BANCO DE INNOVACIÓN EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

TÍTULO

Plan de comunicación interna del Departamento de Economía y Finanzas de Cataluña

INFORMACIÓN INICIAL:

PROBLEMA:

Se detecta entre los los empleados públicos del Departamento desconocimiento del avance tecnológico, actitud negativa frente al cambio, creación de células autónomas, existencia de conflictos competenciales y de responsabilidades, excesiva burocracia, falta de identificación con el trabajo y falta de especialización de funciones.

SOLUCIÓN GLOBAL:

Crear canales y vías de comunicación que permitan una mejor difusión de información de tal manera que se puedan dar respuesta a los problemas existentes y que obstaculizan la eficiencia de los empleados públicos.

TERRITORIO:

Cataluña

PÚBLICO DESTINATARIO:

Empleados públicos del Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Cataluña

ENTIDAD QUE LA HA LLEVADO A CABO:

Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Cataluña

DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA O PROGRAMA:

El Plan de Comunicación Interna fue desarrollado por el *Departament d'economía i finances* de la Generalitat de Cataluña en el 2008. En dicho plan se establecieron los siguientes objetivos estratégicos:

- Contribuir a desarrollar el modelo de gestión impulsado en el Departamento, ofreciendo información y formación en el momento adecuado.
- Hacer llegar a todos los servicios y colectivos la información relacionada con los aspectos organizativos y de gestión.
- Generar espacios y dinámicas que permitan obtener respuesta, intercambiar información útil y conocimientos que contribuyan a "extraer" lo que la gente sabe.

Por otro lado, en el Plan se diferencian cinco niveles para los contenidos de la comunicación:

1. General: ofreciendo información sobre aspectos de interés que conciernen a toda la organización, es información bidireccional u horizontal.
2. Puntual: aportando información que se da en momentos determinados a toda la organización, aspectos concretos. Se trata de una comunicación unidireccional y descendente.
3. Profesional: ofreciendo información sectorial, dirigida a personas con afinidades profesionales comunes. Comunicación multidireccional y horizontal.
4. De equipo: aportando información dirigida a personas que comparten un mismo propósito, misión o meta. Se trata esta de una comunicación bidireccional.
5. De opinión: ofreciendo, por último, información puntual consumida en sentido amplio por la dirección de carácter periódico y puntual. Esta es una comunicación ascendente.

Las herramientas diseñadas en el Plan eran las siguientes:

1. El Boletín Interno.

Se trata de una publicación de carácter interno que tiene como objetivo transmitir a todas las personas que trabajan en el Departamento toda clase de información relacionada con el Departamento.

Tiene como objetivos, en primer término, sistematizar una forma de difusión de información interna, en segundo lugar avanzar en la divulgación de comentarios y rumores sobre temas internos y, en última instancia, aprovechar las nuevas tecnologías para estos fines.

2. El Espacio Informativo Electrónico o Comunicado Interno.

Se trata de un espacio habilitado en la Intranet corporativa cuya función no es otra que detallar información, permanente o esporádica, de interés para los trabajadores del Departamento, facilitando el conocimiento de la organización y la consulta. La principal virtud con que cuenta el Comunicado interno de difusión general es la inmediatez en la recepción de la información.

Tiene como objetivos abrir la información corporativa y alcanzar un nivel alto de productividad y solidez informativa, adelantarse a la divulgación de comentarios sobre temas internos y hacerlo, además, provechando las nuevas tecnologías.

3. Las Comunidades Virtuales.

Se trata de espacios virtuales de comunicación cuyo objetivo es facilitar la interacción entre profesionales que tienen puntos en común y poner a su alcance los mejores recursos existentes en la red.

Podría decirse que tienen como objetivo tanto incentivar la interrelación entre personas que trabajan en el Departamento con puntos en común profesionales como facilitar la comunicación y el intercambio de información y extraer además la información que las personas tiene interiorizada, compartirla y ponerla en valor.

4. Las Sesiones Informativas.

Se trata de encuentros presenciales periódicos de personas del Departamento con la finalidad de informar de temas de interés común.

Tiene como objetivos dar una respuesta rápida a una demanda de información generada por cambios que afectan al trabajo diario potenciar el trabajo en equipo para poner en común opiniones, proyectos corporativos y otros temas existentes y posibilitar, en última instancia que las personas aporten su opinión, la compartan y la pongan en valor.

5. La Pregunta del Mes.

Se trata de una pregunta mensual que se hace en la Intranet, dirigida a todas las personas que trabajan en el Departamento sobre algún tema de interés de la corporación.

Se formula con el objetivo de tener una herramienta que permita obtener rápidamente información sobre la

opinión de las personas que trabajan en el Departamento, asegurando su anonimato.

6. El Manual de Bienvenida o Sesión de Bienvenida.

Se trata de una herramienta de comunicación que se basa en una acción de comunicación descendente: la Sesión de Bienvenida explica el contenido del Manual. A través de este mecanismo, las personas de nueva incorporación conocen a las personas referentes de cada unidad del Departamento.

No tiene otro objetivo que ofrecer un primer contacto del personal recién llegado con la organización. Instrumento para explicar la política de actuación del Departamento de Economía y Finanzas.

7. El Buzón de Ideas.

Se trata de un buzón electrónico, en la Intranet, mediante el cual cualquier persona de la organización podrá expresar sus ideas o sugerencias sobre temas internos del Departamento, ya sea porque son de interés común y, por tanto, interesantes de ser difundidas o porque mejoran el sistema de comunicación.

Son objetivos de esta herramienta de comunicación, tanto disponer de una herramienta que facilite y permita expresar las ideas y sugerencias que pueda tener cualquier persona, de cara a aportar opinión y mejorar sobre aspectos de interés departamental, como obtener rápidamente información sobre la opinión de las personas que trabajan en el Departamento sobre cualquier tema interno.

La elaboración e implantación del plan de comunicación interna formaba parte de los objetivos de la legislatura 2006-2010. Posteriormente, la necesaria adecuación de los objetivos departamentales a las nuevas prioridades establecidas comportó que el Plan no se llegara a desarrollar en su totalidad.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN Y REFERENCIA TEMPORAL

- Diagnóstico de la situación: detección de necesidades comunicativas.
  Conocer cuáles son los aspectos que más interesan al trabajador para tratarlos con claridad y rapidez
- Elaboración del Plan: Objetivos y herramientas.
  Definir las finalidades que se quieren conseguir, establecer unos canales de comunicación formales

estables, verídicos y útiles para todos los miembros de la organización, y organizar a medio y largo plazo una serie de recursos (humanos y materiales), herramientas y acciones.

- Difusión del plan.
  Difundir el plan, mentalizar y formar a todos los miembros de la organización sobre que es la C.I.
- Implementación del plan.
  Implementación del plan tomando conciencia de su importancia y generar predisposición a interrelacionarse, iniciar las acciones comunicativas con las herramientas establecidas.
- Seguimiento y evaluación.
  Identificar las desviaciones a los objetivos y a sus causas y poder diseñar acciones correctoras. Una vez desplegadas las herramientas, controlar que estén funcionando.
- Comunicación de resultados.
  Rendir cuentas de las acciones realizadas y de los resultados obtenidos.

DOCUMENTACIÓN DE CONSULTA Y APOYO:

Presentación de la práctica en el V Congreso Internacional Sobre Gestión de Recursos Humanos en la Administración Pública (Vitoria 2009)

http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/32078.pdf