

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR  
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
CARVAJAL- EDO. TRUJILLO



Comunicación e Imagen Corporativa  
Caso: Instituto de Previsión Social del Instituto  
Universitario del Estado Trujillo  
I.P.S.I.U.T.E.T

**Integrantes:**

Araujo Gabriela C.I.: 17.606.592  
Fontana Emily C.I.: 17.095.970  
Galban. Juhanni C.I.: 17.605.976  
Hurtado José C.I.: 11.896.792  
Rivas Susaregnys C.I.: 19.287.176

**Materia:**

Seminario de Computación.

**Profesora:**

Mendoza Hellys.

Diciembre, 2010

## INTRODUCCIÓN

El establecimiento de un plan de comunicación es una labor imprescindible para toda empresa, convirtiéndose en una herramienta útil, y necesaria que le ayudará a estar en contacto con todos sus públicos, gestionando su identidad y proyectando su imagen, lo que le permitirá fortalecerse en su ámbito de acción.

Las premisas anteriores fundamentan la finalidad de este trabajo: Plan de Comunicación para el **IPSIUTET**, el cual tiene por objeto configurar un Plan que permita a la empresa, mejorar su comunicación interna, así como su imagen ante sus diferentes públicos objetivos, y con ello lograr mantener un liderazgo en el campo de los servicios prestados.

Para el desarrollo del trabajo se procedió a realizar un análisis de la situación actual de la organización, a través de la aplicación de la matriz FODA, lo que permitió identificar el problema comunicacional existente.

Posteriormente se establecieron los objetivos generales que permitieron a través de las estrategias establecidas en el plan de comunicación dar una posible propuesta de solución a la situación observada en la empresa, afectando la receptividad de la información por parte de los públicos objetivos

De igual forma, se establecen los sistemas de seguimiento y control del plan de comunicación que permitirá contactar el logro de los resultados esperados por la aplicación de dicho plan de comunicación.

Por último se dan algunas propuestas como son: valores, política de calidad, eslogan y un tríptico

## **IDENTIDAD CORPORATIVA.**

### **Elementos no visuales de la identidad:**

#### ***Nombre de la empresa:***

Instituto de Previsión Social del Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo, cuyas siglas son: I.P.S.I.U.T.E.T

#### ***Reseña Histórica:***

El I.P.S.I.U.T.E.T, se constituye el 30 de junio de 2000 y se registra en Valera el 23 de noviembre de 2002, como una Asociación sin fines de lucro con personalidad y patrimonio propio, con la finalidad de elevar en todos sus aspectos la calidad de vida de sus asociados y de su grupo familiar. Con programas de protección, previsión y asistencia social, cultural y recreativa.

El mismo inicia sus actividades a partir de enero de 2003 en la sede principal del IUTET, ubicado en el sector San Luís, Municipio Valera Estado Trujillo; prestando los siguientes servicios: programa de Hospitalización, Maternidad y Cirugía (H.C.M), en las modalidades de emergencia y electivas así como emergencia ambulatoria; de igual modo ofrece un seguro colectivo de vida y ayuda para gastos funerarios.

Con el objeto de mejorar el servicio prestado a sus afiliados, el consejo directivo propone, aprueba la apertura de los siguientes fondos:

- Fondo de contingencia
- Fondo de infraestructura
- Fondo de HCM
- Fondo para el cáncer

A partir de julio del año 2006 se inicia el programa denominado Jornadas preventivas de salud para sus afiliados y su grupo familiar; asimismo se implementan nuevos fondos como son: Fondo de terapia intensiva, Fondo de previsión, Fondo de prótesis y marca pasos.

Para éste año 2006 el IPSIUTET adquiere sede propia, la misma se encuentra ubicada en la Av. Bolívar, Sector La Plata en el C.C. INVOCA, Local N° 5, Valera, Estado Trujillo.

El I.P.S.I.U.T.E.T se rige por un conjunto de estatutos elaborados y registrado en el momento de su creación. Sin embargo carece de normas y procedimientos que rijan las actuaciones de su consejo directivo en la administración eficiente de los servicios mencionados.

Desde su nacimiento el IPSIUTET, pasa a formar parte del Instituto de Previsión Social de los Profesores de Educación Superior de Venezuela (IPSOPRESV) con la finalidad de establecer alianzas estratégicas con otros institutos de previsión social para ampliar el servicio a nivel nacional.

***Misión:***

“Promover y desarrollar un sistema de seguridad social en la cual se vean respaldados todos los profesores del IUTET, orientado a mejorar la calidad de vida de los mismos, mediante la prestación oportuna eficiente y efectiva de asistencia médica”.

***Visión:***

“Ser una organización eficiente en la prestación de servicios médicos, con atención de alta calidad para el personal docente del IUTET, siempre resguardando los principios de solidaridad, respaldo, inmediatez, e integridad a la hora de brindar nuestros servicios”.

***Valores del I.P.S.I.U.T.E.T:***

Los valores no los tienen declarados, pero algunos están inmersos en los Estatutos del mismo y en el actuar de los miembros de la estructura organizativa.

***Finalidad del I.P.S.I.U.T.E.T (Estatutos. Artículo 4):***

Tiene como finalidad elevar en todos sus aspectos la calidad de vida de sus asociados y de su grupo familiar, para lo cual planificará, organizará, coordinará y ejecutará.

1. Programas de protección, previsión, y asistencia médica.
2. Programas de bienestar social, cultural y recreativo.
3. Cualquier otro programa que la asamblea de asociados considere

***Estrategias del I.P.S.I.U.T.E.T:***

- 1- Publicidad: Colocación de un grafiado en la fachada del local donde funciona.
- 2- Mantener precios bajos y competitivos en el mercado.
- 3- Brindar atención oportuna al usuario.
- 4- Crecer en lo que a infraestructura e inmobiliario se refiere.
- 5- Mantener la identidad del IPSIUTET para proyectar solidez y seguridad.

***Política de calidad del IPSIUTET:***

El IPSIUTET no tiene política de calidad declarada, pero están inmersas en sus actuaciones, es decir en su cultura organizacional.

***Mercado potencial IPSIUTET:***

- Personal Docentes del IUTET.
- Personal foráneo en el servicio de imagen médica.

### ***Responsabilidad social del IPSIUTET:***

Actualmente el IPSIUTET no tiene dentro de su filosofía contemplada programas de responsabilidad social de apoyo a la comunidad, lo cual es una debilidad en cuanto a la proyección de su imagen organizacional.

### **Elementos Visuales de la Identidad:**

#### ***Símbolo:***

El IPSIUTET tiene un logotipo con su propia imagen (isologotipo), en la papelería esta sobre fondo blanco mientras que en el grafiado y pendón esta sobre fondo verde. El isotipo o icono representa las iniciales IPS, utilizando los colores rojo, negro y verde (ver figura 1). El logotipo está formado por las siglas IPSIUTET en colores negro para la papelería y rojo y verde en las publicidades.



Figura 1. Logo del IPSIUTET

#### ***Eslogan:***

El instituto de previsión social no cuenta con un eslogan.

#### ***Comunicación:***

La comunicación existente dentro de la empresa es oral y escrita. Así mismo se da en todas las direcciones. Para bajar la información hacia sus asociados se utilizan medios tales como: aviso de prensa, llamada telefónica, correo electrónico, mensajería de texto, comunicación escrita y aviso en cartelera. La comunicación externa se realiza por llamadas telefónicas, correo electrónico, comunicación escrita y vía fax.

#### ***Promoción y Publicidad:***

La publicidad se lleva a cabo a través de:

- *Tipografía y papelería:* Facturas, contratos, recetas médicas, solicitud de exámenes, comprobantes de inscripción y de descuentos, formatos de comunicación escrita.
- *Uniformes:* El traje utilizado por el personal Administrativo es de color verde con su logo en la parte izquierda superior y batas blancas para el personal médico sin logo. La Directivo no tiene uniforme asignado ya que no constituyen un personal permanente del instituto.
- *Carnet:* Distintivo con el logo, en fondo blanco, letras negras y foto a color del afiliado. El mismo es utilizado para la identificación en las clínicas afiliadas para la solicitud del servicio.
- *Fachada:* Grafiado en la fachada incluyendo el logotipo en grande en la puerta del local donde funciona.

### ***Plaza:***

Da cobertura regional en convenio con clínicas del estado Trujillo y a nivel nacional con alianza estratégica con otros Institutos de Previsión Social a través de IPSOPRESV. Cuenta con 863 afiliados.

### ***Productos y Servicios:***

- Programa de Hospitalización, Cirugía y Maternidad (H.C.M), en las modalidades de emergencia y electivas así como emergencia ambulatoria.
- Un seguro colectivo de vida y ayuda para gastos funerarios.
- Jornadas preventivas de salud para sus afiliados y su grupo familiar.  
Además para mejorar el servicio apertura los siguientes fondos:
- Fondo de contingencia
- Fondo de infraestructura
- Fondo de HCM
- Fondo para el cáncer
- Fondo de terapia intensiva
- Fondo de previsión
- Fondo de prótesis y marca paso.

**Diagnóstico del IPSIUTET mediante matriz FODA.**

<b>ANÁLISIS INTERNO</b>	<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>
<p><b><u>Debilidades:</u></b></p> <p>D1. Espacio físico limitado</p> <p>D2. Capital para invertir (infraestructura)</p> <p>D3. Pocos servicios ofertados</p> <p>D4. Dependencia del aporte patronal</p> <p>D5. Requisitos para el ingresos de nuevos afiliados</p> <p>D6. Falta de difusión de la visión y misión</p> <p>D7. Los valores, principios y compromisos no están declarados</p> <p>D8. En su filosofía institucional no está contemplada la responsabilidad social hacia parte de su público interno y a su entorno</p> <p>D9. Su filosofía institucional no contempla la responsabilidad medio ambiental</p> <p>D10. La función comunicación corporativa no está contemplada en los estatutos.</p> <p>D11. No existe manual de normas y procedimientos, aunque está contemplado en los estatutos (artículo 29)</p> <p>D12. La no afiliación del total del personal docente del IUTET al IPS</p> <p>D13. Carencia de alianzas estratégicas entre el IPS y los diferentes gremios que hacen vida en la institución.</p> <p>D14. Poco poder de convocatoria para reuniones y asamblea de asociados.</p> <p>D15. Carencia de estrategias comunicacionales internas y externas.</p> <p>D16. No existe una representación grafica de la estructura organizativa (organigrama)</p> <p>D17. No tiene presencia en internet, carece de Sitio Web</p> <p>D18. Falta de uniformidad de la Identidad Visual (Simbología y tipografía entre otras)</p>	<p><b><u>Amenazas:</u></b></p> <p>A1. Política fiscal</p> <p>A2. Estatización de los servicios de salud</p> <p>A3. Aumento significativo de los siniestros</p> <p>A4. Altos costos de los servicios de las clínicas privadas</p>

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p><b><u>Fortalezas:</u></b></p> <p>F1. Personal administrativo y medico asistencial capacitado</p> <p>F2. Instalaciones propias</p> <p>F3. Clientes satisfecho con el servicio y los programas actualmente prestado (respuesta rápida)</p> <p>F4. Bajo promedio de edad de los afiliados</p> <p>F5. Seguro de fianza para emisión de cheques (Desfalco)</p> <p>F6. Buena Reputación e Imagen Corporativa en sus grupos de interés</p> <p>F8. Liquidez en el programa HCM</p> <p>F9. Políticas de Fondo de reserva</p> <p>F10. Organización definida en los estatutos</p> <p>F11. Servicio del programa de HCM a nivel nacional, mediante alianzas estratégicas con otros institutos a través de IPSOPREV</p> <p>F12. Trabajo en equipo</p> <p>F13. Alianza estratégica con empresa de seguro para ampliar la cobertura del programa HCM.</p> <p>F14. Publico interno identificado con la institución</p> <p>F15. Equipo de diagnostico de tecnología de punta.</p> <p>F16. Confort y seguridad de las áreas</p> <p>F17. Los costos de los servicios ofrecidos son menores con respecto a la competencia</p> <p>F18. Cuenta con un Sistema de Información Administrativo</p>	<p><b><u>Oportunidades:</u></b></p> <p>O1. Inclusión al Sistema Nacional de Salud (subsidios)</p> <p>O2. Política cambiaria para la adquisición de equipos y accesorios médicos quirúrgicos</p> <p>O3. Necesidad de Servicios en el ramo</p> <p>O4. Posibilidad de ofrecer servicios a terceros</p> <p>O5. Carencia y debilidad de los servicios de salud publica</p> <p>O6. Altos costos de los servicios de salud privada</p> <p>O7. Altos costos en los servicios de la competencia Seguros de HCM</p> <p>O8. Convenios de pronto pago con las clínicas</p> <p>O9. Posibilidad de alianzas estratégicas con la Institución (Académica) y otros gremios internos del entorno.</p>

***Estrategias:***

- E1. Desarrollo de programas de prevención y recreación para los afiliados
- E2. Incrementar el fondo de infraestructura con aporte de los afiliados y el Estado
- E3. Establecer convenio con la caja de ahorro del gremio para el financiamiento del ingreso (afiliación) al IPS de los docentes ordinarios y contratados.
- E4. Revisión de los estatutos que rigen la institución y las políticas de ingreso.
- E5. Establecer convenio de prestación de servicios a otros gremios que hacen vida en el IUTET.



- E6. Creación de un fondo de subsistencia que permita la sostenibilidad en el tiempo, para casos de contingencia.
- E7. Motivar y promulgar la necesidad de adquirir la póliza de exceso ofrecida por terceros.
- E8. Declarar los valores, principios y compromisos
- E9. Difundir la misión, visión, valores, principios y compromisos de la institución (Filosofía y Cultura Institucional)
- E10. Fortalecimiento de los convenios de pronto pago con las clínicas afiliadas.
- E11. Desarrollar convenios con médicos especialistas para prestar servicios a los afiliados a un menor costo dentro de las instalaciones de la institución.
- E12. Desarrollo e implantación del Sitio Web de IPSIUTET.
- E13. Gestionar la comunicación y marketing corporativo con una agencia asesora especializada.
- E14. Desarrollar programas de Responsabilidad Social a los trabajadores (planes vacaciones, eventos deportivos, HCM entre otros).
- E15. Desarrollar programas de Responsabilidad social y medio ambiental.
- E.16. Gestionar a través de IPSOPRESV el desarrollo e implantación de una Extranet, generando una base de datos para la cobertura nacional con todos demás institutos de previsión afiliados.
- E.17. Conseguir una base funcional y operativa que garantice la mejora en las acciones de comunicación de la organización
- E.18. Reforzar la comunicación interna desarrollando un sistema de comunicación a través de nuevos canales de comunicación (campañas informativas, periódico informativo trimestral, mensajes de texto de telefonía móvil, folletos de campañas de prevención entre otras).
- E.19. Crear nuevos canales de comunicación, divulgar a los públicos el catálogo de servicios del IPS a través de campañas de comunicación y establecer pautas de actuación (emisoras de televisión y radio FM regionales, revistas de clasificados médicos e inmobiliarias de distribución gratuita entre otros).

### **Identificación de los Problemas.**

- Carencia de estrategias comunicacionales internas y externas.
- Falta de difusión de la visión y misión
- Los valores, principios y compromisos no están declarados
- En su filosofía institucional no está contemplada la responsabilidad social hacia parte de su público interno y a su entorno
- Carencia de alianzas estratégicas entre el IPS y los diferentes gremios que hacen vida en la institución.
- Poco poder de convocatoria para reuniones y asamblea de asociados.
- Su filosofía institucional no contempla la responsabilidad medio ambiental
- Estatutos no actualizados
- No tiene presencia en Internet, carece de Sitio Web
- Falta de uniformidad de la Identidad Visual (Simbología y tipografía entre otras)
- Problemas de captación de nuevos afiliados
- No se toma en cuenta en el presupuesto anual una partida de inversión y gastos para gestionar la comunicación corporativa.

### **Plan de Comunicación.**

El plan de comunicación Corporativa del IPSIUTET, se basan en dos vertientes: la comunicación interna y externa. Este plan de comunicación, tiene como finalidad determinar las directrices que van a configurar la comunicación global la institución.

#### ***Objetivo General:***

- Gestionar la identidad corporativa creando empatía entre el IPSIUTET y el público de tal manera de fortalecer su imagen y reputación.
- Incorporar la actividad de comunicación interna como instrumento relevante en mejora de la calidad de los servicios que presta el IPSIUTET, así como para la captación de nuevos afiliados, implantándose una cultura de la comunicación de tal manera que se establezca un Instituto de Previsión responsable, honesto y confiable con un valor ético con su público para una mejor calidad de vida

#### ***Estrategias:***

- E1. Desarrollo de programas de prevención y recreación para los afiliados
- E2. Incrementar el fondo de infraestructura con aporte de los afiliados y el Estado

- E3. Establecer convenio con la caja de ahorro del gremio para el financiamiento del ingreso (afiliación) al IPS de los docentes ordinarios y contratados.
- E4. Revisión de los estatutos que rigen la institución y las políticas de ingreso.
- E5. Establecer convenio de prestación de servicios a otros gremios que hacen vida en el IUTET.
- E6. Creación de un fondo de subsistencia que permita la sostenibilidad en el tiempo, para casos de contingencia.
- E7. Motivar y promulgar la necesidad de adquirir la póliza de exceso ofrecida por terceros.
- E8. Declarar los valores, principios y compromisos
- E9. Difundir la misión, visión, valores, principios y compromisos de la institución (Filosofía y Cultura Institucional)
- E10. Fortalecimiento de los convenios de pronto pago con las clínicas afiliadas.
- E11. Desarrollar convenios con médicos especialistas para prestar servicios a los afiliados a un menor costo dentro de las instalaciones de la institución.
- E12. Desarrollo e implantación del Sitio Web de IPSIUTET.
- E13. Gestionar la comunicación y marketing corporativo con una agencia asesora especializada.
- E14. Desarrollar programas de Responsabilidad Social a los trabajadores (planes vacaciones, eventos deportivos, HCM entre otros).
- E15. Desarrollar programas de Responsabilidad social y medio ambiental.
- E.16. Gestionar a través de IPSOPRESV el desarrollo e implantación de una Extranet, generando una base de datos para la cobertura nacional con todos demás institutos de previsión afiliados.
- E.17. Conseguir una base funcional y operativa que garantice la mejora en las acciones de comunicación de la organización
- E.18 Reforzar la comunicación interna desarrollando un sistema de comunicación a través de nuevos canales de comunicación (campañas informativas, periódico informativo trimestral, mensajes de texto de telefonía móvil, folletos de campañas de prevención entre otras).
- E.19. Crear nuevos canales de comunicación, divulgar a los públicos el catálogo de servicios del IPS a través de campañas de comunicación y establecer pautas de actuación (emisoras de televisión y radio FM regionales, revistas de clasificados médicos e inmobiliarias de distribución gratuita entre otros).
- E.20. Dotación de una mínima infraestructura de recursos para gestionar la comunicación corporativa.
- E21. Incluir en los estatutos la cultura de la comunicación.
- E22. Incluir dentro de la directiva un responsable que asuma las tareas de comunicación.
- E23. Estrategia comunicacional corporativa global que integre a todos los IPS a nivel nacional canalizada por IPSOPRESV.

### ***Identificación de los Medios Necesarios:***

#### **Promoción y Publicidad:**

Para la publicidad y promoción del IPSIUTET se recomiendan los siguientes medios de comunicación:

#### **En las RRPP (Relaciones Públicas) tenemos:**

- Sesiones realizadas en diferentes extensiones para impartir información sobre el IPSIUTET.
- Alianzas con el IUTET para que los estudiantes de la carrera mercadeo ejerzan pasantías y trabajo especiales de grado en proyectos de comunicación y marketing.

#### ***a) Medios:***

- ✓ Cuñas en radio comunitario donde se integre la filosofía de la organización con la responsabilidad social.
- ✓ Entrega de volantes en las extensiones y la sede del IUTET.
- ✓ Publicación trimestral en revista de clasificados médicos e inmobiliarios de distribución gratuita.
- ✓ Micros corporativos en televisora regionales.
- ✓ Utilización de la INTERNET.

#### ***b) Promociones:***

- ✓ Eventos deportivos.
- ✓ La celebración del aniversario.
- ✓ Campañas preventivas de salud

#### ***c) P.O.P (Punto de Compra):***

- ✓ Pendones.
- ✓ Jarras.
- ✓ Bolígrafos.
- ✓ Gorras.
- ✓ Franelas.
- ✓ Tríptico.
- ✓ Periódico informativo trimestral, entre otros, alusivo a la institución. Así como carteleras informativas.

### ***Sistema de control y seguimiento del Plan de Comunicación:***

El proceso de seguimiento del Plan de Comunicación se referirá a la progresiva consecución de los objetivos propuestos en el mismo de conformidad con los recursos que a tal efecto se apliquen.

Para verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos se controlará la realización efectiva de las actividades propuestas en el Plan de Comunicación al término del plazo que se prevea para tal fin, tratando de determinar las causas por las que no se han desarrollado, en su caso. En cada actividad se elaborará a tal efecto una ficha en la que figure la fecha de comienzo y finalización y los recursos consumidos.

- Se colocara un buzón de sugerencias en cada sede del IUTET.
- Se realizaran encuestas vía Internet
- Se analizaran los avances semanalmente en las reuniones pautadas por la junta directiva
- Se diseñaran indicadores de gestión en función de los objetivos planteados
- Se les realizará llamadas aleatorias a los afiliados para constatar si recibieron la información y si están satisfechos con el servicio prestado

## PROPUESTAS

### Valores.

- **Responsabilidad:**
  - ✓ Cumplimiento de las tareas y funciones asignadas a cada miembro de la organización.
  - ✓ Cumplimiento de los compromisos de pago con los proveedores de servicios.
  - ✓ Cumplimiento con los convenios establecidos con otros Institutos de previsión social a través de IPSOPRESV.
  
- **Honradez y Honestidad:**
  - ✓ Manejo y control racionalizado de los recursos del IPSIUTET (artículo 40).
  - ✓ Velar y cuidar la conservación del patrimonio del PSIUTET (artículo 36)
  
- **Confiabilidad:**
  - ✓ Los funcionarios y empleados del IPSIUTET, cualquiera que sea su categoría y rango deben guardar secreto profesional, sobre los asuntos que les han asignado a todo aquello de lo cual tenga conocimiento por el trabajo y funciones que desempeñe (artículo 67)
  
- **Trabajo en Equipo:**
  - ✓ Características como: positivismo, colaboración, identificación, compromiso, metas en común, liderazgo, flexibilidad, apertura al cambio, interacción, entre otras; son las que poseen cada uno de los miembros de la organización
  
- **Ética:**
  - ✓ Cuando conducimos nuestras actividades en estricto apego a altos principios morales, a las normativas de nuestras profesiones y ocupaciones y a procedimientos de la institución, estamos cumpliendo con este valor.
  
- **Calidad de Servicio.**
  - ✓ En busca del mejoramiento continuo de los procesos y servicios.
  
- **Compromiso:**
  - ✓ Cumplir con todo lo planificado y con los públicos involucrados

**Política de calidad del IPSIUTET.**

Prestar los servicios de previsión social mediante la satisfacción de las necesidades de sus afiliados, cumpliendo con las normativas internas y nacionales que lo rigen así como también mejorar continuamente los procesos.

**Eslogan.**

“Autenticidad y Responsabilidad en la Previsión”

## **CONCLUSIONES**

En el IPSIUTET, no se gestiona la comunicación ni la identidad corporativa, lo que constituye una debilidad que afecta la difusión de la información y la captación de nuevos afiliados.

No existe uniformidad en la utilización de su simbología y tipografía para su identidad visual.

Su misión y su visión carecen de los aspectos relacionados con la responsabilidad social.



## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Estatutos del Instituto de Previsión Social de los Profesores del Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo (s/f)