




COMUNICACIÓN INTERNA Y DESARROLLO

SABECO






CAMBIO RADICAL: la organización debe cambiar




Las organizaciones cambian porque el **MERCADO** cambia

Necesitamos que las personas **APORTEN MÁS**



Cada vez más, es necesario que las personas activen su inteligencia y su disposición a hacer mejor las cosas



En nuestros días, donde tenemos la necesidad de contar con un equipo competente que pueda hacer frente a una situación compleja, el estilo de dirección **“YO QUIERO Y YO ORDENO”** ya no funciona.



CAMBIO RADICAL: las personas han cambiado

Hoy existen, cada vez, menos personas competentes que acepten las órdenes sin más. Éstas prefieren un liderazgo que les motive. Los colaboradores, a todos los niveles, prefieren que se les explique el PORQUÉ de lo que hacen, que se les haga participar en las decisiones, que puedan tener cierta influencia sobre la implantación de las instrucciones, etc.

COMPRENSIÓN: Conocer-comprender una interpretación común sobre la situación de la organización en su entorno y la implicación de todos en la misma

COMPROMISO: Compartir-comprometer sobre unos retos que supongan la superación de las actuales debilidades de desempeño o un mejor camino para alcanzar los resultados

MOVILIZACIÓN: Participar en acciones que materialicen ese mejor desempeño en el ámbito de trabajo de cada uno.



NO SE AMA LO QUE NO SE CONOCE

El amor hacia las organizaciones,
las Empresas... se basa en el conocimiento



NECESITAMOS ORGANIZACIONES MÁS PARTICIPATIVAS


¿POR QUÉ EL MANAGEMENT PARTICIPATIVO?

La información-formación te **ayuda a comprender algunas decisiones** de la Organización y por tanto a asumirlas y respetarlas. Es más fácil si sabes por qué.

La **Visión de la Empresa es visible** por todos. Sabemos la dirección y el camino emprendido y comprendemos las razones, el por qué.



COMPRENDES EL CAMINO




Nuestros equipos, para implicarse, **esperan poder dar su opinión y participar en algunas decisiones**. Al final eso produce que esté más comprometido con los resultados.



**MOTIVACIÓN
COMPROMISO**

Mejora la comunicación y el intercambio. Compartir y aprender a respetar las ideas de los demás favorece las relaciones del equipo y así el compromiso en objetivos comunes.



Hay menos **rotación**, menor **absentismo**, mejores **relaciones laborales... Se trabaja más a gusto**

NECESITAMOS ORGANIZACIONES MÁS PARTICIPATIVAS

¿POR QUÉ EL MANAGEMENT PARTICIPATIVO?

PROGRESO: Los que están más cerca del CLIENTE son los que mejor saben llegar a él

El que mejor conoce su trabajo es quien lo hace: Siempre **será más fácil mejorar** cualquier proceso o servicio o procedimiento si contamos con la opinión del que lo realiza cotidianamente. Cuantas más ideas, más posibilidad de encontrar las ideas ganadoras y conseguir **mejores resultados**.

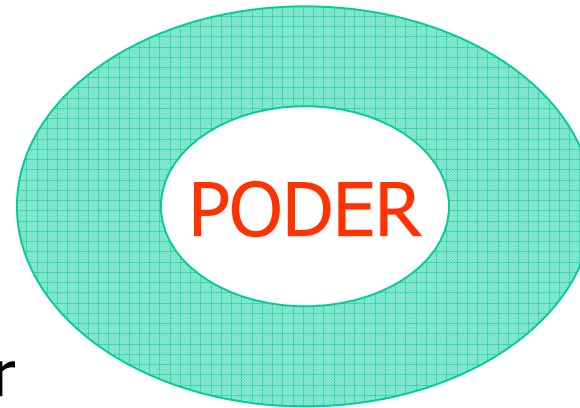
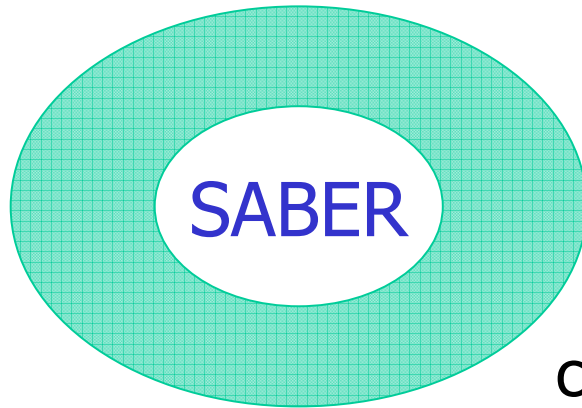
Pone en marcha el **círculo virtuoso del progreso**: Si se me escucha y me siento considerado, sé que puedo dar mi opinión siempre que observe una oportunidad de mejora.

La participación **favorece la responsabilización** en tu ámbito de trabajo, la autonomía... y con ello el Desarrollo de las personas.

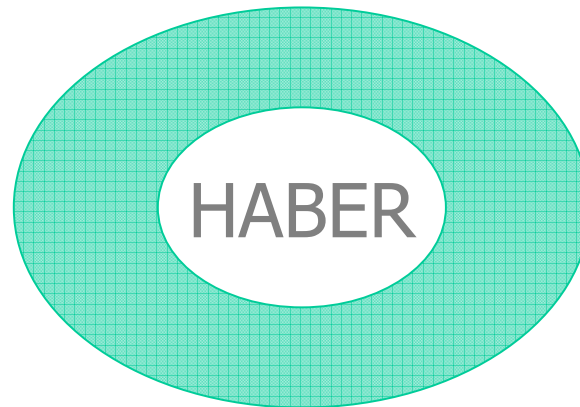
Refuerza la cohesión del grupo y crece el orgullo de pertenencia.

**RESPONSABILIZACIÓN,
DESARROLLO Y COHESIÓN**

... y por CULTURA GRUPO



compartir



Comunicación Interna

LAS CLAVES



- Apoyo de la Dirección/Gerencia
- Canales Personales de Comunicación y Canales Establecidos
- Identificación con la Cultura de la Compañía
- Voluntad para el Cambio
- Transparencia



APOYO DIRECCIÓN

- La dirección o gerencia debe impulsar la comunicación interna.
 - *Información abierta y honesta*
 - *Mentalidad abierta e intercambio de opiniones.*
- Relación entre la comunicación interna y los estilos de dirección.



COMUNICACIÓN INTERPERS.

- La TRASCENDENCIA de la COMUNICACIÓN INTERPERSONAL permanece e incluso se incrementa.
- El sentimiento de RETO COMPARTIDO difícilmente se alcanza por medio de transacciones de información.





IDENTIFICACIÓN CON LA CULTURA

Plena identificación de la comunicación interna con la cultura de la compañía.

- La CI debe reforzar el proyecto empresarial.
- La CI debe tratar de identificar a todos con el proyecto.



TRANSPA- RENCIA

La información es poder PERO la información compartida incrementa la eficacia.

Sólo la transparencia, frente a la manipulación, frente a la ocultación de datos y frente a la distorsión de los hechos, puede hacer eficaz cualquier proceso de comunicación interna



VOLUNTAD PARA EL CAMBIO

***Cultura y cambio van
indiscutiblemente asociados
a la comunicación.***





Pensar de manera GLOBAL Y ESTRATÉGICA

... Un BUEN PLAN



ANÁLISIS CUALITATIVOS






***... O qué se espera y
se necesita***





¿PARA QUÉ SE UTILIZAN?

- 
- Preparar cuestionarios
 - Aproximarse a los problemas
 - Ideas para nuevas herramientas de integración
 - Previsión del éxito de nuevas herramientas
 - Evaluar competitividad respecto a la percepción de nuestras políticas
 - Evaluar la forma de transmitir mensajes
 - Pretest del lanzamiento de un Plan de Comunicación
- 
- 



ESTUDIO DE PERCEPCIONES

***QUIEN ALGO QUIERE SER, ALGO
HA DE COMPRENDER***

Refranero español

Conocer el CLIMA

TÓPICOS

OBJETIVOS



- Ya sé lo que piensan
- ¿Preguntar? Caos
- Es malo, mejor no remover
- Gasto superfluo
- Los resultados no coinciden con la realidad
- Sale más barato preguntar a los conocidos
- Sale más barato observar signos

- Tener **información rigurosa y objetiva de puntos fuertes y aspectos de mejora** en la integración y satisfacción profesional de los colaboradores.
- Ofrecer una imagen rigurosa de LAS PERCEPCIONES que los empleados de la Organización mantienen alrededor de los aspectos más significativos de su situación dentro de la empresa.





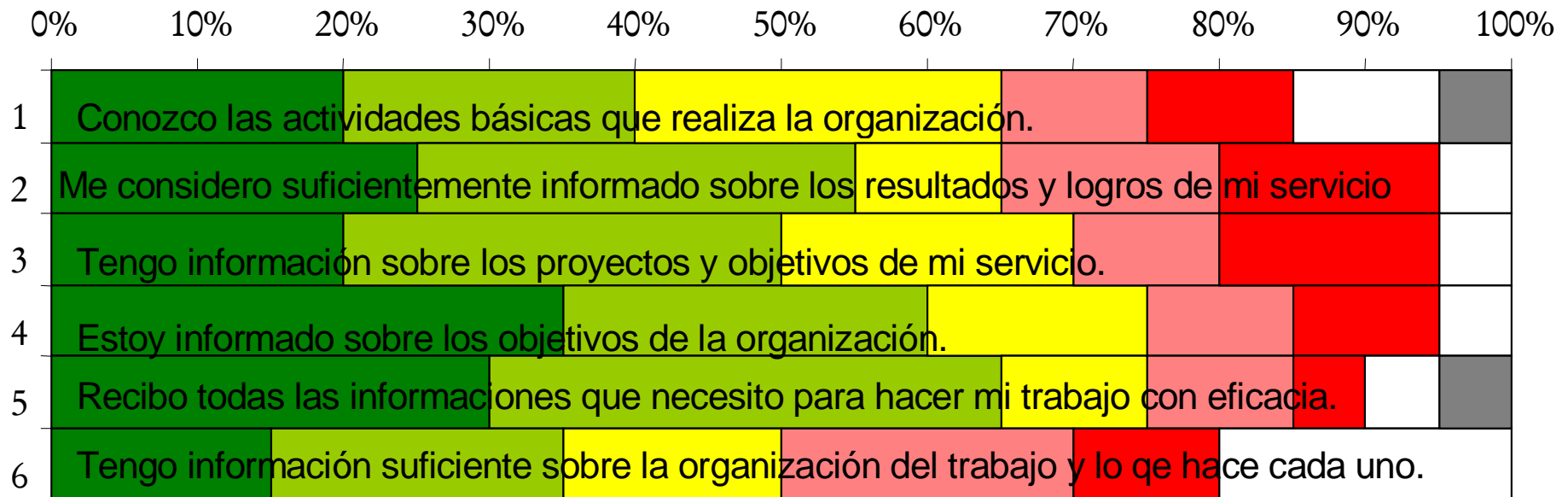
MÉTODO DE TRABAJO

- 1. Estudio Cualitativo**
- 2. Estudio Cuantitativo**
- 3. Diseño Líneas de Acción**
- 4. Información y Puesta en marcha**
- 5. Seguimiento**



ESTUDIO CUANTITATIVO

La información





PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

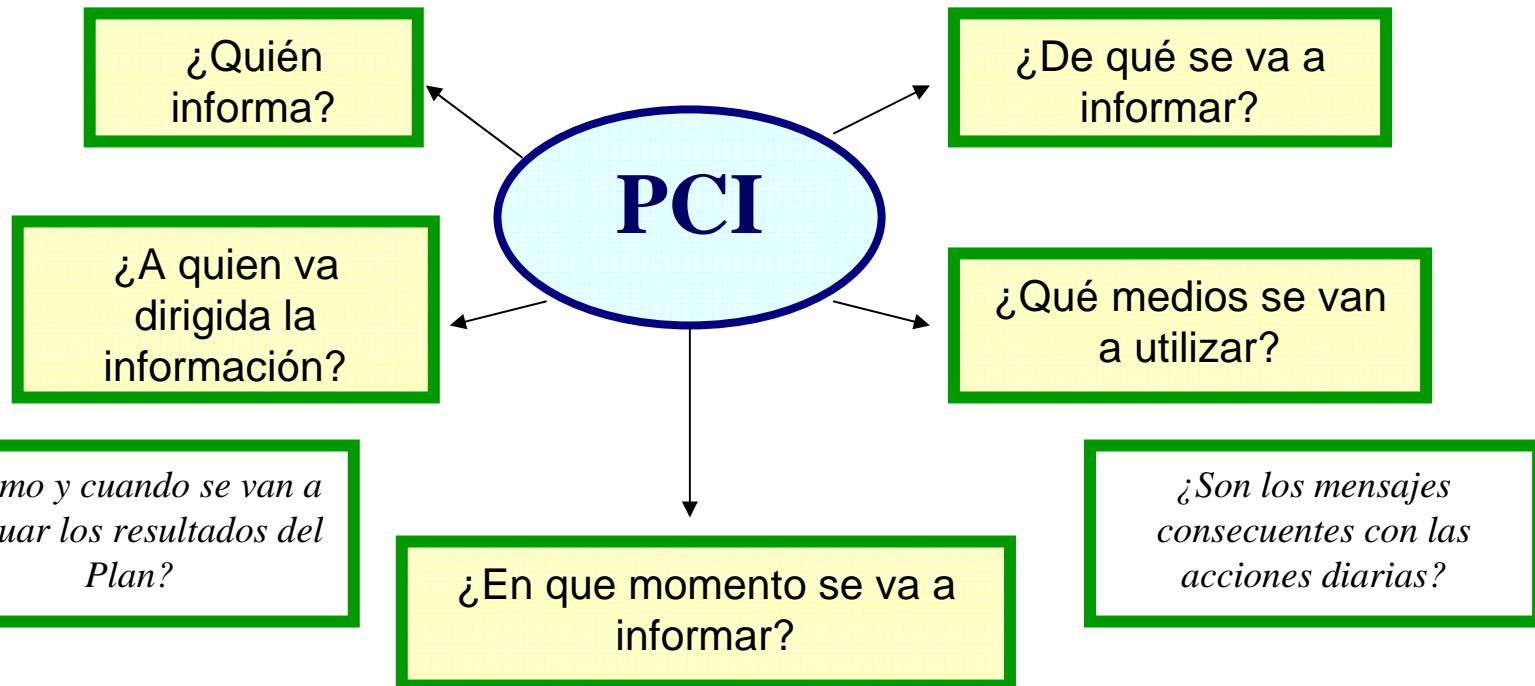
SABECO

PLAN DE COMUNICACIÓN

Ilusionar con el CAMBIO

QUÉ	PARA QUIEN	MEDIO	CUANDO
Tu misión en el CAMBIO Agente del CAMBIO Motivador del EQUIPO	Directores y resto Mandos ¿Jefes de Departamento?	CONVENCIÓN DE MANDOS	Octubre
Información SOPORTE para sus comunicaciones: reuniones de equipo Se trata mantener la motivación en Simply (mantener la ilusión) y en SABECO (alimentar la expectación e ilusión)	Para Mandos	INFO's	3º trimestre
Aperturas, proyectos, declaraciones...	Todos los colaboradores	Sección Fija: Noticias Semanal	Cada semana
Dar la palabra a los actores SIMPLY	Todos los colaboradores	En Página Principal PLANETA para TABLÓN DE ANUNCIOS	Cada semana
Banner TITULAR	Colaboradores con acceso a Planeta	Página Principal PLANETA	Cada 2 semanas
Comunicar el CAMBIO (go)	Todos los colaboradores y sus familias	AGORA	Noviembre

PLANIFICACIÓN E IMPLANTACIÓN



LA REVISTA INTERNA



EFICAZ y RENTABLE

La revista interna es uno de los canales de comunicación **preferidos por las empresas por su EFICACIA** a la hora de transmitir a sus empleados todo tipo de información, desde la estrategia corporativa hasta las actividades de la compañía.

OBJETIVOS

- Crear una **identidad de Grupo** y favorecer la pertenencia.
- **Federar a los equipos** informándoles de la vida de la Empresa (en el mundo, en el país, en su unidad).
- **Valorar las experiencias** de las mujeres y hombres.
- **Dar la palabra a la gente**, con sus testimonios y una información interactiva.
- **Desarrollar la proximidad** con los equipos.
- Reforzar la **Imagen** de la Empresa.
- Luchar contra los **RUMORES**.





INTRANET revitaliza

Home Sabeco - Microsoft Internet Explorer

Arriba Inicio Favoritos Herramientas Ayuda

Acción Buscar Favoritos

Dirección: <http://www.planetasabeco.com.ar/portal/portal.html?portal=233&id=6257218&url=portal&urlname=PORTA>

SABECO SIMPLY MARKET **primero progreso resultado** **ganas tú ganamos todos** **AuchanSuper**

Maria Lamaspa

Inicio Informes Departamentos Participación Secciones Escuela SABECO Últimos Formularios

Top Clientes

Cliente	Pres. Lit
\$COSCULLUE	59,41
COMARCA	48,77
VALERON	37,3
SARAYANOS	24,8
MINDA	17,7

Actualizado al 05 de noviembre de 2008

[Mas datos...](#)

Suscripción Novedades

Recursos Humanos/Selección y Recrutamiento/Equinos SABECO/
Marketing/Producción/Despacho Comercial/RETIRO

Novedades en Planeta

Equinos SABECO **NOV**

SABECO HOY

5 de noviembre de 2008

COMISIÓN PRIMA PROGRESO Y RESULTADO DE CAMARETAS

En la pasada reunión de la Comisión de la PPR, decidieron llevar a cabo dos acciones de mejora: a) Reducir las Perdidas: Tenemos polizas con a se debe conceder los saldos y liquidaciones. Además nuestra venta se realiza casi en un 50% durante el fin de semana, esto nos ocasiona problemas con el stock, luego es difícil de vender... b) Trabajar a los equipos en la multitarea: todos tenemos claro que la multitarea es de nuestro camino, zero a veces...

BRETÓN:

Señalización animaciones comercios
Reducción de stocks

PESCADERÍA COMO BASTIÓN

En pos de una mejor diferenciación con los más de 100 puntos comerciales de la PPR, el 20 de Noviembre, con presencia en el punto, se hizo un estudio. Se seleccionó el punto más adecuado para ubicar el negocio.

Última Hora

- Auchan Super Brasil a finales de 2008 tendremos 20 Supermercados Atak en Lusa. (publicado 2 semanas)
- Puedes encontrar la Normativa de Plan de Viajes al grupo Atak en: Control Gestión/Control Interno/Plan de Viajes/Manual (publicado 14 octubre)
- Puedes encontrar el calendario de

Nuestras Publicaciones

- Noticias Semanal
- Numerales y Noticias Informativas
- Notas de Prensa

Inicio

LA INTRANET PERMITE

- **TRASPARENCIA** en la organización del acceso a la documentación
- Optimización y **COMPARTICIÓN** de los recursos de la empresa.
- Extensible a **variedad tipos de MEDIA**
- Solución a los problemas de la **DISPERSIÓN geográfica**
- **Navegación FÁCIL**
- Reducción de **COSTES**
- **MODULARIDAD** en la implantación
- Marcha en **PARALELO** con la reingeniería de procesos de la empresa
- **TELETRABAJO**
- Interconexión con una **EXTRANET**
- Disminución de costes en la infraestructura de comunicaciones
- Ahorro en el coste de **FORMACIÓN**
- Información bajo **DEMANDA**: sólo cuando ésta se necesita.
- Garantía de que la información es la más reciente y **ACTUALIZADA** posible.
- Seguridad de que la información se mantiene en un **ÚNICO LUGAR.**
- Permite que la información sea **MANTENIDA** por los generadores.

...y todo A MANO

- **LA CALIDAD** de la información no está en sí misma, sino en la **UTILIDAD**:
 - Mantener el grado e exigencia sobre la calidad de la información incorporada: **AUDITORIAS**
- **La INTERACTIVIDAD** abre nuevas posibilidades al **DIÁLOGO**: Ser muy cuidadoso con las experiencias de participación. Evitar la frustración



LA ESCUCHA DE LAS VOCES INTERNAS


*SUGERENCIAS, IDEAS, Y, EN GENERAL,
INSTRUMENTOS PARA FAVORECER LA
ESCUCHA Y LA PARTICIPACIÓN*







DIÁLOGO NATURAL: ¡lo mejor!

SÍ, PERO NO SIEMPRE OCURRE

- 
- Generar “actividad creativa” PERMANENTE

- *Sistema de Sugerencias*
- *Concursos de Ideas*
- *Grupos de Mejora...*

REQUISITOS

- 
- 
- La Dirección tiene CREDIBILIDAD
 - Los VALORES de la Organización son razonablemente coherentes con estas prácticas
 - La LÍNEA JERÁRQUICA no se siente agredida
 - REGLAS DE JUEGO claras y definidas
 - Información: Respuestas ágiles que se difunden
 - Quejas: Nunca causa problemas para el emisor




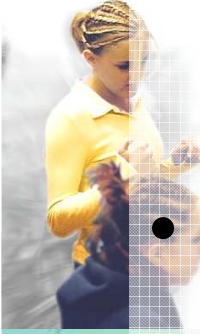

COMUNICACIÓN DE CRISIS

El peor error: PENSAR QUE "ESTO"
NO NOS PUEDE PASAR A NOSOTROS



COMUNICACIÓN DE CRISIS

PÚBLICOS

- 
- Conjunto de herramientas que nos ayuden a establecer estrategias de comunicación **interna** y **externa** en situaciones de crisis.
 - Es necesario la creación de un comité de expertos o gabinete de gestión de la crisis en la empresa.
- 
- 

- Colaboradores-Empleados
- Accionistas
- Clientes
- Proveedores
- Opinión Pública





TABLONES DE ANUNCIOS

...de toda la vida



PROCEDIMIENTO ACOGIDA

Para pasar la primera prueba



VISITAS

Conocernos mejor



VIDEOS Y TELEVISIONES

El complemento ideal de la revista



MEMORIAS

De mera obligación a
acontecimiento



CONVENCIONES, JUNTAS...

Más que una "gran boda"



DESAYUNOS CON...

el director general

el presidente

el director de departamento...

LOS RETOS

- Promover Departamentos de C-CI
- Pensar de manera global y estratégica
- Convertir al profesional en una unidad “transversal”
- Consolidar el valor de los intangibles y dotar de recursos

