



LAS PALABRAS
MEJORAN LOS NÚMEROS



@ManuelTessi



Quito

Febrero 20, 2018

PRESENTACIÓN
Manuel Tessi
Comunicación Interna

Profesor

Consultor



Univ. Austral (Bs.As.) – Univ. A. Ibañez (Sgo.) – Tec Monterrey (DF) – U.Piura (Lima) – IESE (Madrid) – Sorbonne (París)

Investigador



Escritor **1A**



*“Escucha a tus colaboradores
y sabrás adónde va tu organización”*

*“En Comunicación Interna
escuchar es medir”*



*“Para medir todo
hay que saber
que los colaboradores
no dicen todo”*

@ManuelTessi

Tres formas de seguir en contacto con el autor

1



SUSCRIPCIÓN A LA COMUNIDAD



ComunicacionInterna.com



Click aquí

2



GRUPO EN LINKEDIN



<https://www.linkedin.com/groups/4948065>



Click aquí

3



CONVERSAR EN TWITTER



[@ManuelTessi](https://twitter.com/ManuelTessi)



Click aquí

Números



Palabras

1A

W I N

Words

Improve

Numbers

(La Palabra)



Estoy
picando
piedras



Estoy
construyendo
una Catedral



1A

WIN

Words

Improve

Numbers

No!



¡Usted es una desgracia...



Puedes ver el video
haciendo click

Abren

Inquietas

Perfectibles

Inexactas

Invento

GESTIONAR LAS PALABRAS
PARA MEJORAR LOS NÚMEROS

Descubrimiento

Exactos

Perfectos

Quietos

Cierran

CONTENIDO RELACIONADO

Caso de la industria energética en Chile



marzo 1, 2018 Sitio oficial de la Metodología 1A | Vanguardia en comunicación laboral desde 1994

1A Primero Adentro HOME METODOLOGÍA CONSULTORÍA INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN

LA COMUNICACIÓN TAMBIÉN PENSADA EN NÚMEROS

HOME / CASOS 1A / REDINSIDE

"Adoptamos cifras para crear un lenguaje común"



Francisca Cuevas, Jefa Corporativa de Comunicaciones Internas – Grupo CGE (Chile), comparte algunas de las claves de éxito que llevaron a este holding a ser "Mejor Práctica 1A 2013" en la Universidad Mayor y a alcanzar el estadio profesional de "Consultor Interno de Comunicación" en 2014.

Nosotros tenemos que hablar el idioma de los ingenieros -afirma Francisca Cuevas- porque estamos en una empresa eléctrica que así lo necesita. La claridad conceptual de Francisca parece ser el punto de partida para un caso de éxito. Al analizar los resultados de esta práctica queda claro que unir el mundo de las palabras con el de los números genera una gran sinergia, tanto en temas de clima y cultura como en resultados económicos y financieros. En este sentido, el caso CGE es un ejemplo de comunicación Interna integrada, ya que al adoptar indicadores numéricos para su gestión, el área corporativa de C.I. despertó el Interés e involucró activamente a mandos medios, alta gerencia y directorio corporativo.

"Decidimos hablar el idioma de los ingenieros"



Comunicación Interna en la práctica.

A principios de 2010 la Compañía General de Electricidad (CGE - Chile) decidió alinear metodológicamente la comunicación interna de todas las empresas del Grupo. Los integrantes del Área Corporativa de Reputación, que se encargan de

"Adoptamos cifras para crear un lenguaje común"

Francisca Cuevas, Jefa Corporativa de Comunicaciones Internas – Grupo CGE (Chile), comparte las claves de éxito que llevaron a este holding a ser "Mejor Práctica 1A 2013" en la Universidad Mayor y a alcanzar el estadio profesional de "Consultor Interno de Comunicación" en 2014.

<http://comunicacioninterna.com/publicacion/la-comunicacion-tambien-pensada-en-numeros/>

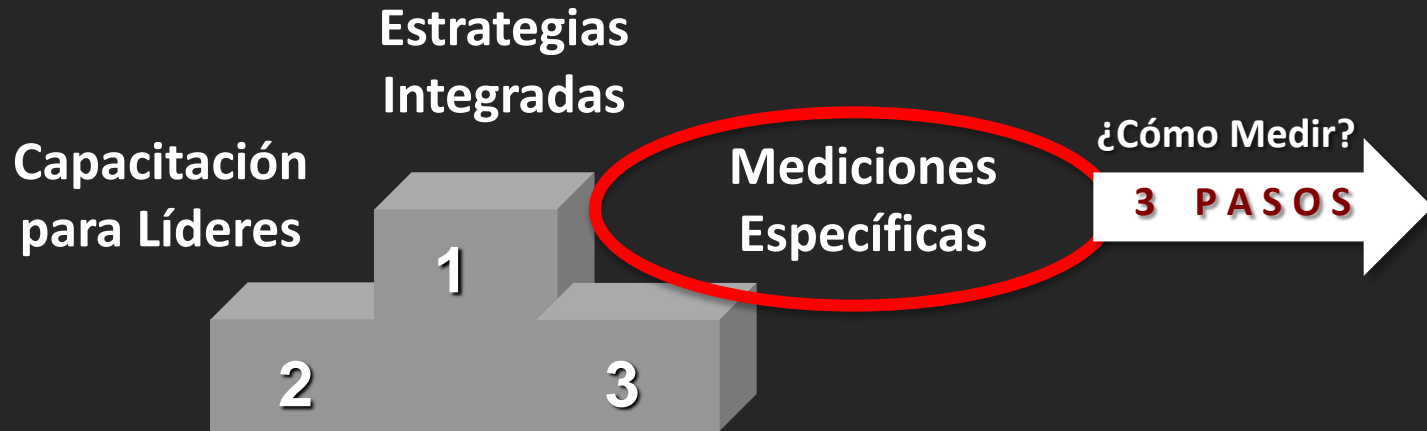


Puedes ver la nota haciendo click aquí

Estado de situación de la Comunicación Interna



“Podio de mejores prácticas en Comunicación Interna”



En Comunicación Interna *“Medir es Escuchar”* y *“Escuchar hace ganar plata”*



Fuente: **Observatorio 1A**



¿Cómo Escuchar?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica

Comunicación 1A

Primero Adentro



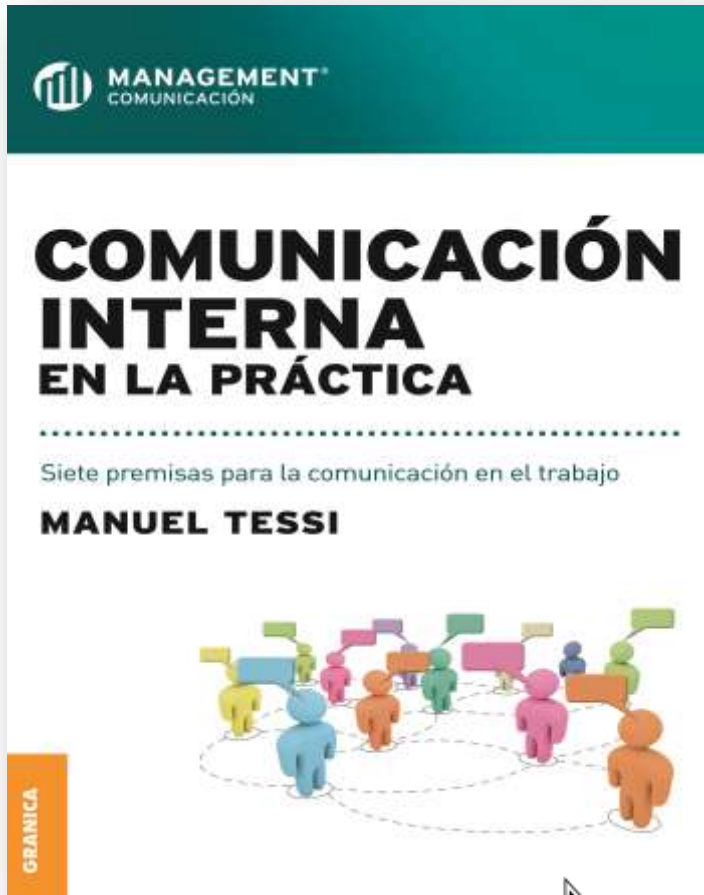
Mas información sobre la metodología 1A haciendo click

<http://comunicacioninterna.com/metodologia/>

¿Cómo Medir?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica



A) PLANIFICACION

1. Escuchar Primero

2. Capitalizar las quejas

B) IMPLEMENTACIÓN

3. Ordenar la emisión

4. Narrar con Significado

5. Ofrecer la palabra

C) EVALUACIÓN

6. Medir los logros

7. Y el cuadro de resultados?

Conoce más detalles del libro haciendo click aquí

CONTENIDO RELACIONADO

Artículo del autor publicado en España



dircom
Asociación de Directivos de Comunicación

Inicio Dircom Asociarse Delegaciones Servicios Actualidad Actividades Formación Publicaciones RSC Área Socio

“Tres secretos para medir la Comunicación Interna”

Manuel Tessi, escritor, docente y consultor especializado en Comunicación Interna

Buscar...

Marzo 2018

La	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Más lectos

- Madrid, capital mundial de la ética en la Comunicación y las Relaciones Públicas
- Dircom Castilla y León, jurado en el Premio al Personaje Público que Mejor Comunica
- “Los directivos deben ser el servicio de inteligencia corporativa de las empresas”
- Comunicación y RR. HH. se dan la mano en el HR & Dircom International Forum
- Mofre y Sest, socios de Dircom, galardón en las premios Internacionales de Comunicación Interna (EIBA)

El Anuario de la Comunicación nace todos los años con el objetivo de profundizar en las tendencias de la comunicación. En este número analizó los estudios más relevantes de la profesión y definió las siete tendencias en las que debe poner el foco el profesional de la comunicación.

Manuel Tessi fue convocado por Dircom España para escribir en la columna “La voz del experto” de dicho Anuario.

<http://www.dircom.org/actualidad-dircom/item/8747-tres-secretos-para-medir-la-comunicacion-interna>



Puedes ver la nota haciendo click aquí

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación

¿Cómo Medir?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica



1A)

Institucional

Palabra Escrita

Interpersonal

Palabra Oral

Intrapersonal

Palabra Pensada

“ El eco de los empleados ”

Lo que dicen

INTERESES

Lo que no dicen

INTERESES 1A



Institucional



Interpersonal



Intrapersonal

QYD



Quiere
Y
Dice

QND



Quiere y
No
Dice

QNS



Quiere y
No
Sabe

Revista RedINSIDE

en

ComunicacionInterna.com

<http://comunicacioninterna.com/publicacion/sumario-ano-xv-n-2/>



Puedes ver la revista y artículos sobre
Medición en Comunicación Interna
haciendo click

The image shows the cover of the RedINSIDE magazine. The top section is orange with the text 'desde 2001', 'RedINSIDE', 'Revista de Comunicación interna 1A)', 'JULIO 2016', and 'Año XV número 2 suscripción gratuita'. The main image is a black and white photograph of a man in a suit with his eyes closed and his mouth taped shut with white tape. To the right of the man, the text 'Medir lo que NO dicen' is displayed, with 'NO' in large, bold, white letters. At the bottom, there are two orange-bordered boxes. The left box contains a portrait of Bárbara Rodríguez, Gerente de Comunicación Interna de Claro Chile, with the title 'ESCUCHA INTEGRAL'. The right box contains a photograph of two men in yellow jackets, one covering his mouth, with the text 'Saber de qué hablan' below it.

desde 2001

RedINSIDE

Revista de Comunicación interna 1A)

JULIO
2016

Año XV número 2
suscripción gratuita



Medir lo que

NO dicen



**ESCUCHA
INTEGRAL**

Bárbara Rodríguez
Gerente de
Comunicación Interna
de Claro Chile



Saber de qué hablan

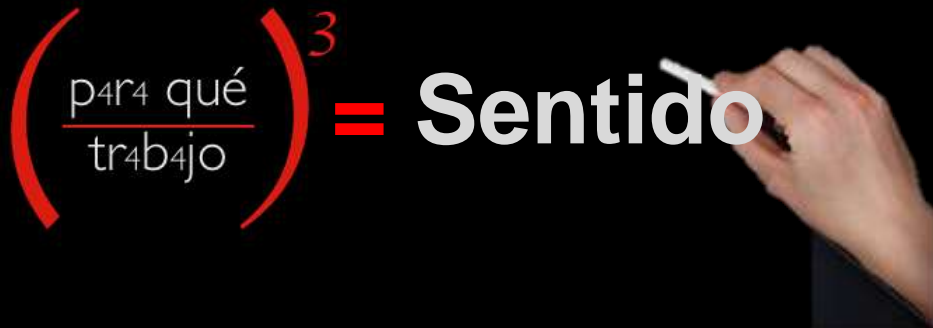
3

**PARA QUÉ
TRABAJO**

RedINSIDE
Publicación Digital de Comunicación Interna

Distribución gratuita a más de
7000 profesionales en 26 países.

Abril 2015
Año 14 – Número II


$$\left(\frac{\text{para qué trabajo}}{\text{trabajo}} \right)^3 = \text{Sentido}$$

La Fórmula

de la Comunicación Interna

Nueva columna:

1A View



¿Para qué trabajo?

Taxistas de distintos países
se desafían a responder
la misma pregunta
tres veces



Carta a los Reyes

Revista RedINSIDE

en

ComunicacionInterna.com

<http://comunicacioninterna.com/publicacion/sumario-ano-xiv-n-2/>



Puedes ver la revista y artículos sobre
Medición en Comunicación Interna
haciendo click



**Cuando sea
GRANDE**

g r a n d e

C u a n d o s e a

Tripaliare



Project



Más información haciendo click aquí



<http://comunicacioninterna.com/investigacion/>

Video Encuesta

Cuando sea

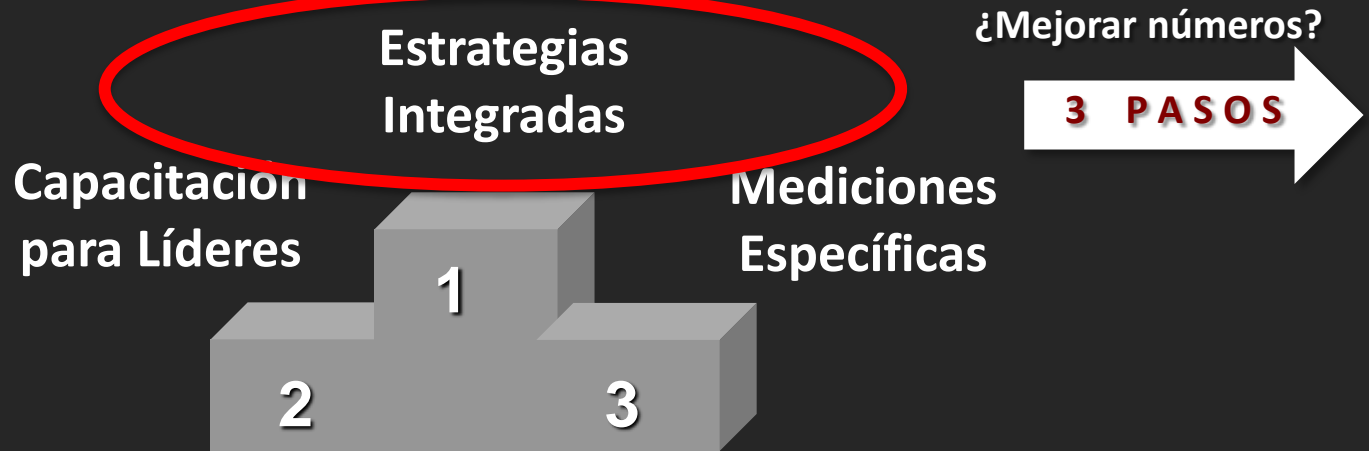
GRANDE



- 1. Saludo, nombre y ocupación actual.**
- 2. Qué decías de niño que querías ser (sustantivo y verbo)**
- 3. ¿En qué situación ejerces ese verbo hoy en tu trabajo?**

Enviar a Manuel: whatsapp +569 8192 2700

“Podio de mejores prácticas en Comunicación Interna”



“Escuchar hace ganar plata”

Fuente: **Observatorio 1A**



¿Mejorar números?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica

Comunicación 1A

Primero Adentro



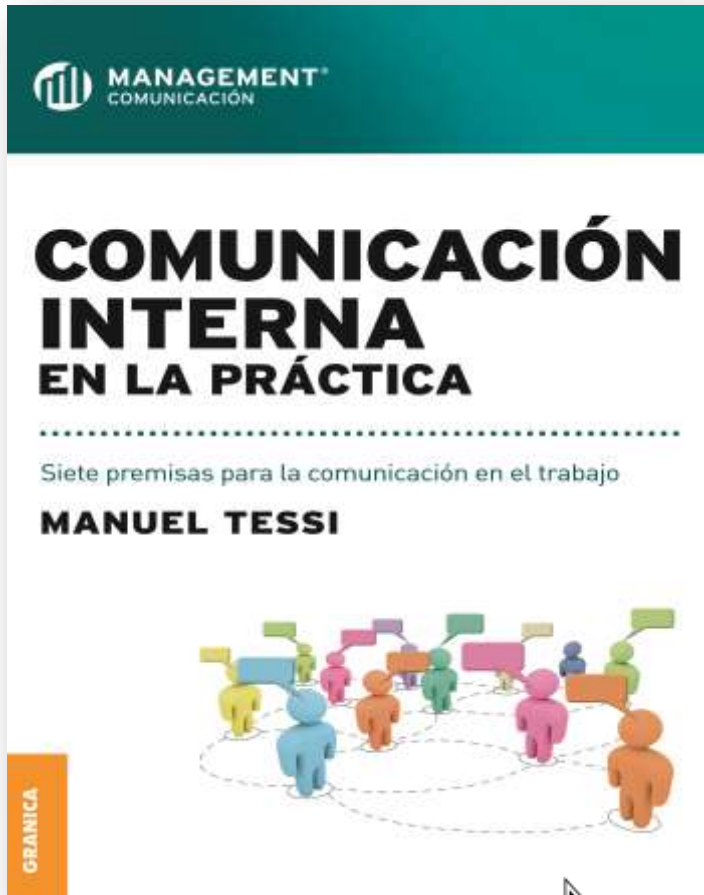
DIMENSIÓN	TARGET	MODELO		GESTIÓN	PALABRA
Intrapersonal 	Líderes	Modelo 1A	1A	Comunicación Interna	Pensada
Interpersonal 	Equipos	Modelo 2S	S \$	Comunicación Interna	Oral
Institucional 	Organización	Modelo 3E	3E	Comunicación Interna	Escrita

Mas información sobre la metodología 1A haciendo click  <http://comunicacioninterna.com/metodologia/>

¿Mejorar números?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica



A) PLANIFICACION

1. Escuchar Primero
2. Capitalizar las quejas

B) IMPLEMENTACIÓN

3. Ordenar la emisión
4. Narrar con Significado
5. Ofrecer la palabra

C) EVALUACIÓN

6. Medir los logros

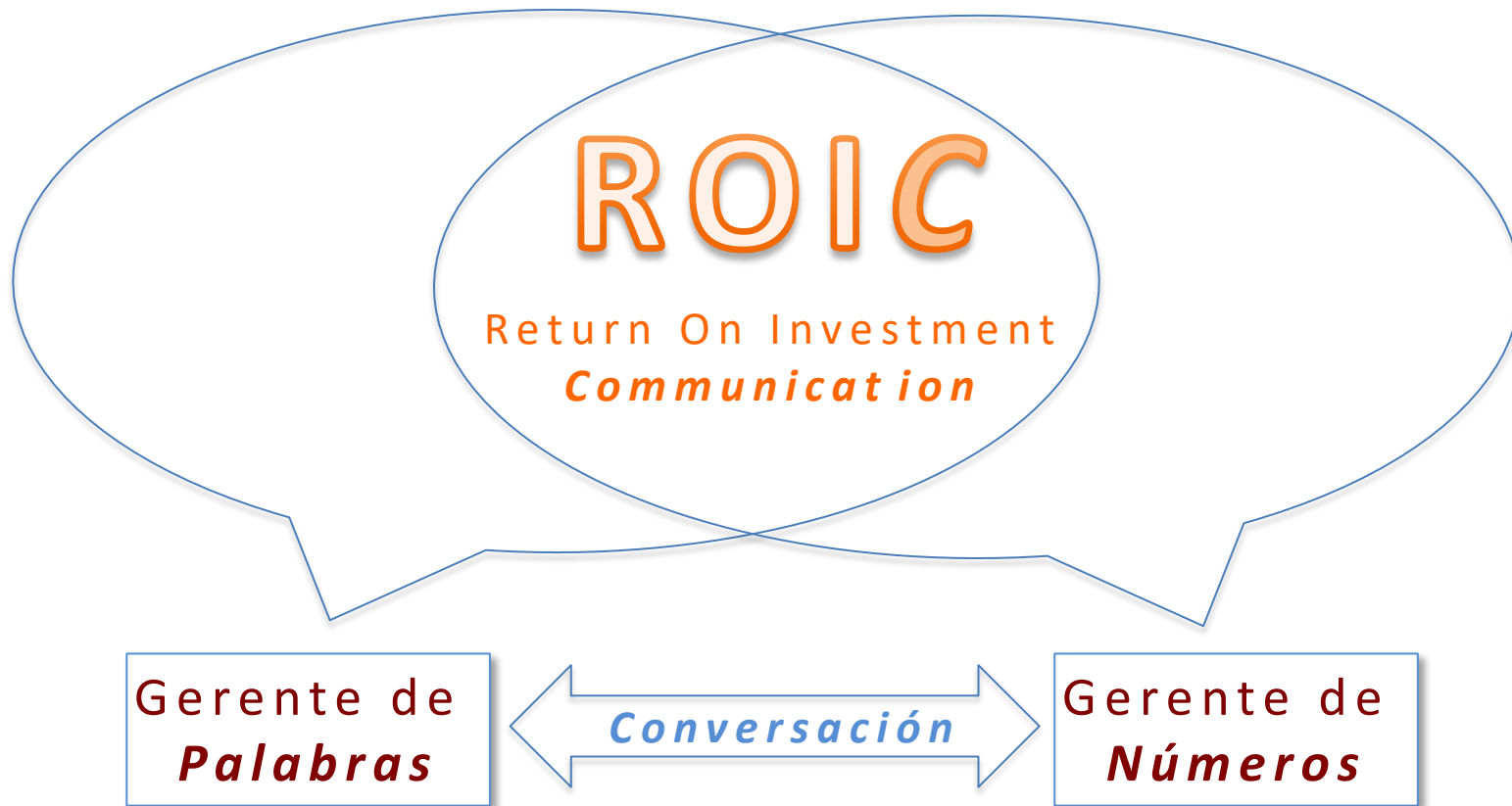
7. Y el cuadro de resultados?

Conoce más detalles del libro haciendo click aquí

¿Mejorar Números?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica



¿Mejorar números?

3 PASOS

1) Metodología 2) Estrategia 3) Táctica

Caso: Terremoto en Chile



Impacto de la Estrategia de Comunicación Interna en la recuperación de la empresa.

Estado de Situación

- La organización desarrolló una estrategia de comunicación integral durante 2008 y 2009). El objetivo era minimizar **los retrasos en el proceso de toma de decisiones y su posterior comunicación en cascada.**
- La gerencia general lidera el programa de comunicación interna

Opinión del gerente General:

“No podemos correr el riesgo de reaccionar lentamente ante una crisis por las consecuencias que podría tener para la organización”

- La compañía no tenía antecedentes de gestión integrada de comunicación interna. Los mandos medios y colaboradores presentaban **resistencias a la implementación.**

Caso: Terremoto en Chile



Impacto de la Estrategia de Comunicación Interna durante 2009

Resultados previos al terremoto

- **Los indicadores de efectividad de la comunicación mejoraron sensiblemente durante el proceso**, en primera instancia entre los líderes de la compañía, en su mayoría directivos expatriados de diferentes países:

*“Estábamos con indicadores en rojo hace un año.
Hoy ya tenemos nuestra comunicación en verde.”*

- Se generó una **mejora cualitativa importante de la comunicación entre todos los actores de la empresa**, llegando incluso a mejorarse de manera extraordinaria la comunicación **con el Sindicato** (con el que se habían tenido fuertes conflictos):

*“Si hubiéramos hecho estos talleres dos años antes,
probablemente no hubiéramos ido a huelga en 2008”*
(Presidente del Sindicato)

Caso: Terremoto en Chile



Impacto de la Estrategia de Comunicación Interna en 2010

Resultados posteriores al terremoto del 27 de Febrero

La planta industrial se dañó considerablemente y quedó paralizada.

Sin embargo la respuesta de todos los actores fue inmediata.

“La mayoría de los empleados se presentó a trabajar a pesar de que no era día laborable” “Santiago no contaba con locomoción pública, pero a los 45’ del terremoto ya comenzaron a llegar los trabajadores a la planta”. (Gerente Gral.)

• La casa matriz se sorprendió por la rápida reacción de los empleados:

“Fue un récord la recuperación de la planta en tan sólo una semana” (Directivos de Europa)

• En las mediciones posteriores al terremoto, los trabajadores atribuyeron este logro -de manera espontánea y explícita- a la gestión de comunicación:

“Gracias a los talleres de comunicación interna la recuperación fue muy veloz. Trabajamos motivados y coordinados”

Caso: Terremoto en Chile



Impacto de la Estrategia de Comunicación Interna en 2010

Resultados cuantitativos

Pérdida económica real que tuvo esta compañía por el terremoto
(pérdida de ingresos + mayores costes)

U\$D 175.000

Pérdidas potenciales que hubiera tenido la compañía en caso de haber
superado el período de una semana para la recuperación de la planta.
(pérdidas de ingresos + aumentos de costes + sanciones por
no cumplimiento de servicio)

U\$D 1.425.000*

* Sin contar los intangibles a las compañías afectadas, más difíciles de valorar.



Juan Carlos Ruiz, Gerente General

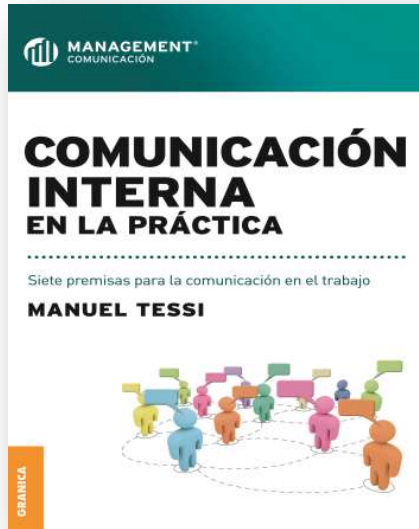
[Conoce más detalles del caso haciendo click aquí](#)



[http://comunicacioninterna.com/
publicacion/el-caso-edas/](http://comunicacioninterna.com/publicacion/el-caso-edas/)

7 Premisas

para la comunicación en el trabajo



En pocas palabras



A) PLANIFICACION

1. *Escuchar Primero*
2. *Capitalizar las quejas*

B) IMPLEMENTACIÓN

3. *Ordenar la emisión*
4. *Narrar con Signifi*
5. *Ofrecer la palabra*

C) EVALUACIÓN

6. *Medir los logros*
7. *Y el cuadro de resultados?*

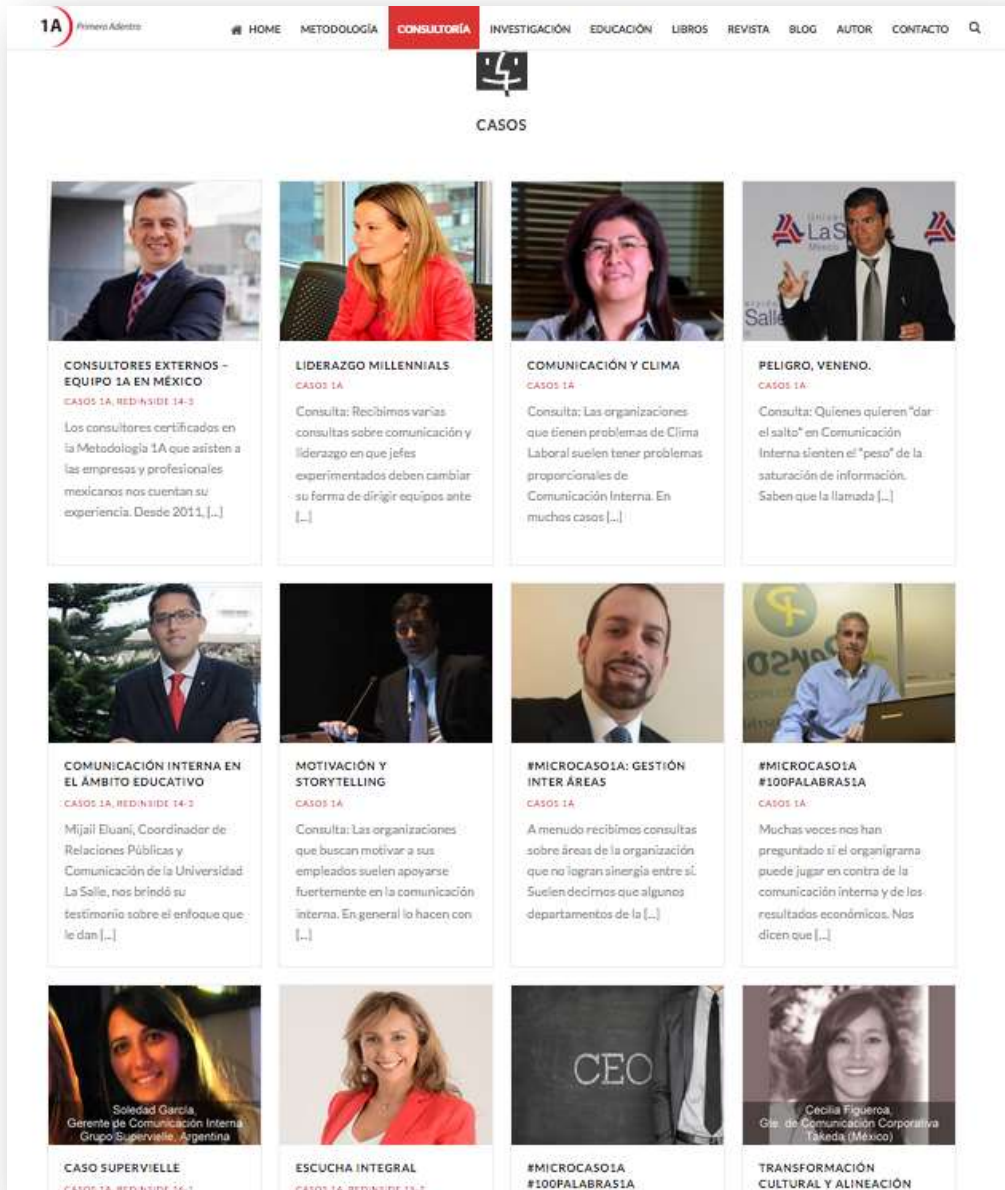














CONTENIDO RELACIONADO

1A Primera Adentro

HOME METODOLOGÍA **CONSULTORÍA** INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN LIBROS REVISTA BLOG AUTOR CONTACTO

CASOS



 <p>CONSULTORES EXTERNOS – EQUIPO 1A EN MÉXICO CASOS 1A, REDINSIDE 14-3</p> <p>Los consultores certificados en la Metodología 1A que asisten a las empresas y profesionales mexicanos nos cuentan su experiencia. Desde 2011, [...]</p>	 <p>LIDERAZGO MILLENNIALS CASOS 1A</p> <p>Consulta: Recibimos varias consultas sobre comunicación y liderazgo en que jefes experimentados deben cambiar su forma de dirigir equipos ante [...]</p>	 <p>COMUNICACIÓN Y CLIMA CASOS 1A</p> <p>Consulta: Las organizaciones que tienen problemas de Clima Laboral suelen tener problemas proporcionales de Comunicación Interna. En muchos casos [...]</p>	 <p>PELIGRO, VENENO. CASOS 1A</p> <p>Consulta: Quienes quieren “dar el salto” en Comunicación Interna sienten el “peso” de la saturación de información. Saben que la llamada [...]</p>
 <p>COMUNICACIÓN INTERNA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO CASOS 1A, REDINSIDE 14-2</p> <p>Mijail Eluani, Coordinador de Relaciones Públicas y Comunicación de la Universidad La Salle, nos brindó su testimonio sobre el enfoque que le dan [...]</p>	 <p>MOTIVACIÓN Y STORYTELLING CASOS 1A</p> <p>Consulta: Las organizaciones que buscan motivar a sus empleados suelen apoyarse fuertemente en la comunicación interna. En general lo hacen con [...]</p>	 <p>#MICROCASO1A: GESTIÓN INTER ÁREAS CASOS 1A</p> <p>A menudo recibimos consultas sobre áreas de la organización que no logran sinergia entre sí. Suelen decirnos que algunos departamentos de la [...]</p>	 <p>#MICROCASO1A #100PALABRAS1A CASOS 1A</p> <p>Muchas veces nos han preguntado si el organigrama puede jugar en contra de la comunicación interna y de los resultados económicos. Nos dicen que [...]</p>
 <p>CASO SUPERVIELLE CASOS 1A, REDINSIDE 16-1</p>	 <p>ESCUCHA INTEGRAL CASOS 1A, REDINSIDE 13-2</p>	 <p>#MICROCASO1A #100PALABRAS1A</p>	 <p>TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y ALINEACIÓN</p>

Puedes ver otras prácticas destacadas que han aplicado la metodología 1A en distintas empresas de diferentes países en los últimos 20 años accediendo a la parte de “Casos” dentro de la sección “Consultoría” del sitio 1A.

<http://comunicacioninterna.com/consultoria/>



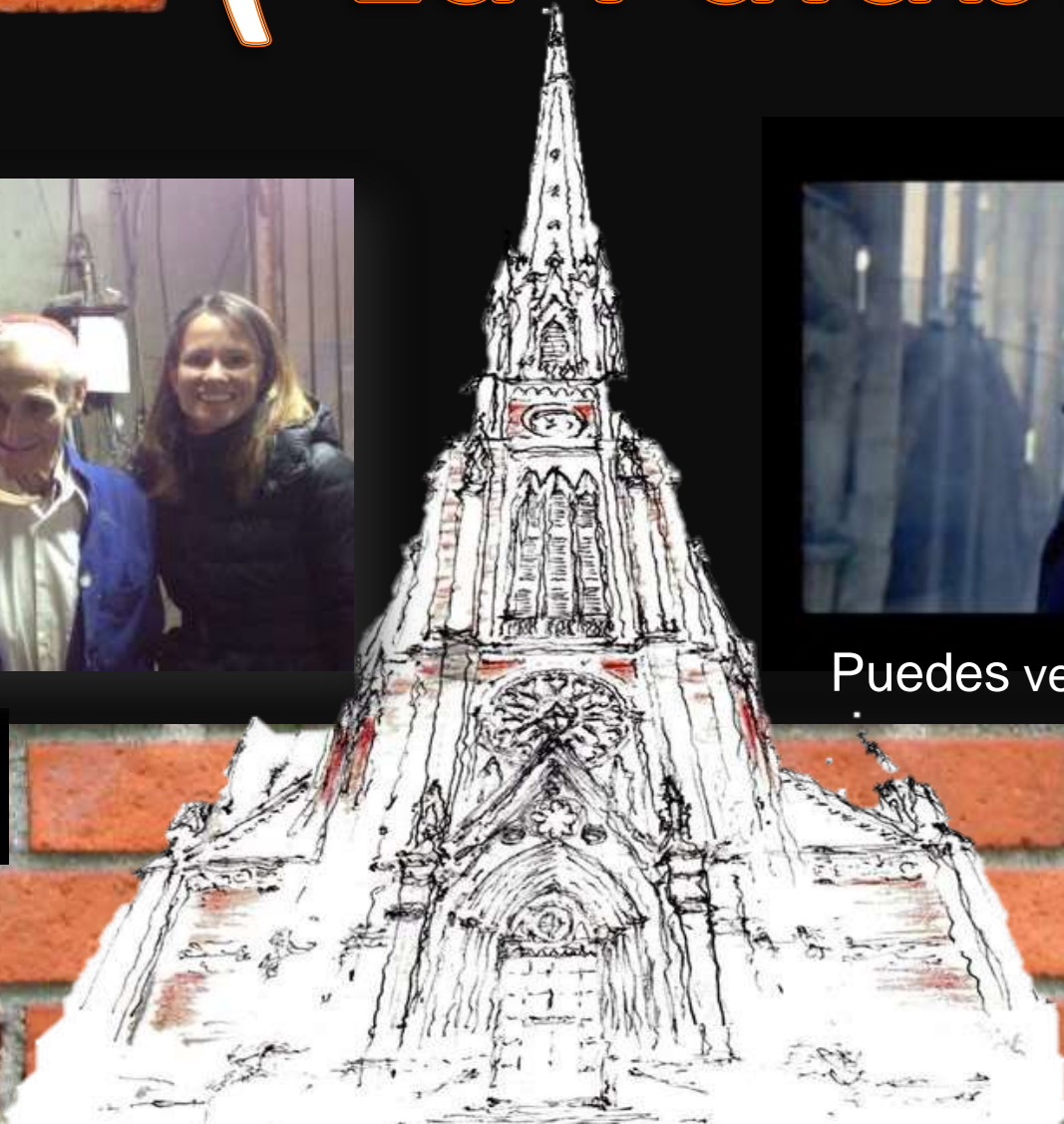
Click aquí



(La Palabra)



Puedes ver el video aquí:



u/a

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities



MUCHAS GRACIAS



@ManuelTessi



Quito

Febrero 20, 2018