



Nuestros servicios de

Comunicación Interna

Versión marzo 2011

somos

Una consultora especializada en comunicación corporativa y formación profesional que tiene su sede en Buenos Aires y trabaja con organizaciones de toda América Latina.

Nuestros servicios:

Comunicación Interna	
Capacitación	
Coaching	
Branding	
Community Manager	

avales

Trabajamos para más de 250 organizaciones grandes, medianas y pequeñas de toda América Latina.



equipo

Nuestra agencia está
liderada por
Alejandro Formanchuk y
Daniel Daza Prado.



Alejandro es Lic. en Comunicación Social con Diploma de Honor por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y especialista en Comunicación Organizacional. Es Presidente de la Asociación Argentina de Comunicación Interna. Empezó su carrera en empresas multinacionales, luego trabajó en editoriales y agencias de comunicación. En 2005 fundó Formanchuk & Asociados. Es speaker internacional. Brindó capacitaciones y seminarios en Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Es docente en la Universidad de Buenos Aires Instructor de "Vistage", empresa internacional que provee desarrollo a la alta gerencia. Es autor del libro "Comunicación interna 2.0: un desafío cultural", coautor de "Recursos Humanos en la Argentina", autor del blog de comunicación "Todo Significa" y dramaturgo.



Daniel es Lic. en Ciencias de la Educación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Especialista de posgrado en Didáctica y en Dirección Estratégica de Recursos Humanos, ambos por la UBA. Durante más de 15 años trabajó en áreas de RRHH y Capacitación en importantes organizaciones, como Mastellone, Siemens, Indra, Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y el Gobierno de la Ciudad de Bs. As. También se desempeñó como consultor de RRHH y Capacitación para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Unión Europea. En 2007 se sumó a Formanchuk & Asociados en la Gerencia de Proyectos de Capacitación y Comunicación. Es speaker internacional. Brindó seminarios y conferencias en Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Colombia, Venezuela, Guatemala y México.

más



Mirá nuestro sitio web:

www.formanchuk.com.ar

Mirá qué dicen acerca de nuestro trabajo:

<http://www.formanchuk.com.ar/dicennuestrosclientes.php>

Mirá qué escribimos en nuestro blog:

www.formanchuk.com.ar/todosignifica

Mirá nuestros videos (conferencias, entrevistas, etc.)

www.youtube.com/formanchuk

Mirá nuestro programa de televisión:

www.conversaciones.tv

Mirá qué twitteamos:

[@formanchuk](https://twitter.com/formanchuk) [@danieldazaprado](https://twitter.com/danieldazaprado)

Mirá nuestras conversaciones en Facebook

[Todo Significa](https://www.facebook.com/TODOsignifica)

servicios de comunicación interna



Le presentamos a continuación un resumen muy ágil de nuestros servicios de comunicación interna.

Si usted desea más información, avísenos y con todo gusto le enviaremos material complementario con descripciones de tareas, acciones, cronogramas tentativos, casos de éxito, ejemplos y más.

¡Esperamos poder trabajar muy pronto junto a usted y su organización!

índice servicios de comunicación interna



1. Formación o fortalecimiento del área de Comunicación Interna
2. Política y Manual de Comunicación Interna
3. Talleres de sensibilización de líderes
4. Capacitación
5. Asesoramiento a los encargados de CI
6. Diagnósticos
7. Planes de Comunicación Interna
8. Desarrollo y formación de la red de referentes o corresponsales
9. Desarrollo de medios y campañas de comunicación interna
10. Medición de la efectividad de la comunicación

1.

Formación o fortalecimiento del área de Comunicación Interna

Este servicio está destinado a aquellas empresas que desean formar o fortalecer el área de comunicaciones internas.

Nuestro trabajo incluye:

- Definir los objetivos, tareas y responsabilidades del área de comunicación interna.
- Diseñar el perfil profesional requerido para ocupar el puesto
- Conformar y organizar el equipo de trabajo
- Analizar la ubicación ideal del área dentro del organigrama actual de la empresa
- Estimar los presupuestos requeridos por el área para su funcionamiento
- Elaborar los indicadores de medición para el área
- Comunicar a toda empresa la creación del área e indicarles qué pueden esperar de ella.

2.

Política y Manual de Comunicación Interna

Este servicio está destinado a fortalecer el área de comunicación interna mediante la creación de un manual de estilo y la descripción de su política.

Nuestro trabajo incluye:

- **Definir de los objetivos, políticas y servicios que el área de comunicación interna va a brindar a la compañía.**
- **Establecer y comunicar los propósitos, Alineación estratégica, Perfil de contenidos, Alineación con la marca, Estrategia de comunicación, Servicio interno y Marco de referencia.**
- **Elaborar y diseñar el manual de estilo de comunicación interna, con el detalle de normas de escritura, comunicación visual y de uso de herramientas internas. El objetivo es que este manual funcione como guía de trabajo y de consulta.**

3.

Talleres de sensibilización de líderes

Los líderes son responsables, en el buen sentido de la palabra, de la calidad de la comunicación en una empresa y es fundamental que estén plenamente concientes de su poder.

Si los líderes generan una buena comunicación eso ayuda muchísimo a mejorar y facilitar la gestión de los responsables del área de CI. Es fundamental tener a los líderes de aliados.

Por eso, diseñamos un taller para que todas las personas con gente a cargo:

- Sepan cómo influye su comunicación interpersonal en el desempeño laboral y la organización
- Sean concientes de que ellos “hacen comunicación interna” todo el tiempo
- Comprendan los diferentes modos de comunicar
- Puedan medir y analizar su efectividad comunicativa
- Obtengan claves para mejorar su comunicación
- Puedan diseñar e implementar un plan de comunicaciones con su equipo

4.

Capacitación

Brindamos capacitación in-company en más de 15 temas referidos a las habilidades de gestión y relaciones humanas, entre ellos:

- Comunicación interpersonal
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Motivación
- Negociación
- Administración del tiempo
- Gestión de conflictos y más.



Solicítenos nuestra presentación de servicios de capacitación y de cursos.

5.

Asesoramiento a los encargados de Comunicación Interna

Este servicio tiene como objetivo brindarle un asesoramiento personal a los responsables de comunicación interna en los temas que ellos necesiten y prefieran.

La propuesta es abrir un espacio de diálogo para que podamos hacer un “ping-pong” de ideas, compartir experiencias, pensar juntos y arribar a mejores decisiones.

6.

Diagnósticos

El objetivo del diagnóstico es orientar la acción. Se pueden desarrollar con dos metodologías separadas o complementarias: Análisis Cuantitativo (encuestas) y Análisis Cualitativo (focus, entrevistas, observación.)

A continuación presentamos brevemente cada diagnóstico. Si desea más información, escríbanos y le enviaremos ejemplos, casos y metodología de trabajo.

Realizamos 4 tipos de diagnósticos:

6.1. Diagnóstico de Clima

6.2. Diagnóstico de comunicación interna

6.3. Diagnóstico de efectividad comunicacional de los líderes

6.4. Diagnóstico de satisfacción con el área de comunicación interna

6.1

Diagnóstico de Clima

6.1. Diagnóstico de Clima

El “Clima Organizacional” influye en el comportamiento de las personas y es una variable que está íntimamente ligada con la motivación, el sentido de pertenencia y los resultados superiores en el trabajo.

Nuestro diagnóstico de clima permite:

- Conocer los puntos fuertes y las oportunidades de mejora de su organización para poder elaborar un plan de acción acorde a la realidad.
- Disponer de información valiosa para mejorar el clima, el sentido de pertenencia, la productividad y la retención de su personal clave.
- Contar con una herramienta objetiva que permita año a año comparar la evolución de los distintos indicadores y conocer la efectividad de los planes desarrollados por su organización.

6.1

Diagnóstico de Clima

Áreas tentativas a diagnosticar:

Comunicación y Liderazgo

Trabajo en Equipo

Reconocimiento

Relación con la organización

Ambiente de trabajo

Beneficios

Remuneraciones

Capacitación y desarrollo

Sentido de pertenencia

6.2

Diagnóstico de Comunicación Interna

6.2. Diagnóstico de Comunicación Interna

Este diagnóstico nos permite:

- Evaluar el grado de efectividad de los canales, medios, herramientas, emisores, contenidos y trayectorias de comunicación que utiliza la organización.
- Conocer el nivel de credibilidad, coherencia y sinergia de los mensajes.
- Medir la recordación, pregnancia y valoración de los mensajes que se envían.
- Identificar las fortalezas y problemas de comunicación.
- Medir la percepción de las acciones de comunicación interna existentes.

6.2

Diagnóstico de Comunicación Interna

Áreas tentativas a diagnosticar:

- La comunicación interna en general
- La comunicación con directivos, jefes directos y compañeros de trabajo
- Los medios de comunicación
- Las acciones de comunicación (reuniones, eventos, actividades)
- Campañas específicas de comunicación
- El contenido y estilo de las comunicaciones
- La comunicación que brindan los diversos emisores
- La trayectorias y circulación de la información
- La utilidad, interés y pertinencia de la comunicación que se recibe
- La confiabilidad, coherencia e intencionalidad de los mensajes

6.2

Diagnóstico de Comunicación Interna

Cada uno de estos ítems puede trabajarse con diferentes grados de profundidad, según sea el caso. Por ejemplo, al momento de analizar los medios, puede segmentarse en análisis para conocer la opinión de la gente acerca de su:

Contenido

Diseño

Frecuencia

Utilidad

Atractivo

Confianza, coherencia, sinergia

Beneficios percibidos

Expectativas

6.3

Diagnóstico de la efectividad comunicacional de los líderes

6.3. Diagnóstico de efectividad comunicacional de los líderes

Esta encuesta permite evaluar las competencias de liderazgo y comunicación de todas las personas que tienen gente a su cargo (mandos medios y superiores) en la organización.

La metodología es la siguiente:

A cada persona con gente a cargo se le envía una encuesta en la que se le pide que se autoevalúe en una serie de ítems. A su vez, a la gente a cargo de cada líder se le envía otra encuesta en la que se pide que evalúen a su jefe directo.

Por ejemplo, en la encuesta que deben completar los líderes se les puede solicitar que se otorguen a sí mismos un puntaje en este ítem: *“Considero que le brindo a mi equipo la información necesaria para realizar correctamente su tarea”*.

Mientras que al personal se le pide que evalúen a su jefe directo bajo esta consigna: *“Considero que mi jefe directo me brinda la información necesaria para realizar correctamente mi tarea”*.

6.3

Diagnóstico de la efectividad comunicacional de los líderes

Cada ítem de la encuesta que se le envía a los líderes (autoevaluación) tiene su correlato directo en la encuesta que se le envía a los colaboradores (evaluación). De este modo es posible comparar ambas encuestas.

Este diagnóstico nos permite:

- Medir el nivel de efectividad comunicativa que tienen los mandos medios y líderes con sus equipos.
- Identificar objetivamente a los líderes exitosos y también a los que necesitan mejorar su efectividad.
- Ayudar a los líderes a entender cómo son percibidos por el equipo (feedback) y de este modo poder realizar las acciones necesarias para mejorar aún más.
- Definir y elaborar Planes de Capacitación y Desarrollo en base a los resultados individuales.

6.4

Diagnóstico de satisfacción con el área de comunicaciones internas

6.4. Diagnóstico de satisfacción con el área de comunicaciones internas

Este diagnóstico se realiza a través de una encuesta a personal clave para conocer su grado de satisfacción con los servicios que brinda el área de Comunicación Interna.

El objetivo es conocer la opinión con respecto al trabajo del área para poder mejorar el servicio e incluye el relevamiento de ítems centrales como percepción del valor aportado, capacidad de respuesta, gestión, calidad de los medios, entre otros.

7.

Planes de Comunicación Interna

Nuestros Planes de Comunicación Interna permiten integrar todas las acciones de comunicación de la empresa dentro de una estrategia global para potenciar su efectividad y coherencia.

Todos los Planes los presentamos con un formato exclusivo de **Matriz Operativa de Acciones (MOA)** donde establecemos:

- Para qué:** Los objetivos a alcanzar por el Plan
- A quién:** Los públicos a los que hay que llegar
- Qué:** Los contenidos clave a comunicar
- Cuándo:** El cronograma, la oportunidad, la periodicidad
- Con qué:** Las herramientas a utilizar
- Cómo:** La estrategia, emisores responsables, tono de comunicación, y trayectorias de la comunicación (ascendentes, descendentes y horizontales)

7.

Planes de Comunicación Interna

Nuestros planes pueden ser coordinados internamente por la empresa y son aplicables en cualquier momento del año calendario.

Desarrollamos 4 tipos de planes:

7.1. Plan Estratégico de Comunicación Interna

7.2. Plan Específico por Área

7.3. Plan para campañas o acciones puntuales

7.4. Plan de Crisis

7.1

Planes Estratégico de Comunicación Interna

7.1. Plan Estratégico de Comunicación Interna (PECI)

Este Plan tiene como objetivo encauzar en una matriz operativa todas las acciones de comunicación que la organización debe realizar durante el año.

Es un gran plano de trabajo para tener siempre visible las acciones y los objetivos.

Para realizarlo, determinamos los ejes estratégicos de la compañía, los objetivos y necesidades de los sectores, y los recursos con los que cuentan.

Es el Plan de trabajo fundamental y responde a los objetivos más altos y estratégicos de la organización.

7.2

Plan Específico por Área

7.2. Plan Específico por Áreas (PEA)

Diseñamos Planes específicos para diferentes áreas, sectores o sucursales de la organización.

Estos planes otorgan dinamismo y velocidad de acción, y se ajustan con detalle a las realidades particulares que vive la empresa.

Por ejemplo, diseñamos planes específicos para los sectores de IT, Ventas, Seguridad e Higiene, etc.

7.3

Plan para campañas o acciones puntuales

7.3. Plan para campañas o acciones puntuales

Diseñamos también planes para llevar adelante campañas específicas.

Por ejemplo para aumentar el sentido de pertenencia, facilitar la incorporación de determinada práctica o acción, lograr la adhesión a una política específica, facilitar un cambio cultural, etc.

7.4

Plan de crisis

7.4. Plan de crisis

Diseñamos planes de comunicación de crisis que contemplan las actividades principales a seguir antes, durante y después de la crisis.

En este sentido, contemplamos cada una de las supuestas crisis en las que puede verse inmersa la organización y planificamos acciones comunicacionales para poder atravesarlas.

8.

Desarrollo de una red de referentes o corresponsales

Este servicio tiene como objetivo desarrollar una red de corresponsales para que colaboren con el área de comunicación interna.

Nuestro servicio incluye estas 4 etapas, que pueden brindarse en forma conjunta o por separado:

1. Definición y selección

- Seleccionar el perfil de colaboradores.
- Comunicar la propuesta y hacer la búsqueda interna
- Definir las tareas y responsabilidades de los corresponsales
- Desarrollar el manual de acción de los corresponsales

2. Comunicación a la empresa

- Organizar encuentros con líderes para explicarles en qué consiste la Red de Corresponsales
- Explicarles cuáles fueron los criterios de selección de las personas que integran la red
- Explicarles la importancia que tiene la red para la organización, con el objetivo de que le permitan a su gente realizar las tareas de corresponsales y no se quejen de que el área de comunicación le “quita” a su gente.

8.

Desarrollo de una red de referentes o corresponsales

3. Capacitación con 4 ejes estratégicos

- **Eje de Conocimiento:** Que comprenda qué es la comunicación interna, cómo se desarrolla y de qué modo aporta valor concreto a la organización.
- **Eje de Motivación:** Mostrarles la importancia del rol de referentes para la gestión de la CI y jerarquizar su tarea.
- **Eje de Objetivos:** Explicarles claramente cuáles son sus objetivos y como se debe traducir en tareas. Qué hacer y por qué hacerlo.
- **Eje Acción:** Brindarles herramientas de comunicación para que los corresponsales puedan desarrollar sus tareas. Ej: Habilidades de comunicaciones, escucha, feedback, Criterios periodísticos, Pautas de escritura y noticiabilidad, Edición y diseño, etc.

4. Monitoreo y Medición

Una vez que la red está en marcha, acompañamos a la empresa y realizamos una medición de resultados del trabajo de los corresponsales, a fin de conocer su grado de efectividad y realizar los ajustes que sean necesarios.

9.

Desarrollo de Medios en Campañas de Comunicación Interna

Desarrollamos medios, contenidos y campañas de comunicación interna en soportes papel, digital y audiovisual

Nuestro trabajo incluye:

- **Revistas internas**
- **Carteleras**
- **Intranets**
- **Comunicación 2.0**
- **Noticieros internos**
- **Campañas de Voluntariado, Medio ambiente, Reciclajes, Visión, Misión y Valores, etc.**
- **Programas de Inducción**
- **Eventos, reuniones, fiestas y actividades**
- **Mensajes del CEO, etc.**



Solicítenos nuestra presentación con ejemplos de campañas y herramientas desarrolladas.

10.

Medición de la efectividad de la comunicación

Medimos la efectividad de las acciones de comunicación desarrolladas.

Nuestro trabajo incluye:

- Definición de objetivos
- Construcción de indicadores
- Elaboración de índices
- Construcción de tableros de comando
- Medición. Que puede estar referida a:
 - Efectividad de los medios: Qué opina el personal acerca de la calidad del medio, contenido, diseño, frecuencia, extensión, ubicación, lenguaje, enfoque, temas, etc.
 - Efectividad de los mensajes:Cuál es la preferencia de lectura, el índice de recordación de los mensajes, el impacto de las campañas, etc.

Muchas gracias por
considerarnos para su proyecto

FORMANCHUK & ASOCIADOS

Colombres 104 - piso 7° - oficina 36

C1177AAD - Buenos Aires – Argentina

Tel.: (54-11) 4862-9677

Mail: info@formanchuk.com.ar

Web: www.formanchuk.com.ar

Blog: www.formanchuk.com.ar/todosignifica

