

## ESTRATEGIA No. 1

<b>Objetivo Estratégico Institucional 4:</b>	Propiciar el desarrollo integral del talento humano en un clima laboral armónico.			
<b>Objetivo Comunicacional:</b>	Crear conciencia y sensibilizar sobre las posibilidades que brinda la comunicación formal, como instrumento que integra los procesos dentro de la cadena de valor al cliente interno y externo.			
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	DESARROLLO Y APRENDIZAJE PARA POTENCIALIZAR APTITUDES Y ACTITUDES COMUNICATIVAS DEL EQUIPO HUMANO DE LA UPME.			
<b>Audiencia:</b>	Interna			
<b>Enfoque Estratégico: Pedagógica</b>	Formar a directivos, a través de la entrega de conocimiento especializado en comunicación, que les permita liderar mejor sus equipos y conectarlos con los objetivos y las metas de la UPME.			
<b>Tácticas/Acciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Entregables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador</b>
Diseñar un programa de formación, articulado al Plan Institucional de Capacitación, dirigido a directivos, asesores, subdirectores, jefes de área y quienes tengan equipos de trabajo bajo su responsabilidad, que incluya los siguientes módulos: Comunicación Humana, relacionamiento, estilo de liderazgo. - Inteligencia Comunicacional.	Definir el programa de formación entre RH y Comunicaciones	Cronograma de formaciones	Humanos: Equipos de RRHH y Comunicaciones Líderes de la entidad	Percepción del buen desempeño comunicacional de los funcionarios hacia sus líderes.  Nivel de apropiación de las habilidades de comunicación entre los asistentes.  Resultados de la evaluación posterior de
	Elaborar cronograma de formación	Material entregable para asistentes		
	Seleccionar y contratar capacitadores	Evaluaciones de feedback		
	Definir locaciones (es mejor hacerlo fuera de la entidad para lograr una mayor concentración de los asistentes.)	Instrumento de evaluación posterior		

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación como aliada de Gestión</li> <li>- Comunicación para fortalecer la cultura.</li> <li>- Comunicación para el cambio.</li> <li>- Entrenamiento en vocería y manejo de crisis.</li> </ul>	Validar el plan de trabajo con los formadores	Logísticos: salones de eventos Coffes Almuerzos	verificación
	Elaborar y enviar invitación electrónica al menos 15 días antes de cada actividad. Mensaje: "Tu liderazgo nos inspira, todos somos UPME" (importante que sea desde la Dirección para lograr el compromiso de todo el equipo)		
	Elaborar el documento de feedback para asegurar el conocimiento de los participantes		
	Confirmar asistencia		
	Hacer acompañamiento para garantizar el buen desarrollo de la actividad		
	Crear y aplicar un instrumento tipo "quist" posterior para verificar		
		Técnicos: Audiovisuales presentación	<p>Avance en el aprendizaje de los participantes</p> <p>Número de formaciones realizadas/Número de formaciones programadas al año</p> <p>Nivel de asistencia</p> <p>Índice de aprobación y satisfacción de los participantes.</p>

	<p>apropiación del conocimiento formativo</p> <p>Diseñar un material tipo instructivo del perfil del líder de la UPME para entregar a los nuevos directivos y grabar un video con cada formador donde entreguen tips o recomendaciones puntuales que haga parte del proceso de su inducción. Sensibilizar a los directivos que participaron en la formación de la importancia de transmitir su conocimiento al nuevo equipo para garantizar un proceso alineado en todas las áreas.</p>			
Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Diseñar un programa de formación, articulado al Plan Institucional de Capacitación, para	Definir el programa de formación entre RH y Comunicaciones		Humanos: Equipos de RRHH y Comunicaciones.	Número de formaciones realizadas/Número de formaciones

<p>todos los colaboradores en temas de trabajo en equipo, comunicación asertiva, servicio colaborativo, relevancia del servidor público e inteligencia comunicacional.</p>	Elaborar cronograma de formación	<p>Cronograma de formaciones</p> <p>Material entregable para asistentes</p> <p>Evaluaciones de feedback</p> <p>Instrumento de evaluación posterior</p>		programadas al año
	Seleccionar y contratar capacitadores			Nivel de asistencia
	Validar el plan de trabajo con los formadores.			Índice de aprobación y satisfacción de los participantes
	Fase 1 campaña: lanzamiento "Todos somos uno, todos somos UPME"			Resultados de la evaluación posterior de verificación
	<p>Fase 2 campaña: sensibilización para asegurar la asistencia. "Diviértete, aprende, vive, comparte... te esperamos. Todos somos uno, todos somos UPME"</p> <p>Elaborar y enviar invitación electrónica al menos 15 días antes de cada actividad. (importante que sea desde la Dirección para lograr el compromiso de todo el equipo)</p>			<p>Logísticos:</p> <p>Locaciones para eventos</p> <p>Alimentos y bebidas</p> <p>Piezas POP de la campaña</p>

	Elaborar el documento de feedback para asegurar el conocimiento de los participantes			
	Confirmar asistencia		Técnicos:	
	Hacer acompañamiento para garantizar el buen desarrollo de la actividad		Medios de Comunicación internos	
	Crear y aplicar un instrumento posterior para verificar apropiación del conocimiento formativo			
Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Construir un plan de talleres experienciales, acompañado por una campaña de comunicación, que hagan evidentes las acciones de <b>servicio colaborativo</b> , partiendo del concepto del Cliente Servidor Interno, que facilite la conexión e integración entre las áreas.	Crear los contenidos clave alrededor de la temática de servicio colaborativo y que deberán ser socializados en los talleres y la campaña.	Diseño de la campaña: concepto comunicacional y piezas	Logísticos: los implicados en el proceso formativo	Índice de aprobación y satisfacción de los participantes.
	Definir el programa de formación entre RH y Comunicaciones	Cronograma de formaciones		Resultados de la encuesta de impacto campaña.
	Elaborar cronograma de formación	Material entregable para asistentes		Resultados de diferencia entre comportamiento deseable-
	Evaluaciones de feedback			

	Seleccionar y contratar capacitadores	Instrumentos de medición impacto y cambio comportamental	Humanos: Equipos de RRHH y Comunicaciones	comportamiento no deseado.  Aumento en trabajo colaborativo entre áreas.  Número de formaciones realizadas/Número de formaciones programadas al año.  Nivel de asistencia y participación.
	Validar el plan de trabajo con los formadores			
	Diseñar material POP para la campaña: 1. Elementos de escritorio (botones, mugs, portavasos, libreta de notas) 2. Elementos para los talleres: cachuchas y camisetas			
	Fase 1 campaña: lanzamiento del concepto "Yo vivo es servicio... porque Todos somos uno, todos somos UPME"			
	Fase 2 campaña: sensibilización para asegurar la asistencia. "Diviértete, aprende, vive, comparte... te esperamos. Todos somos uno, todos somos UPME"			

	<p>Confirmar asistencia</p> <p>Hacer acompañamiento para garantizar el buen desarrollo de la actividad</p> <p>Crear y aplicar un instrumento posterior para verificar apropiación del conocimiento formativo</p> <p>Medición del impacto de los talleres y la campaña</p> <p>Fase 3 campaña: sostenimiento y refuerzo de los conceptos diseñados a través de mensajes de recordación permanentes en los medios de comunicación internos.</p>		<p>Técnicos:</p> <p>Medios de comunicación internos</p>	
--	--	--	---	--

## ESTRATEGIA No. 2

<b>Objetivo Estratégico Institucional 4:</b>	Propiciar el desarrollo integral del talento humano en un clima laboral armónico.			
<b>Objetivo Comunicacional:</b>	Sensibilizar a todo el equipo de trabajo de la UPME sobre la importancia de una comunicación formal, clara y oportuna, con el fin de incrementar en ellos los valores del servicio colaborativo, trabajo en equipo y fortalecer el sentido de pertenencia como insumos clave para el fortalecimiento de la identidad y de la cultura institucional.			
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	SENSIBILIZACIÓN Y ACERCAMIENTO PARA APOYAR LA INTEGRACIÓN DEL EQUIPO.			
<b>Audiencia:</b>	Interna			
<b>Enfoque Estratégico : Experiencial, difusión y humanización</b>	Con un enfoque emocional y a través de puestas en escena, juegos de roles, actividades lúdicas, desarrollar acciones encaminadas a reflejar los valores mencionados. Comunicar el valor del colaborador de la UPME destacándolo como ser humano y dándole reconocimiento por su aporte a la entidad			
<b>Tácticas/Acciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Entregables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador</b>
Crear y formalizar los <b>grupos primarios</b> de información, a través de la implementación de protocolos de manejo, cronogramas y material de apoyo para su realización.	Elaborar los protocolos para la realización de los Grupos Primarios especificando fechas de realización, alcances, normas de uso, responsables y material de apoyo.	Formatos de protocolos Diseño de la campaña: concepto comunicacional y piezas Programación de	Humanos: Comunicaciones RRHH Equipo Directivo Colaboradores de áreas	Mejoramiento de la comunicación interna en cubrimiento y oportunidad.  Mejoramiento en el flujo de comunicación vertical.



	Convocar a una reunión para socializar al equipo directivo el protocolo de los grupos primarios y sensibilizarlos sobre la importancia y los beneficios de llevar a cabo esta actividad e institucionalizarla como parte de la cultura UPME.	primeros acompañamientos Contenidos para la plataforma mediática		Resultados de las encuestas con el equipo y las reuniones de feedback con los directivos
	Diseñar y desarrollar una campaña de expectativa, "Todos comunicados, todos somos UPME" a nivel general y un comunicado directo y personalizado de cada jefe a sus miembros de equipo anunciando el nuevo mecanismo de interacción y participación		Logísticos: Salas para Reuniones Presentación de apoyo	Disminución del rumor negativo que lo arrojan los estudios de clima organizacional.
	Definir la programación para el acompañamiento al kick off de la primera reunión de los grupos primarios			Cumplimiento de la programación de las reuniones mensuales en todas las áreas  Comités primarios programados/comités primarios realizados

	<p>Realizar encuestas de feedback con el equipo de trabajo para identificar las oportunidades de mejora en el establecimiento de los grupos primarios</p>		<p>Técnicos: Audiovisuales Medios de comunicación internos</p>	
	<p>Coordinar una reunión de seguimiento a los seis (6) meses con los directivos para tener un feedback sobre el mejoramiento de la comunicación y establecer si ha bajado el voz a voz negativo.</p>			
	<p>Informar permanentemente de la realización de los grupos primarios, recogiendo testimoniales y opiniones sobre su realización</p>			

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
<p>Generar acciones de reconocimiento en coordinación con el área de Recursos Humanos: Premio al Colaborador UPME por su trabajo colaborativo; destacarlos en los medios internos</p>	<p>Establecer los criterios de evaluación en conjunto con RRHH y los líderes de áreas, teniendo en cuenta el aprendizaje en los talleres experienciales de Servicio Colaborativo.</p>	<p>Documento criterios de evaluación y premios Piezas de la campaña Contenidos para medios</p>	<p>Humanos: Director General Comunicaciones RRHH Tecnología Directores de Áreas Colaboradores</p>	<p>Aumento en los niveles de motivación y favorabilidad positiva interna.</p>
	<p>Elaborar un documento en el que se consoliden todas las actividades del proceso: recepción de postulaciones, jurados, evaluación, selección, estímulos y/o premios, fechas de cierre de cada etapa, evaluación, selección y premiación</p>			<p>Mejoramiento en la percepción de reconocimiento y motivación del equipo de trabajo.</p>
	<p>Abrir una cuenta interna para enviar los mails de postulación</p>			<p>Número de personas postuladas.</p> <p>Votaciones por áreas</p>

	<p>Concepto del Programa: 1. Cada área puede proponer un colaborador que no sea de su misma área teniendo en cuenta el cumplimiento de los criterios propuestos y debe dar un ejemplo de por qué los postulados son merecedores de este reconocimiento. (todas las áreas deben postular al menos una persona de toda la entidad) 2. Una vez se tengan los resultados de todas las áreas, se abrirá una convocatoria interna general con los nombres de todos los postulados, indicando los criterios de cumplimiento de cada uno. 3. Todos los colaboradores pueden votar por la persona del grupo finalista que</p>			
--	--	--	--	--

	considere debe ser el ganador. (Se debe definir con el área de tecnología una metodología para recibir las votaciones)4. Se premiarán las tres personas con mayor votación.			
	Diseñar la campaña de socialización y movilización para la participación del programa. "Porque todos somos UPME... reconoce el servicio interno"		Logísticos: Locación para evento de premiación Premios y reconocimientos	
	Desarrollar el programa: recepción de postulaciones, evaluación, selección y premiación			
	Coordinar un evento interno en el que se entreguen los premios.		Técnicos: Correo electrónico para el programa	

	Informar a través de la plataforma mediática, el programa recogiendo testimoniales y perfiles de vida de los postulados		Mecanismo de votación	
Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Elaborar de manera conjunta con el área de Recursos Humanos, un Instructivo sencillo y claro para nuevos funcionarios a manera de inducción con un video de bienvenida	Solicitar información a RRHH sobre las temáticas que debe llevar el documento de inducción.	Pieza impresa Vídeo Contenidos para medios	Humanos: Comunicaciones Camarógrafo Fotógrafo Diseñador	Mejoramiento en el proceso de inducción y reinducción.
	Realizar una pieza informativa para el proceso de inducción y reinducción			Percepción favorable en la integración del nuevo personal.
	Validar los contenidos con RRHH		Logísticos: Locaciones para grabación del video	Evaluaciones de satisfacción de los procesos de inducción y reinducción.
	Garantizar la entrega y socialización del documento a nuevos funcionarios			Número de kits entregados.
	Crear contenidos y definir imágenes útiles para la realización del video de bienvenida			Cantidad de piezas elaboradas.

	Diseñar el kit de bienvenida (Nuestros principios y valores institucionales, historia de UPME, importancia de su labor en UPME, cultura UPME).			
	Coordinar la producción del video : guiones y libretos, sesiones de grabación, musicalización, edición		Técnicos:	
	Informar a toda la entidad del nuevo proceso de inducción y reinducción		Salas de Edición y musicalización	
	Evaluar dentro del estudio de clima la satisfacción en el proceso de reinducción.			
	Evaluar el nivel de satisfacción del proceso de inducción a los nuevos colaboradores.			

## ESTRATEGIA No. 3

<b>Objetivo Estratégico Institucional 3:</b>	Potenciar la búsqueda, intercambio, administración, análisis y divulgación de la información al interior de la entidad y con su ecosistema de actores.			
<b>Objetivo Comunicacional:</b>	Ordenar y dar método al proceso de comunicación de la UPME para mejorar su oportunidad y cobertura			
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	REESTRUCTURACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA PLATAFORMA COMUNICATIVA			
<b>Audiencia:</b>	Interna			
<b>Enfoque Estratégico : Planeación, Ejecución y Medición</b>	Implementar acciones de comunicación estratégicas, definir responsabilidades para potencializar la comunicación de la UPME y formular indicadores para asegurar su efectividad.			
<b>Tácticas/Acciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Entregables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador</b>
Crear el Comité de Comunicaciones para definir la agenda temática mensual y el enfoque de los contenidos de los diferentes medios de comunicación .	Definir participantes del Comité y crear un directorio con los datos de cada uno.	Manual de Funcionamiento del Comité Actas de reunión Agendas temáticas	Humanos: Comunicaciones RRHH Embajadores de comunicación	Mejoramiento en la participación, cubrimiento y oportunidad de la comunicación interna.  Mejoramiento en el flujo de comunicación horizontal.  Reuniones programadas/cumplidas.
	Crear un manual para el Comité en el que se indiquen objetivos, funcionamiento y responsabilidades de los miembros del comité			
	Realizar una reunión de presentación del Comité, sus objetivos, dinámicas y			



	compromisos de sus miembros			
	Agendar reuniones mensuales con todo el equipo, en caso que alguien no pueda asistir debe tener un suplente que conozca el quehacer del comité. En las reuniones se definirán las temáticas que se realizarán mes a mes y los canales a través de los cuales se difundirán (internos y/o externos)		Logísticos: Salas para reuniones mensuales	
	Realización de los Comités de acuerdo a programación			
	Elaboración de actas de compromisos y responsables.		Técnicos: Computador medios internos	
	Seguimiento a los compromisos consignados en las actas			

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
-------------------	-------------	-------------	----------	-----------

<p>Coordinar encuentros trimestrales del Director con todo el personal para bajar información institucional <b>“Un café con el Director”</b>, reforzada con piezas comunicacionales</p>	<p>Conceto: Programar una vez al mes un encuentro del Director con todo el equipo de trabajo de 7:30 a 8:30 en el que se bajarán mensajes institucionales y se promoverá el feedback de los colaboradores frente a diferentes temáticas.</p>	<p>Protocolo del espacio Piezas de la convocatoria Contenidos para medios Grabación de la sesión</p>	<p>Humanos: Comunicaciones RRHH Director General Camarógrafo Fotógrafo</p>	<p>Mejoramiento en la comunicación con la dirección.</p> <p>Encuentros programados y realizados.</p> <p>Número de asistentes a las actividades</p>
	<p>Establecer un protocolo para este espacio de comunicación que indique periodicidad, metodología, convocatoria, organización del evento.</p>			
	<p>Diseñar la campaña de socialización de este medio: "Todos somos UPME, tómate un café con el Director"</p>			
	<p>Preparar material de apoyo para la presentación del director</p>		<p>Logísticos: Locación para el evento Coffe para todos los colaboradores Presentación de apoyo</p>	

	Convocar al menos ocho días antes para lograr una buena participación.			
	Ofrecer un coffee durante la charla			
	Grabar toda la sesión para compartir en los medios internos y entregar la información a quienes no pudieron asistir.			
	Generar participación mediante reconocimientos tipo salario emocional			
	Informar a través de los medios de comunicación el antes durante y después de la actividad. El programa recogiendo testimoniales y opiniones sobre su realización		Técnicos: Audiovisuales	

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Conformar la Red de “Embajadores de Comunicación” con representantes de todas las	Diseño de los lineamientos generales	Imagen de la red Documento base de la red	Humanos: Comunicaciones Embajadores de áreas	Mejoramiento en el flujo de comunicación horizontal.

áreas, para que se conviertan en “corresponsales” de información que serán seleccionados, formados y reconocidos por esta labor.	para la red Embajadores de comunicación UPME	Formatos y modelos de protocolos Perfil del Embajador Contenidos de la formación Piezas de la convocatoria Piezas del lanzamiento Contenidos para medios		Aumento de percepción en la participación, oportunidad y cubrimiento en los medios de comunicación internos.
	Armar los protocolos informativos, perfil de los embajadores, reconocimientos (formación y salario emocional), reponsabilidades y tareas específicas.			Cumplimiento cronograma formaciones
	Invitar a las áreas a elegir un representante que se convertirá en su Representante y Embajador de comunicación.		Logísticos: Programaciòn de formación para embajadores (locaciones, alimentos y bebidas)	Número de protocolos socializados
	Diseño del programa formativo para los Embajadores			
	Campaña de motivación "Soy Embajador UPME" Botón de identificación y pieza de identificación en su escritorio			
	Lanzamiento y puesta en marcha de la red			

	Socializar en todo la entidad el funcionamiento y beneficios de la red			
	Campaña de sostenimiento en medios de comunicación interna		Técnicos: Medios de comunicación internos	

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Producir <b>videoclips informativos de 3 minutos</b> , con el Director General para desplegar temas relacionados con la gestión, el bienestar, reconocimiento y los aportes de las áreas en el desarrollo misional de UPME.	Definir cronograma temático en el Comité de Comunicaciones	Guiones y libretos Plan de Grabación Videoclips informativos	Humanos: Comunicaciones web master Camarógrafo	Video clips programados /producidos Mejoramiento de comunicación Rumor o voz a voz positivo
	Validar temas con el director		Logístico: Sesiones de grabación	
	Coordinar agendas de grabación			
	Coordinar la producción del video : guiones y libretos, sesiones de grabación, musicalización, edición			
	Emisión a través de los diferentes canales internos y redes sociales		Técnico: Salas de edición	
	Evaluar niveles de satisfacción del medio			

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Socializar los nuevos espacios y relanzar la intranet con campaña de expectativa y lanzamiento sobre la nueva forma de comunicarnos.	Listar los nuevos medios y espacios de comunicación internos y externos, con sus manuales y normas de uso.	Manuales y protocolos de los medios de comunicación internos Piezas gráficas Campañas Evaluaciones de satisfacción	Humanos: Comunicaciones Equipo de apoyo Practicantes	Medios programados / medios al aire durante el año Aumento de cobertura, oportunidad, participación y lecturabilidad de los medios nuevos y renovados
	Rediseñar gráfica y conceptual la intranet para potencializar su uso en la entidad.			
	Contextualizar campaña "La comunicación en UPME se fortalece... Todos somos uno"			
	Diseñar piezas y hacer tomas informativas por áreas entregando material e informando sobre los nuevos espacios y medios de comunicación, sus beneficios y formas de acceder a ellos.			

	<p>Evaluar nivel de satisfacción con respecto a los medios luego de un año de lanzados en cuanto a cubrimiento, participación, temáticas y oportunidad.</p>		<p>Técnicos: Medios de comunicación internos</p>	
--	---	--	--	--

## ESTRATEGIA No. 4

<b>Objetivo Estratégico Institucional 5 y 6 :</b>	Fortalecer la innovación en el quehacer de la entidad y en los productos y servicios que ofrece Optimizar los procesos internos para brindar mejores productos y servicios.			
<b>Objetivo Comunicacional:</b>	Consolidar espacios que ayuden a incrementar la innovación y creatividad del equipo interno para mejorar los procesos institucionales.			
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>	<b>GESTIÓN Y DESARROLLO PARA LA INNOVACIÓN</b>			
<b>Audiencia:</b>	Interna			
<b>Enfoque Estratégico: Experiencial, difusión y humanización</b>	Creación de escenarios de innovación donde se planteen temas y asuntos organizacionales para propiciar la innovación e integración de todas las áreas y aportar en la efectividad y mejoramiento de sus productos y servicios.			
<b>Tácticas/Acciones</b>	<b>Actividades</b>	<b>Entregables</b>	<b>Recursos</b>	<b>Indicador</b>
Crear el Sistema de Iniciativas, a través del cual todos los colaboradores de UPME tienen la posibilidad de sugerir sus ideas y enviar a un correo institucional	Establecer los criterios y medios para el Sistema de Iniciativas UPME	Documento criterios de evaluación Piezas de la campaña Contenidos para medios	Humanos: Comunicaciones Comité evaluador	Cantidad de iniciativas recibidas
	Definir un comité evaluador de las propuestas e iniciativas enviadas. Puede ser un persona o un equipo de trabajo			Cantidad de iniciativas puestas en marcha
	Crear el correo institucional exclusivo para el programa de iniciativas y definir la persona encargada de recibir y subir las iniciativas al comité encargado de evaluar			Aumento en los niveles de motivación y favorabilidad positiva para la innovación  Mejoramiento de procesos y procedimientos a causa



	Diseñar la campaña de socialización del programa.	Logísticos Locación y organización para el evento de reconocimiento	de las iniciativas recibidas.
	Invitar a todos los colaboradores a participar en el programa.		
	Promover en los medios de comunicación internos, las iniciativas que soporten el mejoramiento de procesos y procedimientos de la UPME y dar reconocimiento al o los autores.		
	Consolidar grupos de trabajo entre las personas o grupos que presenten ideas en común sobre un tema en particular para que desarrollen una sola gran idea.	Técnicos: Correo institucional Medios de comunicación internos	

	<p>Generar un espacio de dos horas mensuales denominadas "Tertulias Innovadoras" que se realizarán con integrantes de distintas áreas y cargos y contarán con una relatoría para el registro de las ideas que se generen. Las personas que deseen participar se deben inscribir previamente (como asistente o como generador de una idea) se pueden presentar máximo dos ideas por sesión. Se debe contar con un protocolo de participación para evitar que se convierta en un espacio de crítica.</p> <p>Establecer un plan de reconocimientos (salario emocional tanto para los asistentes como para los generadores de ideas) de las Tertulias Innovadoras.</p> <p>Informar a través de los medios de comunicación los resultados del programa y los autores de las iniciativas.</p>			
--	---	--	--	--

	Entregar un reconocimiento a final de año de los autores de las iniciativas más importantes de la UPME			
--	--	--	--	--

## ESTRATEGIA No. 5

<b>Objetivo Estratégico Institucional 6 :</b>	Optimizar los procesos internos para brindar mejores productos y servicios.
<b>Objetivo Comunicacional:</b>	Ser soporte y facilitador desde la comunicación de los procesos de cambio que se gesten desde el proyecto Arquitectura Empresarial para lograr un compromiso y conexión en la apropiación de una eventual reorganización del modelo de negocio de la UPME fundamentado en las TICs.
<b>ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:</b>	<b>GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL</b>
<b>Audiencia:</b>	Interna
<b>Enfoque Estratégico: Informar, reconectar, alinear y avanzar.</b>	Desarrollar una estrategia de comunicación que incluya entrenamiento y acciones alineadas enfocadas en mantener el compromiso y motivación de los colegas.

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Campaña de comunicación que facilite la apropiación de los cambios culturales y tecnológicos que se puedan presentar en la entidad.	Identificar los cambios tecnológicos que van apalancar los procesos organizacionales y las razones que lo justifican.	Documento de identificación de cambios.	<b>Humanos:</b> Comunicaciones RRHH Líderes Arquitectura Empresarial Empresa consultora para la conceptualización y desarrollo de la estrategia.	Menor impacto y resistencia al cambio.
	Evaluar fuentes, clases y grados de resistencia, que aporten en la creación de una estrategia de comunicación efectiva.	Mapeo de resistencia encontrada en la institución.		Fácil adaptación a los cambios tecnológicos que sufra la entidad.
	Diseñar una estrategia de comunicación para afianzar la cultura de transformación que	Estrategia de Comunicación.		Resultados de los mecanismos de medición.  Número de

	facilite la transición individual y de equipos.	Piezas Campaña de Expectativa	<b>Logísticos:</b> Locaciones para entrenamientos.  Salones para evaluación de medición.  <b>Técnicos:</b> Medios de comunicación internos	entrenamientos que se programen y lleven a cabo.  Número de asistentes a los entrenamientos.
	Programar un plan de entrenamiento para el manejo del cambio consigo mismo y con otros.	Piezas Campaña de Lanzamiento.		
	Fase 1 campaña: expectativa: "Pronto serás parte del cambio". Definir piezas y canales de comunicación a utilizar.	Evaluaciones de metodologías usadas para verificar la apropiación del conocimiento.		
	Fase 2 campaña: Lanzamiento "La Upme evoluciona para estar a la vanguardia, eres parte del cambio". Definir piezas y canales de comunicación a utilizar.			
	Encuestas, entrevistas, sesiones de grupo y otros mecanismos de retroalimentación para medir el compromiso, alineación y comprensión de los nuevos procesos.			

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Realizar un <b>programa de Intercambio de Roles</b> , donde los colaboradores roten por las diferentes áreas de la entidad, como parte de un proceso de transformación y cambio cultural.	Conceptualización del programa: identificar objetivos y temática del programa, manual de participación, especificar reglas y pautas, perfil de participantes, desarrollo de sesiones piloto, definir reconocimientos por participación.	Manual para el desarrollo del programa Piezas de campañas Documento para la implementación del programa Contenidos para medios Evaluaciones	<b>Humanos:</b> Comunicaciones RRHH Empresa consultora para la conceptualización y desarrollo del programa  <b>Logísticos:</b> Instalaciones de la UPME  <b>Técnicos:</b> Medios de Comunicación internos	Nivel de participación real/Nivel de participación esperada Número de publicaciones reales/Número de publicaciones programadas
	Diseñar la campaña de socialización del programa en dos etapas: fase de expectativa y lanzamiento. "Todos somos uno... ponte en los zapatos de tu compañero"			
	Crear y lanzar la convocatoria voluntaria para participar del programa de Intercambio			
	Desarrollar el programa			
	Evaluar el programa con los participantes para identificar oportunidades de mejora.			
	Informar a través de los medios de comunicación el programa recogiendo testimoniales, experiencias y opiniones sobre el mismo.			

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Conformación de una red de trabajo interno para <b>Sistemas Geográficos- GIS</b>	Revisión de lo implementado hasta la fecha como insumo para la protocolización de la red.	Protocolo de la red.	<b>Humanos:</b> Comunicaciones, RRHH, Líderes de la organización, Miembros de la red  <b>Logísticos:</b> Salones o espacios adecuados para las reuniones de los grupos. Tableros, papelógrafo, esferos.  <b>Técnicos:</b> Ayudas audiovisuales para presentaciones	Aumento en la efectividad de las comunidades existentes.
	Relanzamiento de la red de trabajo “GIStores” con el concepto de comunicación <b>“SIGuiendo las coordenadas geográficas”</b>	Piezas de campañas de expectativa.		Comunidades creadas y protocolizadas.
	Diseñar una campaña de divulgación que permita la socialización de las novedades y avances de la comunidad y beneficios de participar ella, a través de todos los canales internos.	Piezas campaña de divulgación.		Participación del equipo en cada comunidad.
	Medir en la periodicidad definida en el protocolo, la participación a través de listados de asistencia.	Formatos de asistencia a reuniones periódicas		Procesos y proyectos mejorados y/o creados para la entidad.
				Evaluaciones de efectividad
				Publicaciones en medios de comunicación internos.

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Conformación de una red de trabajo interno para el proyecto <b>Business Intelligence</b>	Diseñar un protocolo que defina perfil de los miembros de la red, objetivos, periodicidad, esquema de incentivos y metodología de trabajo.			
	Efectuar una campaña de expectativa que gire en torno al concepto de comunicación <b>“Responsabilízate”</b> con mensajes alusivos a la importancia del análisis técnico y calidad de los datos procesados por la UPME.	Protocolo de la red.  Piezas de campañas de expectativa.	<b>Humanos:</b> Comunicaciones, RRHH, Líderes de la organización, Miembros de la red	Nivel de mejoramiento de la calidad de la información técnica
	Realizar una charla informativa con los subdirectivos y jefes de dependencias para explicarles el alcance del proyecto y esquema de selección de potenciales candidatos por parte de ellos.	Piezas campaña de divulgación.  Formatos de asistencia a reuniones periódicas	<b>Logísticos:</b> Salones o espacios adecuados para las reuniones de los grupos. Tableros, papelógrafo, esferos.	Numero de reuniones de la red
	Lanzar la red de trabajo interno <b>“Bisionarios”</b>			Número de piezas comunicativas
	Diseñar una campaña de divulgación que permita la socialización de las novedades y avances de la comunidad y beneficios de participar, a través de todos los canales internos.	Encuestas de oportunidades de mejora	<b>Técnicos:</b> Ayudas audiovisuales para presentaciones.	Evaluaciones y mediciones permanentes
	Medir en la periodicidad definida en el protocolo la participación, a través de			



	listados y encuestas para identificar oportunidades de mejora.		
--	--	--	--

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Conformación de una red de trabajo interno para el proyecto de <b>Arquitectura Empresarial</b>	Diseñar un protocolo que defina perfil de los miembros de la red, objetivos, periodicidad, selección y metodología de trabajo.	Protocolo de la red.	<b>Humanos:</b> Comunicaciones, RRHH, Líderes de la organización, Miembros de la red	Nivel de aceptación del proyecto  Numero de reuniones de la red  Número de piezas comunicativas  Evaluaciones y mediciones permanentes
	Efectuar una campaña de expectativa que gire en torno al concepto de comunicación “El cambio está en TI” que retome la revisión de expectativas del proyecto, previamente recabadas entre Ernst&Young con el equipo directivo.	Piezas de campañas de expectativa.		
	Lanzamiento de la red de trabajo interno “ArquiTICtos”.	Piezas campaña de divulgación.	<b>Logísticos:</b> Salones o espacios adecuados para las reuniones de los grupos. Tableros, papelógrafo, esferos.	
	Diseñar una campaña de divulgación que permita la socialización de las novedades y avances de la comunidad y beneficios de participar, a través de todos los canales internos.	Formatos de asistencia a reuniones periódicas  Encuestas de oportunidades de mejora		

	<p>Medir en la periodicidad definida en el protocolo la participación, a través de listados y encuestas para identificar oportunidades de mejora.</p>	<p><b>Técnicos:</b> Ayudas audiovisuales para presentaciones</p>	
--	---	--	--