

Estrategia Comunicaciones Internas 2017

Sólo si los colaboradores conocen la entidad, su misión, su visión, sus valores, su estrategia y sus objetivos, se sentirán realmente parte de ella y, por lo tanto, estarán más dispuestos a trabajar en su beneficio

Importancia de las comunicaciones internas en una entidad

- La comunicación interna desempeña un rol protagonista en la estrategia de las entidades
- Impacta directamente sobre la gestión diaria y en los resultados finales de la entidad
 - Es decisiva para optimizar los procesos internos y contribuye a alcanzar los objetivos de la entidad
 - Contribuye a difundir la política e identidad de la entidad y encauza el flujo de información
- Ayuda a la entidad a lograr sus metas globales, ya que transmite de forma oportuna y clara los cambios internos
- Es una vía para que las personas se sientan más involucradas en sus actuaciones y así aumenten su motivación personal
 - Incrementa la satisfacción de los empleados y su grado de compromiso e implicación con la dirección de la entidad
- Reduce la conflictividad y mejora el clima laboral
- Mejora la comunicación entre las diferentes áreas
- Tiene un carácter dinámico, por lo que se va adaptando a medida que lo hace la entidad

Objetivo General

Lograr una comunicación interna eficaz al interior de la ANH

Objetivos específico

Satisfacer las necesidades de comunicación de cada una de las áreas de la Agencia.

Mantener al público interno informado de los acontecimientos más relevantes.

Brindar información veraz y valiosa a los colaboradores que les permita optimizar su labor dentro de la entidad.

Contribuir a generar una cultura de apropiación hacia ANH.

Estrategia de comunicaciones internas

La estrategia de comunicaciones internas del 2017 propenderá por ser bidireccional, constante y oportuna.

En el 2017 el enfoque es:

- La calidad de los contenidos de los canales de comunicación y su eficacia
- La adecuación de las herramientas de comunicación interna a la estrategia de la entidad
- Las necesidades de información en los distintos niveles de la organización, en cuanto a su calidad y periodicidad
- Detectar necesidades informativas y problemas de comunicación de los colaboradores
- La satisfacción de los empleados y calidad del clima laboral
- La percepción que tiene de la organización el público interno y los puntos de vista sobre temas fundamentales
- Los diferentes públicos que intervienen como actores en el flujo de comunicación interna
- Énfasis en una comunicación interna más visual
- Campañas de comunicación que refuercen el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la entidad y propendan por un buen clima laboral
- Plan de seguimiento y medición de las prácticas de comunicación interna

Para lograr lo anterior se debe:

- Analizar cómo se está comunicando y cómo se debe comunicar; de esta manera tomar correctivos al respecto y generar una mejora continua.
- Desarrollar contenidos audiovisuales para los diferentes canales de comunicación existentes
- Crear campañas de comunicación que involucren a todos los colaboradores de la entidad
- Proponer constantemente procedimientos más eficientes e innovadores

Plan de acción 2017

Buscando una mejor estructuración en el presente año se realizó una semaforización de los procesos que se llevan a cabo por Comunicaciones Internas, se identificaron fortalezas y debilidades; y según las necesidades de la ANH y sus colaboradores se ajustó el plan de acción.

Los procesos vigentes a fin de año de 2017 son los siguientes:

- **Boletín interno “Explorando Actualidad”**

Este boletín contiene las publicaciones antes contenidas en los boletines “Explorando Actualidad” y “Esta Semana en la ANH”. Explorando Actualidad incluía las noticias más relevantes para la ANH ; a través de la entrevista se busca materializar experiencias personales y laborales en la ANH de los colaboradores de la entidad. Mientras que “Esta semana en la ANH” era un boletín informativo de eventos y noticias al interior de la ANH.

La nueva versión del boletín que entró en vigencia para el último trimestre del año, busca tener un contenido más fresco y con información relacionada con Hidrocarburos que no esta disponible en los medios de divulgación convencionales o de uso cotidiano de los funcionarios. La versión final del boletín esta en construcción sin embargo, se busca que este dividido en secciones para facilitar la lectura de nuestro público objetivo.

- **Café con el Presidente**

Actividad mensual con un grupo de 10 a 20 asistentes con el objetivo de crear un ambiente cercano de comunicación entre el presidente y sus colaboradores. La realización del evento esta sujeto a la agenda de nuestro presidente.

- **Encuesta Necesidades Comunicaciones Internas**

Encuesta anual realizada a los funcionarios de planta y contratistas de la ANH con el objetivo de identificar las fortalezas y oportunidades de mejora en las comunicaciones internas. De esta manera se logra saber si se está comunicando lo que se debe comunicar y si la forma en la que se hace es la más adecuada.

- **Campañas**

Las campañas son realizadas de manera conjunta entre Comunicaciones Internas y el área que lidera la misma. Comunicaciones Internas se encarga de divulgarlas por los canales de comunicación adecuados según el tipo de información, así como la periodicidad de la información, según el caso. Adicional a esto, se realiza el diseño gráfico cuando se es

requerido. El área que lidera la campaña realiza las actividades propias de la misma y provee la información necesaria para la divulgación y el diseño.

- **Comunicados**

Se envían comunicados informativos de diferente índole y tipo de información, según las necesidades de la Agencia. La divulgación se realiza por e-mail utilizando plantillas estandarizadas según áreas.

Canales comunicaciones internas

Es importante mencionar que se cuenta con Snapcomms, herramienta especializada para la divulgación de las comunicaciones internas de las organizaciones, la cual permite la divulgación mediante diferentes canales de comunicación, segmentación del público objetivo y estadísticas de lecturabilidad de las comunicaciones.

Entre los otros canales de comunicación que se manejan están las pantallas digitales, e-mail, intranet y en ocasiones material físico.

Canal de comunicación	Uso canal
Snapcomms - Alerta	Noticias importantes y boletines. Alerta de evacuación y emergencia (directo sobre la campaña).
Snapcomms – Protector de pantalla	Comunicaciones , tutoriales, infografías , instrucciones, eventos destacados.
Snapcomms – Salva pantallas	Noticias en video/slides con mensajes institucionales
Snapcomms - Ticker	Para informar que en pocos mins un evento va a comenzar. Informar un evento urgente. Variaciones en el calendario de eventos (horario, fecha).
Snapcomms - Encuesta	Encuestas
Snapcomms - Invitación	Invitación a eventos (permite confirmación de asistencia).
Pantallas digitales	Noticias destacada, fotos e información de eventos en la agencia, campañas de mediano largo plazo.
E-mailing	Campaña de corto plazo, apoyo a avisos urgentes, cumpleaños, anuncios visitas de entidades aliadas y boletines.

Banner de intranet	Campañas de mediano y corto plazo, cumpleaños
Habladores	Apoyo a campañas especialmente VAF. Eventos.
Urna mensajes	Se usa para envío de mensajes positivos; posiblemente para campaña de conocimiento del sector hidrocarburífero.
Espacio para mural	Campañas institucionales por áreas.
Pantallas Salas & Auditorio	Mensajes institucionales

En términos generales se definió lo siguiente, en cuanto al canal de comunicación a utilizar y la periodicidad según su importancia.

Difusión		
Tipo Información/Mensaje	Importancia	Canal
Esta Semana en la ANH	Estándar	Snapcomms, Correo electrónico
Café con el Presidente	Estándar	Invitación por correo electrónico y encuesta por Snapcomms
Explorando Actualidad	Estándar	Snapcomms, Correo electrónico
Encuesta Necesidades CI	Estándar	Snapcomms
Campañas	Estándar	Snapcomms, pantallas digitales y correo electrónico.
Evento	Estándar	Alerta de Snapcomms (programada con anticipación).
	Importante	Alerta de Snapcomms (programación más frecuente), correo electrónico y protector de pantalla (planeación con anticipación)
	Urgente	Alerta de Snapcomms, ticker de Snapcomms y correo electrónico.
Comunicado	Estándar	Alerta de Snapcomms (programada con anticipación).
	Importante	Alerta de Snapcomms (programación más frecuente), correo

		electrónico y protector de pantalla (planeación con anticipación)
	Urgente	Alerta de Snapcomms, ticker de Snapcomms y correo electrónico.

Gestión 2017

- **Boletín Explorando Actualidad**

Envío del boletín en los meses de Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre. La publicación de este boletín se realiza en Intranet, a través de Google Docs se realiza la medición de la cantidad de veces que se entra al documento (cantidad de Clicks). La divulgación de la emisión del boletín cada mes, se realiza a través del correo electrónico y Alerta de Snapcomms.

- **Café con el Presidente**

Se presupuestó realizar la actividad de manera mensual, sin embargo por disponibilidad de agenda del Presidente de la ANH se realizaron en el año 7 cafés (Enero, Febrero, Marzo, Mayo, Julio, Septiembre, Octubre). La invitación del evento se realiza por Outlook y posterior a la actividad se realiza una encuesta de satisfacción y sugerencias; ésta nos ha permitido identificar oportunidades. El análisis de datos se realiza aproximadamente cada tres eventos. El evento cuenta con un logo, con habladores para identificar a cada uno de los participantes y generalmente se varía la dinámica en cada sesión, la cual es liderada por el Presidente.

- **Encuesta Necesidades Comunicaciones Internas**

Esta encuesta se realizó en el mes de Julio y su análisis de resultados se realizó en Agosto, con el objetivo de poder implementar mejoras producto de las necesidades identificadas.

- **Campañas y Comunicaciones**

Las campañas informativas que se realizan en la ANH dependen de las necesidades de las diferentes áreas; sin embargo, se ha identificado que hay unas campañas estructurales (que se deben realizar todos los años en la Agencia), y las campañas mediáticas que son realizadas según la coyuntura del momento.

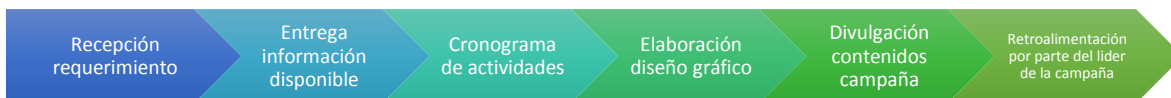
Las comunicaciones se refieren a informar eventos o información específica puntual.

A continuación se muestra el cronograma respectivo:



Actualmente se están realizando las siguientes campañas:

Se realizaron varias campañas y para su ejecución, a partir de Julio de 2017 se realizó un cronograma de actividades donde se le indica al líder de la campaña según sus necesidades, el canal por el cual se realiza cada la divulgación de la información, las fechas de comunicación, así como los tiempos para el diseño, entre otros. Para esto se debió realizar previamente el requerimiento, acordando cual es el alcance y objetivos de la campaña, así como la entrega de los contenidos por parte de los líderes de la misma, para la elaboración de la parte gráfica. Se valida la disponibilidad de espacio en los diferentes canales y se define el canal de comunicación según el tipo de información.



Comunicaciones internas en los 3 días hábiles siguientes a terminar las campañas envía un correo electrónico a los líderes de campaña con el siguiente mensaje:



GRACIAS POR PERMITIRNOS DESARROLLAR TU CAMPANA

En comunicaciones internas ANH apreciamos tu opinión sobre nuestra labor y queremos que respondas 4 preguntas para seguir mejorando nuestro servicio.

[Clic para ir a la encuesta](#)

El cual direcciona a la siguiente encuesta:



1 → · ¿Cómo se siente usted con el trabajo realizado por el grupo de comunicaciones internas, con respecto a la divulgación de su campaña?

A Muy Satisfecho B Satisfecho C Algo Satisfecho
 D Poco Satisfecho

2 → · ¿Considera usted que **los canales** (pantallas digitales, alerta de Snapcomms, protector de pantalla, e-mail, ticker, entre otros) **utilizados para la divulgación** de su campaña fueron los adecuados?

S Sí
 N No

3 → ¿Por qué?

|

4 → · ¿Considera usted que la periodicidad que se empleó para la comunicación de su campaña fue adecuada?

S Sí
 N No

5 → ¿Por qué?

6 → · Califique **el trabajo de conceptualización y diseño** realizado para su campaña, de 1 a 5, siendo 5 la mayor calificación.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7 → · Si tiene sugerencias o comentarios adicionales, por favor consígnelos aquí:

|

Para añadir un párrafo oprime: SHIFT + ENTER

presionar ENTER

En el último trimestre del presente año se diseñó un formato de ingreso de requerimiento para campañas/comunicación con el objetivo de tener más orden en la recepción de solicitudes, contar con toda la información necesaria y pertinente para agilizar el proceso; evitar sobrecarga en los canales de comunicación y así mismo lograr una planeación eficiente de los procesos.

	AGENCIA NACIONAL DE HIDROCARBUROS FORMATO INGRESO REQUERIMIENTO CAMPANA/COMUNICACION COMUNICACIONES INTERNAS	Código
		Día/Mes/Año
		Versión N°
		Pág. 1 de 1

Fecha Solicitud	DD/MM/AA			
Requerimiento				
Periodo para divulgación	Desde	DD/MM/AA	Hasta	DD/MM/AA

Es importante mencionar que para la eficiente elaboración de una campaña es idóneo recibir el requerimiento mínimo 10 días antes del inicio del periodo de divulgación. Para la comunicación de un evento que ya tenga diseño gráfico definido el tiempo es de 3 días.

Área que realiza la solicitud	
Tema	

Información	
Del siguiente listado seleccione la información con la que ya cuenta:	
<input type="checkbox"/>	Información general
<input type="checkbox"/>	Contenido gráfico
<input type="checkbox"/>	Resoluciones, Memorandos, etc.
<input type="checkbox"/>	Otro. <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="text"/>

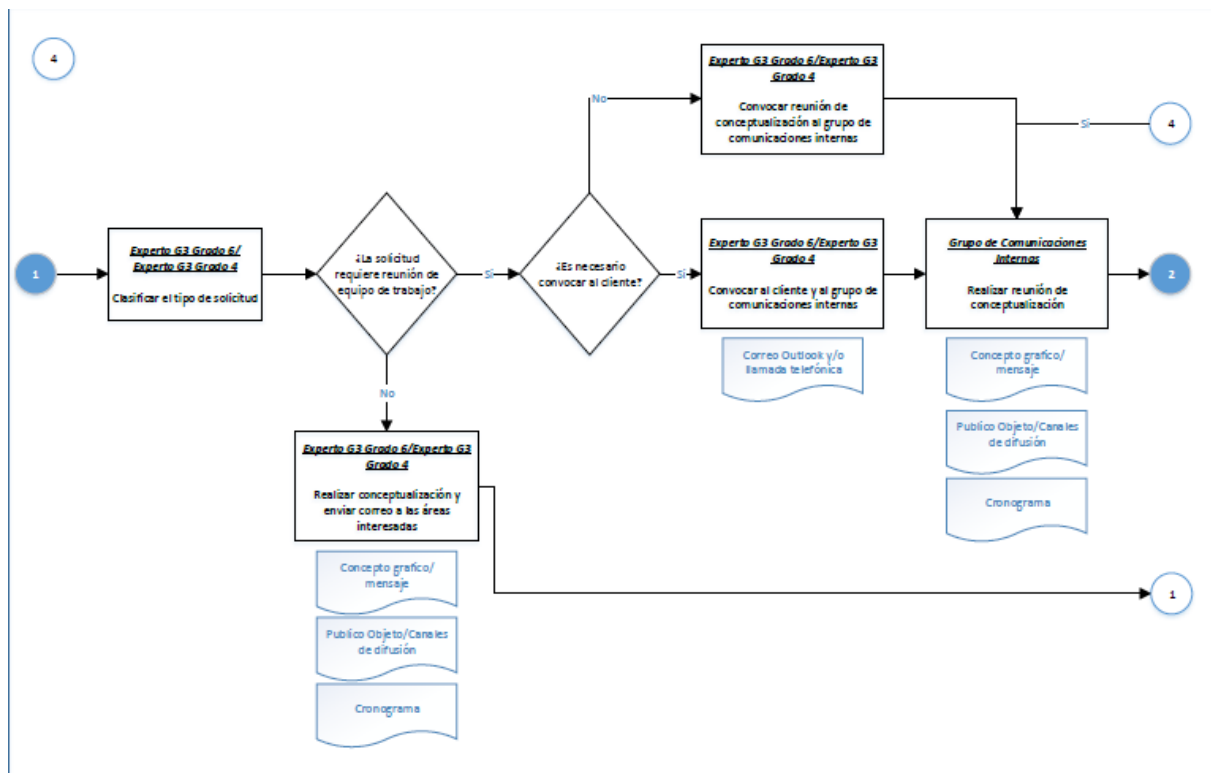
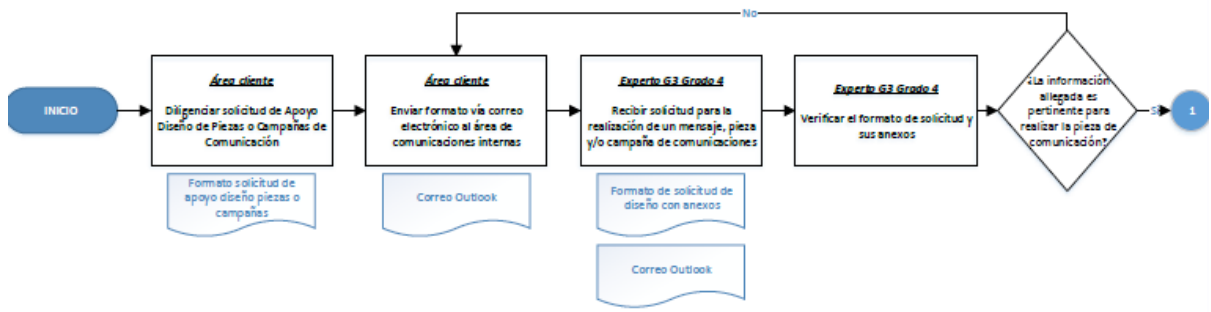
Por favor proveer toda la información disponible para la óptima elaboración de la campaña / comunicación.

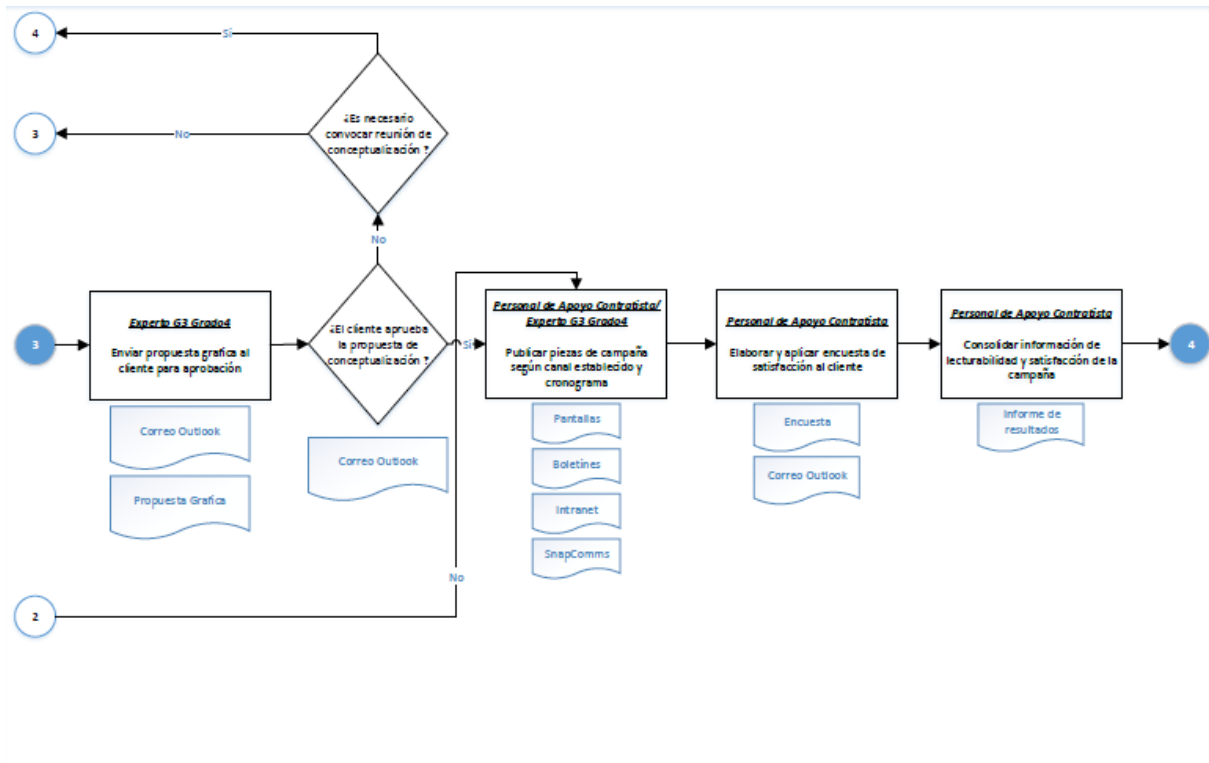
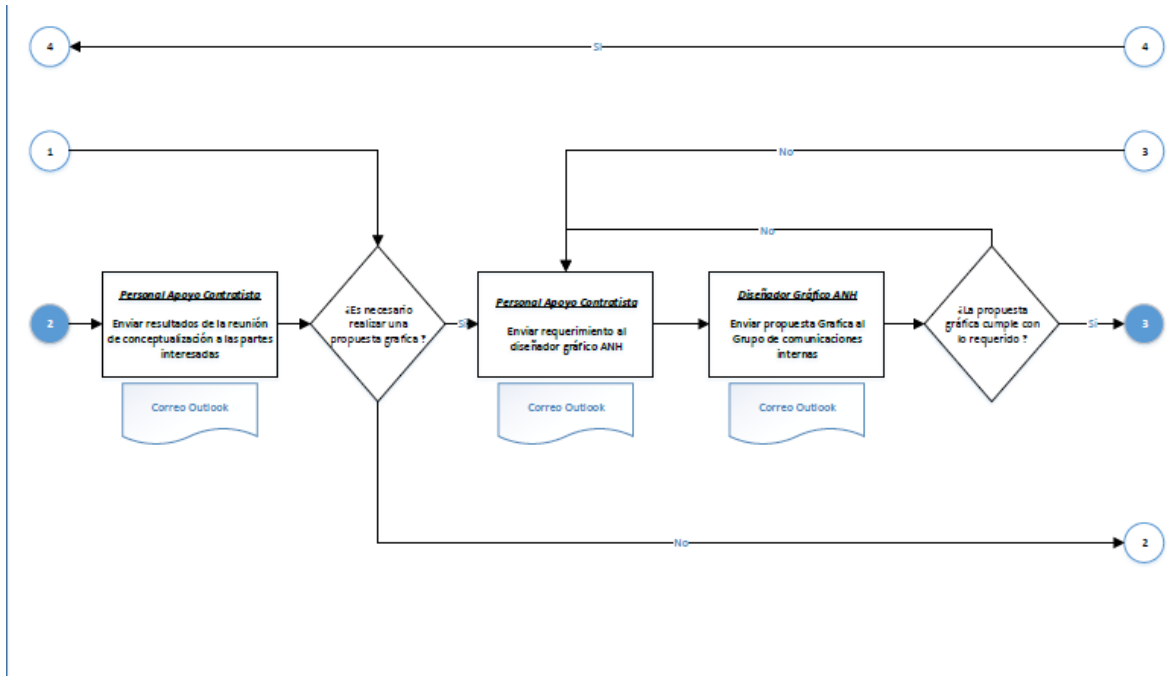
Fecha envío documentos	DD/MM/AA
Los documentos deben ser enviados al correo electrónico comunicacionesinternas@anh.gov.co .	
Se notificará a la persona responsable que su solicitud fue recepcionada.	

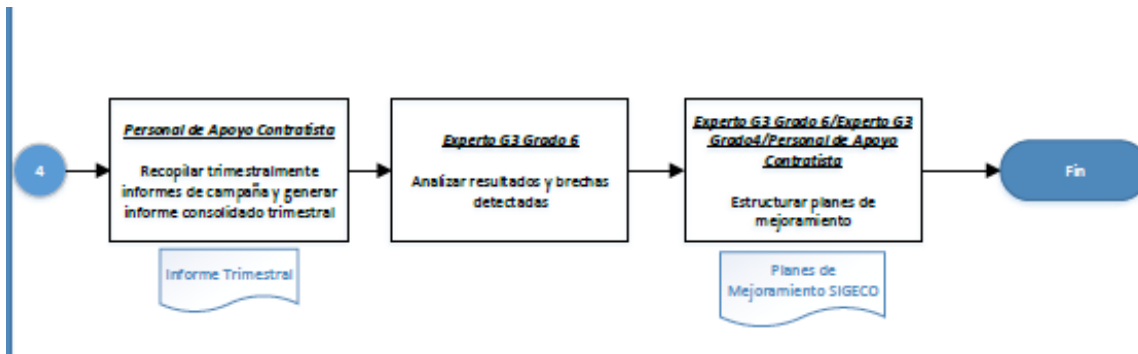
Representante área que hace la solicitud	
Firma	<input type="text"/>
Nombre	<input type="text"/>
Correo	<input type="text"/>

Este formulario fue presentado a Planeación e incluido en SIGECO. El formulario esta contenido dentro del “Procedimiento de estructuración y divulgación de campañas y comunicaciones internas”, disponible actualmente en SIGECO y construido con el apoyo de Planeación.

A continuación se muestra el flujograma del procedimiento mencionado:





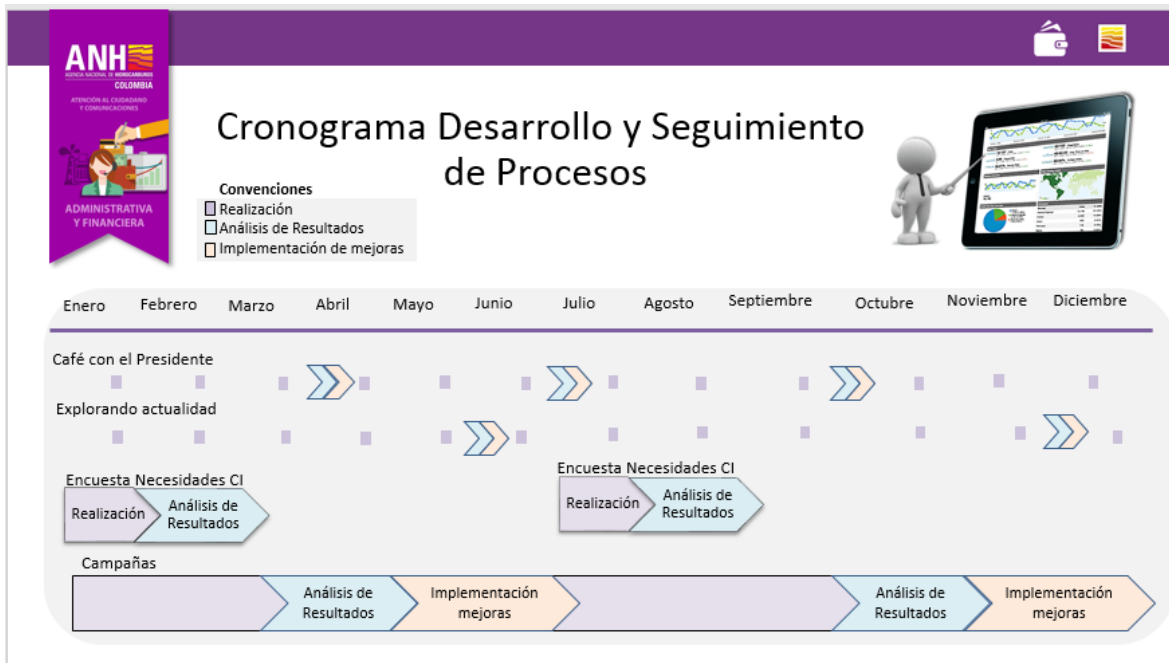


Como se ha mencionado con anterioridad, las campañas realizadas son lideradas por las diferentes áreas y dependencias. Sin embargo, dentro de las campañas estructurales se busca mediante actividades internas fortalecer el sentido de pertenencia, conocimiento de los temas que trata la ANH y buen clima laboral entre los servidores y colaboradores de la Agencia; por esta razón adicional al apoyo de las campañas de comunicación se realizó:

- Organización y coordinación del evento de Rendición de Cuentas Internas 2017. Así como la presentación de **Análisis de Resultados de la Rendición de Cuentas Internas 2017**. La consolidación del análisis de datos se realizó en una presentación en power point la cual se divulgó a través del correo de comunicacionesinternas@anh.gov.co a los relacionados con la organización del evento. (Correo enviado el 17 Agosto de 2017).
- Organización y coordinación del evento de Rendición de Cuentas Externas 2017. Así como la presentación del **consolidado de la evidencia de la preparación, divulgación y desarrollo de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas Externas 2017**, así como el análisis de Resultados de las Encuestas de Satisfacción de la Audiencia. La consolidación del análisis de datos se realizó en una presentación en power point la cual se publicó en la página web de la ANH dentro de la semana siguiente al evento. El consolidado mencionado fue enviado a Control Interno vía correo electrónico. (Correo enviado el 20 Diciembre de 2017).

Cronograma Desarrollo y Seguimiento Procesos

A continuación se muestra el cronograma de desarrollo y seguimiento a procesos, donde se indica la periodicidad de realización (para el caso de las campañas es a lo largo del año según demanda), el análisis de resultados para cada proceso y su correspondiente implementación de mejoras.

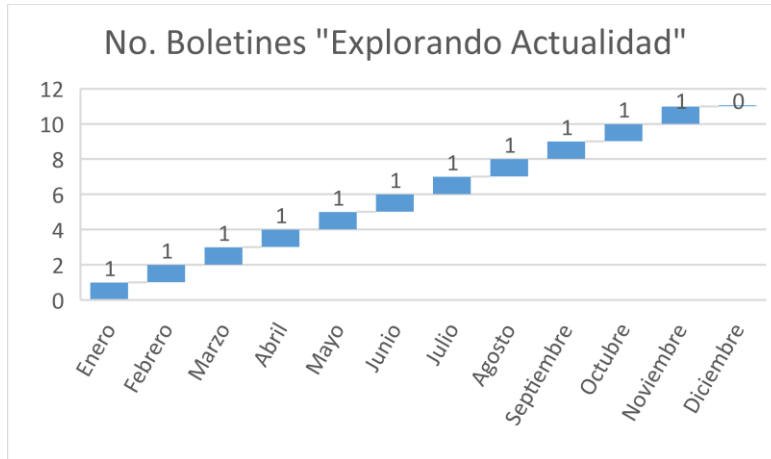


Estadísticas

El area de comunicaciones internas de la ANH se ha ido transformando y a buscado la medición cualitativa como cuantitativa de sus procesos, este año se ha realizado un esfuerzo por tener mayor asertividad al medir procesos y entregables; a continuación se muestran los resultados para el presente año:

- **Boletín interno "Explorando Actualidad"**

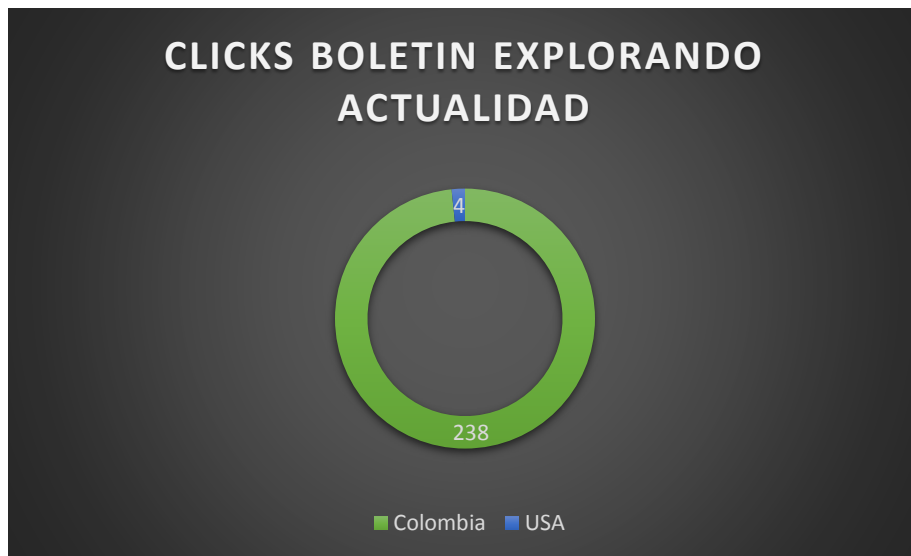
Boletines realizados



**El boletín de Diciembre está próximo a salir a final del presente mes.*

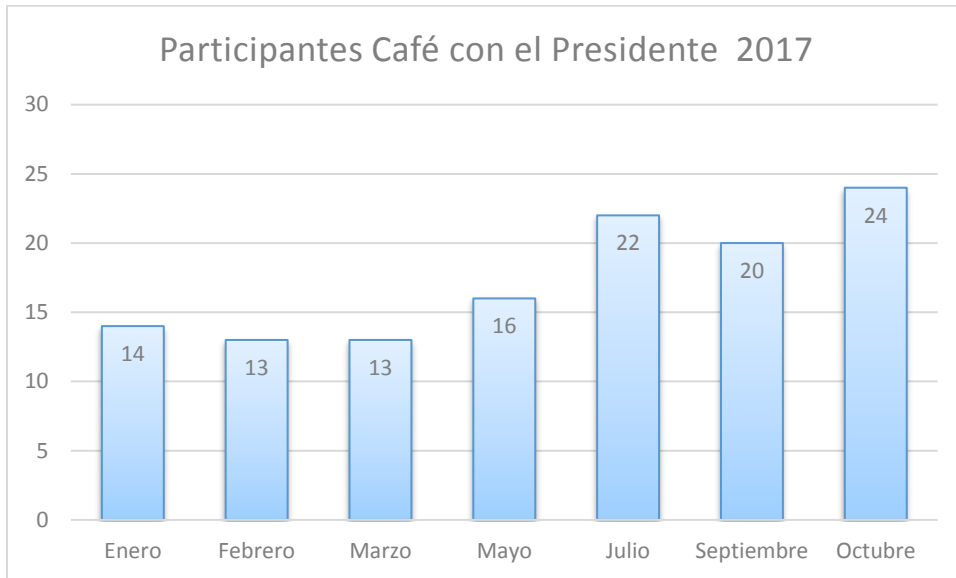
Clicks en el boletín para su apertura

La medición del boletín mediante clicks se comenzó a realizar a partir de Agosto de 2017. A continuación se muestra el promedio mensual de clicks al boletín "Explorando Actualidad"



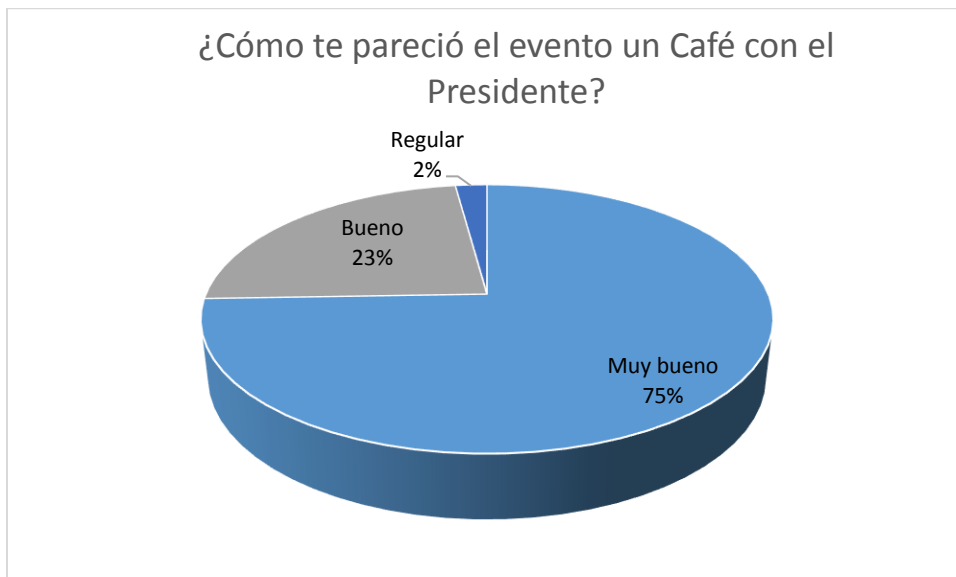
- **Café con el Presidente**

122 colaboradores de la entidad participaron en un “Café con el Presidente”, a continuación se presenta la asistencia desagregada por mes:



Los meses en los cuales no se realizó la actividad se debio a la disponibilidad de la agenda del Presidente de la ANH.

La mayoría de los asistentes del Café con el Presidente consideraron buena o muy buena la actividad.



- Encuesta Necesidades Comunicaciones Internas



Encuesta Comunicaciones Internas






Total encuestados: 432

Encuestas diligenciadas: 126


30% diligenció la encuesta

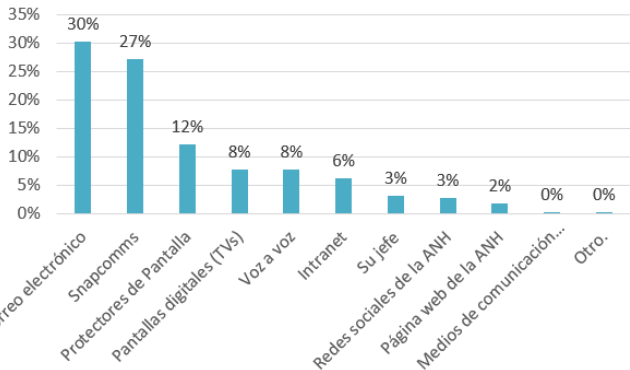
Fecha realización de la encuesta: Julio 2017

1




¿Cómo se entera usted principalmente de los eventos e información interna de la ANH?



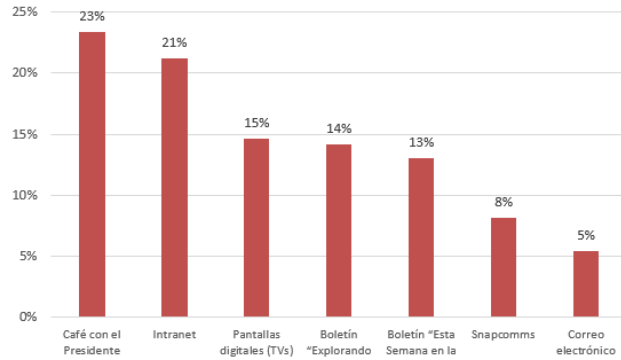


Medio de Comunicación	Porcentaje
Correo electrónico	30%
Snapcomms	27%
Protectores de Pantalla	12%
Pantallas digitales (TVs)	8%
Voz a voz	8%
Intranet	6%
Sujefe	3%
Redes sociales de la ANH	3%
Página web de la ANH	2%
Medios de comunicación...	0%
Otro.	0%

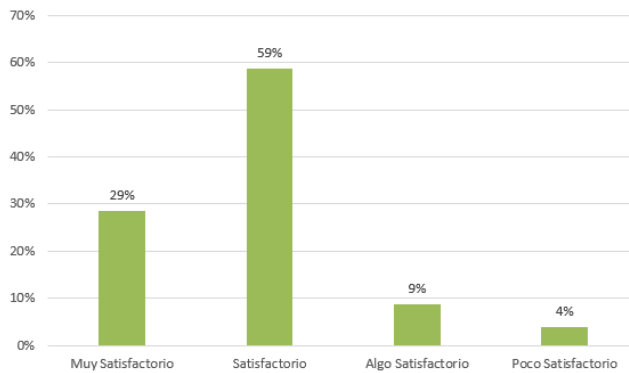


2

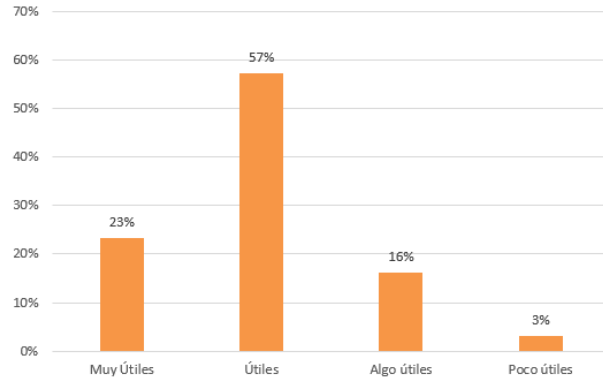
Medios de comunicación interna con los cuales NO está familiarizado o no conoce:



Cuál es el nivel de satisfacción con respecto a la difusión de la información de las comunicaciones internas



¿Cuál es su opinión sobre los contenidos que se presentan en los medios de comunicación internos?



5

Los colaboradores de la ANH sugieren que se incluya los siguientes **contenidos** en las comunicaciones internas

- Logros de la entidad
- Noticias de la industria
- Procesos internos de las diferentes áreas
- Conocimientos técnicos básicos de la industria hidrocarburífera
- Crecimiento laboral, académico y social
- Temas motivacionales, autoestima y finanzas personales
- Contenidos que incluyan a más a los usuarios



6

Otras de las sugerencias e ideas recibidas son:

- Uso del screen-saver
- Directorio ext. telefónicas como archivo descargable
- Socializar el uso de plantillas institucionales de ppt
- Socializar la consulta de Snapcomms posterior a la publicación
- Revisión del funcionamiento de Snapcomms en los computadores
- Animación de SILVIAA (Asesor Virtual de la Agencia Nacional de Hidrocarburos)
- Revisión del funcionamiento de Snapcomms en los computadores
- Repositorio institucional con las circulares, resoluciones e informaciones enviadas a través de los diferentes canales
- Se generan molestias por interrupción de labores por comunicaciones
- Menor tiempo requerido para realizar una publicación
- Mejoras en imagen

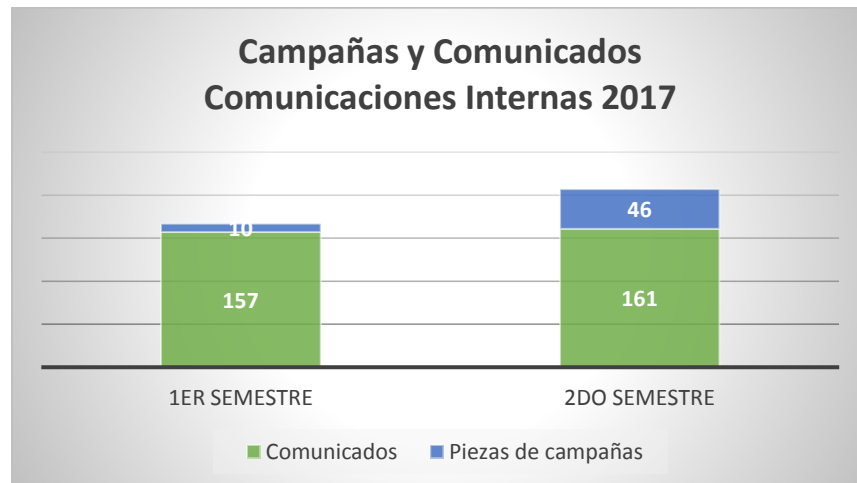


- **Campañas y comunicados**

Las campañas y comunicados se publican a través de correo electrónico, Snapcomms (alertas, salvapantallas, encuestas, ticker), pantallas digitales, y demás medios ya mencionados.

El grueso de las mismas es divulgado por correo electrónico y alertas de Snapcomms.

Las siguientes cifras muestran la cantidad de piezas de campaña y comunicados enviados por el correo electrónico comunicacionesinternas@anh.gov.co.



Estos números excluyen cumpleaños.

De las campañas realizadas a través de la alerta de Snapcomms, se presenta una muestra de tres campañas por semestre.

Primer Semestre 2017 - Alertas

Buenas noticias ANH: Febrero 14



Ponte tus Tennis - Caminata: Febrero 25



Descarga los documentos PPT de la inducción 2017



Segundo Semestre 2017 - Alertas

! BIENVENIDO ! Arnoldo Morales es el nuevo Vice de Operaciones de la ANH. Mira su curriculum aquí.



8 AM. Celebremos el Día del Padre. Esta es una invitación especial.



EL MIÉRCOLES ES EL ÚLTIMO DÍA de MUESTRAS DE LABORATORIO EN SANGRE. Examen médico ocupacional 2017 . Es necesario estar en ayunas. Más info aquí.



- **Encuesta de satisfacción líderes de campaña**

20/12/2017

Informe general - Encuesta Líderes Campaña

· ¿Cómo se siente usted con el trabajo realizado por el grupo de comunicaciones internas, con respecto a la divulgación de su campaña?

8 de 8 personas han respondido esta pregunta



· ¿Considera usted que los canales (pantallas digitales, alerta de Snapcomms, protector de pantalla, e-mail, ticker, entre otros) utilizados para la divulgación de su campaña fueron los adecuados?

8 de 8 personas han respondido esta pregunta



· ¿Considera usted que la periodicidad que se empleó para la comunicación de su campaña fue adecuada?

8 de 8 personas han respondido esta pregunta



· Califique el trabajo de conceptualización y diseño realizado para su campaña, de 1 a 5, siendo 5 la mayor calificación.

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

Media: 3.88

