



Dirección Corporativa
de Recursos Humanos

Pensamiento
estratégico y
Recursos Humanos

Iniciativas de Mercadeo de la Imagen Corporativa

Dr. Mariano Salazar C
Consultor

San José, Costa Rica

Marzo 2001

En esta época de cambios radicales, los que aprenden son los que heredan el futuro. Los que saben todo están equipados para vivir en un mundo que ya no existe

Anónimo

INDICE

INICIATIVAS DE MERCADEO DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....	2
AUDIENCIA BLANCO.....	2
INICIATIVAS	3
<i>Red de contactos personales claves.....</i>	<i>3</i>
<i>Boletín regular.....</i>	<i>4</i>
<i>Memoria de actividades.....</i>	<i>5</i>
<i>Brochure de la organización</i>	<i>5</i>
<i>Celebración de días específicos y encuentros</i>	<i>6</i>
<i>Papelería propia con el logo de la DRH</i>	<i>6</i>
<i>Serie de publicaciones</i>	<i>6</i>
<i>Teleconferencias.....</i>	<i>6</i>
<i>Sistematización de experiencias a través de videos.....</i>	<i>6</i>

Iniciativas de mercadeo de la imagen corporativa

Audiencia blanco¹

- ❖ Directivos institucionales
 - Presidente Ejecutivo
 - Miembros de la Junta Directiva
 - Asesores Presidencia Ejecutiva
 - Gerentes Nacionales y colaboradores claves
 - Directivos de establecimientos desconcentrados, colaboradores claves, administradores, Jefes de ORH y Jefes de Servicio finales y de apoyo diagnóstico y terapéutico
 - Directivos de establecimientos no desconcentrados, colaboradores claves, administradores, Jefes de ORH
- ❖ Coordinadores académicos seleccionados de grado y posgrado en el campo de la administración de recursos humanos en el universo de universidades públicas y privadas
- ❖ Agencias internacionales del sector salud
 - Representantes país
 - Consultores de recursos humanos o áreas relacionadas
- ❖ Líderes sindicales seleccionados
- ❖ Personalidades del país con reconocida trayectoria en el campo de la administración de recursos humanos
- ❖ Jefes seleccionados de Oficinas de Recursos Humanos de Instituciones de Seguro Social en el ámbito centroamericano
- ❖ La audiencia deberá refinarse a partir de una reflexión mas profunda, utilizando criterios de prioridad

¹ Se trata de una lista preliminar, en calidad de sugerencia, sujeta a cambios de acuerdo al criterio de las autoridades institucionales

Iniciativas	
Tipo de iniciativa	Implicaciones
<i>Red de contactos personales claves</i>	<p>Identificar contactos claves en la audiencia. Podemos identificar dos tipos de contactos claves. Uno, aquellos que influyen los procesos de decisión para la asignación de recursos a proyectos específicos y la definición de alianzas estratégicas. Dos, aquellos que contribuyen a crear "imagen" asociados a los valores organizacionales que desea promover la DRH. A saber,</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pensamiento estratégico ✓ Liderazgo compartido ✓ Etica en la gestión ✓ Cooperación con líderes institucionales en diferentes ámbitos ✓ Negociación y participación ✓ Aprendizaje continuo ✓ Trabajo en equipo ✓ Reconocimiento a la contribución individual ✓ Creatividad ✓ Compromiso ✓ Lealtad ✓ Responsabilidad ✓ Equidad

Tipo de iniciativa	Implicaciones
<p><i>Página WEB en INTERNET</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Coordinar con la Dirección correspondiente de la CCSS, o contratar a una agencia proveedora de servicios para que haga el diseño. Eventualmente se podría explorar en INTERNET posibilidades de obtener una página gratuita. ❖ Aunque la página WEB no será decisiva para la consecución de recursos, contribuye a crear una imagen profesional y abona para la construcción de una imagen "internacional" de la DRH
<p><i>Boletín regular</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Hay que definir la periodicidad, un formato y establecer los contenidos. Sugiero que la periodicidad sea semestral. Hay dos maneras de establecer los contenidos. Una es utilizar de manera creativa el formato existente en WINDOW, otra es contratar a una imprenta para que se encarguen del diseño, edición y reproducción final, y otra es coordinar con la Dirección de Comunicación Social de la CCSS ❖ Es preferible que la información de los contenidos sea preparada por un profesional de los medios de comunicación. En su defecto, podría contratarse a alguien con sentido y estilo periodístico. Eventualmente podría estar a cargo de un grupo de trabajo de la DRH coordinado por un funcionario con "sentido" periodístico ❖ Hay que definir cuantos ejemplares se desean. Si son pocos, es mejor hacer una edición "en casa" utilizando los recursos disponibles en la institución y contratando servicios externos puntuales. Un Ejemplo podría ser "escáner" para imágenes y reproducción a colores de la edición final en una impresora láser ❖ Debería existir una lista de distribución que se revisa periódicamente, donde se establecen los destinos puntuales – con nombre y apellido – en cada audiencia.

Tipo de iniciativa	Implicaciones
<i>Memoria de actividades</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Requiere a lo largo del año un proceso de sistematización de las actividades de la DRH a partir de una identificación previa de los contenidos a ser desarrollados en la memoria ❖ El "formato" de la memoria puede ser desarrollado a partir de ejemplos ya existentes en la institución o a partir de experiencias previas en la DRH ❖ Memorias de proyectos específicos (SIR, TECLAS, EIS, GAT, CALIDAD) pueden ser atractivos. ❖ Para desarrollar una tarea de este tipo lo mas conveniente es un contrato externo, a excepción de que se obtenga un apoyo institucional sostenido ❖ Debería haber una lista de distribución ❖ La memoria podría dar pié a eventos de "lanzamiento" anuales que permitirían proyectar la imagen corporativa de la DRH
<i>Brochure de la organización</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Es la presentación resumida de la DRH. ¿Que es la DRH, cual es su visión, misión, que proyectos ha manejado hasta la fecha?, áreas generales de expertise, datos de contacto. Requiere un diseño atractivo, por ejemplo, el fondo del brochure podrían ser fotografías de los procesos de trabajo de la DRH en los establecimientos ❖ Debería incluir el logo de la organización y un lema. ❖ Su distribución debería ser a grane, desde las 101 ORH no a través de una lista de distribución

Tipo de iniciativa	Implicaciones
<i>Celebración de días específicos y encuentros</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Requiere identificar días relevantes para la administración de los recursos humanos durante el año, de interés para la institución y tratar de asegurar la invitación correspondiente. ❖ En asociación con aliados, puede organizarse la celebración de días de mutuo interés, especialmente asociados a temas de los proyectos en ejecución. No importa que no existan en la agenda oficial de días de celebración en salud ❖ Si en todos los casos se puede obtener cobertura de la prensa, incluyendo la oficina de divulgación y prensa interna, mejor
<i>Papelería propia con el logo de la DRH Serie de publicaciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Toda la papelería de la DRH debería ir identificada con logo y lema de la Dirección ❖ Serie de publicaciones con la posición de la DRH sobre tales y tales temas. La selección de los temas es central y debe brindarse atención al desarrollo de la "posición" ❖ Las posiciones deben estar asociadas a los proyectos en curso y a las ideas de nuevos proyectos. Preferiblemente basadas en evidencias sólidas. ❖ Una alianza con instituciones académicas sería ideal.
<i>Teleconferencias</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Son especialmente importantes en relación con los proyectos en ejecución, para fines de capacitación y para seguimiento gerencial. Asocian a la imagen corporativa un valor de "tecnología de punta"
<i>Sistematización de experiencias a través de videos</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Documentar la experiencia en imágenes, elaborar galerías de imágenes o videos, y organizar una videoteca. Esta iniciativa puede generar dividendos muy útiles para "vender" la imagen corporativa en acción ❖ Los videos o las galerías de imágenes pueden utilizarse como material didáctico para las capacitaciones, en la medida que reflejen procesos de trabajo de los proyectos. la idea es que las imágenes registradas pueden "registrar" buenas y malas practicas ❖ También las imágenes pueden ser útiles para la preparación de material impreso alusivo a los temas que tratan los proyectos ❖ Igualmente, pueden contribuir con las otras iniciativas de mercadeo planteadas en este acápite ❖ La preparación de los videos requiere un personal con conocimientos acerca de este asunto. Las galerías de imágenes configuradas por fotografías son mas sencillas. Requieren nada mas una cámara solvente, servicio de "escáner" y destreza en la utilización del Microsoft power point

Consultoría

"Pensamiento Estratégico y Recursos Humanos"

Subproductos de consultoría

- ✓ Infome Final Ejecutivo
- ✓ Iniciativas de Mercadeo de la Imagen Corporativa de la DRH
- ✓ Lineamientos estratégicos para un Programa de Tratamiento Preferencial a las Unidades Desconcentradas
- ✓ Perfil Corporativo de Actuación / El Desafío del Cambio
- ✓ Dispositivo de Estimulo, Seguimiento y Evaluación de Ideas Nuevas

Información para contactos

Dirección de Recursos Humanos
GAD/CCSS; Apartado Postal 10105
Tel: (506) 2333036
galbarca@ccss.sa.cr
marianosalazarc@yahoo.com