

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA SUNAT

La comunicación interna, efectiva y oportuna, promueve el diálogo y la interrelación en la institución, generando sinergia, motivación y compromiso con los objetivos institucionales.

1.- FINALIDAD

Establecer los lineamientos para orientar la comunicación interna de la SUNAT, clarificando su enfoque y organización en el ámbito nacional, generando un ambiente propicio para el logro de los objetivos institucionales

2.- BASE LEGAL

- Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria aprobado mediante Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT y modificatorias
- Resolución de Superintendencia N° 117-2012/SUNAT de fecha 29 de mayo de 2012, aprobó el Modelo de Gestión de los Recursos Humanos de la SUNAT.
- Resolución de Superintendencia N° 011-2015/SUNAT de fecha 15 de enero del 2015, aprobó el Plan Estratégico Institucional 2015-2018 de la SUNAT para el período 2015-2018
- Resolución de Superintendencia N° 012-2015/SUNAT de fecha 15 de enero del 2015, aprobó el Plan Operativo Institucional de la SUNAT para el año 2015.
- Resolución de Intendencia Nacional de Recursos Humanos N° 081-2015-8A 0000 de fecha 31 de marzo del 2015 aprobó el Plan de Comunicación Interna de la SUNAT 2015.

3. ALCANCE

La presente política es de aplicación a todos los trabajadores de la SUNAT.

4. PRINCIPIOS

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO E INSTITUCIONALIZACIÓN

Los procesos de información se implementan articulados con el Modelo de Gestión de Recursos Humanos, los objetivos y principios institucionales del Plan Estratégico Institucional 2015-2018. Se sustentan en normas, políticas, manuales, e instrumentos de gestión.

GENERACIÓN DE PARTICIPACIÓN Y COMPROMISOS

Los procesos de comunicación promueven el diálogo y cooperación en la organización, contribuyendo a la generación de compromisos individuales y sinergia entre los diferentes equipos de trabajo. La comunicación interna contribuye a un mejor conocimiento organizacional, al desarrollo de creencias positivas, una mayor identificación con nuestra institución y la aplicación de los principios institucionales.

CLARIDAD Y OPORTUNIDAD

Los procesos de comunicación son didácticos y comprensibles para los diversos públicos objetivos de la organización, independientemente de los diversos estilos de comunicación. Dichos procesos se activan en la organización de manera óptima y en los plazos adecuados para que cumpla con sus fines. La planificación y la ejecución de la gestión directiva consideran la comunicación efectiva como una acción imprescindible en la asignación de tareas y la implementación de proyectos para valorar el capital humano, mejorar el ambiente laboral y promover el trabajo en equipo,

ESPECIALIZACIÓN

Los procesos de comunicación se organizan en programas, campañas, flujos y canales, con contenidos de cultura organizacional y técnicos tributarios-aduaneros que son de interés institucional y/o de los colaboradores. Se sustentan en estudios cualitativos y cuantitativos de efectividad y percepción comunicacional, y se pueden gestionar mediante personal de la institución o la prestación de servicios externos.

TRANSVERSALIDAD

Los contenidos de los procesos de comunicación están dirigidos a públicos internos, en un escenario de interrelación institucional. Buscan generar interés y atención en la mayor cobertura de la población de la SUNAT, considerando aspectos institucionales y/o aspectos comunes a diversas unidades organizacionales. Sus acciones forman parte de las funciones y responsabilidades de los directivos de dichas unidades. La comunicación interna tiene una dimensión descendente (formal y multinivel en la pirámide jerárquica), ascendente (desde la base de la organización) y horizontal (entre personas o áreas de la institución que se encuentran en el mismo nivel jerárquico o pares).

5. DEFINICIONES

COMUNICACIÓN INTERNA

Son los diversos procesos de información y diálogo que se dan de manera permanente dentro de la organización, entre sus diversos integrantes para lograr los objetivos institucionales, en un escenario de generación de compromisos individuales y sinergia entre los diferentes equipos de trabajo.

La comunicación es un recurso estratégico que promueve el cambio de actitud y comportamiento, la identificación e integración, el desarrollo de habilidades comunicacionales y promueve una cultura organizacional propicia para el logro de los objetivos institucionales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Son los instrumentos mediante de los cuales se procesan mensajes:

Medios técnicos

- Digitales: comunicado webserver, correo electrónico, videoconferencia Intranet, comunidad virtual, boletín, revista virtual, protector de pantalla, biblioteca virtual, entre otros.
- Audiovisuales: video, ventana emergente, multimedia, entre otros.
- Impresos: revistas, folletos, periódicos murales, afiches, manuales, gigantografías, informe anual, señalización, entre otros.

Medios Directos

- Diálogos interpersonales

- Reuniones con el jefe
- Reuniones informativas periódicas
- Reuniones de equipo
- Voz a voz (comunicación informal)
- Redes de trabajadores

MAPA DE PÚBLICOS

Es la herramienta que identifica a los grupos de trabajadores como segmentos diferenciados y audiencias clave, con los cuales debemos comunicarnos sistemáticamente en base a sus necesidades de comunicación. Está sustentado en estudios cuantitativos y cualitativos.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Es el conjunto de valores, símbolos, tradiciones, ritos, lenguaje y creencias compartidas, que constituyen el marco de referencia en una organización, a partir del cual sus integrantes basan sus conductas diarias.

FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

La constituyen la misión, visión, principios, políticas y objetivos estratégicos institucionales.

6. LINEAMIENTOS

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación interna de la SUNAT es gestionada y evaluada en base a los siguientes criterios:

- a. Estratégico, porque contribuye al alineamiento con la filosofía institucional cumpliendo un rol trascendente como sistema de construcción de la identidad institucional, el fortalecimiento de la cultura organizacional y como medio para promover el funcionamiento eficiente e integrado de equipos y áreas.
- b. Claridad, porque utiliza lenguaje sencillo y de fácil comprensión.
- c. Oportunidad, porque llega en el momento en que es útil y relevante.
- d. Descentralización, porque difunde información de interés para todos los trabajadores tomándose en cuenta la realidad de las diferentes regiones y los diferentes segmentos, promoviendo y reconociendo iniciativas en el ámbito nacional,
- e. Participación, porque impulsa el involucramiento y opinión de los trabajadores.

PLANEAMIENTO

- a. La comunicación interna se organiza mediante la implementación de un plan anual alineado con la visión, misión y objetivos estratégicos planteados por la institución.
- b. El Plan de comunicación interna se estructurará en base a objetivos, planes de acción operativos, un sistema de seguimiento, de evaluación y control de gestión, así como los requerimientos de recursos y asignación de responsables.

El Plan de Comunicación se despliega mediante acciones y mensajes difundidos a través de diferentes medios y canales de comunicación internos y participan en su ejecución todas las áreas de la institución en el ámbito nacional.

PUBLICOS

Se reconoce como públicos internos a todos los trabajadores de la SUNAT sin distinción de nivel o jerarquía. Son establecidos en un mapa de públicos, para identificar y diferenciar las necesidades y demandas de los diversos segmentos, con la finalidad de elaborar las estrategias adecuadas a cada uno de ellos, garantizar que la información llegue a todos por igual y movilizar a la acción.

RESPONSABLES DE LA COMUNICACIÓN

- Los directivos de la institución son los principales responsables de promover una comunicación interna con calidad y oportunidad, ejerciendo una relación efectiva y con retroalimentación positiva hacia los trabajadores a su cargo y de sus áreas, siendo la primera línea de comunicación especialmente en los procesos de cambio o innovación.
- Para ello, la División de Clima laboral y Comunicación Interna brinda el soporte y apoyo para la asesoría y/o el desarrollo de habilidades comunicacionales mediante diversos medios y herramientas tanto técnicas como conceptuales.

RED DE GESTORES DE COMUNICACIÓN INTERNA

- a) La gestión descentralizada de la comunicación interna se efectúa mediante la Red de Gestores de Comunicación Interna, integrada por trabajadores de las unidades orgánicas cuya designación estará basada en criterios técnicos y cumplirán el rol de promotores de comunicación en sus respectivas áreas.
- a) Para el desarrollo de sus tareas como gestores comunicacionales aparte de las propias, los jefes brindan las facilidades necesarias y el reconocimiento formal y efectivo a su labor.
- b) La División de Clima Laboral y Comunicación Interna brinda los recursos y materiales necesarios a los gestores y serán capacitados para el mejor desempeño de sus funciones.

MEDIOS DE COMUNICACION

El uso eficiente de los medios de comunicación interna, técnicos y directos tienen un marco de uniformidad en la institución, lo cual se gestiona mediante instructivos que incluyan su descripción, definición de objetivos, programación, lineamientos para su diseño e implementación. Dichos instructivos son aplicados por todas las unidades orgánicas de la institución que requieran el uso de medios.

CAPACITACIÓN EN COMUNICACIÓN

La Gerencia de Relaciones Humanas en coordinación con la División de Formación y Desarrollo diseña y ejecuta un plan de capacitación en competencias y habilidades comunicacionales dirigido a los gestores de comunicación interna, a los jefes y al equipo de la División de Clima Laboral y Comunicación Interna. Dicho plan deberá formar parte del plan de capacitación de la institución.

TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓN

La tecnología de la Información es utilizada como herramienta de permanente innovación para facilitar el acceso a información actualizada, agilizar los servicios virtuales y generar una cultura participativa en la cual los trabajadores compartan sus conocimientos, ideas, sugerencias o comentarios.

ALINEAMIENTO DE ACCIONES

- a) Todo producto, herramienta, programa y/o práctica de comunicación interna, que desarrollen los órganos y/o unidades orgánicas, grupos, redes y comunidades

laborales por iniciativa propia, debe alinearse a la presente política y al plan anual, contando para tal fin con el apoyo de la unidad responsable (División de Clima Laboral y Comunicación Interna).

- b) La comunicación interna se alinea a la estrategia comunicacional externa, dándose a conocer a los trabajadores, los temas que deseamos comunicar a la ciudadanía, antes de difundirse por los medios masivos externos.

6. RESPONSABILIDAD

En base a la presente política, la División de Clima Laboral y Comunicación Interna es la encargada de proponer anualmente a la Intendencia Nacional de Recursos Humanos, el plan anual de comunicación para su aprobación y ejecución.

Los Directivos y trabajadores de la institución son responsables de respetar, difundir y hacer cumplir la presente política y los planes que de ella se desprendan, brindando las facilidades para la participación de su personal en las actividades que sean programadas.