

9. Comunicación externa sobre el INSP y sus actividades												
Básico			En desarrollo			Avanzado			A la vanguardia			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Dirección estratégica</b>	El INSP se comunica con las partes interesadas externas sobre la marcha, por ejemplo, para solicitar fondos para un proyecto específico o porque un interesado pide una reunión.		Los líderes del INSP se esfuerzan por comunicarse regularmente con las partes interesadas que conocen y proporcionar mensajes uniformes. Exhortan a su personal a involucrarse con una gama variada de partes interesadas.			El INSP programa y lleva a cabo activamente actividades de comunicación, con el fin de aumentar la visibilidad de la entidad.			La estrategia de comunicación del INSP está alineada a las estrategias interrelacionadas (p. ej., movilización de recursos). Esto incluye identificar a las partes interesadas de importancia estratégica y elaborar y ejecutar planes para dirigirse a ellos.			
<b>Sistemas</b>	El INSP está instituyendo plantillas o métodos estándar para generar y difundir información sobre la entidad y sus actividades.		El INSP ha creado algunas planillas para su presencia en Internet y ciertos tipos de materiales sobre la entidad y sus actividades. Mediante un proceso de revisión, debe asegurar coherencia de los mensajes y materiales, pero rara vez lo aplica.			El INSP posee una gama de recursos de comunicación, como plantillas para imprimir, Internet, redes sociales y otros tipos de actividades. La revisión de sistemas garantiza que las principales actividades de comunicación sean congruentes y de gran calidad.			El INSP actualiza continuamente sus estrategias, procesos y plantillas para aprovechar nuevas herramientas y métodos para llegar a diversos destinatarios. Los procesos de revisión del INSP son simplificados y proporcionales al riesgo y beneficio potencial de los mensajes de la entidad.			
<b>Recursos</b>	El INSP destina pocos recursos a las comunicaciones y no tiene personal capacitado en comunicación.		El INSP no cuenta con personal especializado en comunicación pero a veces trabaja con asesores. Tiene algunos recursos disponibles para imprimir materiales y mejorar el sitio web.			El INSP tiene un número limitado de especialistas en comunicación. Muchos funcionarios de alto nivel han sido capacitados para colaborar con los medios y en otras destrezas de comunicación. El INSP tiene recursos para crear una gama de materiales y distribuirlos a través de diversos canales.			El INSP cuenta con suficientes especialistas en comunicación para proporcionar apoyo a toda la entidad. Los líderes y el personal de todo el INSP están capacitados para colaborar con los medios y en otras destrezas de comunicación. El INSP produce materiales de primera clase. Su sitio web y prácticas de divulgación son modelo para otras organizaciones.			
<b>Calidad</b>	Los materiales disponibles y el sitio web son obsoletos o de baja calidad. El INSP utiliza métodos de comunicación limitados para dirigirse a públicos externos.		Los mensajes y materiales reflejan algunos aspectos del INSP, pero son poco uniformes y de calidad variable. El INSP utiliza diversos canales para dirigirse a las partes interesadas, pero no siempre ajusta estratégicamente el canal al público.			Los mensajes y materiales son congruentes y de gran calidad. El INSP adapta los materiales y los canales de distribución a los públicos que busca informar. El INSP a veces evalúa previamente los mensajes y métodos de comunicación.			El INSP utiliza una variedad de métodos para garantizar la calidad y alcance de sus comunicaciones. A menudo evalúa sus actividades para identificar áreas a mejorar. A veces recurre a asesores de compañías líderes de comunicación para mantenerse a la vanguardia.			
<b>Involucramiento</b>	El personal se siente cómodo al hablar de su trabajo. Sin embargo, la mayoría de los empleados no son capaces de describir el INSP y sus actividades fuera de sus áreas de trabajo.		La mayoría del personal puede describir su trabajo así como algunos aspectos de las actividades del INSP que están directamente relacionados con su trabajo. Pocos empleados comprenden la profundidad y el alcance de las actividades del INSP. Por tanto, se desaprovechan muchas oportunidades para comunicar sobre el INSP.			La mayoría de los empleados tiene cierta idea de la visión, misión, metas y actividades del INSP y de la profundidad y alcance de sus actividades. Por lo general, pueden representar a la entidad en reuniones o trabajando con partes interesadas.			El personal del INSP entiende que sus comunicaciones afectan directamente la reputación de la entidad. El personal promueve activamente la imagen del INSP a través de comunicaciones formales e informales.			
<b>Impacto</b>	Por lo general, no hay suficiente conocimiento sobre el INSP y su trabajo. Las comunicaciones sobre la entidad y su trabajo son poco uniformes y confusas. Se pierden oportunidades para llegar a otro público.		La calidad de las comunicaciones del INSP es poco uniforme. No obstante, está aumentando el reconocimiento del INSP y su trabajo y está atrayendo a otras partes interesadas.			El INSP es ampliamente conocido, debido en parte a la calidad y el alcance de sus actividades de comunicación. Es una entidad que goza de la confianza del público y las partes interesadas de varios sectores.			El INSP goza de reconocimiento a nivel nacional e internacional, aun con quienes no ha tenido una interacción directa. Tiene pruebas de que sus actividades de comunicación han aumentado su capacidad para impactar la salud pública.			