



FONDO SOLIDARIO PARA
LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

NORMATIVA INTERNA

MANUAL DE COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL

Aprobado por Consejo Directivo Acuerdo No. 02 de Sesión CD-38.2022 del 06 octubre año 2022.

Responsable: Unidad de Comunicaciones





FONDO SOLIDARIO PARA
LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

INDICE

1.	Introducción	3
2.	Generalidades	3
	• Objetivo general	3
	• Objetivos específicos	3
	• Ámbito de aplicación	4
3.	Definiciones	4
4.	Organigrama	6
5.	Propósito de la Comunicación Institucional	7
6.	Desarrollo y Aplicación de las Políticas de Comunicación Institucional	7
7.	Canales de Comunicación	11
8.	Procedimientos: Divulgación de avisos o información de interés institucional	12
	• Publicación de información a través de los canales digitales de comunicación	12
	• Creación de artes para las unidades de la institución	12
	• Coordinación de eventos	12
9.	Aprobación, vigencia y divulgación	13



Handwritten signature in blue ink.



FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

1. Introducción

El Manual de Comunicación Institucional, es un instrumento administrativo que contiene los lineamientos y políticas sobre los procesos de comunicación interna y externa de la institución, de conformidad a los lineamientos del *Manual de Uso de Marca Gobierno de El Salvador 2019-2024*; dicho documento es una guía que contempla la línea gráfica que todas los ministerios e instituciones autónomas deben de cumplir.

Asimismo, es una guía sistemática para todo el personal organizativo, en otras palabras, es una herramienta que permite conocer detalladamente las funciones que ejecuta la Unidad de Comunicaciones del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA).

La aplicación de este Manual de Comunicación Institucional, permite a los servidores públicos del FOSOFAMILIA, transmitir la información de manera eficaz, utilizando los diferentes formatos y canales de comunicación con los que cuenta la institución.

2. Generalidades

Objetivo General

Crear, elaborar, dirigir y supervisar la comunicación interna y externa del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) mediante estrategias institucionales que contribuyan a un posicionamiento e imagen institucional positiva, utilizando los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la institución.

Objetivos Específicos

- a. Promover y fortalecer la imagen de la institución, por medio de sus diferentes canales de comunicación.





FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

- b. Utilizar los medios de comunicación apropiados para apoyar con efectividad la gestión institucional.
- c. Utilizar y potenciar las redes sociales de la entidad de forma ágil y oportuna, para que la población conozca los servicios financieros y no financieros que la institución ofrece.
- d. Promover y mantener la comunicación con instituciones públicas y/o privadas, con el objetivo de buscar apoyo interinstitucional a través de firma de convenio, carta de entendimiento y alianzas.
- e. Aplicar los diferentes formatos periodísticos y de publicidad para proporcionar la información de la entidad.
- f. Implementar estrategias de Marketing Digital para tener presencia en las redes sociales y ampliar los segmentos de público.

Ambito de aplicación

Las políticas de comunicación contenidas en este manual, son dirigidas a clientes internos y externos de la institución, debiendo ser aplicadas también en los centros de servicios al interior del país.

3. Definiciones

- a. **Canal:** Es un medio de comunicación por el que pasan las señales portadoras de información que pretende intercambiar emisor y receptor.
- b. **Comunicación:** Es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.





FONDO SOLIDARIO PARA
LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

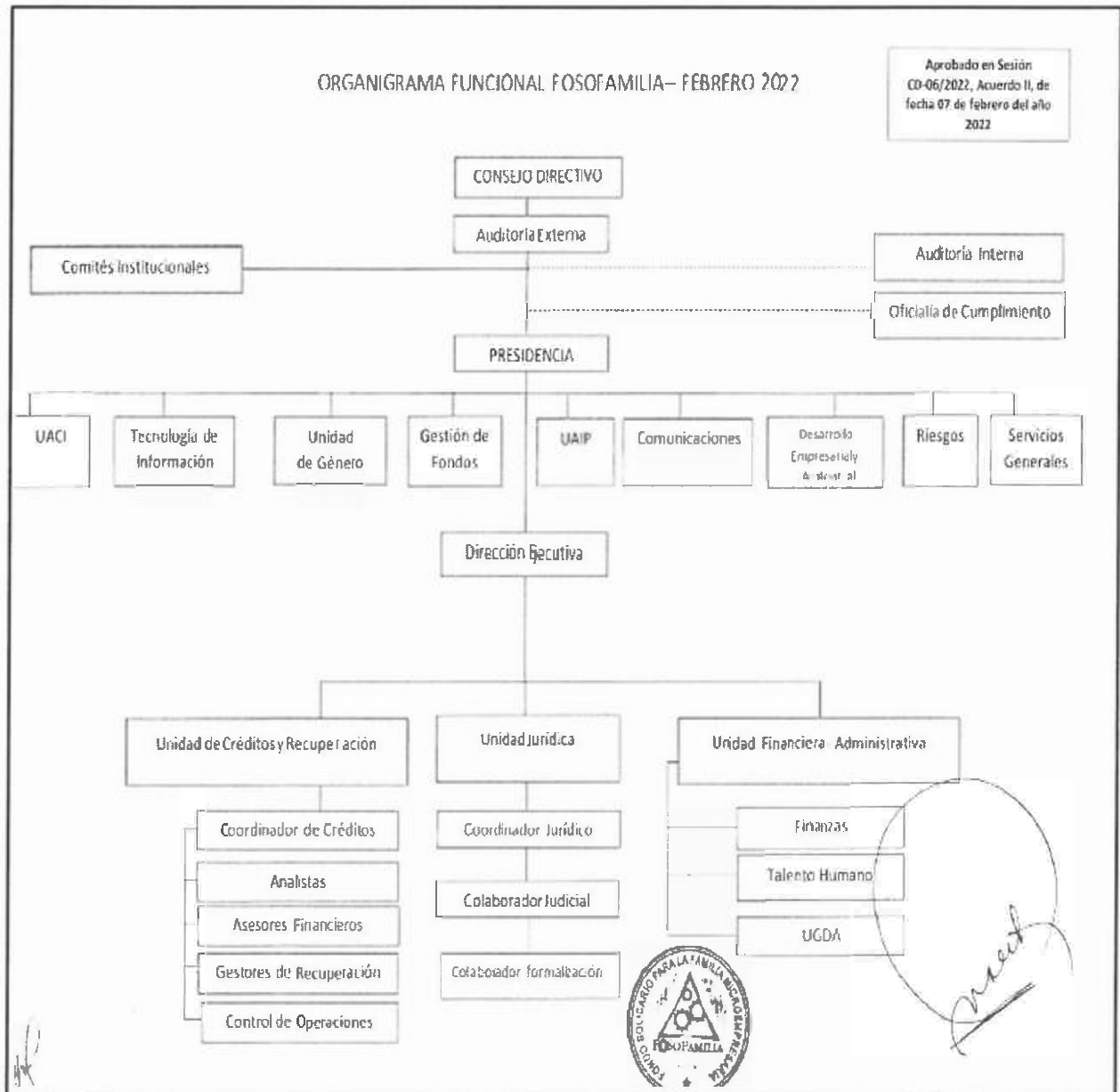
- c. **Comunicación Externa:** Se produce entre las personas dentro de la empresa y las del mundo exterior.
- d. **Comunicación Interna:** Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador.
- e. **Feria de Emprendimientos:** Espacio creado para que los microempresarios y las microempresarias usuarias del FOSOFAMILIA, comercialicen sus productos y servicios. Dichos espacios son gestionados a través de firma de convenios entre instituciones públicas, privadas, autónomas y organismos internacionales.
- f. **Información:** Noticia o dato que informa acerca de algo.
- g. **Manual:** Instrumento administrativo que contiene en forma explícita ordenada y sistemática información o instrucciones sobre objetos, políticas, atribuciones, organizaciones y procedimientos de los órganos de una institución que se consideran necesarios para la mejor ejecución de un trabajo.
- h. **Transparencia:** difundir información de manera clara, concisa y detallada, la cual permita a la población conocer lo que está haciendo una persona o institución.





FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

4. Organigrama





FONDO SOLIDARIO PARA
LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

5. Propósito de la Comunicación Institucional

- Posicionar y fortalecer la imagen del FOSOFAMILIA, a través de los medios de comunicación tradicional y digital.
- Fomentar el sentido de pertenencia a la institución de parte de todo el personal del FOSOFAMILIA, a través de estrategias mediáticas que destaquen los aspectos positivos y logros institucionales.
- Apoyar a los procesos informativos de las diferentes unidades de la institución.
- Fomentar y estrechar vínculos entre la institución y los medios de comunicación.
- Informar y dar a conocer a la población salvadoreña por medio de los canales de comunicación nuestro quehacer institucional,
- Generar espacios de opinión, es decir, crear diálogos entre la institución y público.

6. Desarrollo y Aplicación de las Políticas de Comunicación Institucional.

Política de Comunicación Externa

- A. **Vocería institucional:** El encargado de cada unidad organizativa será el responsable de proporcionar la información especializada a la Unidad de Comunicaciones, para que sea esta el canal para darla a conocer a los medios de comunicación y población en general.
- B. **Presencia en los medios de comunicación tradicionales y digitales:** El personal de Seguridad asignado a las instalaciones del FOSOFAMILIA (PPI) informará oportunamente a la Unidad de Comunicaciones, la presencia de reporteros, periodistas o cualquier persona que represente a los medios de comunicación, a efecto de que sean atendidos por el Encargado/a de Comunicaciones, quienes solventarán de conformidad a los procesos internos, las solicitudes que requieran.





FONDO SOLIDARIO PARA
LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

- C. **Solicitud de información:** Toda solicitud de información, entrevistas, posturas de carácter institucional que requieran los diferentes medios de comunicación tradicionales y digitales, serán canalizados a través de la Unidad de Comunicaciones; y posteriormente, se remitirán a la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia (SECOM) para aprobación de la solicitud, salvo en los casos donde la prensa aborde directamente a las autoridades de la Institución o que sea solicitud de información directa a la Unidad de Acceso a la Información Pública.
- D. **Manejo de medios de comunicación:** La Unidad de Comunicaciones es la responsable de coordinar y organizar conferencias de prensa, entrevistas y declaraciones que aborden temáticas institucionales.
- E. **Buzón de sugerencias:** Buzón habilitado para recibir de forma física quejas y/o comentarios de clientes externos; las cuales serán canalizadas por la Unidad de Comunicaciones; de igual forma las que se reciben a través de los medios digitales de la institución.

Política de Publicidad Institucional

- A. La Unidad de Comunicaciones es responsable de coordinar y crear las campañas publicitarias de la entidad que sean autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia.
- B. Toda información que se publique del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) con fines publicitarios o informativos en los medios de comunicación tradicionales o digitales deben ser autorizados por SECOM.





FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

- C. La Unidad de Comunicaciones es la encargada de crear cuñas, artes, spot, según el tipo de campaña publicitaria, siempre bajo los lineamientos de CAPRES y la línea grafica Gobierno de El Salvador 2019-2024

Política de la Administración de la Información

- A. La Unidad de Comunicaciones es la encargada de brindar la información institucional a los diferentes medios de comunicación, previa autorización por parte de la Secretaria de Comunicaciones.
- B. Ningún empleado o empleada está autorizado para brindar información de carácter institucional a los medios de comunicación.
- C. La Unidad de Comunicaciones será la única responsable de producir, diseñar, administrar, actualizar, distribuir y controlar los soportes comunicacionales internos y externos, como: correos electrónicos informativos, avisos, revistas, boletines, brochures, afiches, memorias de labores, carteleras, videos, o gestión informativa e imagen institucional.
- D. Cada unidad organizativa es responsable de emitir y suministrar la información a la Unidad de Comunicaciones, cuando una entidad o medio solicite información de carácter institucional, todo con base a los procedimientos autorizados.

Política de Imagen Visual de la institución.

- A. Todos los canales digitales de las instituciones publicas para publicaciones de fechas conmemorativas son manejados bajo los lineamientos gráficos establecidos por la Secretaría de Comunicaciones.



[Handwritten signature]



FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

- B. Los empleados y empleadas que tienen asignado móvil institucional utilizarán en su medio digital (WhatsApp) la imagen de la institución para promocionar nuestros servicios.

Política de Suministro de Informativos

- A. Todas las unidades organizativas del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) tienen como deber y responsabilidad, apoyar oportunamente a la Unidad de Comunicaciones, cuando esta requiera de información institucional, para incorporarlo en las distintas herramientas comunicacionales externas e internas.

Política de Comunicación de Redes Sociales

- A. Las unidades organizativas que requieran publicar información que se genere en su área de trabajo de la institución deben presentar propuesta ante la Presidencia de la institución para su revisión y aprobación; posteriormente se remite a la Unidad de Comunicaciones para su publicación.
- B. La Unidad de Comunicaciones elaborará e implementará un manual de repuestas, con el objetivo de atender los mensajes y/o comentarios que el público realiza a través de nuestros canales digitales.

Política de Comunicación Electrónicas

- A. La Unidad de Comunicaciones es la encargada de crear las firmas electrónicas del personal de la institución.





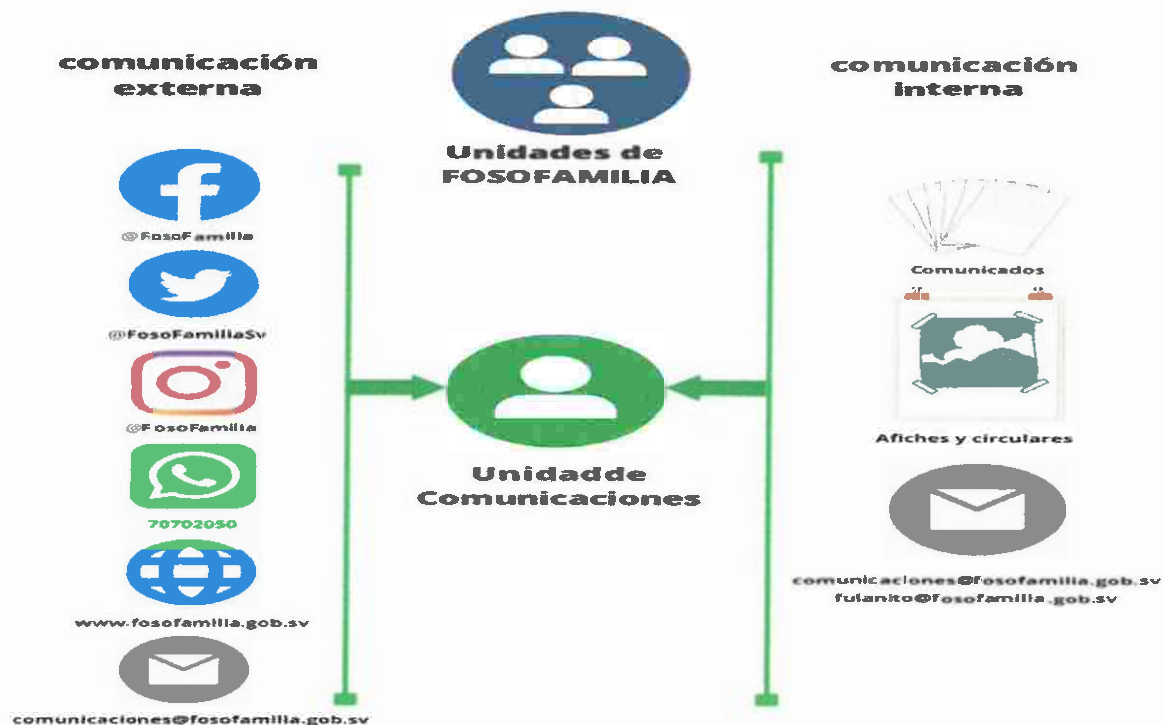
FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

7. Canales de Comunicación

La Unidad de Comunicaciones es la encargada de administrar y gestionar los procesos comunicativos del FOSOFAMILIA. Además, será el intermediario o canal entre la población y la entidad.

Asimismo, la Unidad de Comunicaciones será la encargada de crear diferentes estrategias comunicacionales y espacios al público con la finalidad de crear opinión pública positiva para la consolidación de la imagen de la institución.

Proceso de Comunicación





FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

8. Procedimientos: Divulgación de avisos o información de interés institucional

- **Publicación de información a través de los canales digitales de comunicación**
 1. La Unidad de Comunicaciones remite a la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia toda información institucional que se va a divulgar a través de los medios digitales para su conocimiento y aprobación.
 2. La entrega de la información de debe ser por medio del correo institucional.
- **Creación de artes para las unidades de la institución**
 1. Cada Coordinador/a y/o Encargado/a de las unidades organizativas cuando requieran la creación de un arte para su unidad, deben remitir a la Encargada y/o Encargado de la Unidad de Comunicaciones a través de correo electrónico, la información específica y precisa, detallando características, redacción y formato publicitario.
 2. Los artes deben ser solicitados con una semana o tres días como mínimo.
 3. Todos los afiches son revisados y autorizados por la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia (SECOM) para su posterior publicación.
- **Coordinación de eventos**
 1. Para la coordinación de eventos institucionales donde se requiera la participación y presencia de la Presidenta o Presidente del FOSOFAMILIA, las unidades solicitantes deben informar a la Unidad de Comunicaciones.
 2. La logística para la realización de eventos institucionales, comprende las siguientes actividades:
 - Reunión con a las entidades y unidades participantes en el evento a desarrollar para delimitar funciones.



[Handwritten signature]



FONDO SOLIDARIO PARA LA FAMILIA MICROEMPRESARIA

- Reconocimiento del lugar con anticipación.
- Propuesta de integrantes de Mesa de Honor.
- Solicitar a la Dirección o Subdirección de Comunicaciones la designación del maestro/maestra de ceremonia si el evento es presidido por Presidencia.
- Elaboración de carpeta informativa para los asistentes (si lo requiere).
- Elaboración de protocolo de invitados: ubicación de invitados en el espacio físico del lugar.
- Verificación de la convocatoria de Medios de Comunicación (si es el caso).
- Promoción del evento en medios de comunicación institucional que maneja la Dirección de Comunicaciones.

9. Aprobación, vigencia y divulgación

Aprobación: La creación e implementación del Manual de Comunicación Institucional del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) fue aprobado en Sesión de Consejo Directivo TREINTA Y OCHO/DOS MIL VEINTIDOS, Acuerdo 02, de fecha seis de octubre del año dos mil veintidós.

Vigencia: El presente Manual entrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación por parte del Consejo Directivo.

Divulgación: Se divulgará la creación e implementación del Manual de Comunicación Institucional del Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA) a todo el personal, por medio de correo institucional o INTRANET.

