

**PLAN DE COMUNICACIONES INTERNO Y EXTERNO DE LA DIRECCIÓN DE  
COMUNICACIONES DE LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE  
BUCARAMANGA S.A. ESP TELEBUCARAMANGA.**

**CHENITH FAHIME REYES VILLABONA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
SECCIONAL BUCARAMANGA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
2015**

PLAN DE COMUNICACIONES INTERNO Y EXTERNO DE LA DIRECCIÓN DE  
COMUNICACIONES DE LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE  
BUCARAMANGA S.A. ESP TELEBUCARAMANGA

CHENITH FAHIME REYES VILLABONA

Trabajo de grado para optar al título de Comunicador Social – Periodista

Trabajo de grado modalidad pasantía

Supervisor:

Mg. Jaime Enrique Pallares

Comunicador Organizacional

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

SECCIONAL BUCARAMANGA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

FLORIDABLANCA - SANTANDER

2015

## **AGRADECIMIENTOS**

Principalmente agradezco a Dios por concederme la oportunidad de llegar a culminar una meta más en mi vida y ser mi guía en cada uno de mis proyectos. A mis padres por brindarme la oportunidad de formarme como profesional y de elegir libremente mi vocación, por ser mis modelos constancia, responsabilidad y dedicación y a mi hermano por acompañarme y apoyarme en cada etapa de mi vida.

También quiero agradecer a la Universidad Pontificia Bolivariana, a todos los docentes con los que he compartido a lo largo de mi carrera y quienes me han ayudado a explotar lo mejor que hay en mí, Al igual que a la Doctora Olga Beatriz Rueda, directora de la Facultad por su apoyo constante y por estar siempre dispuesta a aconsejarme.

Al Profesor Jaime Enrique Pallares, mi asesor de práctica y pasantía, quien me acompañó durante mi última etapa como estudiante, por su paciencia, su tiempo, su respaldo incondicional y sobre todo por ayudarme a forjar mi perfil profesional.

Al Comunicador Social William Rodríguez Mora, Coordinador de Comunicaciones de Telebucaramanga y mi jefe inmediato, por todas y cada una de sus enseñanzas, por creer en mí y darme la oportunidad de trabajar con él.

A todas las persona que nombre anteriormente mil gracias por apoyarme y acompañarme en este proceso de aprendizaje y formación, sin su presencia no hubiese sido lo mismo y me considero afortunada de tenerlos presentes en mi vida. Gracias por todos los consejos y las enseñanzas que no se aprenden en la academia sino que se adquieren con la experiencia y las vivencias. Los llevare siempre en mi corazón.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	9
IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	10
1.1 Nombre de la organización .....	10
1.2 Ubicación .....	10
1.3 Reseña histórica .....	10
1.4 Misión .....	11
1.5 Visión .....	11
1.6 Valores .....	12
1.7 Principios corporativos .....	12
1.8 Competencias .....	13
1.9 Estructura organizacional .....	15
<b>1. OBJETIVOS.....</b>	<b>16</b>
2.1 Objetivo general .....	16
2.2 Objetivos específicos .....	16
<b>2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS .....</b>	<b>17</b>
3.1 Apoyar la elaboración del documento Política de Comunicaciones de Telebucaramanga. ....	17
3.2 Ejecutar el Plan Operativo de Telebucaramanga. ....	17
3.2.1 Mapa de públicos internos.....	17
3.2.2. Administrar información en la intranet corporativa.....	17
3.2.3 Producir el video corporativo el equipo de la semana. ....	18
3.2.4 Elaboración de tarjetas de cumpleaños. ....	18
3.2.5 Elaboración de notas para la intranet. ....	18

3.2.6	Elaboración de Banner para la intranet. ....	19
3.2.7	Actualización semanal de las pantallas informativas. ....	20
3.2.8	Actualización semanal de las carteleras informativas. ....	21
3.2.9	Actualización del record de prensa. ....	21
3.2.10	Apoyar en diseño, aplicación online y seguimiento de encuestas sobre los canales de comunicación internos. ....	21
3.3	Comunicaciones Externas. ....	22
3.3.1	Mapa de públicos externos.....	22
3.3.2	Apoyar correspondencia protocolaria de gerencia. ....	22
3.3.3	Actualizar los contenidos de la página web. ....	22
3.4	RRPP (Eventos) ....	22
3.4.1	Apoyar las ruedas de Prensa .....	23
3.4.2	Cubrimiento y apoyo de eventos comerciales e institucionales. ....	23
3.5	Elaboración de diagnóstico de los medios de comunicación internos. ....	23
3.5.1	Realización de encuesta aplicada a 100 colaboradores. ....	23
3.5.2	Realización de un diagnostico a partir de los resultados de la encuesta. ....	24
3.5.3	Realización de una propuesta de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos. ....	27
3.6	Apoyo a la iniciativa Juntos liderando el Cambio. ....	29
3.6.1	Elaboración de campaña expectativa para evaluación de desempeño. ....	29
3.6.2	Elaboración de cartilla para la evaluación de desempeño. ....	29
3.6.3	Elaboración de e-card con los tips para los jefes sobre cómo hacer la retroalimentación de la evaluación de desempeño. ....	29
3.6.4	Campaña expectativa para la charla de Marca Personal. ....	30
3.6.5	Campaña expectativa del desafío para amor y amistad. ....	30
<b>4.</b>	<b>OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS .....</b>	<b>31</b>
4.1	Elaboración de matriz de responsabilidades oficina de comunicaciones. ..	31

4.2 Elaboración de plantilla e – card de condolencias. ....	31
4.3 Elaboración de plantilla e – card de ascensos o reconocimientos. ....	31
4.4 Elaboración de afiches de condiciones seguras e inseguras al trabajar para los colaboradores administrativos y operativos. ....	32
4.5 Elaboración de campaña “Telebucaramanga ¡piensa en mí!”. ....	32
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>33</b>
<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>35</b>
BIBLIGRAFIA.....	36
ANEXOS .....	42

## TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 - Número de notas publicadas cada mes en la intranet.....	19
Gráfica 2 - ¿Con cuántos canales de comunicación cuenta Telebucaramanga? ..	37
Gráfica 3 - ¿Qué canales conoce? .....	38
Gráfica 4 - ¿Cuál es el que más consulta? ¿Por qué? .....	38
Gráfica 5 - ¿Cuál es el que menos consulta? ¿Por qué? .....	39
Gráfica 6 - ¿Qué temas le gustaría encontrar en estos canales? ¿Por qué? .....	39
Gráfica 7 - ¿Está satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales? .....	40
Gráfica 8 - ¿Qué les modificaría? .....	40
Gráfica 9 - ¿En qué otra forma le gustaría que le llegara la información? ¿Por qué? .....	41
Gráfica 10 - ¿Tiene alguna otra sugerencia?.....	41

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A- Calendario de actividades y tiempos de ejecución.....	42
Anexo B- Política de Comunicaciones de Telebucaramanga .....	45
Anexo C- Mapa de públicos internos. ....	49
Anexo D- Intranet corporativa. ....	50
Anexo E- Tarjetas de cumpleaños. ....	51
Anexo F- Banner para la intranet. ....	52
Anexo G- Pantallas informativas. ....	53
Anexo H- Carteleras informativas. ....	55
Anexo I- Record de prensa. ....	56
Anexo J- Mapa de públicos externos .....	58
Anexo K- Contenidos de la página web. ....	59
Anexo L- Ruedas de Prensa.....	61
Anexo M- Eventos comerciales e institucionales. ....	62
Anexo N- Encuesta aplicada diagnostico de comunicación.....	64
Anexo Ñ- Campaña expectativa para evaluación de desempeño. ....	65
Anexo O- Cartilla para la evaluación de desempeño. ....	66
Anexo P- E-card con los tips evaluación de desempeño. ....	67
Anexo Q- Campaña expectativa charla de Marca Personal. ....	68
Anexo R- Campaña expectativa desafío amor y amistad. ....	69
Anexo S- Matriz de responsabilidades oficina de comunicaciones. ....	71
Anexo T- Plantilla e – card de condolencias. ....	73
Anexo U- Plantilla e – card de ascensos o reconocimientos. ....	73
Anexo V- Afiches de condiciones seguras e inseguras. ....	74
Anexo W- Campaña “Telebucaramanga ¡piensa en mí!”. ....	77

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** PLAN DE COMUNICACIONES INTERNO Y EXTERNO DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BUCARAMANGA S.A. ESP TELEBUCARAMANGA

**AUTOR(ES):** Chenith Fahime Reyes Villabona.

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** Jaime Enrique Pallares.

### **RESUMEN**

Ante la necesidad de optimizar los recursos con los que cuenta la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A. ESP Telebucaramanga, se realizó un diagnóstico a los canales de comunicación. Este trabajo es el resultado de un análisis de la realidad, dirigido por la Coordinación de Comunicaciones, en un periodo de 6 meses. Durante la investigación se aplicó una encuesta compuesta de nueve preguntas las cuales se realizaron a 100 colaboradores de manera personal y telefónicamente, estos fueron elegidos aleatoriamente haciendo uso de un mapa de públicos internos, el cual se elaboró para poder garantizar una representación significativa de la participación de cada área en el diagnóstico. Con el análisis del mismo se identificó la efectividad u aceptación de cada uno de los nueve canales de comunicación (intranet, pantallas informativas, carteleras, blog, correo electrónico, mensajes emergentes, comité primario, vídeos y memorandos internos). Con los hallazgos se trabajó en acciones de mejora dirigidos a la intranet, las pantallas informativas y el blog.

### **PALABRAS CLAVES:**

Diagnóstico, comunicación, canales, intranet, públicos.

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

**TITLE:** PLAN OF INTERNAL AND EXTERNAL COMMUNICATIONS IN THE DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS OF THE COMPANY OF TELECOMMUNICATIONS TELEBUCARAMANGA S.A. ESP

**AUTHOR(S):** Chenith Fahime Reyes Villabona.

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** Jaime Enrique Pallares.

### ABSTRACT

Given the need to optimize the resources available to the company of telecommunication of Bucaramanga Telebucaramanga, a diagnosis communication channels was performed. This work is the result of an analysis of reality, led by the Coordinator of Communications, over a period of six months. During the investigation a survey consists of nine questions which were performed at 100 employees personally and by telephone was applied, these were randomly selected using a map of internal public, which was developed to ensure a significant representation of participation each area in diagnosis. By analyzing the effectiveness thereof or acceptance of each of the nine channels of communication (intranet, information screens, billboards, blog, email, pop-ups, primary committee, videos and internal memoranda) was identified. With the findings was working on improvement actions targeting the intranet, information screens and blog.

### KEYWORDS:

Diagnosis, communication channels, intranet, public.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

La administración efectiva de la comunicación interna en las organizaciones, ha demostrado que ayuda a mejorar la competitividad y el clima organizacional; es por esta razón que cada día las empresas se hacen más conscientes de la necesidad de tener un departamento de comunicaciones debidamente constituido y posicionado.

Telebucaramanga es una de las empresas que en la actualidad cuentan con una Coordinación de Comunicaciones y ha destinado muchos esfuerzos para construir y darle relevancia a los canales de comunicación interna. La empresa posee actualmente 9 medios de comunicación para su público interno: Intranet, correo electrónico corporativo, boletín informativo, pantallas informativas, carteleras informativas, blog corporativo, videos corporativos, memorandos internos y mensajes emergentes.

De acuerdo a lo anterior, este trabajo tiene como objetivo mostrar las estrategias realizadas y planteadas durante la pasantía para mejorar la efectividad de los canales de comunicación y por ende mantener a todos los colaboradores informados de los acontecimientos que a diario surgen en la empresa, así mismo fomentar la participación de los trabajadores en los medios destinados para la comunicación interna.

## **1. IDENTIFICACION DE LA ORGANIZACIÓN.**

**2.1 Nombre de la organización:** Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A. ESP Telebucaramanga.

**2.2 Ubicación:** Calle 36 No. 14 -71 centro

### **2.3 Reseña histórica:**

Tomando como base la información y los datos que se encuentran disponibles en la página web de la empresa, se muestran los acontecimientos más relevantes de la organización en la siguiente historia:

Telebucaramanga es una compañía que ha contribuido con el mejoramiento y modernización de nuestra región por eso a lo largo de la historia es posible ver cómo ha dado su aporte, es por esto que en 1886 trajo los primeros aparatos telefónicos a Bucaramanga, dos años más tarde en 1886 haciendo uso de una moderna tecnología en aquel entonces, organizó una sociedad con la autorización del Colegio Municipal para operar durante 30 años con un conmutador de 35 líneas, celebrando el primero de noviembre de ese mismo año, la realización de la primera llamada telefónica.

Destacándose por siempre usar la última tecnología, en 1923 instala un conmutador de mayor capacidad, esta actualización da pie para que en 1950 se inicie la venta del servicio de larga distancia.

En 1962, la empresa fue vendida al municipio, liquidándose para el beneficio de los accionistas, fue así como diez años después en 1972, nacieron las Empresas Públicas de Bucaramanga, mediante un acuerdo del

Concejo Municipal, en el cual asumía la administración de la telefonía, el matadero, la plaza de ferias, los mercados públicos, el barrido de las calles y la recolección de basuras (“las escobitas”, nombre que popularmente se le dio a los trabajadores encargados de la limpieza de la ciudad).

Años más tarde, en 1994 la empresa cambió su razón social a Empresas Públicas de Bucaramanga E.S.P., en 1997 el Concejo Municipal ordenó la transformación de la empresa en una sociedad de economía mixta por las acciones que en adelante se llamaría Empresas Públicas de Bucaramanga S.A. E.S.P.

En 1999 el Municipio de Bucaramanga, decide vender el 56% del total de las acciones, las cuales fueron adquiridas por TELECOM, quien se convirtió en el mayor accionista de la empresa.

Finalmente, en el año 2000 la imagen y el nombre de la empresa cambian y se transforma en lo que en la actualidad se conoce como Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A E.S.P- Telebucaramanga<sup>1</sup>.

## **2.4 Misión:**

Maximizar la satisfacción de nuestros clientes y la calidad de su experiencia con nosotros, fundamentado en un servicio de excelencia y sosteniendo los indicadores de rentabilidad.

## **2.5 Visión:**

En 2015, Telebucaramanga será reconocida como la empresa de telecomunicaciones con el mejor servicio al cliente a nivel local.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Telebucaramanga.. Historia. Bucaramanga. [en línea] Disponible en página web <http://www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos>

## 2.6 Valores:

- **Confiabilidad:** Nuestros clientes sentirán que han elegido su mejor aliado, una empresa sólida financieramente y con reconocimiento regional por la calidad de sus productos y el mejoramiento continuo de los mismos.
- **Compromiso:** Entendemos y sentimos como propios los objetivos de la organización y hacemos lo necesario para cumplirlos. Estamos comprometidos con los grupos de interés, la sociedad y con el progreso del país.
- **Abierta al Cambio:** Somos capaces de modificar nuestras propias conductas y procesos cuando surgen nuevos escenarios en la empresa y el entorno.
- **Competitividad:** Seremos fuertes competidores en nuestros mercados, proyectando integralidad e innovación en nuestros productos, beneficiando a nuestros clientes, al mismo tiempo que aseguramos un crecimiento y desarrollo sostenible.
- **Innovación:** Queremos ser percibidos como una empresa fresca, renovada, en donde nuestros grupos de interés encuentren la mejor opción en empaquetamiento y soluciones integrales de telecomunicaciones.

---

<sup>2</sup> Telebucaramanga. Quiénes somos. [en línea], <http://www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos>

## 2.7 Principios corporativos:

- **Ética:** En nuestras negociaciones estará implícita la ética siguiendo la normatividad del sector y fortaleciendo confianza en nuestros clientes. Manejaremos confidencialidad y discreción sobre la información que corresponda a nuestros grupos de interés (empleados, clientes, accionistas y proveedores).
- **Rectitud y honestidad:** Daremos un trato justo y honesto a nuestros grupos de interés, lo cual mantendrá relaciones sólidas, entrega y compromiso hacia la organización. No ofreceremos ni aceptaremos regalos u otro tipo de incentivos que influyan en una decisión empresarial.
- **Propender por los derechos humanos:** Respetaremos la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las naciones unidas y las declaraciones de la organización internacional del trabajo. Promoveremos la igualdad de oportunidades sin prejuicios asociados a raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad y responsabilidades familiares.
- **Respeto por la ley:** Seremos cumplidores de las legislaciones y del marco regulatorio y normativo que cubre nuestra compañía, ajustando las políticas normativas internas, con el fin de competir de forma íntegra en nuestros mercados.

## 2.8 Competencias:

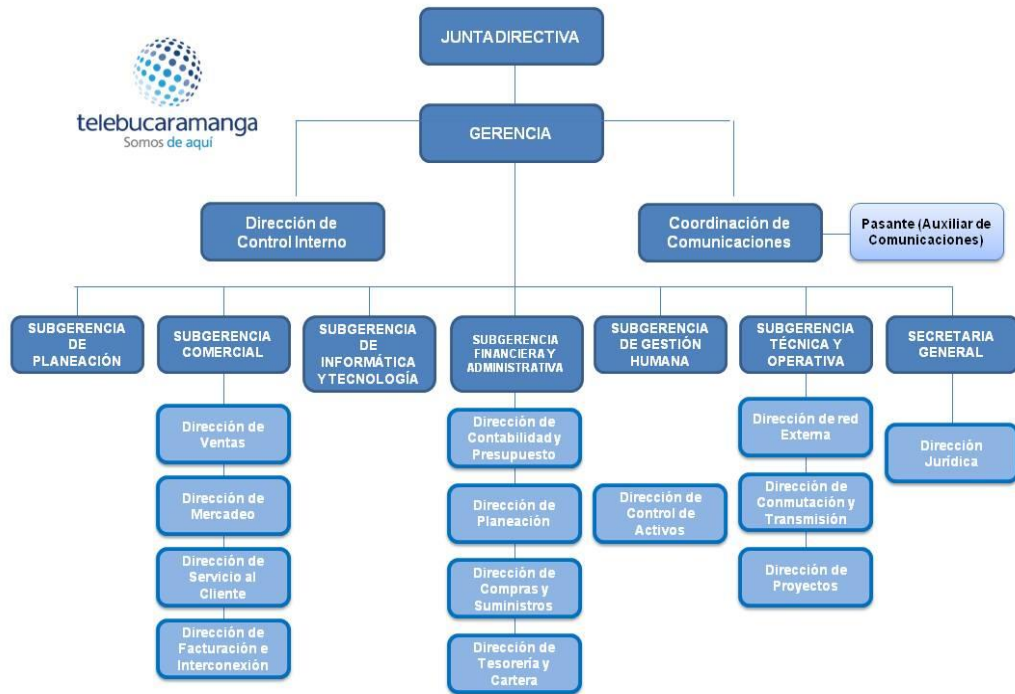
- **Orientación al cliente:** Nuestros clientes están en el centro de todos los procesos. Nuestras acciones están dirigidas hacia la acción del cliente y basadas en las relaciones sólidas de conocimiento y aprendizaje permanente.
- **Orientación a resultados:** Enfocamos nuestros esfuerzos hacia el cumplimiento de los objetivos de la organización. Siendo conscientes de la importancia del proceso, ponemos especial énfasis en el logro de los resultados.
- **Comunicación:** Tenemos la capacidad de intercambiar información con los demás, reconociendo y respetando la existencia de opiniones diferentes y asegurando relaciones transparentes, confirmando la información que se da y se recibe. Se hace especial énfasis en emitir juicios constructivos y brindar retroalimentación asertiva.
- **Trabajo en Equipo:** Integramos nuestras experiencias y aptitudes, compartimos conocimientos y ofrecemos nuestras mejores cualidades para lograr la excelencia en los procesos y el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- **Liderazgo:** Aseguramos que nuestros equipos de trabajo conozcan sus retos y objetivos, creando un clima que incentiva a hacer su trabajo del mejor modo posible, fomentando el alto desempeño.
- **Visión de Negocio:** Conocemos cómo funciona el negocio y entendemos como las tendencias del mercado afectan las áreas y la

organización. Nos comprometemos a adquirir nuevos conocimientos relacionados con el sector, la compañía y nuevas tecnologías.<sup>3</sup>

## 2.9 Estructura organizacional:

La Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A. ESP Telebucaramanga, está dividida en siete subgerencias, que a su vez se encuentran bajo el mando de una junta directiva y administrada por una Gerencia. El siguiente organigrama es un modelo sugerido por la pasante.

Organigrama de Telebucaramanga – Ilustración 1



<sup>3</sup> Plan estratégico Telebucaramanga 2013-2015. Bucaramanga, 2013. PDF .

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Apoyar el plan de comunicaciones interno y externo de la Dirección de Comunicaciones de la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga S.A. ESP Telebucaramanga.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Apoyar la elaboración del documento Política de Comunicaciones de Telebucaramanga.
- Ejecutar el Plan Operativo de Telebucaramanga.
- Elaboración de diagnóstico de los medios de comunicación internos.
- Apoyo a la iniciativa Juntos liderando el Cambio.

### **3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

Calendario de actividades y tiempos de ejecución. *Ver anexo A*

#### **3.1. Apoyar la elaboración del documento Política de Comunicaciones de Telebucaramanga.**

La política de comunicaciones fue elaborada, revisada y aprobada. Se encuentra disponible en la intranet en la siguiente ruta: mapa de procesos / Comunicaciones y Relaciones Corporativas COM /Filtro de archivos por proceso / Políticas / m03.com política de comunicaciones. pdf. *Ver anexo B.*

#### **3.2. Ejecutar el Plan Operativo de Telebucaramanga.**

##### **3.2.1. Mapa de públicos internos.**

Para hacer el diagnostico de los canales de comunicación de Telebucaramanga primero se inició recreando el mapa de públicos internos y de esta manera poder clasificar los canales de acuerdo a cada perfil y garantizar la participación de cada tipo de público. *Ver anexo C.*

##### **3.2.2. Administrar información en la intranet corporativa.**

La actualización de los contenidos de la intranet se realizaba a diario con la publicación entre 1 y 4 notas al día. Esta actividad consistía en redactar las diferentes notas, preparar el slide con la información a publicar y elegir 2 fotografías que acompañen el texto. *Ver anexo D.*

### **3.2.3. Producir el video corporativo el equipo de la semana.**

A partir del mes de julio hasta el mes de diciembre se realizaron 26 videos de la semana, en los cuales se han abordado temas como el autocuidado, la brigada de emergencias, las normas para el trabajo en alturas, El Roci, al igual que la campaña Telebucaramanga piensa en mí y las diferentes actividades que se han realizado en la empresa, entre otros temas.

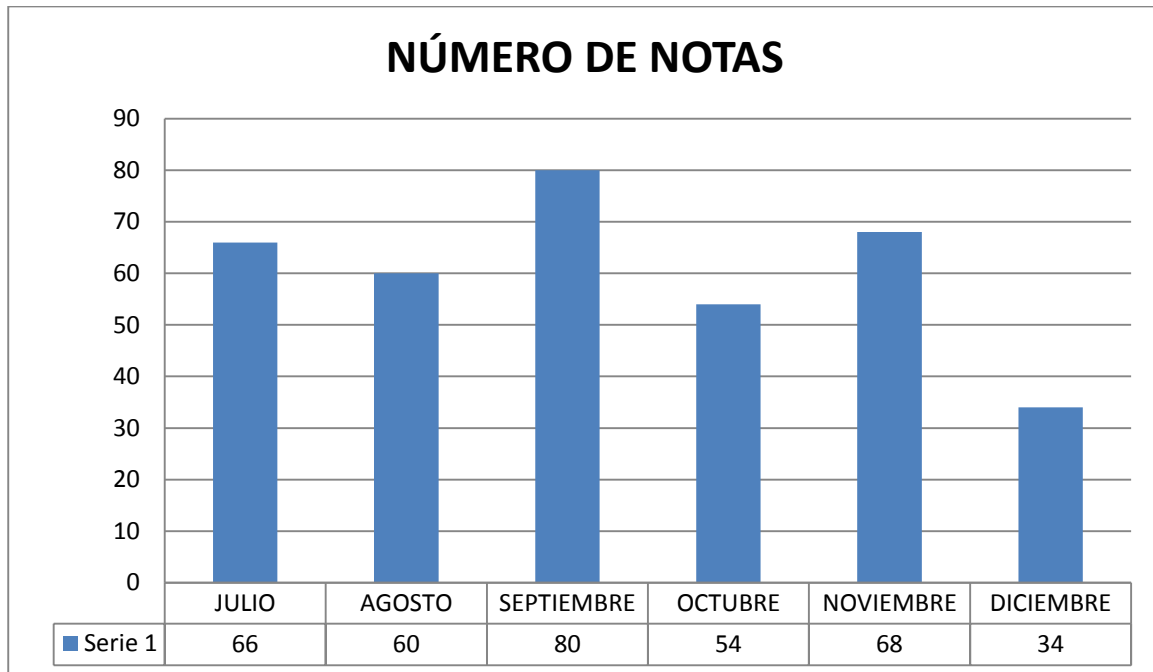
### **3.2.4. Elaboración de tarjetas de cumpleaños.**

Durante el segundo semestre de 2014 se realizaron 72 tarjetas de cumpleaños. Cada tarjeta de cumpleaños contiene el nombre de colaborador homenajeado, el cargo que desempeña en la empresa, la fecha de nacimiento y un mensaje de felicitación el cual fue diferente para cada tarjeta. *Ver anexo E.*

### **3.2.5. Elaboración de notas para la intranet.**

Teniendo en cuenta el siguiente gráfico se puede analizar el número de notas que fueron publicadas en la intranet durante 6 meses. El total de notas publicadas del 1 de julio al 16 de diciembre es de 362, es decir que en promedio del mes es de 60 y de 3 a 4 por día.

Gráfica N° 1. Número de notas publicadas cada mes en intranet.



### 3.2.6. Elaboración de Banner para la intranet.

Se realizaron 26 Banner para actualizar la intranet acorde al video de la semana. Para realizar esta actividad se eligieron fotografías representativas de cada evento e imágenes acordes con la temática o concepto que se manejaba para la semana. *Ver anexo F.*

### 3.2.7. Actualización semanal de las pantallas informativas.

Los miércoles de cada semana se actualiza el contenido de las pantallas informativas, en total se manejan 9 temas que rotan cada semana eligiéndose solo 6, los temas a tratar son:

**Dosis de gramática:** en esta sección se hacen recomendaciones de gramática y ortografía, y tips para redacción.

**Citas citables:** se publican frases célebres de diferentes personajes, como políticos, escritores, filósofos, pensadores, entre otros.

**Para ser mejores:** se dan consejos de buenos modales, glamur y etiqueta.

**Personaje de la semana:** en este espacio se resalta al equipo de la semana o algún trabajador que se haya destacado por algo particular, como ascensos, logros deportivos, musicales, entre otros.

**Mitos y realidades:** se consultan en diferentes portales de internet diferentes temas y se explica si es un mito o una realidad dichos, percepciones y creencias.

**Tome nota:** Se resaltan algunas noticias o actividades internas o externas que hayan sido importantes durante la semana, al igual que también se publican algunas recomendaciones sobre temas de interés general como ahorro del consumo de agua, de luz, cambios en la rotación del pico y placa, entre otros temas.

**Indicadores:** semanalmente se muestra la información de las metas de ventas y retiros de los servicios que presta la compañía (internet, telefonía

fija y televisión), además de que se muestran las promociones vigentes. Estos datos son suministrados por el Área Comercial.

**Actualidad:** se publican noticias que tiene relación con la tecnología y las telecomunicaciones. *Ver anexo G.*

### **3.2.8. Actualización semanal de las carteleras informativas.**

Las 7 carteleras informativas se actualizaron semanalmente desde el inicio hasta la finalización del periodo de la pasantía o cuando la información que contienen pierde vigencia, por lo general se publican afiches con información comercial, la lista de cumpleaños del mes, temas de seguridad laboral y autociudadado y el equipo de la semana. *Ver anexo H.*

### **3.2.9. Actualización del record de prensa.**

Desde el primero de julio hasta el 16 de diciembre se han archivado en el record de prensa 30 notas publicadas por medios como Vanguardia Liberal, El Frente, Revista Gente, periódico Q`hubo y Revista Portada. Se organizó un archivo en un folder, con el objetivo de *Ver anexo I.*

### **3.2.10. Apoyar en diseño, aplicación online y seguimiento de encuestas sobre los canales de comunicación internos.**

Durante el periodo de la pasantía no se realizaron encuestas de tipo online.

### **3.3. Comunicaciones Externas.**

#### **3.3.1. Mapa de públicos externos.**

Mapa de Públicos Externos Oficina de Comunicaciones Telebucaramanga

*Ver anexo J.*

#### **3.3.2. Apoyar correspondencia protocolaria de gerencia.**

Durante el periodo de la pasantía se apoyó a la Coordinación de Comunicaciones con la elaboración de tarjetas de invitación para la rueda de prensa que se ofreció con motivo del lanzamiento del directorio telefónico 2014 – 2015.

#### **3.3.3. Actualizar los contenidos de la página web [www.telebucaramanga.com.co](http://www.telebucaramanga.com.co)**

En el transcurso del segundo semestre de 2014 se realizaron 41 publicaciones de noticias corporativas, además de 8 actualizaciones de contenidos de normatividad y servicio al cliente. *Ver anexo K.*

### **3.4. RRPP (Eventos)**

#### **3.4.1. Apoyar las ruedas de Prensa**

Durante el periodo de la pasantía se realizó la Rueda de prensa de Lanzamiento del Directorio Telefónico de Telebucaramanga 2014 – 2015.

Para esta actividad se convocaron 54 periodistas de medios locales y nacionales como: ADN, Caracol radio y televisión, Colmundo Radio, El Frente, El Tiempo, Gente, La Republica, Lemas de Colombia, Onda 5, Radio Melodia, RCN, Radio Primavera, Vanguardia Liberal, entre otros. *Ver anexo L.*

#### **3.4.2. Cubrimiento y apoyo de eventos comerciales e institucionales.**

Desde la Coordinación de Comunicaciones se apoyo la Copa de Golf Telebucaramanga, se realizó el cubrimiento del evento con toma de fotografías y videos de los momentos más importantes. El material fotográfico se envió a los Periódicos Vanguardia Liberal y El Frente. *Ver anexo M.*

### **3.5. Elaboración de diagnóstico de los medios de comunicación internos.**

#### **3.5.1. Realización de encuesta aplicada a 100 colaboradores.**

Para garantizar la participación de una muestra representativa de colaboradores en el diagnóstico de los canales de comunicación con los que cuenta Telebucaramanga, se realizaron 100 encuestas

telefónicas y personales. La selección de los colaboradores que participaron en la encuesta fue aleatoria tomando como base el mapa de públicos internos.

El diagnóstico se realizó mediante una encuesta telefónica o personal con las siguientes 9 preguntas:

- ¿Con cuántos canales de comunicación cuenta Telebucaramanga?
- ¿Qué canales conoce?
- ¿Cuál es el que más consulta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el que menos consulta? ¿Por qué?
- ¿Qué temas le gustaría encontrar en estos canales? ¿Por qué?
- ¿Está satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales?
- ¿Qué les modificaría?
- ¿En qué otra forma le gustaría que le llegara la información? ¿Por qué?
- ¿Tiene alguna otra sugerencia? *Ver anexo N*

### **3.5.2. Realización de un diagnóstico a partir de los resultados de la encuesta.**

- ¿Con cuántos canales de comunicación cuenta Telebucaramanga?

29 de los 100 colaboradores que contestaron la encuesta respondieron “5 canales” , por otra parte 27 colaboradores contestaron “4 canales”, por lo tanto podemos evidenciar que los colaboradores no tienen claro los 9 canales que existen actualmente. Gráfica N° 2

- ¿Qué canales conoce?

A Esta pregunta 84 colaboradores afirmaron conocer la Intranet y 81 colaboradores las carteleras, por tal motivo es evidente que el canal que cuenta con mayor reconocimiento en la compañía es la intranet.

Los videos, el kiosko, la web y los memorando internos fueron los de menor respuesta. Gráfica N° 3

- ¿Cuál es el que más consulta? ¿Por qué?

61 colaboradores respondieron que el canal que más consultan es la intranet, seguida por el correo electrónico con 41 respuestas.

Entre las razones que argumentaron para consultar con mas frecuencia la intranet esa la facilidad de acceso, el tener toda la información a la mano y manifestaron que es el canal que permanece más actualizado. Por otra parte el correo electrónico fue el segundo más consultado porque según los colaboradores es la herramienta principal de trabajo y es de fácil acceso. Gráfica N° 4

- ¿Cuál es el que menos consulta? ¿Por qué?

El canal menos consultado según las respuestas de los colaboradores es las pantallas informativas con 33 votos y las carteleras con 21 respuestas. Entre los argumentos que exponen

los colaboradores para no mirar estos canales es que no les queda tiempo para hacerlo, no hay pantallas en el lugar donde laboran o porque pueden conseguir la misma información que contienen en otros medios que están más al alcance. Gráfica N° 5

- ¿Qué temas le gustaría encontrar en estos canales? ¿Por qué?  
25 colaboradores contestaron que están de acuerdo con los que hay y les gustaría que sigan siendo abordados, por otra parte 26 participantes mencionaron que les gustaría encontrar temas de cocina y 24 trabajadores manifestaron que temas de salud, nutrición y belleza. Gráfica N° 6
- Está satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales?  
De las 100 respuestas 82 contestaron si estar satisfechos con el manejo que se le da a la información, los 18 colaboradores restantes manifestaron no porque desean que se mejore el acceso a los medios, que se motive más a los trabajadores a consultarlos y que se debería actualizar las pantallas más seguido. Gráfica N° 7
- ¿Qué les modificaría?  
La respuesta de 44 de los colaboradores fue “Nada”, por otra parte 9 trabajadores manifestaron no saber o no respondieron a la pregunta, pero la tendencia más alta en las respuestas, es decir 47 respondieron que así están bien pero les gustaría que se hicieran alguno cambios como por ejemplo que los canales sean de fácil acceso para todos, que sean más llamativos visualmente, que el boletín informativo llegue a todos, entre otras sugerencias. Gráfica N° 8

- ¿En qué otra forma le gustaría que le llegara la información? ¿Por qué?

El 50% de los colaboradores encuestados se encuentran conformes con la forma en cómo les llega la información.

45 colaboradores contestaron que están de acuerdo pero que les gustaría que existiera un boletín físico para quienes no tienen acceso a los canales virtuales, que la información llegara a los celulares de los trabajadores por medio de mensajes de texto o de voz. Gráfica N° 9

- ¿Tiene alguna otra sugerencia?

50 de los 100 encuestados manifestaron no tener ninguna sugerencia, 3 trabajadores no contestaron y los 45 restantes ofrecieron diferentes sugerencias, entre ellas las más constantes son: hacer de las carteleras un espacio interactivo, realizar actividades que motiven la participación de los colaboradores a consultar los canales, mejorar el diseño de la intranet, crear un boletín físico para quienes no tienen acceso a internet, entre otras. Gráfica N° 10

### **3.5.3. Realización de una propuesta de mejora de acuerdo a los resultados obtenidos.**

- **Pantallas informativas:** Desde la Coordinación de Comunicaciones se realizó una reestructuración de las pantallas, esta consiste en mejorar el diseño de las diapositivas de presentación de cada tema, aumentar el tiempo de exposición de cada diapositiva para que se

pueda leer mejor y para los colaboradores que no tiene acceso a la internet, toda la información de los demás canales es publicada por medio de las pantallas.

- **Intranet:** Teniendo en cuenta que la intranet es el canal más consultado pero que los colaboradores manifiestan que el diseño debe ser más interactivo; con la ayuda del área de Informática y Tecnología se realizó una reestructuración en cuanto a la presentación de las notas, mostrando una galería con imágenes que hacen más amigable el diseño de la intranet y motiva a los colaboradores a leer las notas.
- **Blog:** Para motivar a los colaboradores a leer el blog y participar, se propuso una actividad llamada ¿Adivina quién soy?, esta consiste en que los trabajadores hagan llegar a la oficina de comunicaciones fotografías de ellos mismos cuando eran pequeños, a cada imagen se le asigna un número, se hace un afiche el cual se publicara en el blog, en las carteleras y en las pantallas. El objetivo del concurso es que por medio del blog participen enviando las respuestas del posible dueño de la foto, el colaborador que más aciertos tenga ganará un premio.  
Para este premio se pedirá el apoyo del área de Mercadeo y se realizará de manera mensual.
- **Canales de Comunicación:** Teniendo en cuenta que en el diagnóstico se evidencio que los colaboradores desconocen la totalidad de los canales de comunicación y que en otros casos no tienen un concepto claro de qué es un canal, se planteo una campaña de identificación de medios.

Esta consiste en realizar una secuencia de slides en donde se exponga qué es un canal de comunicación, cuántos canales tiene Telebucaramanga y Cómo funciona cada uno.

Estos slides se publicarán en carteleras y pantallas para quienes no tienen acceso a internet y en la intranet y blog para los demás colaboradores.

### **3.6. Apoyo a la iniciativa Juntos liderando el Cambio.**

#### **3.6.1. Elaboración de campaña expectativa para evaluación de desempeño.**

Para la campaña expectativa se realizaron 3 slides los cuales fueron enviados cada dos días por correo electrónico al personal de planta y publicados en la intranet. *Ver anexo Ñ.*

#### **3.6.2. Elaboración de cartilla para la evaluación de desempeño.**

De acuerdo a un formato de Excel ya establecido, el cual se había usado en ocasiones atrás para realizar la evaluación de desempeño, se diseñó una cartilla de evaluación para los colaboradores que no tienen acceso a internet, con el objetivo de hacer más agradable, transparente y sencillo el proceso de autoevaluación. *Ver anexo O.*

#### **3.6.3. Elaboración de e-card con los tips para los jefes sobre cómo hacer la retroalimentación de la evaluación de desempeño.**

Para hacer más fácil y completo la elaboración de una retroalimentación a partir de los resultados de la evolución de desempeño, se diseñó una e- card para los directivos, con recomendaciones para hacer este ejercicio. *Ver anexo P.*

#### **3.6.4. Campaña expectativa para la charla de Marca Personal.**

Se diseñó una propuesta de 11 slides con diferentes mensajes de motivación a la reflexión acerca de cuáles son las habilidades diferenciadoras que posee cada colaborador. Se eligieron 4 slides los cuales fueron enviados por correo interno día por medio durante 2 semanas, a los colaboradores que tienen correo corporativo y se publicaron en la intranet. Se elaboraron dos tarjetas de invitación la primera fue enviada y publicada el día antes de la charla y la segunda el mismo día a primera hora. *Ver anexo Q.*

#### **3.6.5. Campaña expectativa del desafío para amor y amistad.**

Se diseñaron 3 slides y una e- card de invitación para motivar e invitar a los colaboradores a participar de la actividad de amor y amistad, estos fueron enviados día por medio vía correo electrónico y publicados en la intranet. *Ver anexo R.*

## **4. OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS**

### **4.1. Elaboración de matriz de responsabilidades oficina de comunicaciones.**

Con el apoyo de la Coordinación de Comunicaciones se realizó una matriz que especifica cuáles de las actividades que realiza el area de comunicaciones son de responsabilidad directa del pasante de comunicación y cuáles del Coordinador de comunicaciones. *Ver anexo S.*

### **4.2. Elaboración de plantilla e – card de condolencias.**

Para comunicar el fallecimiento de algún ser querido o colaborador se usaba un mensaje emergente, buscando una forma de compartir un acontecimiento tan delicado se pensó en hacer una plantilla con una imagen más amigable, en donde se pudiera plasmar la información de las honras fúnebres y a la vez poder compartir un mensaje de acompañamiento de parte de toda la comunidad. *Ver anexo T.*

### **4.3. Elaboración de plantilla e – card de ascensos o reconocimientos.**

Para comunicar de una manera agradable y distinta los logros de los colaboradores se diseñó una plantilla en donde se presenta la foto del colaborador, la descripción de acontecimiento y un mensaje de felicitación. *Ver anexo U.*

#### **4.4. Elaboración de afiches de condiciones seguras e inseguras al trabajar para los colaboradores administrativos y operativos.**

Para reforzar la campaña de seguridad laboral y autocuidado se pensó en realizar un afiche que mostrara un resumen de los son las condiciones inseguras y seguras al trabajar.

Este afiche se realizó retratando situaciones que se presentan en la cotidianidad tanto para los trabajadores administrativos como los operativos. Con la colaboración de algunos trabajadores se recrearon las escenas. *Ver anexo V.*

#### **4.5. Elaboración de campaña “Telebucaramanga ¡piensa en mí!”.**

Esta se realizó con el objetivo de que los colaboradores recuerden en qué consisten las 7 dimensiones que conforman los temas evaluados en la encuesta de clima laboral. Se realizaron 6 slides con mensajes e imágenes que explicaban cada dimensión, los cuales fueron publicados en la intranet, al igual que emitieron 6 videos acompañados con un banner de presentación los cuales fueron publicados en la web para la libre consulta. *Ver anexo W.*

## 5. CONCLUSIONES

Según Sara Diez Freijeiro, la Comunicación Interna es “un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto en común”<sup>4</sup>, es por esto que es necesario tener un panorama claro de los gustos y preferencias de los colaboradores, para que de esta manera se pueda orientar la comunicación interna a ser un proceso fluido y participativo.

Disponer de canales de comunicación que facilite a los colaboradores de la organización el acceso a la información y la oportunidad de que el proceso de comunicación sea en doble vía es el secreto para mantener a los trabajadores motivados. Cabe mencionar que es importante que los canales se encuentren definidos y posicionados pues “cuanto mejor establecidos estén los canales formales de comunicación y mayor sea su efectividad, menor serán las oportunidades de creación de flujos de comunicación informal”<sup>5</sup>.

Teniendo en cuenta que la comunicación interna un proceso que se está desarrollando y evoluciona de forma constante, es necesario de igual manera estar monitoreando o evaluando la efectividad de los canales de comunicación interna, es aquí donde el diagnóstico de comunicaciones corporativas se debe aplicar ya que, según María Cristina Ocampo, este “se ocupa de identificar

---

<sup>4</sup> DIEZ FREIJERO, Sara. Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa. Colombia: Ideaspropias Editorial, 2011, p. 34.

<sup>5</sup> DIEZ FREIJERO, Sara. Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa. España: Ideaspropias Editorial, 2006, p. 13.

problemas de comunicaciones internas y externas, los cuales, pueden denominarse como aquellas acciones voluntarias o involuntarias que entorpecen o dificultan la finalidad de la comunicación”<sup>6</sup>.

Para iniciar un análisis de los canales de comunicación es importante primero realizar el mapa de públicos internos ya que estos son los destinatarios de las acciones que se van a realizar, es por esto que “si lo que se pretende es una comunicación eficaz que provoque una reacción determinada, hay que pensar que no basta con que el mensaje llegue, sino que se debe conseguir que sea entendido y atendido. Y eso obliga a planificar todo el proceso de ideación, elaboración y difusión del mensaje pensando en la eficacia de la recepción; es decir, en el público destinatario”<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> OCAMPO, Maria Cristina. Comunicación Empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos roles del comunicador en las organizaciones. Colombia: Ecoe Ediciones, 2011, p. 65.

<sup>7</sup> TUÑEZ, Miguel. La gestión de las comunicaciones en las organizaciones. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2012, p. 174.

## 6. RECOMENDACIONES

- Posicionar los todos los canales de comunicación con los que cuenta Telebucaramanga, pues los colaboradores identifican entre 4 y 5 de los 9 que existen.
- Difundir y concientizar la importancia de la existencia de los canales de comunicación y la finalidad de cada uno.
- Crear una estrategia para que los colaboradores que no tienen acceso a internet consulten los canales destinados a ellos como las pantallas y las carteleras y de esta manera reciban toda la información al igual que los demás trabajadores.
- Replantear los contenidos que se publican en la cartelera informativa ya que el espacio destinado para la rotación de la información es muy escaso.
- Crear espacios para realizar sondeos y evaluaciones a los canales de comunicación, con el fin de medir el nivel de satisfacción, la percepción, las necesidades, opiniones y deseos acerca de los contenidos que se manejan.
- Replantear la necesidad de la existencia de los 9 canales de comunicación, ya que según el diagnostico el blog y las pantallas son los menos consultados.
- Aprovechando la efectividad de la intranet, integrar a ella los contenidos de otros canales menos consultados, por ejemplo las secciones más visitadas del blog adaptarlas a la intranet.

## BIBLIGRAFIA

- DIEZ FREIJERO, Sara. Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa. Colombia: Ideaspropias Editorial, 2011.
- DIEZ FREIJERO, Sara. Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa. España: Ideaspropias Editorial, 2006.
- OCAMPO, Maria Cristina. Comunicación Empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos roles del comunicador en las organizaciones. Colombia: Ecoe Ediciones, 2011.
- Telebucaramanga.. Historia. Bucaramanga. [en línea] Disponible en página web <http://www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos>
- Telebucaramanga, Plan estratégico 2013-2015. Intranet. Bucaramanga, 2013. PDF.
- Telebucaramanga. Quiénes somos. [en línea], <http://www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/quienes-somos>
- TUÑEZ, Miguel. La gestión de las comunicaciones en las organizaciones. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2012.

## GRÁFICAS

Gráfica N° 2 - ¿Con cuántos canales de comunicación cuenta Telebucaramanga?

### Diagnóstico de canales de comunicación

La encuesta fue aplicada de manera telefónica y personal a 100 colaboradores con diferentes cargos en la empresa.

👤 3 de Almacén

👤 30 La Rosita

👤 67 edificio administrativo

El formato consta de 9 preguntas abiertas

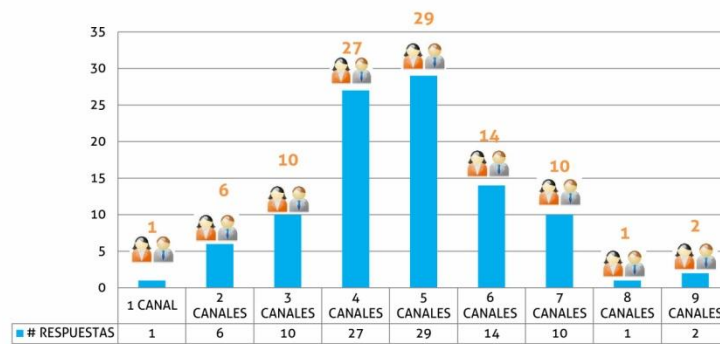
👤 Personas

telebucaramanga  
Somos de aquí



### Diagnóstico de canales de comunicación

1. ¿Con cuántos canales de comunicaciones cuenta Telebucaramanga?

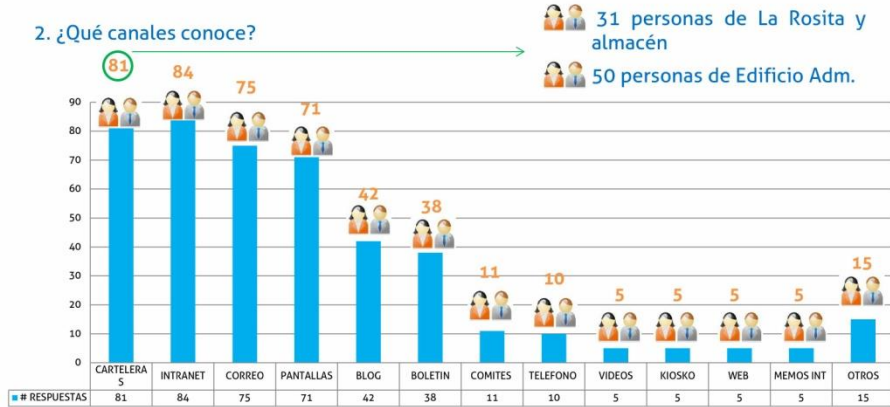


👤 Personas

telebucaramanga  
Somos de aquí



### Gráfica N° 3 - ¿Qué canales conoce?



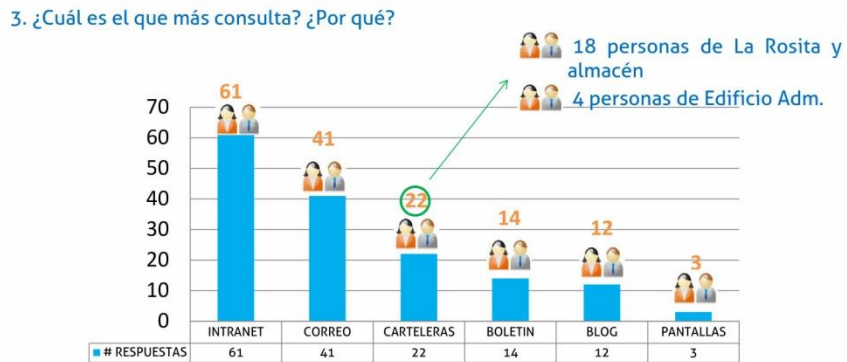
En otros se mencionaron los siguientes medios:

- Mensajes emergentes
- Supportick
- Facebook
- Celular
- Secretaria
- Reuniones
- Capacitaciones
- Comunicados de prensa
- Comunicación verbal
- Teléfono fijo
- Material pop
- Directorio

Personas



### Gráfica N° 4 - ¿Cuál es el que más consulta? ¿Por qué?

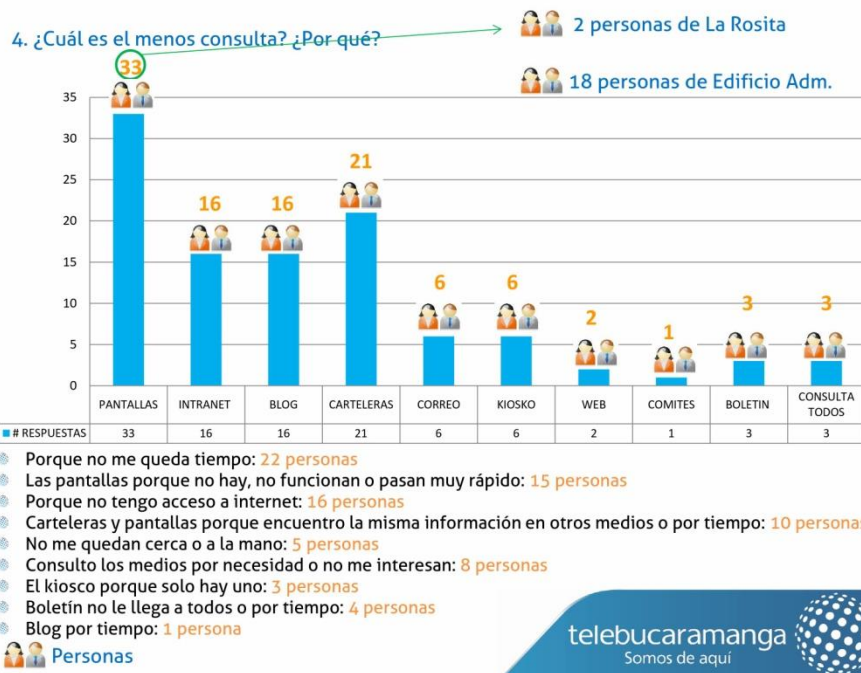


- Intranet facilidad para ingresar: 42 personas
- El correo es la herramienta de trabajo o lo usa a diario y es de fácil acceso: 28 personas
- Las carteleras están a la mano o las consulto de paso: 13 personas
- Carteleras porque es el único medio al que tengo acceso: 9 personas
- Me gusta estar informado: 7 personas
- La intranet por que encuentro toda la información y esta más actualizada: 9 personas
- El boletín porque llega al correo, a primera hora y le queda a la mano: 3 personas

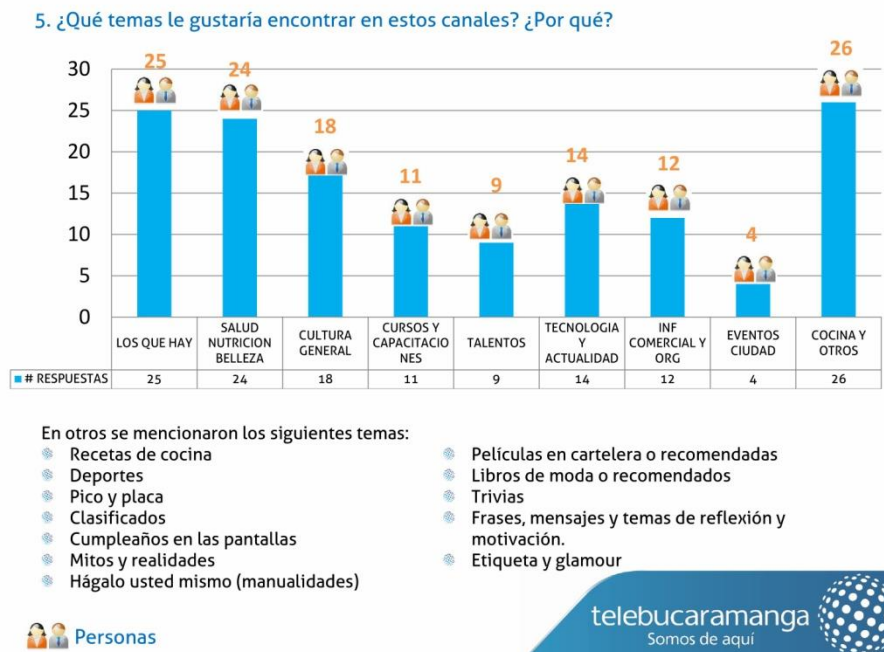
Personas



## Gráfica N° 5 - ¿Cuál es el que menos consulta? ¿Por qué?

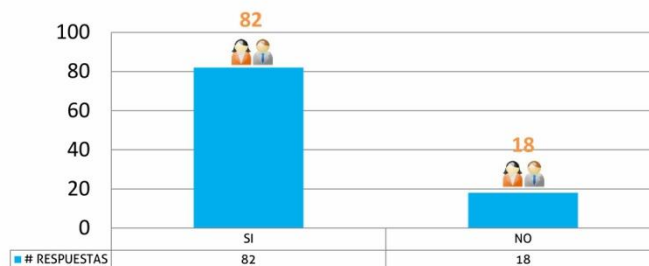


## Gráfica N° 6 - ¿Qué temas le gustaría encontrar en estos canales? ¿Por qué?



## Gráfica N° 7 - ¿Está satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales?

6. ¿Esta satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales?



- 🔍 Mejorar el acceso a los medios.
- 🔍 Motivación a consultar los medios.
- 🔍 Actualizar las pantallas más seguidos.
- 🔍 Recordatorios de las fechas claves de interés general.
- 🔍 Los comités no son para todos por lo tanto no se puede evaluar.

👤 Personas

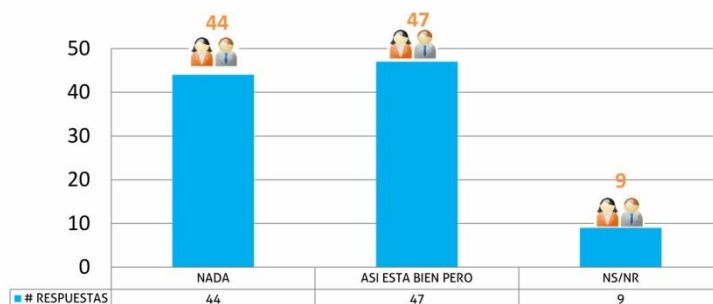
telebucaramanga

Somos de aquí



## Gráfica N° 8 - ¿Qué les modificaría?

7. ¿Qué le modificaría?



- 🔍 Que el boletín llegue a todos.
- 🔍 Fácil acceso a los canales.
- 🔍 Más tiempo para consultar los canales.
- 🔍 Sea más atractivos visualmente.
- 🔍 Informar los beneficios de la caja de compensación.
- 🔍 Cambiar los fondos de pantalla con información del mes.
- 🔍 Tiempo de las pantallas.
- 🔍 Los enlaces del boletín no abren.
- 🔍 Estética de la cartelera.
- 🔍 Eliminar el Kiosko.
- 🔍 La imagen del boletín.
- 🔍 Más información en las carteleras.

👤 Personas

telebucaramanga

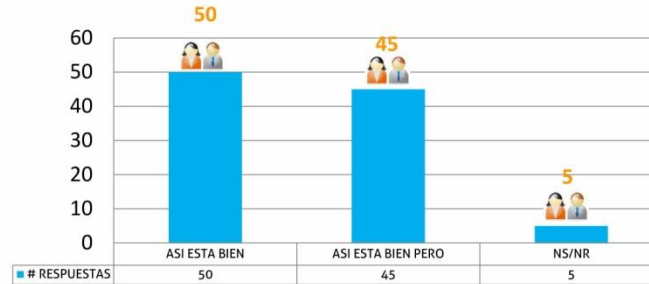
Somos de aquí



## Gráfica N° 9 - ¿En qué otra forma le gustaría que le llegara la información?

¿Por qué?

8 ¿En que otra forma le gustaría que le llegara la información? ¿Por qué?



- Boletín físico para quienes no tienen acceso a internet.
- Mensajes emergentes.
- Apps.
- Al celular mensaje de texto: **7 personas La Rosita.**
- Telemensajes para cumpleaños u otras ocasiones.
- Mas llamativo el diseño del boletín.
- Todo por correo electrónico.
- Información destacada en pdf para guardarla.
- Al celular.
- Twitter.
- Volantes.

Personas



## Gráfica N° 10 - ¿Tiene alguna otra sugerencia?

9. Sugerencias



- Carteleros deben ser mas interactivos
- Mejorar la ubicación de la carteleros y el tiempo (muy rápido)
- Espacios para participar en las carteleros de manera libre (para escribir y publicar)
- Mas actualización de las carteleros más seguida.
- Funcionamiento de la pantallas de la rosita
- Las actividades del blog por pisos para tener mas alternativas de ganar. Integrar todos los medios a los concursos.
- Un boletín físico para los que no tiene acceso a los medios virtuales y no tienen la cultura de leer carteleros.
- Tiempo para acceder a los medios
- Acceso mas fácil a los medios, celular, casa, mas equipos.
- El correo de cumpleaños llegue a todos.
- Boletín mas llamativo, mejorar diseño y menos texto.
- Diseño de la intranet.
- Buzón de sugerencias en la intranet.
- Señal en vivo.
- Más mensajes emergentes.
- Ortografía.

Personas



## ANEXOS

### Anexo A- Calendario de actividades y tiempos de ejecución.

<b>CALENDARIO DE ACTIVIDADES PASATIA TELEBUCARAMANGA</b>																									
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
1. Apoyar la elaboración del documento Política de Comunicaciones de Telebucaramanga.	Buscar guías de otras Políticas de Comunicaciones de otras empresas.																								
	Redacción del documento final.																								
2. Ejecutar el Plan Operativo de Telebucaramanga.	Elaboración de mapa de públicos internos.																								
	Administrar información en la intranet corporativa.																								
	Producir el video corporativo el equipo de la semana																								
	Elaboración de tarjetas de cumpleaños.																								
	Elaboración de video de cumpleaños.																								
	Elaboración de notas para la intranet.																								
	Elaboración de Banner para la intranet.																								
	Actualización semanal de las pantallas informativas.																								





Anexo B- Política de Comunicaciones de Telebucaramanga.

 telebucaramanga	<b>COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS</b>  <b>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</b>	Código: M03.COM Versión: 1 Página 1 de 4
--	--	--

**TABLA DE CONTROL DE REVISIONES DEL DOCUMENTO**

Versión No.	Fecha	Resumen de modificaciones
1	30-Jul-2014	Creación del documento

<b>ELABORÓ</b>	<b>REVISÓ</b>	<b>APROBÓ</b>	<b>FECHA APROBACIÓN:</b>
<b>Nombre:</b> Chenith Reyes <b>Rol:</b> Practicante Comunicaciones	<b>Nombre:</b> William Rodríguez <b>Rol:</b> Coordinador de comunicaciones	<b>Nombre:</b> Giovanni Palma <b>Rol:</b> Gerente	30-Jul-2014

 telebucaramanga	<b>COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS</b>  <b>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</b>	Código: M03.COM Versión: 1 Página 2 de 4
--	--	--

## POLÍTICA DE COMUNICACIONES TELEBUCARAMANGA S.A – E.S.P.

### Objetivo general:

Divulgar la información de la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga, de acuerdo a los lineamientos y necesidades de la compañía teniendo como objetivos los colaboradores y los medios de información.

### Objetivos específicos:

#### Comunicaciones internas:

- Difundir la información institucional a todos los colaboradores.
- Garantizar que la información fluya a través de los canales.
- Asegurar que la información se realice de manera ascendente, descendente y transversal.
- Certificar que la comunicación que se emite sea actual, veraz y oportuna.

#### Comunicaciones externas:

- Emitir la información que a la empresa le interese difundir a través de los medios de comunicación.
- Certificar que la comunicación que se emite sea actual, veraz y oportuna.
- Garantizar que la información llegue a la comunidad a través de los medios de información llámense radio, prensa o televisión.

### Alcance:

Esta política de comunicaciones es válida para los públicos objetivos:

- Comunicación interna: colaboradores de la compañía.
- Comunicación externa: medios de comunicación regionales y nacionales: radio, prensa y televisión.

### Aspectos generales:

#### Canales de comunicación internos:

La Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga cuenta con los siguientes canales de comunicación institucional, los cuales sirven para difundir información de interés para todos los colaboradores.

- **Intranet:** medio de comunicación virtual, en el cual se difunden noticias actuales y permanentes, dirigido a los colaboradores de la compañía con acceso a internet.
- **Correo electrónico corporativo:** medio de comunicación virtual, que sirve para transmitir información de carácter corporativo, a él tienen acceso todos los colaboradores que cuentan con internet y lo requieren para el normal desarrollo de sus labores.
- **Blog:** medio de comunicación virtual, que conecta a los empleados con otros canales como: intranet, página web, correo electrónico corporativo y directorio telefónico.  
Cuenta con diferentes secciones donde se maneja información institucional como:  
**Gente:** destaca el perfil de los colaboradores que sobresalen por aspectos puntuales.  
**Videos:** Recoge aspectos de las actividades internas que realiza la compañía.  
Información general compilada en otras secciones que buscan llamar la atención y la consulta de los trabajadores de la empresa (lo más destacado, citas y refranes, entre líneas cuénteme, frase del día, entre otros).
- **Pantallas:** medio de comunicación virtual, al cual tienen acceso todos los colaboradores de la compañía, en las que se manejan temas como: gramática, actualidad, mitos y realidades, citas citables, personaje de la semana, indicadores comerciales y campañas comerciales, entre otros.

 telebucaramanga	<b>COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS</b>  <b>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</b>	Código: M03.COM Versión: 1 Página 3 de 4
--	--	--

- **Video de la semana:** aquí se destacan las labores que desempeñan los equipos que conforman las diferentes áreas de la compañía, se publican semanalmente y al él tiene acceso todo los colaboradores que cuentan con internet y el personal operativo que puede acceder a un kiosko que fue diseñado especialmente para ellos.
- **Cartelera:** medios de comunicación físico, el cual es actualizado permanentemente, en el cual se manejan temas corporativos y se encuentra distribuido en cuatro secciones que son:  
 Nuestro compromiso: maneja lineamientos institucionales.  
 Destacamos, cumpleaños y otros aspectos de interés.  
 Debes leer con políticas institucionales.  
 Otros temas, donde se publica el banner con el equipo de la semana.
- **Memorandos:** medios de comunicación físicos y personalizado, usando entre áreas donde se manejan comunicaciones institucionales: directrices, remisiones, aclaraciones, entre otros.
- **Comité primario:** espacio grupal que facilita la comunicación transversal y sirve para la socialización de información relevante de cada área y que apunta al plan estratégico de Telebucaramanga.
- **Boletín:** medio de comunicación virtual, el cual es enviado diariamente a los colaboradores que tienen acceso al correo electrónico corporativo. En él se condensa información del sector de las comunicaciones, las principales noticias que se publican en la intranet y la agenda corporativa diaria.

**Canales de divulgación externos:**

Son los medios de que se vale la compañía para dar a conocer la información que quiere trascender a la comunidad. Estos son:

- **Boletín de prensa:** medio de comunicación el cual es enviado diariamente a través del correo electrónico a los representantes de los diferentes medios de comunicación, para que sea difundido por radio, prensa, televisión, medios virtuales como periódicos, revistas y emisoras on line.
- **Ruedas de prensa:** son actividades que se organizan con alguna periodicidad para convocar a periodistas de los diferentes medios con el fin de dar a conocer una noticia específica.
- **Página web:** portal que suministra información detallada sobre los servicios que ofrece Telebucaramanga a los clientes actuales y potenciales. Noticias, contratación, proveedores, datos de contacto, responsabilidad social empresarial y gestión ambiental, entre otros. [www.telebucaramanga.com.co/](http://www.telebucaramanga.com.co/)
- **Notas de prensa:** es la información que se maneja en directo a través de entrevistas telefónicas, en cabina, en directo a través de canales regionales, en el set o entrevistas personales con medios escritos.
- **Facebook:** manejado por una agencia especializada en redes sociales, se publican campañas, se realizan concursos y a través del mismo se reciben sugerencias, solicitudes y se da respuesta inmediata mediante in box.

Los medios de comunicación internos y externos son administrados por la Coordinación de Comunicaciones que se encarga de compilar, redactar, diseñar, editar y publicar la información que recoge de las diferentes áreas, salvo la página web, que es coadministrada con la Subgerencia Comercial.

 telebucaramanga	<b>COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS</b>  <b>POLÍTICA DE COMUNICACIONES</b>	Código: M03.COM Versión: 1 Página 4 de 4
--	--	--


Así mismo forma parte integral del Plan anual de comunicaciones y del Manual de crisis con que cuenta la Coordinación de comunicaciones como derroteros a fin de garantizar efectividad en todos los procesos comunicativos e informativos.

Servicios de atención e información. Están conformados por:

- **Servicio al cliente:** Son puntos ubicados en el centro, Cabecera, Cañaveral y Girón, en donde se atiende público de manera presencial, se reciben peticiones, quejas y recursos, venta de servicios, financiaciones entrega de duplicados de la factura, entre otros.
- **Brigada de servicio al cliente:** jornada mensual que organiza la Dirección de Servicio al Cliente, en diferentes sectores de Bucaramanga, Floridablanca y Girón, donde se ofrecen los mismos beneficios que en un punto presencial.
- **Call Center:** línea 114, servicio gratuito donde la comunidad puede llamar para expresar cualquier inquietud. Opera las 24 horas de los 7 días de la semana.
- **Línea 456#:** a través de este medio los operadores prestan servicio remoto a los problemas de internet o televisión satelital que presenten los clientes. Opera las 24 horas de los 7 días de la semana.
- **Línea anti fraude 888#:** a través de este medio la comunidad puede informar sobre situaciones anómalas que sucedan al interior de la compañía, como también del robo de cable de tapas y corte de fibra del sistema de comunicaciones.

En el Mapa de procesos de Telebucaramanga se encuentra el proceso de Servicio al cliente que contiene instructivos y procedimientos que permiten atender los requerimientos, solicitudes y las PQR de nuestros clientes.

Anexo C- Mapa de públicos internos.

 telebucaramanga	<b>Comunicaciones y Relaciones Corporativas</b> <b>Mapa de Públicos Internos</b>
<b>Mapa de Públicos Internos Oficina de Comunicaciones Telebucaramanga</b>	
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	
<b>PÚBLICO</b>	<b>CANALES</b>
Gerente	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera, Comités primarios, memorandos.
Subgerentes	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera, Comités primarios, memorandos.
Directores	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera, memorandos
Coordinadores	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera, memorandos
Profesionales – analistas	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera.
Tecnólogos – técnicos	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera.
Secretarias	Intranet, blog, correo corporativo, boletín (electrónico), pantallas informativas, cartelera, memorandos
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>	
Instaladores-reparadores	Intranet, blog, carteleras y pantalla informativa.
Personal de mantenimiento	Carteleras, pantallas informativas.
Personal de servicios generales	Carteleras, pantallas informativas.
Personal de seguridad.	Carteleras, pantallas informativas, Intranet, blog.

## Anexo D- Intranet corporativa.

ntranet.telebucaramanga.com.co



telebucaramanga  
Somos de aquí

Aplicación de Roci

Plan Estratégico Noticias Áreas Mapa de Procesos Aplicaciones Perfil

¿Cómo vamos?



Estos son los resultados de las instalaciones de los servicios de internet, telefonía y televisión. El cumplimiento de las metas es un compromiso de todos. ...leer más

Indicadores

1 2 3 4

Ver convocatorias

992204  
Contador de visitas

Vaya al blog

ntranet.telebucaramanga.com.co/index.php



telebucaramanga  
Somos de aquí

Reconocimiento TB Crecer La Rosita

Plan Estratégico Noticias Áreas Mapa de Procesos Aplicaciones Perfil

Vea en galeria



El pasado fin de semana, la iniciativa Juntos Liderando el Cambio, en el marco de la Semana de la Salud, llevó a cabo una jornada que llamo de "Seguridad laboral y autocuidado" La actividad buscó concientiar al personal sobre las conductas im...leer más

1 2 3 4

Ver convocatorias

030309  
Contador de visitas

Vaya al blog

Anexo E- Tarjetas de cumpleaños.

**¡Feliz cumpleaños!**



Un hoy bien vivido hace que cada ayer sea un sueño de felicidad y cada mañana una visión de esperanza. Te mereces toda una vida de mañanas preciosas...

**¡Felicidades!**

**JUANA CAMILA GOMEZ**  
Secretaría General  
16 de Julio

telebucaramanga  
Somos de aquí

**¡Feliz Cumpleaños!**



**ADRIANA M. FERREIRA**  
Auxiliar de Operaciones  
28 de Septiembre

**JAIRO CADENA G.**  
Supervisor Operación de Redes  
28 de Septiembre

**LAURA BOHORQUEZ**  
Abogada  
28 de Septiembre


En este día tan especial les deseamos toda una vida llena de alegría, muchos éxitos, oportunidades y logros en todo aquello que se propongan.

**¡Felicidades!**

telebucaramanga  
Somos de aquí

## Anexo F- Banner para la intranet.

intranet.telebucaramanga.com.co/index.php




**telebucaramanga**  
Somos de aquí

**Fiesta de los Niños**

Plan Estratégico | Noticias | Áreas | Mapa de Procesos | Aplicaciones | Perfil

**Listo el video**



El video de la fiesta de los niños ya se encuentra en la intranet. Como es usual haga clic en el banner para que pueda acceder a esta actividad de bienestar que la compañía organizó pensando en sus hijos. El video registra las principal...leer más

1 2 3 4

Ver convocatorias

**238 193**  
Contador de visitas

Vaya al blog

telebucaramanga.com.co



**telebucaramanga**  
Somos de aquí

**Responsabilidad Ambiental**

Plan Estratégico | Noticias | Áreas | Mapa de Procesos | Aplicaciones | Iniciar Sesión

**Tenga en cuenta que**



La semana pasada tuvieron lugar dos actos de relevancia interna, "Marca Personal", evento de crecimiento que fue organizado por la iniciativa Juntos liderando el cambio y que además contó con un conferencista de la Universidad Ponti...leer más

1 2 3 4

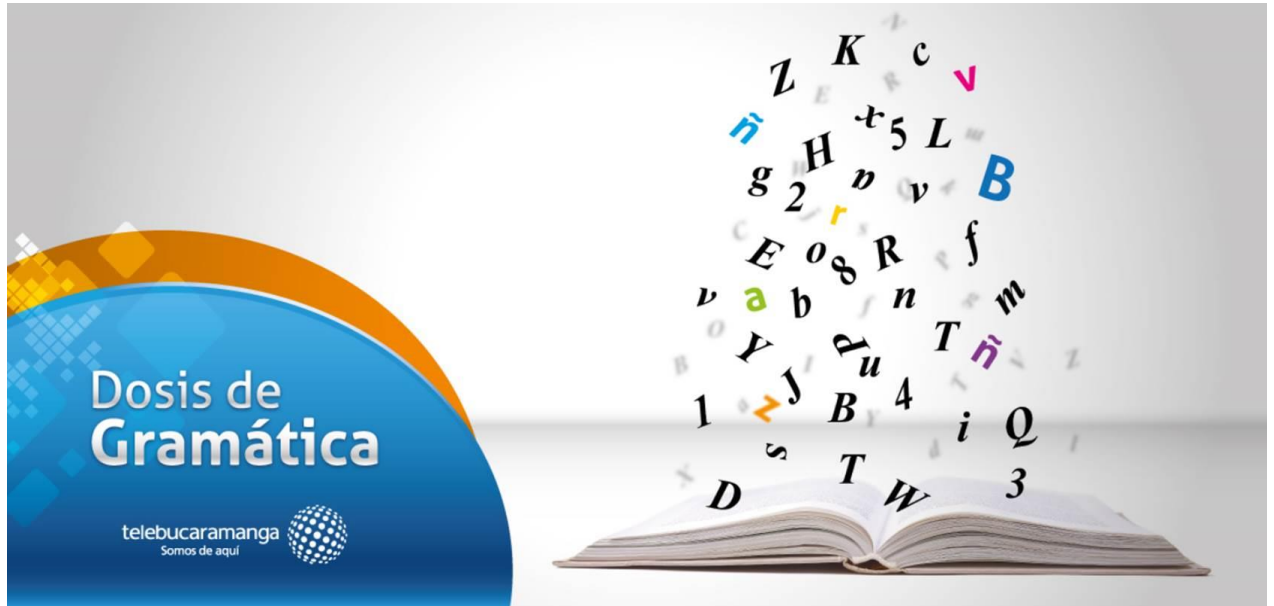
Ver convocatorias

**15238**  
Contador de visitas

Vaya al blog

**RECONOCIMIENTO A LOS MEJORES TELEBUCARAMANGA**  
Haz click aquí

## Anexo G- Pantallas informativas.



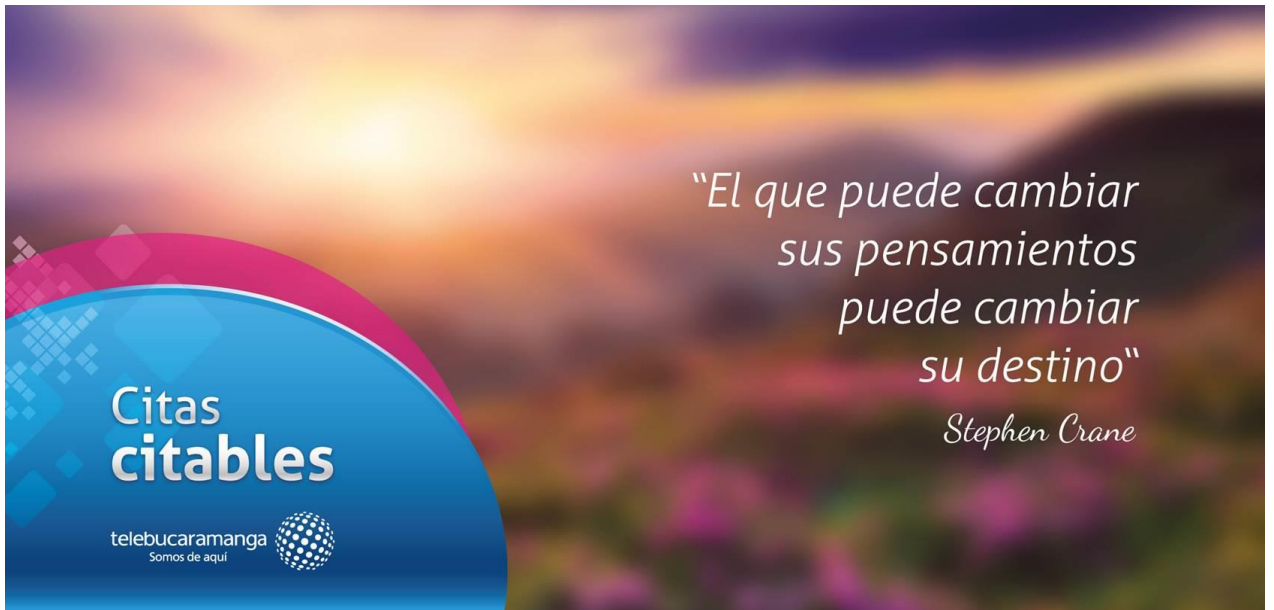
### Géneros en plural

En español el plural implica ambos géneros.

Es incorrecto decir colombianos y colombianas, compañeros y compañeras, hermanos y hermanas.

Referirse a ambos géneros es correcto solo cuando el masculino y el femenino son palabras diferentes: mujeres y hombres, toros y vacas, damas y caballeros. Entre otros.





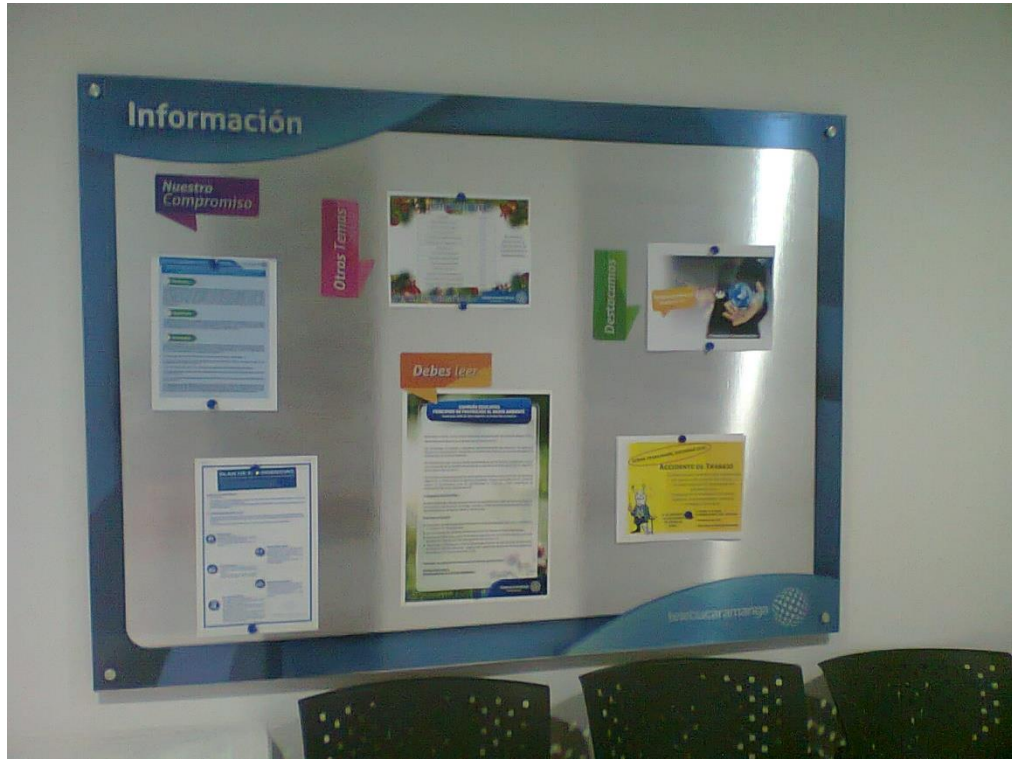
*“El que puede cambiar  
sus pensamientos  
puede cambiar  
su destino”  
Stephen Crane*

*“Si es bueno vivir, todavía es mejor  
soñar y lo mejor de todo. Despertar”.*

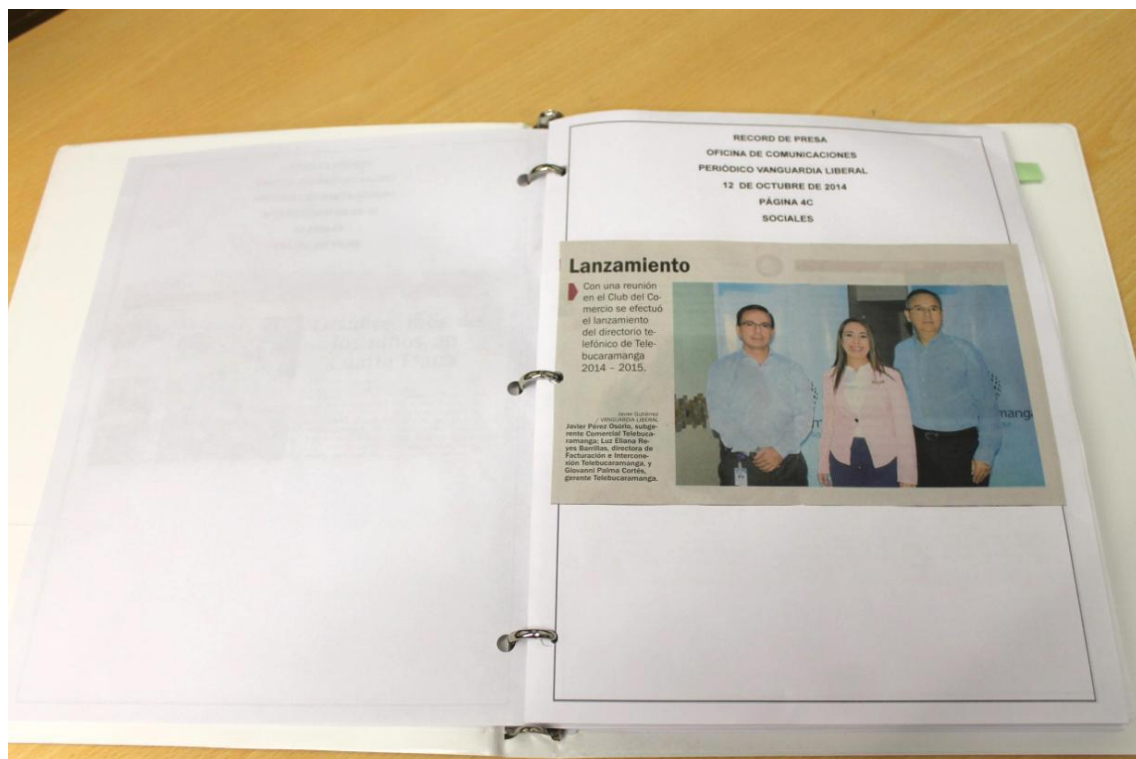
**Antonio Machado.**

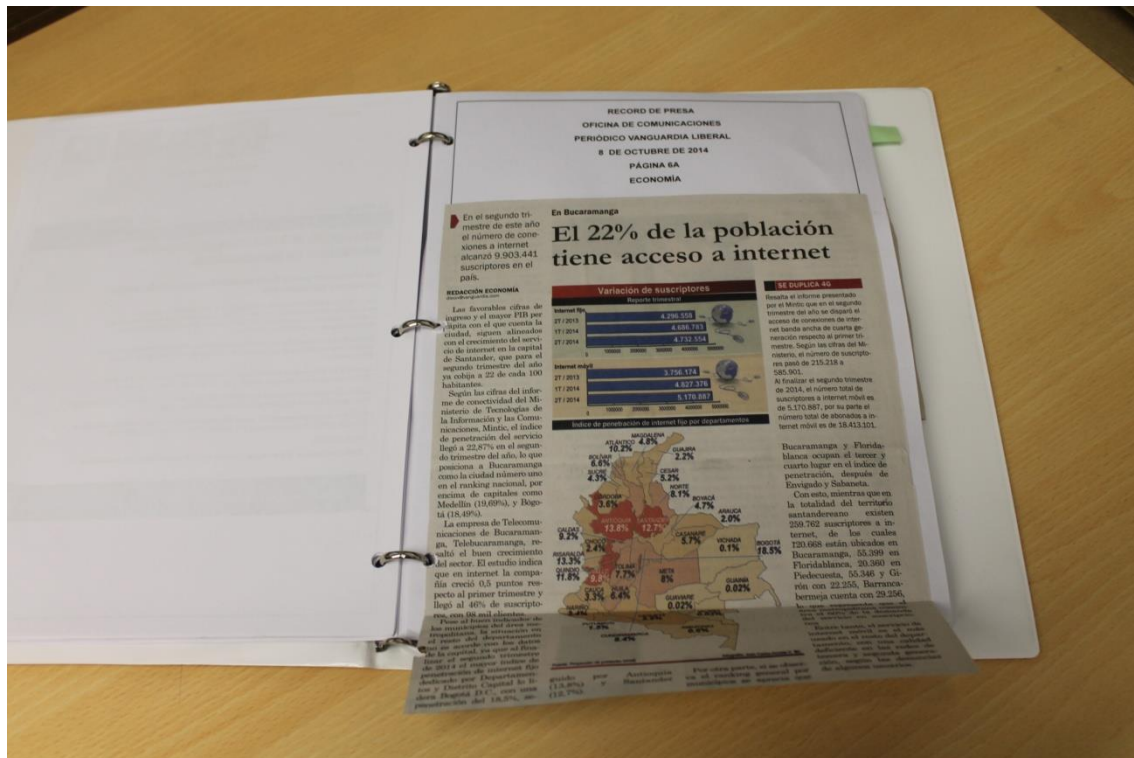
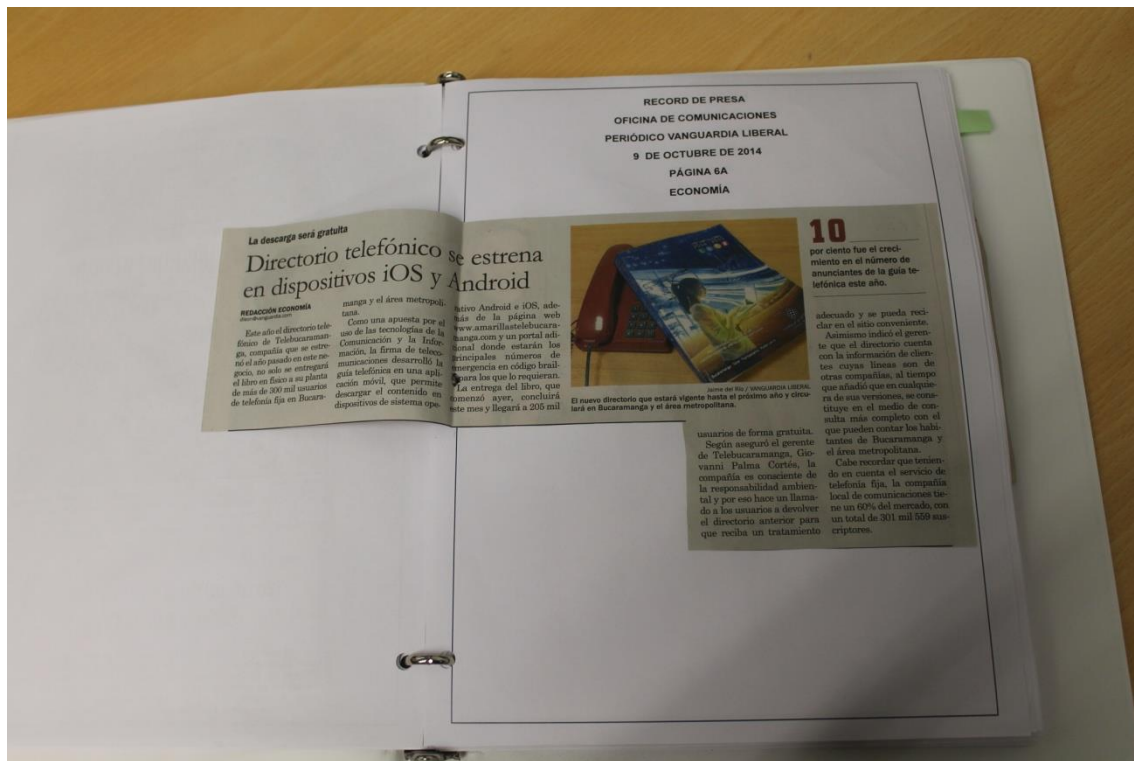


Anexo H- Cartelera informativa.




Anexo I- Record de prensa.





Anexo J- Mapa de públicos externos


	<p><b>Comunicaciones y Relaciones Corporativas</b> <b>Mapa de Públicos Externos</b></p>
<p><b>Mapa de Públicos Externos Oficina de Comunicaciones Telebucaramanga</b></p>	
<p>Clientes</p>	<p>Hombres y Mujeres mayores de edad, pequeñas y grandes empresas que son consumidores de cualquiera de los servicios que ofrece Telebucaramanga.</p>
<p>Proveedores</p>	<p>Empresas que prestan servicios o proveen de materia prima a la empresa.</p>
<p>Medios de Comunicación</p>	<p>RCN, Caracol, Vanguardia Liberal, El Frente, ADN, Gente, El Tiempo, Q'hubo, TRO, TVC, Radio Melodía, Radio Primavera, Todelar, entre otros medios de comunicación.</p>
<p>Entidades Gubernamentales</p>	<p>Gobernación de Santander, Alcandía de Bucaramanga, Alcaldía de Floridablanca, Alcaldía de Piedecuesta, Alcaldía de Girón.</p>
<p>Organizaciones Educativas</p>	<p>Colegios, universidades y entidades de educación media y tecnológica.</p>
<p>Fuerza Pública</p>	<p>Policía Nacional, Ejército Nacional, Fuerza Aérea y La Armada.</p>

## Anexo K- Contenidos de la página web.

www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/noticias-corporativas/mas-lineas-telefonicas-entran-revision

Panel de control Contenido Estructura Tienda Apariencia Personas Módulos Configuración Informes Ayuda 6/1 Bienvenido, tatianatb Cerrar sesión

### Más líneas telefónicas entran a revisión



Bucaramanga, 4 de septiembre de 2014.- Más de mil líneas telefónicas serán intervenidas por personal adscrito a la Subgerencia Técnica y Operativa de la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga.

Los trabajos se realizarán mañana viernes 5 de septiembre al nororiente de la ciudad, informó Giovanni Palma Cortés, gerente de Telebucaramanga, quien indicó que los mismos comenzarán en las primeras horas de la mañana y concluirán al finalizar la tarde.

Las obras hacen parte del programa de actualización de redes que viene adelantando la compañía y que garantiza la continuidad de los servicios telefónicos, de Internet y de datos, que en esta ocasión beneficiará a los clientes actuales y potenciales de la compañía en barrios como Bolarquí, La Concordia, un sector de Cabecera del Llano, Ricaurte y Sotomayor.

Labores similares se han venido desarrollando en diferentes sectores del área metropolitana y continuarán en la medida en que se detecten fallas que pudieran ocasionar la interrupción de los servicios que ofrece Telebucaramanga.

#### Noticias corporativas

- Más líneas telefónicas entran a revisión
- Los teléfonos públicos de Telebucaramanga se mantienen vigentes
- Este domingo, Brigada SAC llega a Coaviconsá
- Telebucaramanga continúa con su programa de actualización de redes
- Telebucaramanga llegó a los cien mil clientes de Internet
- Telebucaramanga robustece su plataforma tecnológica
- Nuevas líneas entran a revisión en Bucaramanga y Floridablanca
- Nuevos gabinetes ampliarán el ancho de banda de Internet en barrios alejados de las centrales telefónicas
- Telebucaramanga interviene líneas telefónicas en Pablo Sexto y Juan XXIII

Continúa la reposición de la

www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/noticias-corporativas/los-telefonos-publicos-de-telebucaramanga-se-mantienen

Panel de control Contenido Estructura Tienda Apariencia Personas Módulos Configuración Informes Ayuda 12/1 Bienvenido, tatianatb Cerrar sesión

### Los teléfonos públicos de Telebucaramanga se mantienen vigentes



Bucaramanga, 2 de septiembre de 2014.- Con mil 800 teléfonos públicos monederos que ofrecen los servicios de larga distancia nacional, internacional, local y a móviles, cuenta la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga.

Los aparatos están distribuidos en diferentes sectores de la capital santandereana, Floridablanca y Girón: barrios, colegios, parques, centros comerciales y calles con el fin de ofrecer el servicio a la ciudadanía, manifestó Giovanni Palma Cortés, gerente de Telebucaramanga.

Los teléfonos reciben mantenimiento semanalmente para mantener habilitados diariamente casi la totalidad de los aparatos, además la compañía dispone de cuadrillas que se encargan de realizar las reparaciones que sean necesarias.

Estos aparatos también prestan servicio gratuito a líneas con numeración abreviada. Por ejemplo, Policía, Bomberos, Gáula y otros identificados como de interés general o de emergencias.

#### Noticias corporativas

- Los teléfonos públicos de Telebucaramanga se mantienen vigentes
- Este domingo, Brigada SAC llega a Coaviconsá
- Telebucaramanga continúa con su programa de actualización de redes
- Telebucaramanga llegó a los cien mil clientes de Internet
- Telebucaramanga robustece su plataforma tecnológica
- Nuevas líneas entran a revisión en Bucaramanga y Floridablanca
- Nuevos gabinetes ampliarán el ancho de banda de Internet en barrios alejados de las centrales telefónicas
- Telebucaramanga interviene líneas telefónicas en Pablo Sexto y Juan XXIII

Continúa la reposición de la red de comunicaciones.

www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/noticias-corporativas/este-domingo-brigada-sac-en-el-barrio-alvarez

Panel de control Contenido Estructura Tienda Apariencia Personas Módulos Configuración Informes Ayuda 10 / 1 Bienvenido, tatanatb Cerrar sesión

### Este domingo, brigada SAC en el barrio Álvarez



Bucaramanga, 27 de noviembre de 2014.- Al barrio Álvarez de esta ciudad, llega el domingo 30 de noviembre la brigada de servicio al cliente, actividad que cada mes organiza la Empresa de Telecomunicaciones. La jornada tendrá lugar en el parque Las Américas, diagonal al CAI, entre las 8:00 de la mañana y la 1:00 de la tarde, según informó Giovanni Palma Cortés, gerente de Telebucaramanga. La brigada estará coordinada por la dirección de Servicio al Cliente, área que contará con personal calificado, equipos en línea y una cuadrilla que se encargará de reparar los daños que sean reportados durante la misma. Con esta actividad, Telebucaramanga se acerca a los clientes, escucha sus inquietudes, y dará soluciones en tiempo real en todo lo relacionado con los servicios y el portafolio que también estará a disposición de usuarios actuales y potenciales.

Noticias corporativas

- Este domingo, brigada SAC en el barrio Álvarez
- Telebucaramanga optimiza la red de comunicaciones
- Medidas preventivas para evitar daños masivos
- Se intervienen líneas en Girón
- En diez barrios, Telebucaramanga intervendrá la red
- Nuevas líneas telefónicas del centro entran a revisión
- En Monterredondo también se intervendrán líneas telefónicas
- Otras mil líneas entran a revisión en el sector de Morrongo
- Telebucaramanga intervendrá líneas telefónicas en Morrongo
- Más nuestro

OBI Líneas de atención Noticias Pago Electrónico Nuestra factura Parrilla de canales TV


Suscríbete a nuestro boletín de noticias y recibe información de promociones y novedades [palmon@telebucaramanga.com](mailto:palmon@telebucaramanga.com) [Suscribirse](#) Siguenos en: 

www.telebucaramanga.com.co/nuestra-empresa/noticias-corporativas/telebucaramanga-intervendra-lineas-telefonicas-en-morrongo

Panel de control Contenido Estructura Tienda Apariencia Personas Módulos Configuración Informes Ayuda 16 / 1 Bienvenido, tatanatb Cerrar sesión

Noticias Corporativas Telebucaramanga intervendrá líneas telefónicas en Morrongo ha sido actualizado.

### Telebucaramanga intervendrá líneas telefónicas en Morrongo

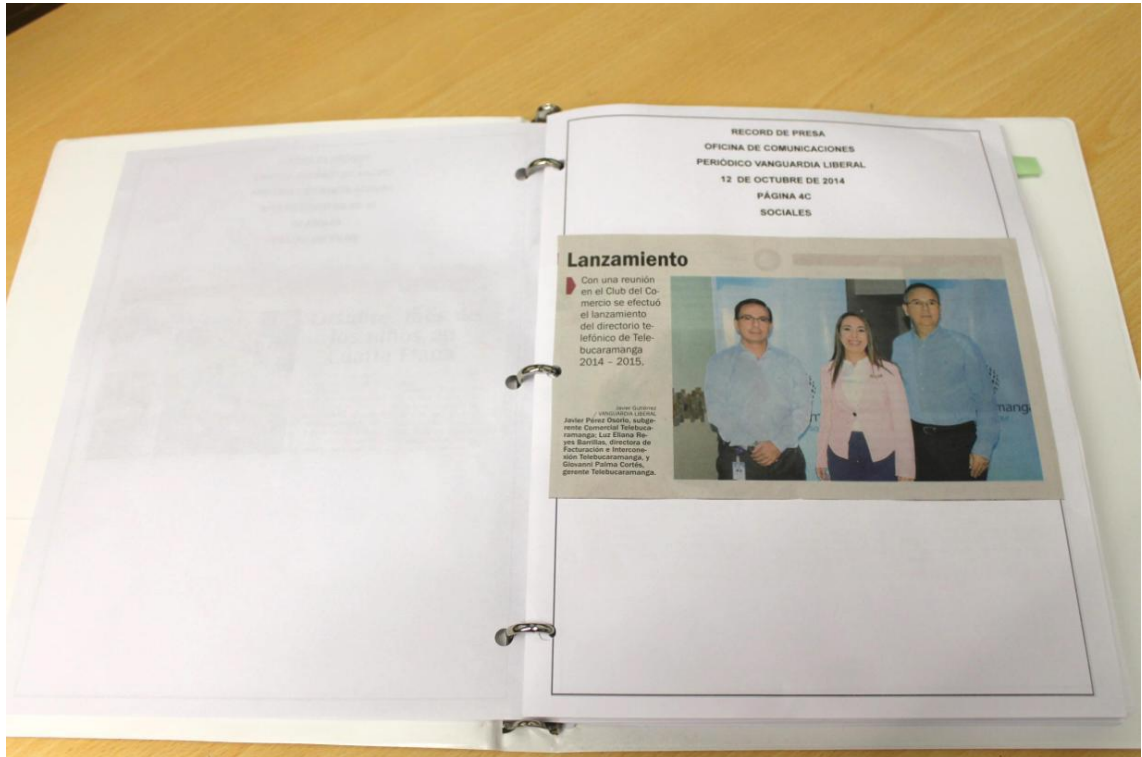


Bucaramanga, 23 de octubre de 2014.- Cerca de mil líneas telefónicas y aproximadamente quinientos puertos de Internet, serán intervenidas este sábado 25 de octubre por personal de la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga en la comuna catorce de esta ciudad. La información la suministró Giovanni Palma Cortés, gerente de la compañía, quien indicó, que en este sector se va a llevar a cabo un mantenimiento a la red con el fin de optimizar los servicios de voz, datos e Internet, como también evitar daños masivos. Las líneas que entran a revisión están ubicadas en los barrios Morrongo, Miraflores, Buenos Aires Parque y Buenavista, indicó el Directivo al señalar que los servicios se irán restableciendo en la medida en que avancen las obras, que se espera culminen al finalizar la tarde. Los trabajos hacen parte del programa de actualización de redes que adelanta Telebucaramanga con el fin de ofrecer un mejor servicio tanto a clientes actuales como potenciales.

Noticias corporativas

- Telebucaramanga intervendrá líneas telefónicas en Morrongo
- Más nuestro
- Telebucaramanga mantiene sus indicadores de gestión
- Bucaramanga se mantiene como la ciudad capital con mayor penetración de Internet. Telebucaramanga mantiene su liderazgo en la región.
- Telebucaramanga y la Responsabilidad ambiental
- Brigada SAC llega al Girardot
- Un computador portátil y un año de Internet gratis, entregó Telebucaramanga a la cliente cien mil.
- Mañana en la tarde, en Telebucaramanga no se atenderá público
- Telebucaramanga fortalece su servicio de Internet
- Más líneas telefónicas

## Anexo L- Ruedas de Prensa



Anexo M- Eventos comerciales e institucionales.



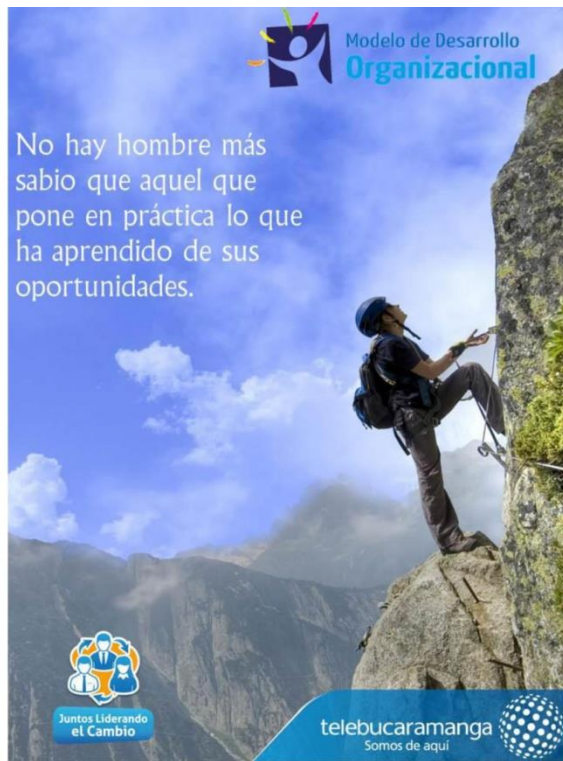


Anexo N- Encuesta aplicada diagnostico de comunicación.

<b>DIAGNÓSTICO DE CANALES DE COMUNICACIÓN TELEBUCARAMANGA</b>			
<b>PREGUNTA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
¿Con cuántos canales de comunicación cuenta Telebucaramanga?			
¿Qué canales conoce?			
¿Cuál es el que más consulta? ¿Por qué?			
¿Cuál es el menos consulta? ¿Por qué?			
¿Qué temas le gustaría encontrar en estos canales? ¿Por qué?			
¿Está satisfecho (a) con el manejo que se le da a la información y a los canales?			
¿Qué les modificaría?			
¿En qué otra forma le gustaría que le llegara la información? ¿Por qué?			
¿Tiene alguna otra sugerencia?			

Anexo Ñ- Campaña expectativa para evaluación de desempeño.





Anexo O- Cartilla para la evaluación de desempeño.

**Concepto: Sentido de la responsabilidad**

- El colaborador asume y resuelve con eficacia dificultades del área.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

- Las acciones del colaborador están orientadas a conseguir resultados y a resolver metas del servicio con calidad

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

- El colaborador lleva consigo la actitud de respeto, escucha y colaboración

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Sume los números que corresponden a la elección con la que se identificó, luego divida en 5 y el resultado que obtenga es el equivalente a la sumatoria de Evaluación de competencias corporativas.

Sumatoria Factores organizacionales	
Sumatoria Evaluación de competencias corporativas	70%
Sumatoria Factores organizacionales	30%
TOTAL	

**Mi compromiso**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

**Modelo de Desarrollo Organizacional**

## Cartilla de Evaluación de Desempeño

### 1. Datos generales de identificación

Nombre del colaborador evaluado :

Fecha de ingreso:	Cargo:
Área:	Teléfono – e mail:
Nombre del jefe inmediato:	Fecha de evaluación:

Recuerde que este es un proceso objetivo, basado en comportamientos observables.

Marque con una X la opción con la que más se identifica, este puntaje le servirá para obtener el resultado final de su evolución.

**Juntos Liderando el Cambio**

**telebucaramanga**  
Somos de aquí

## 2. Evaluación de competencias corporativas



Tenemos la capacidad de intercambiar información con los demás, reconociendo y respetando la existencia de opiniones diferentes y asegurando relaciones transparentes, confirmando la información que se da y se recibe. Se hace especial énfasis en emitir juicios constructivos y brindar retroalimentación asertiva.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------



Nuestros clientes están en el centro de todos los procesos. Nuestras acciones están dirigidas hacia la acción del cliente y basadas en las relaciones sólidas de conocimiento y aprendizaje permanente.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------



Enfocamos nuestros esfuerzos hacia el cumplimiento de los objetivos de la organización. Siendo conscientes de la importancia del proceso, ponemos especial énfasis en el logro de los resultados.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------



Integramos nuestras experiencias y aptitudes, compartimos conocimientos y ofrecemos nuestras mejores cualidades para lograr la excelencia en los procesos y el cumplimiento de los objetivos propuestos.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------



Conocemos cómo funciona el negocio y entendemos como las tendencias del mercado afectan las áreas y la organización. Nos comprometemos a adquirir nuevos conocimientos relacionados con el sector, la compañía y nuevas tecnologías.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Suma los números que corresponden a la elección con la que se identificó, luego divide en 5 y el resultado que obtenga es el equivalente a la sumatoria de Evaluación de competencias corporativas.

Sumatoria Evaluación de competencias corporativas

## 3. Factores organizacionales



### Concepto: Asistencia al trabajo y puntualidad

Asistió todos los días y puntualmente al trabajo.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

### Concepto: Adaptabilidad al nivel de trabajo

Aprende y/o asume nuevas tareas propias de su cargo

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Comunica problemas o dificultades en una forma positiva

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Refleja actitud positiva en respuesta a cambios de prioridades o a cambios requeridos en la ejecución de procedimientos y tareas del cargo

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Recibe y da críticas constructivas de forma positiva

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

### Concepto: Aplicación del conocimiento técnico

El colaborador utiliza con eficacia las herramientas tecnológicas y los recursos disponibles para solucionar problemas.

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Proporciona información real, confiable y a tiempo en la ejecución de sus procedimientos y tareas

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

Entra en contacto con otras áreas facilitando sinergias que optimicen los procedimientos y tareas a su cargo

NUNCA 0	OCASIONAL 1	LA MITAD DEL TIEMPO 2	FRECUENTE 3	SIEMPRE 4
------------	----------------	--------------------------	----------------	--------------

## Anexo P- E-card con los tips evaluación de desempeño.

### ¿COMO DIRECTIVO QUÉ DEBO TENER EN CUENTA A LA HORA DE LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO?



Juntos Liderando el Cambio

1 ANTES DE LA CONVERSACIÓN

- ✓ Preparo la reunión con anticipación con cada uno de los colaboradores de mi equipo, para esto, reservo un espacio de aproximadamente 30 minutos por cada uno y me tomo el tiempo para analizar su desempeño.
- ✓ Analizo la autoevaluación realizada por cada colaborador y elaboro mis conclusiones.
- ✓ Identifico por los menos dos oportunidades y fortalezas que tiene mi colaborador y preparo la retroalimentación al respecto.
- ✓ Reviso los objetivos de acuerdo a mi planeación estratégica 2014 y estudio cómo el colaborador puede apoyar mis resultados.

2 DURANTE LA CONVERSACIÓN

- ✓ Inicio retomando las labores realizadas por el colaborador durante el 2014.
- Algunas preguntas que me pueden ayudar a abrir este espacio:
  - ¿Como te sientes con respecto a tus resultados en lo que va transcurrido del año?
  - ¿De tu gestión, qué consideras que ha sido lo mas exitoso y que te genero aprendizajes para ti o para la empresa?
  - ¿Que crees que pudiste hacer mejor y no lo hiciste?
  - ¿En qué hubieras querido que yo te apoyara?

3 CIERRE DE LA CONVERSACIÓN

- ✓ Me aseguro de que mi colaborador no tenga dudas.
- ✓ Realizo la pregunta de manera abierta.
- ✓ Pido a mi colaborador que me comente los aspectos que considera más valiosos de nuestra conversación.
- ✓ Agendo las fechas en las que me reuniré nuevamente con mi colaborador para realizar seguimiento al desempeño.



Anexo Q- Campaña expectativa charla de Marca Personal.





Anexo R- Campaña expectativa desafío amor y amistad.



Acepta el desafío de amor y amistad



Inscripciones abiertas hasta el 4 de septiembre.

¡Pon a prueba tus destrezas!

Lugar: sede recreacional Comfenalco.  
Fecha: sábado 13 de septiembre .  
Hora: 8:00 a.m. a 12:00 m.

Mayor información ext. 5730.  
[cmcorredor@telebucaramanga.com.co](mailto:cmcorredor@telebucaramanga.com.co)

Anexo S- Matriz de responsabilidades oficina de comunicaciones.

 telebucaramanga	<b>Comunicaciones y Relaciones Corporativas Matriz de Responsabilidades</b>
--	---

<b>Matriz de Responsabilidades Oficina de Comunicaciones Telebucaramanga</b>				
No	ACTIVIDADES		RESPONSABLES	PERIODICIDAD
1	Intranet corporativa	Manejo de la plataforma de intranet	Coordinador y pasante	Permanente
2	Blog interno	Actualización y administración del blog corporativo	Coordinador y pasante	Permanente
3	Vídeos corporativos	Grabación, edición y difusión de videos corporativos a través de la intranet y el blog	Coordinador y pasante	Permanente
4	Cartas corporativas	Actualización de información	Coordinador y pasante	Semanal
5	Boletín Telebucaramanga	Manejo de información interna y del sector que se remite a los colaboradores	Coordinador y pasante	Diario
6	Registro fotográfico de las actividades	Toma de imágenes de las actividades internas y externas que organiza la compañía.	Coordinador y pasante	Permanente
7	Pantallas digitales	Manejo de información de interés a través de este medio	Coordinador y pasante	Semanal
8	Entrevistas internas de personal para notas.	Reportajes o crónicas a colaboradores	Coordinador	Permanente
9	Encuestas internas	Diseño, aplicación, análisis y seguimiento de encuestas sobre los canales de comunicación internos.	Coordinador y pasante	Semestral
10	Ruedas de prensa y eventos periodísticos.	Actividades donde se convocan a los medios de difusión	Coordinador y Dirección de mercadeo	De acuerdo a la necesidad
11	Correspondencia protocolaria de gerencia.	Manejo de notas de estilo y tarjetas	Coordinador	Permanente
12	Actualización de los medios de información interna.	Mejoras a los canales de comunicación	Coordinador, Diseñador gráfico, administrador web	De acuerdo a la necesidad

13	Seguimiento a medios de comunicación	Record de prensa	Coordinador y pasante	Permanente
14	Página web	Actualización de noticias, normatividad y servicio al cliente	Coordinador y pasante	Permanente
15	Actividades internas	Apoyo a las actividades internas que organiza las diferentes áreas de la compañía	Coordinador y pasante	Permanente
16	Boletín de prensa	Elaboración de comunicados con información dirigidos a los diferentes medios de comunicación	Coordinador	Diario

Anexo T- Plantilla e – card de condolencias.

Lugar de velación  
Funeraria San Pedro  
Fecha: 23 de julio de 2014  
Eucaristía: Capilla parque memorial Tierra Santa  
Fecha: 23 de julio de 2014  
Hora: 4:00 p.m.

Los colaboradores de la Empresa de Telecomunicaciones de Bucaramanga, lamentan profundamente el fallecimiento de la señora **Alcira Meléndez Beltrán**, madre de nuestro compañero Daniel Meléndez, Tecnólogo de Conmutación. Hacemos llegar nuestro acompañamiento y afecto a su familia.

telebucaramanga  
Somos de aquí

Anexo U- Plantilla e – card de ascensos o reconocimientos.

Felicidades a nuestro compañero, quien ahora desempeña un nuevo rol como Analista de Proyectos Comerciales en la Subgerencia Comercial.

Le deseamos éxito y esperamos que este nuevo reto contribuya en la construcción de su desarrollo.

**¡Felicitaciones!**

**Jherson Santamaría Guzmán**  
01 de Agosto de 2014

telebucaramanga  
Somos de aquí

## Observe algunos actos y condiciones inseguras.



Escalera sin asegurar.



Colaborador subiendo la escalera sin eslinga.



Sin casco protector.



Subiendo con las manos ocupadas.



Escalera en fachada.

### Roci

Registro de observación de comportamiento inseguro.



**SEGURIDAD LABORAL**

**telebucaramanga**  
Somos de aquí



## Actos y condiciones inseguras.



Posición ergonómica.

**Roci**  
Registro de observación de comportamiento inseguro.



Manejo de puertas.



Subiendo escaleras corriendo.



Uso de ascensores.



Manejo de alturas.



**SEGURIDAD LABORAL**

telebucaramanga  
Somos de aquí



## Actos y condiciones seguras del trabajo en alturas



Sitio asegurado.



Uso de implementos de seguridad.



Asegurado y listo para realizar el trabajo.



Realizando las labores, seguro y con tranquilidad.



**SEGURIDAD LABORAL**



Culmina su labor y desciende con precaución.

### Roci

Registro de observación de comportamiento inseguro.

telebucaramanga  
Somos de aquí



## Anexo W- Campaña “Telebucaramanga ¡piensa en mí!”.

**Telebucaramanga**  
¡Piensa en mí!

**Desarrollo**

**CLIMA ORGANIZACIONAL**

Durante el 2014 la compañía nos ha brindado una alternativa de formación y crecimiento a través de capacitaciones presenciales y virtuales. A la fecha, el 91% de los colaboradores han participado de estas capacitaciones.



**Juntos Liderando el Cambio**


**Telebucaramanga**  
¡Piensa en mí!

**Cliente**

**CLIMA ORGANIZACIONAL**

En el 2014 llegamos con orgullo a nuestro cliente 100 mil de internet. Vibramos en el mundial con la campaña Raspa y Gana, e innovamos al asumir el reto de comercializar y editar el directorio telefónico, y continuamos llegando a diferentes sectores con las brigadas SAC.

¡Nuestros Clientes son prioridad!



**Juntos Liderando el Cambio**

**Telebucaramanga**  
¡Piensa en mi!

**CLIMA ORGANIZACIONAL**

## Comunicación

Buscando mejorar la efectividad de nuestros canales de comunicación se realizó un diagnóstico de medios con una muestra significativa de nuestros colaboradores.

Fueron reestructuradas las pantallas informativas, el blog, la intranet y el boletín Interno.

**Juntos Liderando el Cambio**




**Telebucaramanga**  
¡Piensa en mi!

**CLIMA ORGANIZACIONAL**

## Trabajo diario

Durante el 2014 el autocuidado ha sido una prioridad para la empresa y un compromiso de los colaboradores.

57 integrantes del área técnica participaron en la capacitación realizada por Las Unidades Tecnológicas en "Medios de transmisión y equipos de prueba".

**Juntos Liderando el Cambio**