

PLAN DE COMUNICACIÓN

<p>AP-01</p> <p>PLAN DE COMUNICACIÓN DEL ÁREA DE PERSONAL</p>

<p>Elaborado: Grupo de trabajo</p> <p>Fecha: 01/06/2009</p>	<p>Revisado: Equipo directivo del área de personal</p> <p>Fecha: 26/01/2010</p>	<p>Aprobado: Director área de personal</p>  <p>Fecha: 27/01/2010</p>				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">EDICIÓN</td> <td>00</td> </tr> <tr> <td>FECHA</td> <td>27/01/2010</td> </tr> </table>	EDICIÓN	00	FECHA	27/01/2010		
EDICIÓN	00					
FECHA	27/01/2010					

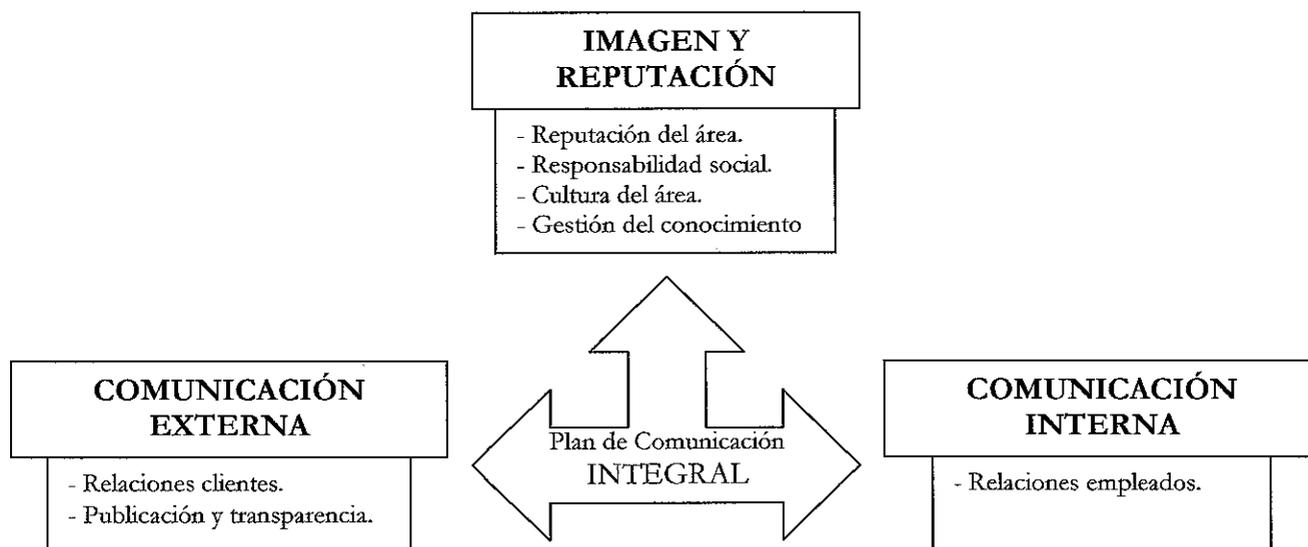
INDICE

1. OBJETO.....	3
2. ALCANCE.....	4
3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA	4
4. DEFINICIONES.....	4
5. DESCRIPCIÓN.....	6
5.1. Introducción.....	6
5.2. Objetivos.....	7
5.3. Interlocutores externos del área de personal.....	8
5.4. Tipología de la información objeto de la transmisión.....	9
5.5. Canales y medios de comunicación del área de personal	9
5.6. Principios de comunicación interna del área de personal.....	10
5.7. Principios de comunicación externa del área de personal.....	12
5.8. Buenas prácticas de comunicación.....	14
5.9. Líneas de mejoras de comunicación	15
6. IMPLANTACIÓN DEL PLAN	16
6.1. Seguimiento y medición del plan.....	16
7. REVISION DEL PLAN.....	17

1. OBJETO

El plan de comunicación del área de personal tiene como finalidad desarrollar un sistema integral y proactivo, gestionando de forma interrelacionada y equilibrada, la comunicación externa e interna, medio a través de la cual se refleja la imagen y reputación del área de personal.

Para ello el área de personal identifica los interlocutores y establece herramientas que facilitan la gestión “a priori” y no “a posteriori” de la comunicación, en el momento de su constitución, planificando y formalizando todas las acciones que se van a llevar a cabo.



Con este plan el área de personal, desea establecer mecanismos para evolucionar desde un modelo de información pública a un modelo simétrico de doble sentido, como un ideal de compromiso del área con sus empleados y clientes, en el cual ambas partes intervienen.

De esta manera, el plan de comunicación del área de personal, se presenta como una herramienta, que contribuye, en el marco del plan estratégico de la universidad de Cádiz, alcanzar los objetivos estratégicos con relación al tercer nivel en la mejora de la información y comunicación interna en la comunidad universitaria.

2. ALCANCE

El presente plan pretende establecer objetivos, principios, y buenas prácticas de comunicación, identificando la tipología de información, los canales de comunicación y los interlocutores del área de personal.

Con todo ello se establecen las acciones necesarias a desarrollar tanto en la comunicación interna y externa del área de personal, para asegurar el máximo alcance de una información veraz, y establecer canales de comunicación adecuados.

3. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Informe de autoevaluación del área de personal.
- Plan estratégico de la universidad de Cádiz.
- Manual de normas de identidad visual de la universidad de Cádiz.

4. DEFINICIONES

- **Interlocutor:** Cada uno de las personas que intervienen en la comunicación.
- **Canal o medio de comunicación:** Instrumento a través del cual se transmite el mensaje.
- **Comunicación:** Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes.
- **Comunicación formal:** Toda comunicación fomentada por el área de personal y que fluye por los canales formalmente establecidos.
- **Comunicación informal:** Comunicación que surge de forma espontánea en el área de personal debido a la interacción social entre sus miembros y clientes, por lo que es tan variada y dinámica como las personas. Dentro de ésta se incluye el rumor.
- **Modelo de información pública:** Modelo que se usa para divulgar información a uno o más públicos. Es un modelo de un único sentido, en el que la información emitida debe ser veraz. Se determina si la información que se divulga es comprensible por parte del público, y conocer quienes y cuantas personas han recibido la información.
- **Modelo simétrico de doble sentido:** Ideal de compromiso del área de personal con sus empleados y clientes, en el cual ambas partes pueden ser persuadidas para modificar su actitud. Al final del proceso, el área de personal debe tener una idea clara de lo que la comunidad demanda, y de cómo funcionaría mejor la relación entre ambos.
- **Cultura del área y gestión del conocimiento:** Activo intangible que establece y gestiona los comportamientos y valores que promueve al área de personal.
- **Responsabilidad Social:** Conjunto de políticas desarrolladas, que no responden a obligaciones legales, adoptadas voluntariamente no solo con carácter económico, sino también ético, social y medioambiental.
- **Emisor:** La persona (o grupo de personas) que trata de hacer partícipe a otros de lo que él posee.

- **Indicador:** Dato o conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad.
- **Mensaje:** La expresión del contenido de la comunicación.
- **Receptor:** La persona o grupo de personas a quién se dirige el mensaje en un proceso de comunicación.
- **Retroalimentación:** El feedback, momento en el que el emisor se convierte en receptor para captar la comprensión, o la respuesta a su mensaje. La retroalimentación permite conocer el éxito de la comunicación.
- **Emisor responsable de comunicación interna:** Persona encargada de la obtención de la información y de su difusión entre los empleados a que dicha información atañe.
- **Comunicación externa:** Aquella en que, bien el emisor, bien el receptor, son ajenos al área.
- **Comunicación interna:** cuando tanto el emisor como el receptor están encuadrados en el área de personal.
- **CAU:** Centro de atención al usuario.
- **TAVIRA:** Sistema oficial de comunicación de la universidad de Cádiz.
- **EDA:** Equipo directivo del área de personal.
- **FAQ:** Preguntas y respuestas frecuentes.
- **JU:** Jefe/a de unidad.
- **BOUCA:** Boletín oficial de la universidad de Cádiz.

5. DESCRIPCIÓN

5.1. Introducción.

En toda actividad humana, contar con la información veraz y adecuada (tanto por su contenido como por el momento en que es recibida) es vital.

Diffícilmente puede dar buenos frutos el trabajo de una persona si no cuenta con la información precisa.

Cuando hablamos de grupos humanos en que los individuos se interrelacionan en una tarea, a la necesidad de información, se une la necesidad de que ésta se difunda correctamente dentro del grupo, para evitar la descoordinación y facilitar la retroalimentación.

En el proceso de creación y obtención de la información óptima, están implicados tanto el emisor como el receptor. Asimismo es necesario contar con un/os canal/es de comunicación adecuado/s.

El área de personal de la universidad de Cádiz, consciente de la importancia de disponer y transmitir en cada momento la información óptima, comprende la diferencia entre dejar que la comunicación fluya por sí misma, y administrarla, dado que en ausencia de un proceso de planificación comunicacional no hay garantía alguna de saber qué, a quién y qué tan efectivamente se comunica.

Por ello se ha planteado la necesidad de contar con un plan de comunicación que oriente sus actuaciones en la dirección de un modelo simétrico de doble sentido con todos sus interlocutores.

Con este plan el área de personal pretende reforzar los puntos fuertes y desarrollar las áreas de mejora detectados en el informe de evaluación del área de personal en los subcriterios relacionados con la comunicación.

5.2. Objetivos

Los objetivos que el área de personal pretende conseguir con este plan respecto de la comunicación externa son los siguientes:

1. Obtener la información necesaria para el desarrollo de sus funciones en las mejores condiciones posibles: una información veraz, pertinente y obtenida en el momento oportuno.
2. Mejorar la transmisión de la información relativa al área de personal y los servicios que presta.
3. Mantener abierta la comunicación entre el área de personal y los destinatarios de sus servicios.
4. Conseguir una mayor frecuencia en el uso de los servicios que presta.

Los objetivos del plan respecto de la comunicación interna son:

1. Facilitar que la información circule por todo el área de personal, mejorando, por un lado, la toma de decisiones, y llevando por otro a una mayor coordinación del equipo humano del área.
2. Coadyuvar a la implantación de una dirección participativa, en que los trabajadores se sientan partícipes en la toma de decisiones y, por tanto, se encuentren más motivados en su tarea.
3. Conseguir que la comunicación interna sea una herramienta de transmisión de valores organizativos, constituyéndose en un instrumento esencial en la gestión del cambio y de la modernización del área.
4. Propiciar un buen clima de comunicación interna que haga que el personal transmita una imagen positiva del área.
5. Conseguir que una buena comunicación interna mejore la comunicación externa del área.

5.3. Interlocutores externos del área de personal.

El área de personal identifica cuatro tipos de interlocutores externos (emisores/receptores):

1. El resto de órganos de la universidad de Cádiz.
2. El personal de la universidad de Cádiz.
3. Los aspirantes a personal de la universidad de Cádiz
4. El resto de interlocutores. Entre otros:
 - La tesorería de la seguridad social.
 - El instituto nacional de seguridad e higiene (INSH).
 - La inspección de trabajo.
 - Los juzgados y tribunales.
 - La oficina de extranjería.
 - La mutua de accidentes de trabajo.
 - Las entidades bancarias.
 - El registro de personal.
 - El servicio andaluz de salud.
 - El servicio andaluz de empleo.
 - El instituto nacional de empleo
 - La agencia tributaria
 - Los proveedores: oficina de cooperación universitaria (OCU), control horario accesos y producción S.A. (SPEC)...
 - La junta de Andalucía en general.
 - La administración del estado en general.
 - Las administraciones locales.
 - El resto de universidades.

5.4. Tipología de la información objeto de transmisión

Son objeto de transmisión, entre otros, los siguientes tipos de información:

- Normativa.
- Manuales de procedimiento.
- Actas.
- Oferta de cursos de formación.
- Formularios.
- Información presupuestaria.
- Avisos.
- Sugerencias/reclamaciones/quejas.
- Indicadores.
- Información necesaria para la correcta toma de decisiones.
- Valores organizativos.
- Resoluciones administrativas y judiciales.
- Requerimientos administrativos y judiciales.
- Información sobre solicitudes al área de personal.

5.5. Canales y medios de comunicación del área de personal.

- Correo electrónico.
- Correo ordinario.
- Formularios.
- Publicaciones, oficiales o no.
- Teléfono.
- Fax.
- Comunicación presencial.
- Congresos, foros y comisiones.
- Páginas web.
- Sistema oficial de comunicación de la universidad de Cádiz (TAVIRA).
- Centro de atención al usuario (CAU).
- Sistema Red.
- Sistema Delta.
- Reuniones.
- Encuestas.

5.6. Principios de comunicación interna del área de personal

1. Se eligen como principales mecanismos de comunicación interna del área los siguientes:

RECURSO	PERIODICIDAD MINIMA	COMPOSICION	RESPONSABLE
Reuniones plenarias del área	Trimestral	La totalidad de la plantilla del área	Director de personal
Reuniones del EDA	Mensual	Director de personal, coordinadores y jefa de unidad (JU)	Director de personal
Reuniones de coordinación / unidad	S/ periodicidad mínima	Coordinador / JU y personal destinado en la coordinación / unidad	Coordinador / JU
Reuniones transversales para coordinación de tareas concretas con más de una coordinación / unidad implicada	S/ periodicidad mínima	Coordinadores / JU implicados y personal encargado de la tarea	Coordinadores / JU implicados
Correos electrónicos / TAVIRA	S/ periodicidad mínima		
Información presencial	S/ periodicidad mínima		

2. Respecto de las reuniones que se realizan dentro del área de personal, deben cumplir los siguientes requisitos:

- Que la convocatoria de las mismas se realice por escrito.
- Que se levante acta de cada una de ellas, con indicación de las personas asistentes, un breve resumen del debate, si éste es relevante, decisiones adoptadas y tareas encomendadas y plazo de realización.
- Que se comunique el acta a los asistentes con carácter previo a su publicación, para que tengan oportunidad de realizar las observaciones que estimen pertinentes sobre la misma.
- Dar publicidad a las actas entre el personal del área que pueda estar interesado. Sería conveniente su publicación en intranet accesible a todo el personal de plantilla.

3. Debe comunicarse al resto de personal del área el resultado de las reuniones habidas con instancias externas en la medida en que las mismas puedan tener repercusión en la tarea a desarrollar.

4. Parece prioritario crear un clima laboral distendido que facilite la comunicación, en el que los trabajadores no se sientan coartados para hablar, dirigiéndose a cualquier compañero cuando no se conoce algo, se tienen dudas o se desea hacer cualquier tipo de sugerencia.

Se trataría de superar la tendencia que en algún momento puede tener un trabajador a centrarse en su propia tarea, abstrayéndose de la labor encomendada a otros, que cuando habla (se comunica) parece “molestar”.

El área se considera un equipo. Es bueno, por tanto, conocer qué hacen otros, cuáles son sus prioridades e inquietudes, porque a veces podemos tener información necesaria para su tarea, o adquirir a través de otro información vital para nuestro desempeño, o a veces, con muy poco trabajo por nuestra parte, podemos hacer la vida mucho más fácil a nuestro compañero.

Este clima favorecería, no sólo la circulación de la información, sino que también supondría la mejora de las relaciones personales.

Estas buenas relaciones, aparte de hacer al personal más feliz, tendrían a su vez otro efecto deseado: la empatía, la habilidad de ponernos en el lugar del otro, que lleva a suavizar los conflictos.

Entre los beneficios de este clima es conocer quién se encarga de qué, lo cual es muy necesaria para un correcto direccionamiento de los interlocutores.

5.7. Principios de comunicación externa del Área.

1. Se consideran como las principales herramientas para la comunicación externa del área, las siguientes:
 - La propia página web y otras páginas web.
 - El centro de atención al usuario (CAU).
 - El correo electrónico.
 - Sistema oficial de comunicación de la Universidad de Cádiz (TAVIRA)
 - Las publicaciones oficiales.
 - La atención telefónica y presencial.
 - Las encuestas.
2. Se considera vital prestar una atención creciente a las páginas web, como fuente de información del área, considerándose oportuno encomendar esta misión a al menos una persona por sección / unidad, cuya elección corresponde al coordinador de sección o jefe de unidad.
3. La lectura de los diarios oficiales (incluido el BOUCA) se considera prioritaria, considerándose necesario encargar esta labor a al menos una persona por sección, cuya elección corresponde al coordinador de sección o jefe de unidad.
4. Debe potenciarse el uso de la página web del área de personal como medio de comunicación con nuestros interlocutores, por su inmediatez y su generalidad, ahorrando tiempo que, de otro modo, se emplearía en resolver repetitivas consultas personales.

Mención aparte merece el CAU, que tiene la cualidad de, por medio de menús, dirigir al interlocutor, a la persona encargada de una tarea, sin necesidad de ir preguntando a unos y otros por quién se encarga de tal o cual tarea.

5. Este área, sin perjuicio de lo expuesto en el apartado anterior, considera la atención personalizada al interlocutor, en cualquiera de sus modalidades (presencial, telefónica, correos electrónicos, instancias...) como una de sus fortalezas y requisito imprescindible para alcanzar un servicio de calidad.
6. Esta área considera necesario promover que el personal destinado en él conozca y se comunice con el personal que realiza tareas similares en otras universidades.

De estar forma, podríamos aprender unos de otros y, como mínimo tendríamos el consuelo de ver que hay más personas con los mismos problemas que nosotros.

7. Debe potenciarse que el uso del correo electrónico, por su gratuidad y su inmediatez
8. Las consultas y peticiones deben dirigirse a los correos institucionales, y, salvo excepciones, no a los correos personales.

SECCIÓN	Correo institucional
Departamento de planificación y contratación de personal.	planificacion.personal@uca.es mejora.calidadpas@uca.es
Sección de gestión de personal	gestion.personal@uca.es
Sección de procesos económicos	nominas@uca.es
Unidad de formación	formacion.personal@uca.es solicitudes.cursos@uca.es

Deben revisarse a diario los correos institucionales, debiendo establecerse un turno de suplencia por si la/s persona/s encargada/s falte/n al trabajo (vacaciones, asuntos propios, enfermedades...).

9. Debe promoverse la convocatoria de reuniones periódicas con otras universidades, para unificar criterios y adoptar estrategias comunes ante nuestros “enemigos naturales” (entidades bancarias, la tesorería de la seguridad social, la agencia tributaria...).

5.8. Buenas prácticas de comunicación

1. Respecto de los mensajes, notificaciones, TAVIRAS y páginas web, se recomienda que los textos identifiquen correctamente a sus destinatarios, que sean breves, fácilmente comprensibles, con inclusión de la fecha de comunicación / publicación, indicando la persona de contacto para cualquier aclaración, así como su teléfono, correo electrónico o dirección personal.
2. Se recomienda dar a leer los TAVIRAS, páginas web y comunicaciones-tipo a un compañero no muy implicado en el tema, para que confirme si resulta comprensible o si se consideran que debe buscarse una nueva redacción.
3. En las reuniones plenarios del área, sería conveniente dedicar algún tiempo a que los compañeros presentaran sugerencias, expusieran dudas sobre los procedimientos, describieran el trabajo que realizan, se den a conocer las novedades que se produzcan en la gestión y se debatan temas que puedan ser de trascendencia para varias personas.

De este modo, pueden realizarse mejoras en el procedimiento, eliminar malos entendidos y conocer cuál es el trabajo de cada quién, lo que facilita el direccionamiento de los interlocutores del área.

4. Es necesario contestar las llamadas telefónicas del compañero cuando éste está ausente, tomando nota de quién ha llamado, su teléfono y breve reseña de su petición, para que el compañero pueda ponerse en contacto con él a su vuelta.

5.9. Líneas de mejora de la comunicación.

En el camino hacia la mejora de la comunicación del área de personal, se identifican los siguientes hitos:

1. Elaborar un manual de buenas prácticas en materia de comunicación.
2. Elaborar un protocolo sobre el uso del correo electrónico, y TAVIRA para evitar su uso excesivo, la falta de remisión de información, su oscuridad o su excesiva extensión (comunicación externa e interna).
3. Crear en la página web del área de personal un tablón de anuncios, que podría estar dirigido tanto al personal del área, como al resto de interlocutores de la misma. Mantener en la página web un catálogo con los empleados del área, sus teléfonos, correos electrónicos y funciones que habitualmente tienen encomendadas, para ofrecer una guía a la hora de orientar al público que se dirige a nosotros por temas que son ajenos a nuestra tarea (comunicación externa).
4. Crear en la página web un listado de preguntas más formuladas (FAQ) con sus respectivas respuestas, que ahorre la contestación de preguntas repetitivas (comunicación externa).
5. Desarrollar un CAU del área de personal, que facilite la comunicación, la organización del trabajo y el direccionamiento de los usuarios (comunicación externa e interna).
6. Crear un protocolo para nuestros mensajes o páginas web, especificando qué elementos debe contener obligatoriamente (comunicación externa).
7. Crear un manual de estilo para nuestros escritos (comunicación externa).
8. Sería conveniente mantener en la página web un catálogo de recurso comunes del área, que puedan ser de uso para otros miembros del área: tablas retributivas, cálculos de costes...

En caso de que surja cualquier tipo de duda en la actividad del área de personal, debe plantearse al coordinación / JU, que propondrán un borrador de comunicado al director de personal resolviendo la duda planteada.

6. IMPLANTACIÓN DEL PLAN

Tras la revisión del borrador del plan de comunicación del área de personal por parte del equipo directivo del área, y su publicación a los miembros del área durante un periodo de recogida de sugerencias, el plan entrará en vigor el día posterior a la fecha de aprobación por parte del director del área de personal.

Se realizará su publicación a toda la comunidad universitaria en la página web del área de personal.

6.1. Medición y seguimiento del plan.

Con el fin de medir la evolución, cumplimiento y eficacia del plan de comunicación se establecen los siguientes indicadores:

- AP-PC-I1:

Cumplimiento en la temporalización de las reuniones establecidas en el punto 1 de los principios de comunicación interna del área de personal.

El grado de cumplimiento se evidencia a través de las actas de las reuniones.

La medición se realizará semestralmente desde la fecha de implantación del plan.

Establecer responsable de la recopilación de las actas de todas las reuniones por el EDA.

- AP-PC-I2.

Cumplimiento de los requisitos generales establecidos en el punto 2 de los principios de comunicación interna del área de personal.

El grado de cumplimiento se evidencia con los registros de las convocatorias, actas, comunicación de las actas a los asistentes y publicación de las actas.

La medición se realizará semestralmente desde la fecha de implantación del plan.

Establecer responsable de la recopilación de las evidencias de todas las reuniones por el EDA.

- AP-PC-I3.

Impulsar el punto 4 de los principios de comunicación interna del área de personal.

Registra los diferentes grupos de trabajo y los miembros de estos

La medición se realizará anualmente desde la fecha de implantación del plan.

Establecer responsable de la recopilación de las evidencias de todas las reuniones por el EDA.

- AP-PC-I4.

Desarrollo de las líneas de mejoras de comunicación (punto 5.9)

Contrastar fechas de elaboración de la documentación que acredite el desarrollo de las líneas de mejoras de comunicación establecidas en el plan.

La medición se realizará anualmente desde la fecha de implantación del plan.

Establecer responsable de la recopilación de las evidencias de todas las reuniones por el EDA.

- AP-PC-I5.

Fomentar el uso de la página web del área de personal y los CAU. (Punto 4 de principios de comunicación externa del área).

La medición se realiza a través de la evolución del contador de visitas de la página web del área de personal y sus secciones y la utilización por parte de los clientes de los CAU del área.

La medición se realizará trimestralmente desde la fecha de implantación del plan.

Establecer responsable de la recopilación de las evidencias de todas las reuniones por el EDA.

7. REVISION DEL PLAN

La revisión de este plan recae sobre el equipo directivo del área de persona (EDA), el cual establecerá las personas encargadas de su modificación, cuando concurren circunstancias que así lo aconsejen, o pasado cuatro años desde la última revisión.

ANEXO I

NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA

	PLANIFICACIÓN	CONTRATACIÓN	GESTIÓN	PROCESOS ECONÓMICOS	FORMACIÓN
<p>¿Qué queremos comunicar?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Plazo de evaluación -Procedimiento de proceso -Resultado de evaluación -Evolución mensual plantilla. -Procedimiento encuesta -satisfacción personal. -resultado encuesta -satisfacción personal. -evolución complemento productividad Mejora Calidad servicios que presta el PAS 	<ul style="list-style-type: none"> -Las convocatorias que ponemos en marcha -Las necesidades de contactar con usuarios, solicitantes, etc... 	<ul style="list-style-type: none"> -Los Servicios que prestamos: <i>Tramitar los procesos relacionados con la vida administrativa del personal, tramitación de licencias y permisos e incidencias del Sistema de control de presencia, expedición de Certificados e Informes, generación de listados y datos, procesos Acción Social.</i> -Los procesos completos de la prestación de estos servicios: <i>es decir los inputs-proceso-outputs</i> -La satisfacción/insatisfacción de nuestros usuarios en relación a los servicios que prestamos. -Las necesidades, quejas, sugerencias que podamos aportar para la mejora de nuestros procesos. 	<p>Procesos Nóminas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tanto normativa aplicable general ,como la específica para cada caso en concreto, así como la fecha de pago de las nóminas por parte de la Universidad. <p>Procesos de Seguridad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tanto la normativa legal vigente en cada momento, las modificaciones que se produzcan en ella y que afecten al personal de la UCA, así como la fecha de pago de los Seguros Sociales. <p>Proceso de Anticipos:</p> <p>En cada caso concreto, si procede o no la concesión de dicho anticipo, aplicando la normativa legal vigente, por tanto, comunicamos la aceptación o no y en qué fundamento jurídico está basado.</p> <p>Proceso de retenciones /embargos.</p> <p>Al afectado en concreto, que se</p>	<p>El plan de formación del PAS, y su despliegue mediante las actividades formativas, que va desde la comunicación de la aprobación del Plan de formación, hasta la publicación del informe de evaluación del plan.</p>

ANEXO I

NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA

<p>¿Cuándo queremos comunicar?</p>	<p>Respecto a la evaluación por competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando comienza el proceso de evaluación. • Durante el proceso de evaluación. 	<p>-Cuando haya necesidad de comunicar.</p>	<p>-Antes, durante y después de la prestación de los servicios -Siempre que necesitemos aportar algo</p>	<p>Procesos Nóminas: En el momento en que se haya efectuado la orden de pago al Banco correspondiente.</p>	<p>ha recibido escrito por parte de un Organismo y que, en aplicación de la normativa legal vigente, se va a proceder a embargar/retener una cantidad económica en su nómina o nóminas sucesivas.</p>	<p>1º.- En enero de cada año la aprobación del plan con las actividades que lo componen. 2º.-Abril de cada año, el informe de evaluación del plan de formación.</p>

ANEXO I

NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA

	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando termina el proceso de evaluación. • Mensualmente <p>Evolución mensual plantilla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mensualmente <p>Encuesta satisfacción personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando finaliza el proceso(bianual) • Durante el proceso. <p>Evolución complemento productividad Mejora Calidad PAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando surge alguna novedad 			<p><u>Procesos de Seguridad Social:</u></p> <p>Cuando se haya procedido al abono de los seguros sociales, MUFACE, etc., por parte del Banco encomendado a tal efecto.</p> <p><u>Proceso de Anticipos:</u></p> <p>En el momento en que que Tesorería acepta la petición cursada y, a la vez, pasa a la firma del responsable de Personal para proceder a su pago.</p> <p><u>Proceso de Retenciones/Embargos:</u></p> <p>En el momento de la recepción de dichos documentos por parte de la Coordinación de Nóminas y Seguros Sociales.</p>	<p>3°.- A lo largo de todo el año el desarrollo de las actividades formativas, y sus incidencias</p>
<p>¿Cómo queremos comunicar?</p>	<p>Evaluación competencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tavira, web, intranet, jornadas <p>Evolución mensual plantilla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web <p>Encuesta satisfacción personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web, publicación papel, jornadas, reuniones Area 	<p>-Por los medios que aseguren la correcta recepción de lo que queremos comunicar.</p>	<p>-A través de WEB del Área: <i>los servicios que prestamos (Carta de Servicios), los formularios, los requisitos administrativos necesarios que deben aportar o tener nuestros usuarios para obtener el resultado, las encuestas de satisfacción de nuestros usuarios.</i></p> <p>- A través de TAVIRA: <i>información genérica y puntual de especial importancia para nuestros usuarios.</i></p> <p>-A través del CAU: <i>solicitudes de prestación de servicios</i></p>	<p><u>Procesos de Nóminas:</u></p> <p>A través de la página WEB del Área de Personal.</p> <p><u>Procesos de Seguridad Social:</u></p> <p>A través de la página WEB del Área de Personal.</p> <p><u>Proceso de Anticipos:</u></p> <p>Mediante la respuesta al mismo CAU recibido por Nóminas.</p>	<p>Correo electrónico, correo postal, CAU, FAX, atención presencial, formularios, página web, encuestas.</p>

ANEXO I

NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DEL PERSONAL DEL ÁREA

<p>¿Qué me gustaría que me comunicaran?</p>	<p>-Cualquier modificación en las tablas de Hóminis relativas a cambios en CCE, dedicaciones, tipos de contrato, cambios de denominaciones de Departamentos, nuevas áreas de conocimiento, extinción áreas de conocimiento...que afecten a los estudios que se hacen de plantillas. -Coste mensual de la nómina de la UCA, desglosado por estamentos, grupos, CCE, conceptos. -Cambios en la plantilla PAS funcionario y laborales fijos. -Cambios en los cargos académicos durante el proceso de evaluación de competencias.</p>							<p>Que sean recibidos con la suficiente antelación para poder ser aplicados en el mes correspondiente.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--