

Segona fase del Pla d'acció de Comunicació Interna a la Corporació UAB

El Pla d'acció per a la millora de la comunicació interna "ha servit per definir una bona política comunicativa i emprendre accions que han donat més visibilitat a l'actualitat de les diferents entitats de la Corporació UAB, i ha servit també per crear consciència de la importància de la comunicació interna". Així ho van manifestar els diferents membres de la comissió de seguiment del Pla, durant la reunió celebrada el passat desembre, en la qual es va iniciar **l'elaboració de la segona fase.**

L'any 2017 es va determinar que la Corporació necessitava donar a conèixer millor les funcions i les accions de les diferents entitats i del seu entorn i incrementar la relació entre el seu personal. Entre els mesos de març i setembre de 2017 es van fer 6 reunions, dinamitzades amb tècniques de grup i estructurades a partir de l'anàlisi de tipologies de la comunicació interna. L'anàlisi de la informació obtinguda en els grups de treball va permetre fer un diagnòstic sobre les necessitats de comunicació interna i es van proposar un seguit d'actuacions i de recomanacions recollides i detallades a un Pla d'acció preliminar, en el qual s'indicava l'estratègia a seguir, en una primera fase, per millorar la informació i la comunicació interna.

Així, la reunió celebrada el passat desembre va servir per valorar les eines i els continguts informatius creats per millorar la comunicació a l'interior de la comunitat i altres actuacions portades a terme durant l'any 2018. Es van analitzar nous canals com ara el **web general de la Fundació UAB; la pàgina Personal FUAB, el nou espai web sobre la Prevenció i la Seguretat i la nova Newsletter**, una publicació electrònica comuna que recull activitats de tota la Corporació. La reunió va servir també per fer visibles **demandes i necessitats i noves accions** que es podrien desenvolupar en un futur pròxim.

Sobre les pàgines web, la comissió de seguiment va valorar molt positivament el disseny i el contingut: "el nou web de la Fundació ha suposat **una millora quantitativa i qualitativa**; disposem d'un web centralitzat, que segueix el llibre d'estil de la UAB, de molt fàcil accés i molt intuïtiu, amb molta informació summament útil i fàcil d'obtenir". La pàgina de Personal FUAB i la Intranet, amb informació general de recursos humans i d'eines de gestió del personal, també es van considerar útils, a més que han servit per "**crear més sentiment de pertinença**".

L'apartat de **Prevenció i Seguretat**, "molt visual, ràpid i directe en l'accés a la informació en cas d'emergència" es va considerar una eina molt útil pel treballador i, així mateix, la **(Newsletter)**, que es va qualificar com un canal comú molt adient per conèixer el que passa a la FUAB i a tota la Corporació.

Noves accions pel 2019

L'anàlisi de noves necessitats i de les noves accions que es podrien posar en marxa, al llarg del 2019 o en un futur pròxim, va ocupar la segona part de la sessió de seguiment. Entre els temes més peremptoris es van destacar els següents: la necessitat d'una major interacció entre les persones i els grups per tal d'enfortir la relació i el coneixement de la Corporació; la necessitat també de realitzar activitats conjuntes que ajudin a construir equip i comunitat, activitats socials corporatives que millorin el sentiment de pertinença i la fidelitat, i que es podrien celebrar dues vegades a l'any; i reunions transversals de bones pràctiques sobre diferents activitats dels departaments juntament amb visites per conèixer les seves activitats.

Una altra demanda destacada va ser l'elaboració d'un **manual de benvinguda**, que serveixi com a protocol d'acollida per a les noves incorporacions. El manual tindria el seu espai a la web de la FUAB, sota el nom de "**Nou a la FUAB**". **Protocol de Benvinguda per a noves incorporacions**".

Fer un pas més en la millora de la informació per al treballador, va ser una altra de les demandes de millora en el marc de la reunió. Així es va demanar la **descripció de les funcions de les persones i les àrees**, i es va fer èmfasi en la creació de **formularis de gestió**. Altres propostes van ser l'elaboració d'una **bústia de propostes i suggeriments** o d'un formulari de contacte per resoldre consultes, dubtes i peticions que estiguin automatitzades i arribin a la persona o estructura adient per solucionar la consulta. També es va plantejar la possibilitat de generar informacions automàtiques personalitzades, com a felicitacions d'aniversari, i **una agenda que inclogui** totes les activitats corporatives, amb un espai específic per Casa Convalescència A més llarg termini, una altra mesura plantejada va ser la possibilitat d'accedir al full de nòmina mensual.

L'organització necessita **formació en comunicació interna** i "l'elaboració d'un **protocol** que ens permeti saber quantes reunions s'han de fer, de quina tipologia, o com s'ha de comunicar davant d'un problema. En aquest sentit, va sortir la necessitat de fer un programa de cursos sobre comunicació, assertivitat, cultura corporativa i motivació, que donin valor afegit o facin més quòrum entre tot el personal de la Corporació. "S'ha de crear la cultura que **comunicació som tots**".

Un tema destacat va ser el fer més èmfasi en la informació sobre la **Responsabilitat Social Universitària (RSU) de la Corporació**. La Comissió va destacar la necessitat de donar més informació sobre polítiques de medi ambient i potenciar l'acció social de les fundacions.

Algunes d'aquestes propostes i actuacions, fruit de la reflexió i les aportacions de les persones de la comissió, conformaran la segona fase del **Pla d'acció**, en

el qual s'indica l'estratègia a seguir, **en una segona fase**, per continuar millorant la comunicació interna. Una nova fase que continuarà ajudant a fomentar la identificació i la implicació de les persones amb els objectius de la corporació, millorarà la gestió i les tasques quotidianes, i que serà un factor d'èxit a l'hora d'engegar polítiques de millora de les estructures i entitats de l'organització.