presencia de equipos de trabajo en CI, que coordinan las acciones y son reconocidos institucionalmente, de hecho, como pseudo áreas -con logo propio, espacios de trabajo diferenciados, coordinadores-. Este es el caso de Argentina, al que podría sumarse el caso de Guatemala que menciona la existencia de una coordinación en la materia dentro de la Organización. En cuanto a **la denominación** de las áreas de comunicación, encontramos mucha diversidad. La denominación del área nos habla de la forma, las funciones y las características que asume la comunicación en cada EFS.

La forma de denominar las áreas se corresponde con las funciones y misiones que se le adjudican a cada dependencia dentro de una organización. En este sentido, si bien el 100% de las entidades enuncia el área como “comunicación”, en algunos casos, se acompaña esta denominación con “prensa”, “publicaciones”, “imagen”, “relaciones corporativas”, “planificación y organización”, “tecnología”.



LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Cuando pedimos que las EFS definan la comunicación institucional y con ello mencionen a qué tipo de comunicación referenciaba -interna, externa o ambas-, nos encontramos con que: el **35%** de las EFS proponen definiciones que, según ellos, abarcan la comunicación interna y externa; **35%** se sostienen en la comunicación externa; **18%** se referencia en la comunicación interna y **12%** menciona que la definición contempla otra definición de comunicación.

El 35% de las EFS contemplan que la Comunicación institucional incluye a la interna y externa

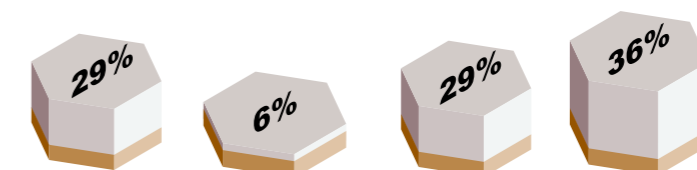
Cuatro de las EFS identificaron, en su definición sobre la comunicación, que es externa. Sin embargo, al analizar la definición encontramos que incluye acciones vinculadas a la comunicación interna y su rol para potenciar los valores institucionales. A modo de ejemplo, el caso de Ecuador:

“La Comunicación institucional está orientada a propiciar la **coherencia en la actuación de los funcionarios de la Contraloría General de la República con respecto a la Misión y Visión institucional, a la consolidación de la cultura y los valores asumidos; a afirmar el sentido de pertenencia** y el relacionamiento, fortaleciendo su imagen institucional y la visibilidad social mediante la implementación de un plan de comunicación”.

Un dato de interés es el caso de Cuba que se perciben como difusores de modelos culturales de la buena gestión administrativa del Estado. Podría asumirse que siguiendo el lineamiento de la ISSAI 12.

Con respecto a la forma en la que se desarrolla la planificación de la comunicación, el 65% de las entidades dice tener planes o manuales de comunicación. De este porcentaje solo el 20% anuncia que sus planes contemplan acciones de comunicación interna.

- En cuanto a los atributos identitarios, las respuestas estuvieron relacionadas con principios y valores propios de los Códigos de Ética: probidad, integridad, respeto, independencia y autonomía (29%)
- características institucionales: respetada y experta (6%)
- modo en que la institución lleva adelante su función: organismo confiable y vanguardista en la prevención (29%)
- con relación al público: Asamblea Nacional y Ciudadanos (36%)





Público

Los públicos identificados por los Organismos, en relación a la visión que exponen son los siguientes (ordenados por cantidad de menciones):

- Ciudadanos y sociedad **(64%)**
- Entidades del Estado **(18%)**
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Comunidad Internacional
- Poder Legislativo **(6%)**
- Todos los anteriores **(6%)**
- No especifica **(6%)**



La comunicación interna

En relación a la concepción de comunicación interna con la que se trabaja, el 100% la concibe con una función informativa; la función integradora (fundamental para el fortalecimiento de una cultura organizacional) es considerada por el 71% de las entidades fiscalizadoras y un poco más del 53% también visualiza la función asesora.

- *Función de la ci según las EFS*
- *100% informativa*
- *71% integradora*
- *53% asesora.*

Cuando consultamos por el quién en relación a los encargados de desarrollar las funciones de comunicación interna, el 30% la concibe de forma transversal en la institución: “distintos equipos”, “varias áreas”, “la coordinación de comunicación interna” (sin lugar en organigrama como sub área).

Los productos más utilizados por las EFS para comunicar internamente son la Intranet y el correo electrónico, seguido por el Boletín de comunicación interna y luego la cartelera. Hay entidades que presentaron opciones alternativas como el caso de Perú que menciona el whatsapp, el de Costa Rica con la App, Ecuador con los protectores de pantalla y Guatemala con carteleras digitales.



Aspectos a destacar de la comunicación interna

Cuando pedimos a las EFS que mencionen aspectos destacables de la comunicación interna de sus entidades hubo aquellos que hicieron mención a cuestiones que se relacionan con la ampliación del público interno, “los mensajes ahora se envían a todos vía correo electrónico. Antes era solamente a los supervisores quienes debían pasar el mensaje a sus equipos de trabajo” (Belice) o, como el caso de Guatemala que menciona la utilización de “pantallas digitales” como amplificadores de información.

Otras entidades mencionan como aspecto destacable la confección de síntesis de prensa particularizadas por tema según las áreas de auditoría (Ecuador y Cuba).

La comunicación interna como buena práctica en sí misma es mencionada por Costa Rica y Paraguay como un medio de comunicación interna fidedigno y de primera mano, “medio oficial”.

Como aportes novedosos, podemos mencionar a Perú que dice utilizar la herramienta de la evaluación para ir midiendo la efectividad de la comunicación interna. También es distintivo el caso de Colombia que realiza charlas TED para socializar programas a funcionarios, así como también mencionan la realización de actividades y concursos con los hijos de los trabajadores de la entidad como actividad integradora y propagandística de la institución.

Únicamente Honduras dice tener una política de comunicación interna, a la que no hemos tenido acceso.

CONCLUSIONES

Por lo relevado en las páginas webs y en las respuestas a las encuestas realizadas, las EFS entienden a la comunicación como una herramienta central para la buena gestión institucional. Esta concepción la vuelcan en sus páginas webs con un sesgo: solo informan sobre la comunicación externa, cuando en la encuesta proponen que entienden a la comunicación institucional como aquella que se caracteriza como interna y externa.

Esta brecha en lo informado en las webs y en la concepción de la comunicación institucional podría justificarse en que las páginas webs son concebidas como fuente de información solo para el público externo.

Entendemos que las EFS están perdiendo la oportunidad de transmitir una perspectiva integral de la comunicación que la asuma como un vector institucional transversal y que renueve y fortalezca los vínculos que la institución tiende con sus públicos, tanto con los internos como con las Partes Interesadas Externas.

La razón de ser de las EFS, las coloca como centrales en la confección de políticas públicas a partir de los hallazgos, insumos que constituyen los productos de control gubernamental para quienes definen y gestionan las políticas públicas y las posiciona como instituciones que deben ser modelo dentro del Estado, también en materia organizacional. (ISSAI 12)

Es tarea de la organización y del trabajo intenso en una comunicación integral que esa producción esté alineada con la identidad organizacional y que se visualice AL AUDITOR gubernamental como primer embajador de la institución en la producción de contenidos y en la interacción con las partes interesadas externas.

El desarrollo de una planificación institucional de la comunicación nos permitirá seguir un lineamiento claro acerca de cuáles son los valores institucionales que se quieren transmitir, en qué momento, por qué, y a quiénes.

La comunicación integral nos impone la necesidad del trabajo sobre una segmentación de públicos exhaustiva que nos permite tener lineamientos claros, con mensajes clave acerca de qué y a quién se le comunica.

Las funciones identificadas desde las gestoras de este proyecto, para la comunicación interna, son: integradora, informativa y asesora. De las definiciones de la comunicación institucional, se desprende de que estas funciones también operan para definirla.

Alrededor del 70% define la comunicación institucional en su doble rol de interna y externa; lo que indica que las prácticas de comunicación interna tienen un reconocimiento de la función que no está acompañada por la especificidad de un área que así la nombre, como es el caso de la Comisión de Comunicación Interna de Costa Rica que tiene características transversales.

No existe en organigrama ningún área o sub área específica de comunicación interna. Tal vez, esto tenga su razón en el reciente advenimiento de la comunicación interna para muchas de estas instituciones. Este retraso es un rasgo característico de las organizaciones de la administración gubernamental.

Las EFS no están ajenas a esta dinámica respecto a la comunicación interna. La preocupación de CTPBG en revertir aspectos comunicacionales al identificar buenas prácticas que fortalecen el rol de las EFS, inició su camino en la comunicación con las partes interesadas externas.

La mirada ahora está puesta en el cuerpo de auditores gubernamentales, como modo de visibilizar la necesidad de que la comunidad del control gubernamental conozca la importancia de los Planes Estratégicos como herramienta de transformación no solo dentro de las EFS de cada país sino también a nivel regional.

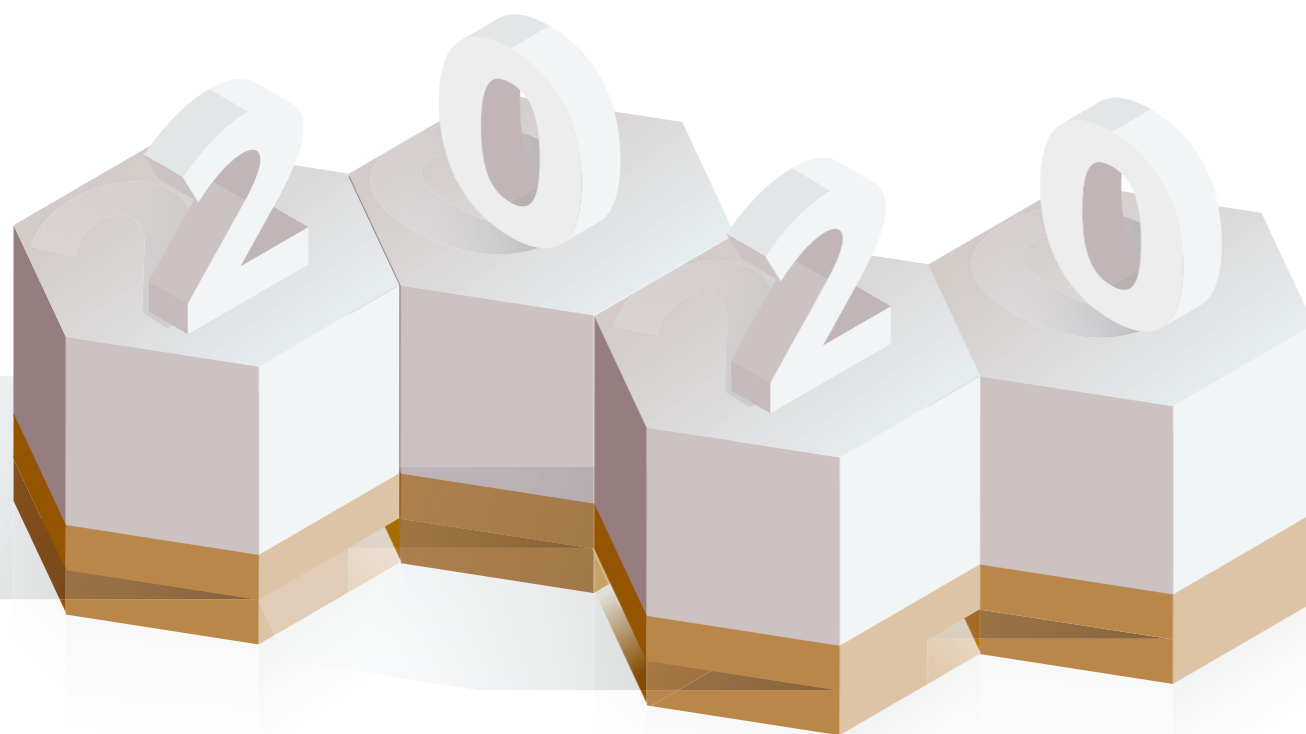
La importancia de una Red de Comunicación Interna OLACEFS, es el desafío.



PROPUESTAS 2020

GRAN DESAFÍO 2020 "BUENAS PRÁCTICAS IDENTIFICADAS":

IMPORTANCIA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS: IDENTIFICAR



Charlas TED – COLOMBIA

Concurso "LA CGR Y EL CÁLIZ DE LA TRANSFORMACIÓN" COLOMBIA

Planificación de la CI – ARGENTINA

Articulación CI y Cultura "Proyecto Espacio Bulevar" - ARGENTINA

Evaluación de la CI - ARGENTINA

Evaluación de la CI – PERÚ

Síntesis de Prensa particularizadas por áreas – ECUADOR Y CUBA

Pantallas Digitales - GUATEMALA

a. INCORPORAR EN LAS BP

<http://buenagobernanza.agn.gov.ar/content/buenas-pr%C3%A1cticas-en-comunicaci%C3%B3n-efs>

LA CATEGORÍA ESPECÍFICA COMUNICACIÓN INTERNA.

b. GUÍA DE SEGMENTACIÓN DE PÚBLICOS

c. CREAR EL CANAL YOUTUBE BUENAS PRÁCTICAS EN CI - CTPBG:

BANCO DE BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN INTERNA

Para ello se armará una guía de pautas para la producción audiovisual de BP en temas de CI, bajo la consigna:

*"cómo comunicamos las estrategias a nuestro público interno en las EFS".
Se determinarán que objetivo estratégico trabajar (ej. ODS) y sobre ello se hará la capacitación virtual previa para su implementación audiovisual.*

ARMADO DE VIDEO DE BUENA PRÁCTICA. – DIFUSIÓN GUASAP

EL PASO A PASO DE ESTE PROYECTO: TAREAS REALIZADAS

N°	Actividades Específicas	Fecha de Inicio	Fecha de Término	Resultado Esperado
1	Mapeo de la comunicación interna en la región	04/02/2019	08/03/2019	Identificación de la comunicación interna en las EFS previo a la implementación del proyecto.
2	Presentación de Resultados Mapeo y Lineamientos del diagnóstico	11/03/2019	15/03/2019	Concientización sobre la importancia de la comunicación interna y compromiso de las EFS a colaborar con el diagnóstico
3	Diseño de instrumento de relevamiento	18/3/2019	30/04/2019	Un instrumento que favorezca la mayor sistematización de la información de las EFS
4	Envío de formularios (relevamiento e instructivos) y seguimiento.	02/05/2019	13/06/2019	Alta participación de las EFS de la región.
5	Sistematización de datos para análisis de la CI en la región	17/06/2019	31/07/2019	Matriz de análisis que compile las diferentes características de las EFS
6	Redacción de diagnóstico y presentación de resultados	01/08/2019	30/09/2019	Documento que identifique la relevancia de la CI para generar compromiso del personal con los objetivos estratégicos de las EFS y contribuir a la mejora de su gestión..

TAREA 1. Entre febrero y marzo de 2019, el equipo de gestión de esta actividad, cuyos miembros pertenecen a la Auditoría General de la Nación realizó, bajo la supervisión de la Presidencia de la CTPBG, efectuó un Mapeo de las páginas webs de la EFS con el objetivo de identificar el estado del arte de la comunicación interna en las EFS previo a la implementación del proyecto.

Esta revisión se propuso en el entendido de que las páginas webs institucionales dan cuenta de la manera en que cada EFS jerarquiza y elabora su información, y por ende, cómo traducen la composición de su estructura y el modo de gestionar el control gubernamental.

Por ello, la recopilación de la información se basó sobre algunos aspectos como centrales y necesarios para elaborar un marco de situación de la comunicación interna en la región. Los campos in-

dagados fueron 5 en total, de los cuales 4 se vinculan específicamente con los planes estratégicos. Se organizaron según niveles en los que impactan:

Estratégico	Plan Estratégico Institucional	Fines, estrategias y medios que la institución debe transmitir.
	Visión	Enfoque respecto al control público con el que se presenta la institución a sus diversos públicos.
Operativo	Organigrama	Lugar de la comunicación en las instituciones.
Estratégico, operativo y táctico	Comunicación institucional	La comunicación y su gestión a distintos públicos.
Operativo y Táctico	Comunicación interna	La comunicación y su gestión para el público interno.

TAREA 2. Luego del relevamiento, el equipo trabajó en el diseño de la presentación de estos resultados organizados en un mapa virtual, para facilitar la lectura sobre la situación regional respecto a los Planes estratégicos y la comunicación. Este mapa permite contar con información regional difundida en las páginas webs y consolidada a una fecha para poder contrastar en etapas siguientes.

En anexo puede consultarse la información por países (poner TODOS EN DOBLE PÁGINA CADA UNO)

TAREA 3. Finalizado el mapeo, se diseñó un instrumento para una sistematización mayor de la información de las EFS.

La encuesta, realizada con la colaboración de la Comisión de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (CTIC), se estructuró sobre los 5 ejes de análisis aplicados al mapeo a fin de indagar sobre el aporte de la comunicación interna para el cumplimiento de los planes estratégicos institucionales. Detallar solo los 5 ejes porq la Encuesta va como Anexo

EJE 1 Planificación Estratégica Institucional:

EJE 2 Visión

EJE 3 Organigrama:

EJE 4: Comunicación institucional:

EJE 5: Comunicación interna:

TAREA 4. Se solicitó a las EFS la validación de la información compilada en el mapa virtual, y completar la Encuesta elaborada a efectos de contar con mayor información sobre comunicación en la región. Se llegó al 78 % de respuestas.

TAREA 5. Para la sistematización de la información recopilada sobre CI en la región y su posterior análisis se elaboró una matriz de análisis que permita compilar las diferentes características de las EFS y relevar Buenas Prácticas para una posterior socialización en una Red de comunicación interna.

Al completar la matriz el equipo de trabajo identificó aspectos que habilitarían nuevas indagaciones, tales como:

1. De qué manera consideran las EFS que su público interno es incluido en los Planes Estratégicos? Deberían ser explícitamente mencionados?
2. En este caso, se podría preguntar en otra instancia cómo traducen los atributos identitarios en el contenido (mensaje) para así impactar en la imagen (también como la miden

CATEGORÍAS INCORPORADAS

- PAIS
- PEI
- FUNCION QUE ANUNCIA LA VISIÓN
- PÚBLICO DE VISIÓN
- RASGO IDENTITARIO EN VISIÓN
- TIPO DE COMUNICACIÓN EN PEI
- AREA DE COMUNICACIÓN: Departamento/Gerencia/Area
- EN ORGANIGRAMA (DEPENDEN DE)
- MANUALES O PLANES DE C.
- DEFINICION DE LA COMU INSTITUCIONAL
- ¿EXISTE LA CI EN SU EFS?
- FUNCION DE COMUNICACIÓN INTERNA
- FUNCION: INFORMATIVA/ INTEGRADORA/ASESORA
- PRODUCTOS DE CI
- ASP. A DESTACAR SOBRE LA C. INTERNA
- OBSERVACIONES

ANEXO ENCUESTA

ENCUESTA CTPBG – PROYECTO COMUNICACIÓN INTERNA

**Actividad de fortalecimiento de la comunicación interna en las Entidades fiscalizadoras.
Creación de una Red de Comunicación interna para las EFS de OLACEFS.**

II. ALINEACIÓN DE ACTIVIDADES CON EL PLAN ESTRATÉGICO 2017 – 2022

Estrategia 4.2 del Plan Operativo de la OLACEFS 2017-2022 -Promoción de buenas prácticas y herramientas para la mejora del desempeño de las EFS.

Promover prácticas que favorezcan la transparencia y la rendición de cuentas de las EFS.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Validar los datos vinculados a la comunicación interna de cada una de las EFS.

Estos datos fueron relevados a través de un mapeo de las páginas webs de cada EFS, según lo planificado para la etapa 1 del proyecto.

Usted puede ver los datos correspondientes a su EFS en el link enviado en el correo electrónico.

Las preguntas son sobre los 5 ejes de análisis aplicados al mapeo a fin de indagar sobre el aporte de la comunicación interna para el cumplimiento de los planes estratégicos institucionales.

Este proyecto considera a la comunicación interna como una herramienta fundamental para el compromiso de los auditores gubernamentales con la misión, visión y valores de la región.

EJE 1 Planificación Estratégica Institucional:

1. Tiene la entidad un Plan Estratégico Institucional vigente?
2. ¿Incluye el Plan Estratégico Institucional acciones relacionadas a la comunicación?
 - 2.b Qué tipo de comunicación menciona?
 - INTERNA
 - EXTERNA
 - AMBAS

EJE 2 Visión

3. ¿Qué función enuncia la visión de su EFS?
4. ¿Qué público enuncia la visión de su EFS?
5. Mencione algún rasgo de identidad institucional enunciado en la visión:

EJE 3 Organigrama:

6. ¿Incluye su organigrama un área de comunicación?
 - 6.b ¿Qué rango tiene la comunicación en su institución?
 - Área
 - Departamento
 - Gerencia
 - 6.c ¿De quién depende?

EJE 4: Comunicación institucional:

7. ¿Cuál es la definición de comunicación institucional de su EFS?
8. ¿Tipo de comunicación que incluye?
 - INTERNA
 - EXTERNA
 - OTRA
9. ¿Cuenta con Planes de Comunicación?
10. ¿Cuenta con manuales operativos de comunicación?

EJE 5: Comunicación interna:

11. ¿Existe la función de Comunicación interna en la EFS?
 - 11.a Si la respuesta es SI responda:
 - 11.b ¿En qué área?
 - 11.c Tipos de funciones:
 - Informativa
 - Integradora
 - Asesora
 - Otras
 - 11.d Tipos de producto difusión interna:
 - Boletín
 - Carterlera
 - Intranet
 - correo electrónico
 - app
 - otros
 - 11.e Algún aspecto a destacar como buena práctica en la comunicación interna
 12. Si la respuesta es NO responda, ¿Cómo comunican?

