



APRUEBA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA INSTITUCIONAL DEL SERVICIO NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS Y ALCOHOL (SENDA).

RESOLUCIÓN EXENTA N° 488

SANTIAGO, 02 DE ABRIL DE 2020

VISTO:Lo dispuesto en la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la ley N° 19.880, que establece bases de los Procedimientos administrativos que rigen los actos de los órganos de la Administración del Estado; en la Ley N° 20.502 que crea el Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol; en el Decreto N°1307 de fecha 2 de octubre de 2018 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública; y lo previsto en el Decreto Exento N°260, de 27 de febrero de 2020 del Ministerio del Interior y Seguridad Pública;

NRM / CGM / PCV / CR / FSV / VRM

Distribución:

- 1.- Gabinete.
- 2.- División Programática Senda
- 2.- División de Administración y Finanzas SENDA.
- 3.- División territorial SENDA.
- 4.- División Jurídica SENDA.
- 5.- Unidad de Gestión Documental SENDA

S-3158/20

CONSIDERANDO:

- 1) Que, la Ley N° 20.502 creó el Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol, "SENDA" como un servicio público descentralizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, y sometido a la supervigilancia del Presidente de la República por intermedio del Ministerio del Interior y Seguridad Pública.
- 2) Que, una política de comunicación externa es esencial en un servicio para dar a conocer las acciones que se están llevando a cabo, los resultados que se están obteniendo y poder acercar la institución a la ciudadanía, para que así ésta pueda beneficiarse de los programas y planes que ésta dispone.
- 3) Que, una política comunicacional externa establece las principales líneas de trabajo, acción, intervención y gestión con los medios de comunicación masivos, pues éstos también cumplen un rol importante en la trasmisión de la información.
- 4) Que, a su tiempo, SENDA reconoce la importancia de las comunicaciones internas como una herramienta que permite satisfacer las necesidades de información oportuna en el ámbito laboral de los funcionarios/as y asesores/as y, a su vez, constituirse en un mecanismo para coordinar actividades que favorezcan la integración de las personas. Tanto la comunicación interna y las relaciones laborales del Servicio, se sustentan en el respeto mutuo, el entendimiento y la cooperación en un ambiente interpersonal de confianza, compromiso y trabajo en equipo.

R E S U E L V O:

!: **APRUÉBASE LA SIGUIENTE POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA INSTITUCIONAL SERVICIO NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS Y ALCOHOL (SENDA)**

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA INSTITUCIONAL SERVICIO NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS Y ALCOHOL (SENDA)

Una política de comunicación externa es esencial en un servicio para dar a conocer las acciones que se están llevando a cabo, los resultados que se están obteniendo y poder acercar la institución a la ciudadanía, para que así ésta pueda beneficiarse de los programas y planes que ésta dispone. Para lo anterior, es necesario mostrar lo que realiza SENDA, cuál es su objetivo, metas, su identidad y su forma de trabajo, mediante la entrega de información veraz, oportuna, clara y precisa a toda la ciudadanía.

Una política comunicacional externa establece las principales líneas de trabajo, acción, intervención y gestión con los medios de comunicación masivos, pues éstos también cumplen un rol importante en la trasmisión de la información. A esto se suma la

búsqueda de una relación fluida con los denominados *stakeholders* o públicos externos que comparten la misión, ideas y/u objetivos similares al Servicio. En el caso de SENDA, el propósito es transmitir un mensaje que, en diversas plataformas comunicacionales, permita prevenir el consumo de alcohol y otras drogas, dando a conocer diversas noticias, acontecimientos y/o avances en dicha materia. Para ello, esta política externa contiene actividades concretas, privadas o públicas, que permitirán generar conciencia, transmitir mensajes y mejorar de manera permanente la relación con los diversos públicos.

I. MISIÓN INSTITUCIONAL Y FUNCIONES DE SENDA

Artículo 1º. El Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación del Consumo de Drogas y Alcohol, en adelante también el Servicio" o "SENDA", es un servicio público descentralizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, sometido a la supervigilancia del Presidente de la República por intermedio del Ministerio del Interior y Seguridad Pública.

El Servicio está sujeto a las normas del Sistema de Alta Dirección Pública establecido en la ley N° 19.882.

Su personal de planta y a contrata está afecto a la ley N.º 18.834, sobre estatuto administrativo; al régimen de remuneraciones contemplado en el decreto Ley N.º 249, de 1974, y su legislación complementaria y al decreto Ley N.º 3.500, de 1980, que establece un nuevo sistema de pensiones.

Este Servicio tiene por objeto la ejecución de las políticas en materia de prevención del consumo de estupefacientes, sustancias psicotrópicas e ingestión abusiva de alcohol, y de tratamiento, rehabilitación y reinserción social de las personas afectadas por dichos estupefacientes y sustancias psicotrópicas y, en especial, en la elaboración de una estrategia nacional de drogas y alcohol.

En cumplimiento de dicho objeto corresponde al Servicio ejercer las siguientes funciones señaladas en el Artículo 19 de la Ley N° 20.502:

- a) Ejecutar las políticas y programas propios de su objeto.
- b) Colaborar con el Ministro del Interior y Seguridad Pública, y con el Subsecretario de Prevención del Delito, en el ámbito de sus atribuciones, en la elaboración de políticas en materia de prevención del consumo de estupefacientes, sustancias psicotrópicas e ingestión abusiva de alcohol, y de tratamiento, rehabilitación y reinserción social de las personas afectadas por dichos estupefacientes y sustancias psicotrópicas, cuando estas conductas constituyan un factor de riesgo para la comisión de delitos.
- c) Impulsar y apoyar, técnica y financieramente, programas, proyectos y actividades de Ministerios o Servicios Públicos destinados a la prevención del consumo de drogas y alcohol, así como al tratamiento, rehabilitación y reinserción social de las personas afectadas por la drogadicción y el alcoholismo, y ejecutarlos, en su caso.
- d) Elaborar una estrategia nacional de prevención del consumo de drogas y alcohol, coordinar su implementación, y dar apoyo técnico a las acciones que las entidades de la Administración del Estado emprendan en el marco de su ejecución.

- e) Administrar el fondo establecido por el artículo 46 de la ley N°20.00. Vincularse con organismos nacionales que se ocupen de temas propios de su competencia y celebrar con ellos acuerdos y convenios para realizar proyectos de interés común. Con el mismo propósito podrá también, previa autorización del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, relacionarse con organismos internacionales.
- f) Elaborar, aprobar y desarrollar programas de capacitación y difusión, orientados a la prevención del consumo de drogas y alcohol, y estimular la participación ciudadana en estas materias.
- g) Certificar, de acuerdo a criterios técnicos, los proyectos cuyo financiamiento provenga de donaciones destinadas a los objetivos señalados en la letra anterior.
- h) Mantener una base de datos actualizada y pública que contenga información sobre los objetivos, metas comprometidas, entidades beneficiadas, presupuestos y acciones realizadas durante la ejecución y evaluación de los planes y programas del Servicio, y recopilar, sistematizar y analizar los antecedentes relevantes sobre el fenómeno de las drogas y el alcohol.
- i) Celebrar acuerdos o convenios con instituciones públicas o privadas, incluyendo las municipalidades, que digan relación directa con la ejecución de las políticas, planes y programas de prevención del consumo de drogas y alcohol, así como el tratamiento, rehabilitación y reinserción social de las personas afectadas por la drogadicción y el alcoholismo.
- j) Desempeñar las restantes funciones y ejercer las demás atribuciones que le encomiende la ley.

I. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES EXTERNA.

1. OBJETIVO GENERAL.

Como objetivo general, mediante la presente política se busca –por un lado- fortalecer la posición comunicacional de SENDA como un ente válido de opinión y un referente a la hora de hablar de drogas y alcohol en Chile, a fin de situarlo como una voz autorizada y cercana a la ciudadanía que permita una mejor comprensión de su labor y facultades. Por otro, tiene como finalidad hacer que este Servicio esté en el dominio público para que cuando las personas requieran ayuda u orientación en materia de alcohol y otras drogas, acudan a SENDA.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a) Incrementar las intervenciones de SENDA en la discusión de políticas públicas pertinentes para fortalecer su rol en la lucha contra el consumo de alcohol y otras drogas, especialmente en niños, niñas y adolescentes.
- b) Acercar el Servicio Nacional a las personas y construir instancias de participación para generar una mayor interacción entre las autoridades, direcciones, los usuarios y ciudadanía.
- c) Instalar y masificar iniciativas como el plan nacional Elige Vivir Sin Drogas (EVSD) de manera que su implementación a nivel nacional sea conocida, entendida y difundida. Todo para fomentar la protección de las personas, más aún de los niños, niñas y adolescentes.

- d) Persuadir a la ciudadanía, para generar un cambio de conciencia, a través de iniciativas como el Programa Tolerancia Cero y el uso de dispositivos como Narcotest y Alcotest, como mecanismos de protección hacia la ciudadanía.

II. ALCANCE Y PÚBLICO OBJETIVO

La comunicación externa de SENDA busca llegar a los usuarios de los diversos programas de que dispone el Servicio, a sus familias y a la comunidad en general, así como también a todos los actores claves que permitan y apoyen en el desempeño de combatir el consumo de drogas y alcohol en la ciudadanía. El propósito es que cualquier persona que necesite orientación sobre prevención del consumo de alcohol y otras drogas sepa que SENDA es el organismo encargado que puede tanto orientar como informar sobre el tema.

Dentro del público objetivo de SENDA, se encuentran:

- a) Padres, madres y adultos cuidadores.
- b) Niños, niñas, adolescentes y jóvenes.
- c) Académicos, líderes de opinión y tomadores de decisión.
- d) Usuarios de nuestra oferta programática.
- e) Población en general.

III. SISTEMA DE COMUNICACIONES

Al Área de Comunicaciones le corresponde tanto asesorar a la Dirección Nacional del Servicio, como darles lineamientos a los equipos de prensa regionales sobre la elaboración e implementación de una política comunicacional para la institución que sea coherente con el cumplimiento de la Estrategia Nacional de Alcohol y otras Drogas.

Este sistema de comunicaciones tiene las siguientes funciones principales:

- a) Entregar y facilitar a la ciudadanía el acceso a información sobre riesgos y efectos de las drogas y alcohol, con el fin de prevenir su consumo a través de material de difusión masiva de tipo gráfico o audiovisual.
- b) Realizar la gestión de prensa para la entrega de información permanente y oportuna a los medios de comunicación masivos y al portal web institucional.
- c) Realizar campañas masivas y específicas sobre riesgos y efectos de las drogas y cómo prevenir su consumo.
- d) Difundir la oferta programática del Servicio en materia de prevención del consumo de drogas y alcohol en los ámbitos escolar, familiar, laboral y comunitario, con el fin que las personas puedan acceder a ellos.
- e) Difundir la oferta programática del Servicio en el ámbito de tratamiento, rehabilitación y reinserción de personas con consumo problemático de drogas y alcohol, con el propósito de facilitar el acceso de éstas a la atención que sea necesaria.
- f) Coordinar, instruir lineamientos generales y dictar directrices para todas las acciones comunicacionales, ya sea escritas, verbales o gráficas, que emanen del Servicio. Esto incluye todas las acciones realizadas desde el nivel central o en las Direcciones Regionales.

IV. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Existen diversos canales de comunicación externa que se deben dar a conocer en la programación anual, sin perjuicio que a lo largo del año pueden ir surgiendo nuevos temas y solicitudes, según las contingencias que se van presentando.

Para lo anterior, se definen los siguientes canales de comunicación externa:

- a) Comunicados o notas de prensa: Se les envía a los medios de comunicación para dar a conocer información o novedades sobre lo que está realizando el Servicio, ya sea algún acontecimiento sobre SENDA o noticia en relación al Director Nacional, o los representantes regionales del Servicio.
- b) Pautas de prensa: Para fortalecer la cercanía con la ciudadanía e incrementar el conocimiento acerca de la labor del Servicio, se realizan pautas a lo largo de todo el año y en todo el país, en los que se cita a los medios de comunicación, a fin de informar las diversas actividades del Servicio y de sus representantes.
- c) Entrevistas: El Director Nacional, vocero oficial del Servicio, da entrevistas previamente solicitadas o conversadas con los medios de comunicación para entregar información relevante, novedades, medidas, objetivos de campaña u otros. Asimismo, pueden dar entrevistas los Directores Regionales o el representante del Servicio que se determine.
- d) Página web: El sitio alberga todas las noticias del Servicio, así como información útil para sus usuarios, como el Fonodrogas 1412. Aquí se almacena la oferta programática, la ubicación de sus centros, las mejoras en el Servicio, la información de cada región, y los resultados de los estudios elaborados por SENDA, entre otros.
- e) Redes Sociales: A través de estas plataformas, se da a conocer información relevante, campañas de prevención, disponibilidad de los diversos servicios de SENDA y se difunden hechos y datos en materia de alcohol y otras drogas, además de la difusión de las actividades del Director Nacional y los representantes regionales, como una manera de fomentar la transparencia del Servicio.
- f) Otros: Afiches, trípticos u otros medios de información relevante para los usuarios y diferentes grupos de interés del Servicio que permitan dar a conocer la oferta programática de SENDA a los diversos públicos.

Además de lo anterior, SENDA busca que su trabajo y su gestión sean ampliamente comprendidas por la sociedad civil y por todos los grupos de interés y organismos con los cuales debe relacionarse, por lo que será esencial que la comunicación del Servicio sea afable, cordial, explicativa, pedagógica e inclusiva.

En cuanto a los mensajes que se emiten, éstos dependen de la circunstancia, tiempo, modalidad, canales de información y de contingencia, pero siempre ligados al objetivo general del Servicio, que es generar un cambio de conciencia en los ciudadanos y prevenir el consumo de alcohol y otras drogas. Es un mensaje transparente, cercano, informativo, explicativo e inclusivo, basado siempre en la evidencia científica, en la investigación que se desarrolla tanto en nuestro país como en el resto del mundo, y basado no en convicciones personales.

V. ESTRATEGIA.

La estrategia de comunicación externa se entregará anualmente, sin perjuicio de eventuales cambios que se pudiesen tener que realizar según sean las contingencias y

acontecimientos que puedan ir surgiendo durante los meses del año, debiendo adecuarse a dichas circunstancias.

No obstante, dicha estrategia anual está basada en los siguientes pilares:

- a) Mensaje y discurso: Tanto SENDA como el Director Nacional tienen objetivos y mensajes que entregar de acuerdo a la calendarización del año, los cuales serán replicados por los Directores Regionales, resguardando la pertinencia territorial de los mismos.
- b) Hitos: Es importante levantar los hitos y/o hechos importantes de cada una las áreas de SENDA, de manera de aprovechar éstas como instancias que den un relato a lo realizado por el Servicio por y para las personas.
- c) Comunicación y difusión: De acuerdo a los hitos y calendarizaciones, se define una forma de difusión y comunicación transparente, oportuna y eficaz, a través de las diversas plataformas.
- d) Campaña de alto impacto: Cada año y en relación a la contingencia y /o contexto, se definirá la realización de una campaña de alto impacto para lograr que SENDA llegue masivamente a las personas con un mensaje de prevención y rehabilitación.

VI. COSTOS.

Los costos económicos asociados dependen de los dineros asignados en el presupuesto nacional para el Ministerio del Interior y Seguridad Pública y, por subsiguiente, al Servicio Nacional para la Prevención y Rehabilitación de Consumo de Drogas y Alcohol (SENDA). De la misma manera, las decisiones en materia de Comunicación, están sujetas a las prioridades que se fijen para cada año en el Servicio, dependiendo de las campañas que se pretendan realizar, el formato de éstas y la forma de transmitir dicha información a la ciudadanía.

Asimismo, dependiendo de la decisión estratégica anual, SENDA debe optar anualmente por la estrategia y el plan de comunicaciones a desarrollar, en el que se establecerá no sólo lo que se quiere informar, sino que además cómo se quiere comunicar. Se incluye en este ítem la compra de materiales para difundir la oferta programática del Servicio, ya sea a través de implementos, documentos u otras formas de entregar información a los distintos públicos.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA INSTITUCIONAL SERVICIO NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS Y ALCOHOL (SENDA)

La comunicación es el mecanismo esencial de gestión institucional en tanto contribuye, al fortalecimiento de la integración, motivación y desarrollo de los funcionarios/as y asesores/as al interior del Servicio, entendiéndose como una prioridad entregar la mayor certeza y claridad en las informaciones que se transmiten al interior de SENDA.

Es por ello que la presente política busca oficializar, sistematizar y fortalecer los canales de comunicación institucional, potenciando su utilización y fomentando los vínculos que se establecen en el ámbito de las relaciones laborales al interior de SENDA.

Este Servicio reconoce la importancia de las comunicaciones internas como una herramienta que permite satisfacer las necesidades de información oportuna en el ámbito laboral de los funcionarios/as y asesores/as y, a su vez, constituirse en un mecanismo para coordinar actividades que favorezcan la integración de las personas. Tanto la comunicación interna y las relaciones laborales del Servicio, se sustentan en el respeto mutuo, el entendimiento y la cooperación en un ambiente interpersonal de confianza, compromiso y trabajo en equipo. Considerando lo anterior, es relevante trabajar y potenciar dicha comunicación, ya que cuando ésta es oficial, suficiente y clara, reduce las inquietudes y provee certezas a quienes se desempeñan en esta institución.

El logro de este compromiso requiere que las jefaturas ejerzan la responsabilidad de mantener una adecuada y fluida transferencia de información hacia todos los niveles y estamentos, respecto de los objetivos y directrices que guían el quehacer de la Dirección, a fin de mantener a sus equipos informados y puedan desarrollar sus labores de manera fluida y oportuna.

I. PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES INTERNA.

La política de comunicación interna es una herramienta coadyuvante de la gestión, cuyo fin es mejorar el conocimiento interno respecto del rol, facultades y alcance de SENDA en el marco de la Administración Pública del país.

De esta forma, la política de comunicación interna institucional se sustenta en principios que guían la acción coordinada y disciplinada de los miembros de SENDA, para asegurar la confianza que todo servicio debe tener en las comunicaciones institucionales que dan cuenta del desarrollo de su gestión.

En este contexto, las comunicaciones de SENDA deben ser:

- a) Abiertas: Al ser un organismo público, regido por la Constitución y las leyes, SENDA tiene el deber de mantener sus actuaciones a la luz del escrutinio público -en el marco que la ley y la reglamentación lo establezca-, sujeto siempre al cumplimiento de las normas vigentes y a la legítima demanda de la opinión pública.
- b) Transparentes: El Servicio es un organismo cuyas actuaciones, resoluciones y directrices no guardan ninguna razón de reserva, salvo las

que establece la ley en el cumplimiento estricto del mandato legal. Esto incluye, además, lo que la autoridad institucional defina respecto de las líneas de comunicación interna, destinadas a satisfacer las necesidades comunicacionales de sus funcionarios/as y asesores/as.

- c) Formales: Al ser una institución pública cuyas acciones están debidamente reglamentados, toda comunicación que emane del Servicio es siempre oficial.
- d) Con enfoque de derechos: SENDA pone en el centro de su acción a las personas, de manera que las comunicaciones siempre promueven el respeto a los derechos humanos, la promoción de la paz social y la democracia, la estabilidad social y el respeto a la ley.
- e) Con enfoque de género: Donde todas las personas sean incluidas como tal, sin mediar diferencias o discriminaciones de género.

II. ALCANCE

Los lineamientos y orientaciones de las comunicaciones internas descritas en el presente documento aplican a todas las dependencias de SENDA, tanto Nacional como Regional, y están dirigidas a todos los funcionarios/as y asesores/as del Servicio.

Se enviará periódicamente información relevante en materia de gestión y desarrollo de personas, objetivos y compromisos institucionales, cumplimiento de la normativa y toda otra información propia del Servicio, a fin de desarrollar y fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso con la institución.

Al ser parte de la Política de Gestión y Desarrollo de Personas, la comunicación interna buscará instancias de mejora continua con la finalidad de actualizar las herramientas y los canales de difusión con los que cuenta SENDA, así como el fortalecimiento de la gestión, coordinación y desarrollo de ésta.

II. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA INTERNA DE COMUNICACIONES

1. OBJETIVO GENERAL.

Esta Política de Comunicaciones Interna tiene como meta propender una adecuada comprensión de la labor y facultades de SENDA, a fin de fortalecer la identidad de los equipos internos con la Institución y así elevar los niveles de confianza en la gestión del Servicio.

Asimismo, dar a conocer a todos quienes conforman este Servicio Nacional cuáles serán las vías mediante las cuales se mantendrán informados sobre los eventos, acontecimientos, datos, estudios, contingencias, entre otros, a fin de evitar duplicidad y confusión en la entrega de información.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a) Mejorar el conocimiento y comprensión de la labor y las facultades con que cuenta SENDA, entendiendo que existen distintos grados de profundidad, relevancia y urgencia de las interacciones y actuaciones internas y públicas.

- b) Entregar toda información relevante en materia de gestión y desarrollo de personas, así como los objetivos y compromisos institucionales.
- c) Mantener a todos los funcionarios/as y asesores/as de SENDA informados de cualquier hecho o acontecimiento relevante, que pueda ser de su interés, de manera clara y oportuna.
- d) Entregar indicaciones y lineamientos -tanto a nivel de Dirección como de Jefaturas- de manera coordinada, por un solo medio y oportunamente.

Sin perjuicio de lo anterior, es responsabilidad de las jefaturas, encargados y/o coordinadores en cada uno de los niveles y dependencias de SENDA, velar por la sociabilización de la información, de los compromisos, metas y objetivos institucionales al interior de los equipos, así como también, promover espacios y canales de comunicación fluidos en un ambiente de respeto mutuo y cooperación al interior del Servicio.

Por su parte, es deber de cada uno de los funcionarios, funcionarias, asesores y asesoras asistir, participar y proponer mejoras en los casos que corresponda, de las instancias de comunicación asociadas al punto anterior.

III. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de la comunicación interna de SENDA son los funcionarios, funcionarias, asesores y asesoras activos y activas de la institución, a quienes estarán dirigidos los mensajes que se entregarán desde Gabinete, el Área de Comunicaciones y Gestión y Desarrollo de Personas.

IV. CANALES Y ACCIONES PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA

- a) Reuniones periódicas del equipo de comunicación interna, en donde participarán representantes del Área de Comunicaciones y del Área de Gestión y Desarrollo de Personas.
- b) Envío de correos electrónicos de la División de Administración y Finanzas, a todos los funcionarios/as y asesores/as de SENDA, con información de interés sobre temáticas de Gestión y Desarrollo de Personas.
- c) Información a través de la Intranet, en donde todos los funcionarios/as y asesores/as pueden tener acceso, siempre y cuando estén conectados a la red interna de SENDA.
- d) Afiches institucionales oficiales asociados a campañas internas de sensibilización y difusión de información de interés.

V. SERÁN TAREAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA:

- a) Disponer de canales formales, permanentes, flexibles y suficientes de información, sobre los temas relevantes para cada miembro de la institución, de acuerdo a su posición y responsabilidades en las estructuras funcionaria.
- b) Asegurar el debido conocimiento de los objetivos estratégicos institucionales y de las diversas políticas que se sancionen a nivel central, dando certezas que fortalezcan la gestión de los equipos internos y la cultura colaborativa, en torno a propósitos transversales de SENDA.
- c) Disponer de una comunicación definida e institucionalmente relevante, de manera que se constituyan en hitos de participación común de los funcionarios/as, asesores/as y jefaturas.

Para lo anterior, las comunicaciones internas de SENDA se desarrollarán en dos niveles simultáneos:

- a) Plano estratégico: Orientado a la divulgación de los lineamientos de las Definiciones Estratégicas institucionales, con el fin de asegurar que sean conocidos por todos los miembros del Servicio e incorporados como eje central del quehacer institucional.
- b) Plano operativo: Orientado a la difusión entre los equipos internos, en relación a todas aquellas materias vinculadas con la División de Administración y Finanzas, relevantes para el ejercicio de las labores diarias o para la vida funcionaria.

ANÓTESE Y COMUNÍQUESE

**DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL PARA LA PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN DEL CONSUMO DE
DROGAS Y ALCOHOL**

**Documento firmado digitalmente por CARLOS FRANCISCO CHARME
FUENTES**

Fecha 02-04-2020 21:33:18

Santiago, Chile

**Este documento cuenta con una firma electrónica avanzada según lo
indica la ley N° 19.799.**

**Para verificar su validez debe acceder a
<https://sidoc.senda.gob.cl/consulta> e ingresar el siguiente código:
96033683ee7484d4fe718c4547738e705d6089a8**