Políticas Generales de Comunicación CNCI

* La gestión de la comunicación debe ser un proceso sistémico y sinérgico
en armonía con la gestión organizacional.
✓La gestión de la comunicación permitirá el intercambio constante entre la organización y su entorno interno y externo.
✓La gestión de la comunicación contribuirá al fortalecimiento de la identidad organizacional y a la formación de una imagen positiva en sus públicos internos y externos.
✓La legitimación y puesta en práctica de los presupuestos pautados en el Manual de Gestión de la Comunicación fortalecerá el posicionamiento del Centro Nacional para la Certificación Industrial “Julio Cesar Castro Palomino¨ (CNCI).
✓Los mensajes emitidos por el CNCI deben diferenciarse en
dependencia del segmento de público al que va dirigido. El contenido y
formato de los mismos dependerá de las particularidades de los soportes que se utilicen.
✓La gestión de la comunicación en el CNCI debe estar respaldada por un presupuesto destinado específicamente a las acciones de comunicación.
✓El Responsable de comunicación, en colaboración con directivos,
especialistas y otro personal designado deberá renovar las políticas de
comunicación cuando sea necesario.

Políticas de comunicación interna

La gestión de la comunicación interna debe ser coherente con los valores
compartidos, consolidar la cultura organizacional y fortalecer la identidad y
la autoimagen del CNCI.
✓La comunicación debe tener un carácter transversal que atraviese todos los
procesos organizacionales, a su vez que garantice una visión sistémica, de
integración y coordinación entre los diferentes departamentos del CNCI.

✓El público interno debe ganar en conocimientos de comunicación y manejo
de sus términos.
✓Las prácticas comunicativas deben estar encaminadas a la búsqueda del
consenso, la participación y la implicación del público interno en el proceso
de toma de decisiones.
✓La comunicación debe constituir una herramienta eficaz para potenciar las
relaciones interpersonales, la motivación, el sentido de pertenencia y la
satisfacción laboral del público interno.
✓El público interno tienen derecho a recibir información periódica sobre el
acontecer del CNCI, los principales logros en las diferentes áreas y las dificultades que limitan el trabajo.
✓Los resultados obtenidos en investigaciones de temas referentes a la
comunicación deben socializarse entre el público interno del CNCI.

Políticas de comunicación externa

Los públicos externos de la organización deben estar oficialmente segmentados, teniendo en cuenta sus características particulares, así
como el grado de prioridad que tengan para el medio.
✓Se deben diseñar campañas y estrategias que contengan objetivos, líneas
de mensajes y acciones de comunicación para cada uno de los segmentos
del público externo, en aras de fortalecer la imagen externa del CNCI.
✓La comunicación debe ser una herramienta imprescindible en el
acercamiento al público externo.