

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

## **POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA**

La política de comunicación interna debe impulsar una interacción permanente de los empleados entre sí y con la dirección de la Agencia, fortalecer la cultura organizacional, impulsar el bienestar laboral, estimular la formación académica, inculcar una cultura por la protección del medio ambiente y los derechos humanos, mantener el sentido de pertenencia de la entidad y tener un permanente diálogo y colaboración de toda la plantilla.

La gestión de la comunicación interna de la Agencia Nacional de Infraestructura busca contribuir a crear condiciones para que los empleados de la entidad cumplan con los objetivos misionales y conozcan e interioricen las metas institucionales.

Las decisiones que adopte la entidad, así como las comunicaciones y oficios a los públicos internos deben ser conocidos plena y oportunamente por la Oficina de Comunicaciones, que hará parte del Comité de Presidencia y que propondrá acciones para su manejo y divulgación interna.

Se deben usar todos los medios que permitan la adecuada, rápida y clara difusión de las decisiones adoptadas por la dirección de la Agencia y que beneficien a los empleados, a través de distintas herramientas como la plataforma tecnológica y el uso de pantallas de televisión por áreas de la Agencia.

Dichas decisiones deben ser conocidas plena y oportunamente por la Oficina de Comunicaciones, que ofrecerá recomendaciones sobre la manera de difundirlas y los medios que se empleará para hacerlo, lo cual contará con la validación de la Presidencia de la Institución.

Lo anterior debe tener en cuenta los públicos de interés internos, plenamente identificados, y la manera de difusión. En todo caso, la directiva de la entidad debe desarrollar un estilo de comunicación tendiente a fortalecer la identidad institucional y la visión compartida, basados en el estilo de dirección definido por el Presidente de la Agencia.

Los funcionarios deben conocer los procesos y procedimientos, el código de valores y de ética, las políticas institucionales y el Plan de Desarrollo de la entidad mediante la evaluación de los resultados que se obtengan de los compromisos adquiridos y delegados por la directiva de la entidad.

Actualmente, la comunicación interna está dispersa en diversas áreas, como la de Comunicaciones, Auditoría Interna y Talento Humano, y se realiza por diversos canales, incluyendo el correo interno. Dichas áreas deben trabajar en equipo para publicar un producto de muy alta calidad, con la asesoría y el apoyo constante y eficiente de la Gerencia Técnica y de Sistemas.

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

## OBJETIVO

La Oficina de Comunicaciones, con el apoyo de un Comité de Comunicación Interna, propenderá por el uso de distintas herramientas que permitan que los empleados se enteren de las decisiones de la entidad, de las noticias relacionadas con la institución, los logros alcanzados de manera grupal o individual, y de cómo ven a la Agencia los públicos externos.

En ese sentido, la política de comunicación interna debe contar con una estrategia que diagnostique la situación en la entidad y defina mediante un procedimiento, las acciones, herramientas y mensajes que se deben tener en cuenta para contribuir en el logro de los objetivos antes planteados, diseñada conjuntamente por las áreas de Recursos Humanos, Auditoría Interna y la Oficina de Comunicaciones, y validada por la alta dirección de la Agencia.

## RESPONSABLES

La política de comunicaciones interna se centra en la Oficina de Comunicaciones, que reporta directamente a la Presidencia de la Agencia Nacional de Infraestructura, y cuenta con el apoyo del Comité de Comunicaciones Interna, integrado por la Oficina de Comunicaciones, la Vicepresidencia Administrativa y Financiera, la Gerencia de Talento Humano y la Gerencia de Sistemas e Información. La periodicidad de la reunión sería de dos años, o las veces en que lo requiera la Oficina de Comunicaciones o alguno de los miembros de dicho Comité.

Dicho Comité es un espacio de discusión y aprobación de temas relacionados con la comunicación al interior de la Agencia, en el cual se unifican mensajes. Se constituye en un espacio de conocimiento de distintas herramientas y prácticas para mejorar la manera de informar y fortalecer la imagen de la institución.

## VOCERIA

El vocero oficial de los mensajes internos de la Agencia es el Presidente de la institución y podrá delegar esa función al vicepresidente Administrativo y Financiero.

## MENSAJES

Los mensajes a difundir por los distintos canales internos buscarán impulsar la cultura, la ética, los valores, el conocimiento, la responsabilidad social y el mejoramiento del clima laboral en la Agencia.

## ACTUACIÓN

Recoger, difundir, publicar y promocionar eventos, lanzamientos o anuncios de la Agencia a través de los medios internos de comunicación, está en cabeza de la Oficina de Comunicaciones.

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

Las actividades de gestión de conocimiento y bienestar que necesiten ser divulgadas a través de los canales internos, debe ser conocida desde el principio del proyecto por la Oficina de Comunicaciones.

Temas relacionados con procesos de la Agencia, convocatoria de talleres, seminarios, programas de Bienestar y Responsabilidad Social, deben ser comunicados, conocidos y autorizados por la Vicepresidencia que solicite su comunicación

De igual manera, las áreas que requieran la divulgación de campañas, ejercicios de motivación, entre otros, a través de los medios de comunicación interna deben ser plenamente justificados y solicitados por el Gerente de área o el vicepresidente.

La información publicada a través de los medios de comunicación interna sólo puede ser modificada por el responsable de Comunicación Interna o la persona designada por la Oficina de Comunicaciones.

Otros medios como audiovisuales y aquellos que se le parezcan, deben ser solicitados a la Oficina de Comunicaciones, que coordinará su proyección, así como la elaboración de guiones y todas las etapas de su producción, o en caso de que ya estén hechos, para analizar su contenido, pertenencia conveniencia para la divulgación interna.

El material gráfico usado en medios impresos debe estar acorde con el Manual de Imagen Corporativa.

## **CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA**

### **1. CARTELERAS**

Son las que más se usan en las instituciones para la comunicación interna. Sirven para involucrar a los empleados en los objetivos misionales de la institución y en el cumplimiento del código de ética y valores. Igualmente, los mantiene informados del acontecer nacional y especializado en el sector transporte, así como de las actividades internas de la Agencia, campañas, eventos sociales internos y externos, cursos y planes de bienestar.

La instalación de pantallas de televisión a manera de carteleras se constituye en una herramienta moderna, amigable con el medio ambiente, flexible para escoger la información que se desea comunicar y económica.

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

Las carteleras tienen un sentido formativo-informativo y cuentan con la ventaja de poder segmentar la información de acuerdo con el área donde se ubiquen. Pueden contener la tecnología “touch screen” para que los empleados interesados puedan escoger la información que desean leer.

De todos modos, la cartelera con un impacto más directo es el propio computador, sea de mesa o portátil, que le es provisto a cada empleado. Se puede actualizar cada día con el código de ética y valores, así como con fechas importantes para la organización o una convocatoria pública.

Las carteleras pueden estar colgadas por áreas, se actualizan con noticias generales y específicas del Sector Transporte y de la Agencia, que hayan sido publicadas en los medios de comunicación, por lo que se requiere un muy buen servicio de monitoreo de medios.

#### Características de la información

- Lenguaje claro y directo para facilitar su lectura.
- Imágenes llamativas y con alta calidad gráfica, con una disposición armónica.
- Buena combinación de colores y espacios.
- Tamaño y ubicación adecuados.

#### Contenido

- Actividades de bienestar, deporte, cultura, formación y educación
- Información general sobre metas de la empresa, avances de proyectos particulares.
- Promoción de empleados, cumpleaños, convocatoria de trabajadores a eventos.

#### Procedimiento

| <b>PASO</b> | <b>ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b> |
|-------------|--|--------------------|
| 1           | Selección de temas, definición de piezas para promoción de campañas      | OC                 |
| 2           | Consecución de información, redacción textos, selección material gráfico | OC                 |
| 3           | Diseño, diagramación carteleras  | OC y GS            |
| 4           | Impresión/digitalización   | OC y GS            |
| 5           | Publicación y seguimiento  | OC                 |

OC\*: Oficina de Comunicaciones; GS\*\*: Gerencia de Sistemas e Informática

Periodicidad: Mensual

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

## 2. INTRANET

Es el vehículo más usado por los empleados para enterarse de las novedades internas de la organización, por la inmediatez de las publicaciones, el bajo costo y el amplio abanico que ofrecen las tecnologías de la información para generar contenidos.

Su objetivo se centra en mantener informados permanentemente a los empleados de las campañas, acontecimientos y eventos de la Agencia.

### Características de la información

- Diariamente se actualiza con noticias relacionadas con la Agencia y sus públicos objetivos como el Gobierno, los concesionarios, y los usuarios de las concesiones.
- Semanalmente se renueva con algún tema de interés central.
- El responsable de Comunicación Interna corrige las informaciones y las valida con el jefe de la Oficina de Comunicaciones.
- Esta herramienta permite saber la cantidad de empleados que la usan y los temas de mayor interés.

### Particularidades

- Textos cortos, lenguaje claro para facilitar su lectura.
- Información acompañada de una imagen clara y apropiada.
- Tener en cuenta el manual de imagen corporativa para elaborar los textos.
- Noticias autorizadas por el área que solicita la publicación.

Periodicidad: permanente

### Procedimiento

| PASO | ACTIVIDAD   | RESPONSABLE |
|------|---|-------------|
| 1    | Presentación de textos a OC   | OC          |
| 2    | Consecución de información, redacción de textos, selección gráficas | OC          |
| 3    | Diseño de portada y páginas   | OC          |
| 4    | Diagramación  | OC y GS     |
| 5    | Publicación y seguimiento   | OC          |

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

### 3. REVISTA FISICA Y VIRTUAL

Es una revista con la que se busca generar sentido de pertenencia, formar, educar, entretener y consolidar el clima laboral.

Su objetivo es mantener informados a los empleados de temas cortos, que faciliten su lectura.

La revista colgará en la Intranet y en la página WEB

Periodicidad inicial: semestral.

Temas:

- Editorial del Presidente
- Entrevistas o temas especializados por vicepresidencias
- Temas administrativos, jurídicos financieros, y de ingeniería y arquitectura.
- Preguntas frecuentes
- Avances de la transformación
- Noticias del Sector
- Eventos académicos, deportivos, culturales.
- Secciones de entretenimiento (Crucigrama, Sudoku, etc)

Procedimiento

| PASO | ACTIVIDAD                              | RESPONSABLE |
|------|--|-------------|
| 1    | Presentación temas y textos a OC       | OC          |
| 2    | Consecución de información             | OC          |
| 3    | Diseño y diagramación, ubicación fotos | OC          |
| 4    | Publicación                            | OC          |
| 5    | Seguimiento de lecturabilidad          | OC          |

### 4. REUNIONES Y ENCUENTROS CON EMPLEADOS

Las reuniones con los empleados fomentan la motivación y la participación en torno a un tema específico y también sirven para dar información de primera mano acerca de la institución, al tiempo que se constituye en el medio de comunicación más directo.

|  |                                     |  |                             |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------------|
|  | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|  | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|  | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

Estos encuentros también se pueden realizar por áreas para comunicar una decisión específica, que no compromete al resto de la institución.

Su objetivo es intercambiar información y obtener una retroalimentación de los trabajadores sobre las actividades al interior de la organización.

#### Características

- Se genera clima de confianza por parte de la alta dirección de la Agencia y los empleados.
- Se comunica a todo el grupo o a una parte específica de los empleados.
- Sirve para dinamizar y enfatizar mensajes de motivación.

#### Procedimiento

| PASO | ACTIVIDAD                              | RESPONSABLE          |
|------|--|----------------------|
| 1    | Definición de temas                    | OC y área específica |
| 2    | Escogencia del sitio de reunión        | OC                   |
| 3    | Convocatoria, con envío correo interno | OC y área específica |
| 4    | Firma de acta y asistencia             | OC                   |
| 5    | Evaluación evento con encuesta         | OC                   |
| 6    | Seguimiento                            |                      |

#### **CONSIDERACION FINAL**

La presente política de comunicaciones debe ser actualizada con periodicidad, para ajustar los roles, competencias, mensajes y criterios a la marcha de la institución, siempre pensando en sus objetivos a largo, mediano y corto plazo.

| <b>CONTROL DE CAMBIOS</b> |                 |                            |
|---------------------------|-----------------|----------------------------|
| VERSIÓN                   | FECHA           | DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO     |
| 001                       | Mayo 26 de 2015 | Elaboración de la Política |
|                           |                 |                            |

|   |                                     |  |                             |
|---|-------------------------------------|--|-----------------------------|
| <br><b>ANI</b><br>Agencia Nacional de<br>Infraestructura | <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN</b> |  | <b>Código:</b> TPSC-PT-0001 |
|   | <b>PROCESO</b>                      | TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN,<br>SERVICIO AL CIUDADANO Y<br>COMUNICACIÓN | <b>Versión:</b> 001         |
|   | <b>POLÍTICA</b>                     | COMUNICACIÓN INTERNA   | <b>Fecha:</b> 26/05/2015    |

| APROBACIÓN                |                                    |                                |            |                             |
|---------------------------|------------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------|
|                           | Nombre                             | Cargo                          | Fecha      | Firma                       |
| <b>Elaborado</b>          | Mónica Franco Toro                 | Experto G3 -06                 | 04/05/2015 | <b>ORIGINAL<br/>FIRMADO</b> |
| <b>Revisado</b>           | Nazly Janne Delgado                | Experto G3 -08                 | 15/05/2015 |                             |
| <b>Aprobado</b>           | Javier Mozzo Peña                  | Jefe Oficina<br>Comunicaciones | 26/05/2015 |                             |
| <b>Vo.Bo.<br/>Calidad</b> | Nancy Paola Morales<br>Castellanos | Gestor - Calidad               | 26/05/2015 |                             |