



Supersubsidio



Informe de la encuesta de percepción de los canales de comunicación interna

SuperSubsidio

Dirección: Carrera 69 No. 25B - 44. Pisos 3, 4 y 7

Edificio World Business Port

Conmutador: (+57) (601) 348 78 00

Línea Gratuita: (+57) 018000 910 110

Correo institucional: ssf@ssf.gov.co



Contenido

Introducción.....	3
Alcance	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4
Metodología.....	5
División de la encuesta	5
Presentación de los resultados de la encuesta	6
Evaluación general	6
Frecuencia y oportunidad de la comunicación	9
Canales de comunicación	12
Accesibilidad y utilidad de la información	16
Recomendaciones.....	18
Acciones de mejora a implementarse	19
Conclusiones.....	19



Supersubsidio

Introducción

La comunicación interna es un proceso y una serie de medios que se utilizan al interior de una organización o entidad para transmitir información, compartir ideas, coordinar actividades y fomentar el trabajo en equipo entre cada uno de los miembros. Es fundamental para el buen funcionamiento y una buena coordinación al interior de la misma, ya que facilita la colaboración, la toma de decisiones y la alineación con los objetivos estratégicos de la entidad.

Es por ello que una comunicación interna, que se maneje de forma efectiva contribuye a crear un ambiente laboral positivo, aumentando la motivación, la productividad y la satisfacción de los colaboradores. Permitiendo que los mensajes clave, como la visión, misión y valores de la empresa, lleguen a todos los niveles, asegurando que todos comprendan los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

De esta forma, se realizó la encuesta sobre la comunicación interna de la Superintendencia del Subsidio Familiar, la cual se aplicó con el propósito de medir la percepción que tienen los colaboradores de las distintas áreas de la Superintendencia sobre la comunicación interna en la entidad y que a su vez, brinden ideas que permitan mejorar algunos aspectos que están afectando el buen funcionamiento de la misma, así como también, las propuestas permitan mejorar los canales de comunicación con los que se cuenta.

Por lo cual se identifica que en un entorno dinámico y diverso como el que se maneja en la superintendencia, la comunicación en todos sus ámbitos desempeña un papel fundamental para fortalecer la conexión entre las áreas que la conforman, así como también entre cada uno de los colaboradores, logrando convertir el espacio de trabajo en espacios colaborativo, sus colaboradores y el público externo, por lo cual es importante mantener canales efectivos y contenidos pertinentes.

El análisis de los resultados obtenidos funcionan como guía en la para identificar los puntos clave claves que requieren especial atención, permitiendo el diseño de estrategias específicas para mejorar la eficiencia y eficacia de la comunicación al interior de la entidad. De otro lado, la percepción que tienen los colaboradores obre los medios de comunicación y si estos les son o no útiles para desempeñar sus labores.



Supersubsidio

Alcance

El alcance de la encuesta se enfoca en evaluar la percepción que tienen los colaboradores sobre la comunicación interna, en especial sobre los canales que se utilizan para esta labor, de esta forma se evaluaron los siguientes aspectos:

- ✓ **Evaluación General:** en esta sección la idea es obtener una visión amplia y global sobre la satisfacción, percepción o experiencia de los colaboradores encuestado con relación a la comunicación interna en la entidad.
- ✓ **Frecuencia y Oportunidad de la Comunicación:** este punto está diseñado para realizar una evaluación sobre qué tan adecuadamente se están llevando a cabo las comunicaciones, tanto en términos de cuántas veces ocurren como en el momento en que se realizan. Esta sección es fundamental para medir la eficacia de la comunicación al interior de la superintendencia.
- ✓ **Canales de Comunicación:** se realizó esta medición para verificar la efectividad que tienen cada uno de los canales de comunicación para entender cuáles son más efectivos, cuáles prefieren los encuestados, y si hay necesidad de mejorar o diversificar las opciones.
- ✓ **Accesibilidad y Utilidad de la Información:** este aspecto es crucial para entender si los colaboradores están recibiendo la información adecuada de manera eficiente y si les resulta valiosa para sus necesidades o propósitos.
- ✓ **Satisfacción General:** Gracias a las respuestas brindada por cada uno de los encuestados, se logra entender la percepción y el nivel satisfacción que tienen sobre la comunicación al interior de la entidad.

El alcance de esta encuesta brinda una visión clara y detallada sobre los diversos aspectos relacionados con la comunicación interna en la SuperSubsidio, permitiendo realizar procesos de mejora en los diferentes puntos en los que se esté fallando.

Objetivo general

Medir la percepción que tienen los colaboradores de las distintas áreas de la Superintendencia sobre la comunicación interna en la entidad.

Objetivos específicos

- ❖ Conocer qué tan efectivos son los canales de comunicación interna con los que cuenta la SuperSubsidio.



Supersubsidio

- ❖ Identificar el nivel de satisfacción que tienen los colaboradores con la comunicación interna en la Superintendencia del Subsidio Familiar.

Metodología

Desde el área de comunicaciones de la Superintendencia del Subsidio Familiar se realizó la difusión de la encuesta mediante envío de mensaje vía correo electrónico por parte del supervisor de la oficina de comunicaciones, de esta forma el día 23 de julio del 2024, se realizó el primer envío de la pieza comunicativa en donde se hace mención de esta encuesta, posteriormente, el día 31 de julio se volvió a enviar un correo recordándole a los colaboradores de la Superintendencia, la importancia de llenar la encuesta, seguidamente el día 6 de agosto se realizó el ultimo recordatorio.



Dado que para el día 30 de agosto de 2024, solo se habían obtenido (50) se decidió acudir a la socialización y difusión de esta encuesta con algunos jefes de áreas de la entidad, los cuales invitaron a sus equipos de trabajo para llenar el cuestionario. De esta forma, el día 9 de agosto se realizó el cierre de la misma con un total de (104) obtenidas.

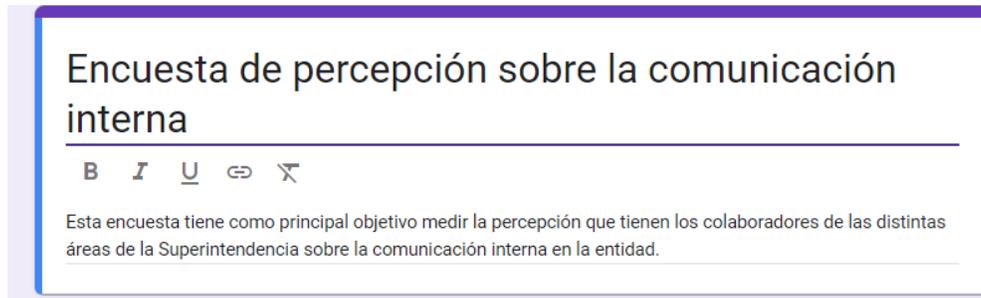
División de la encuesta

La encuesta estuvo dividida en las siguientes secciones:



Supersubsidio

Presentación: en la primera parte del cuestionario se realizó una descripción breve del objetivo de la encuesta.



Sección 1. Evaluación general: se realizaron un total de 3 preguntas las cuales tenían como principal objetivo identificar si los colaboradores de la entidad conocían cada uno de los canales de comunicación interna con los que cuenta la entidad y la percepción que tienen sobre los mismos.

Sección 2. Frecuencia y Oportunidad de la Comunicación: en esta sección del cuestionario se realizaron dos preguntas las cuales tuvieron como principal finalidad conocer cuál es la frecuencia con que reciben información mediante los canales oficiales de comunicación y el grado de importancia que tiene para los colaboradores.

Sección 3. Canales de comunicación: se formuló una pregunta, en donde se indagó el grado de satisfacción que tienen los contratistas y funcionarios de la Superintendencia, con cada uno de los canales de comunicación.

Sección 4. Accesibilidad y utilidad de la información: en este punto del cuestionario se realizaron un total de cuatro preguntas las cuales se centraron en conocer qué tan fácil es acceder a la información al interior de la entidad y si la misma es útil para las tareas que desempeñan en cada una de las áreas en donde laboran, asimismo, se brindó la oportunidad para cada encuestado brindara sugerencias para mejorar la comunicación interna en la entidad.

Presentación de los resultados de la encuesta

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta que se llevó a cabo durante dos semanas.

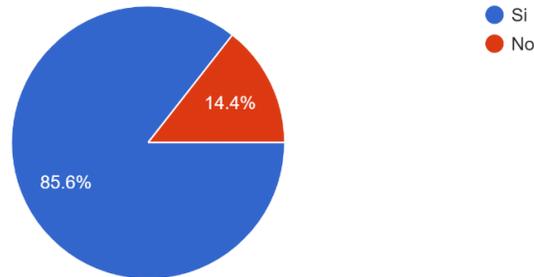
Evaluación general



Supersubsidio

¿Conoce usted los canales de comunicación interna que existen en la Superintendencia?

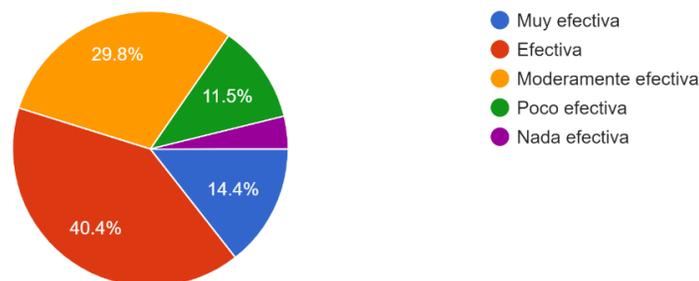
104 respuestas



En la tabla anterior se puede evidenciar que la gran mayoría de los encuestados, el 85.6%, indicó que conoce los canales de comunicación interna que existen en la Superintendencia. Mientras que un 14.4% de los encuestados mencionó que no conoce estos canales de comunicación interna. Aunque es una minoría, representa una oportunidad para mejorar la difusión y la accesibilidad a estos canales, asegurándose de que todos los empleados estén informados y tengan acceso a ellos. En este sentido se puede mencionar que la percepción sobre el conocimiento de los canales de comunicación interna es positiva. No obstante, se recomienda realizar esfuerzos adicionales para alcanzar al grupo que no está familiarizado con estos canales.

¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación interna en la Superintendencia?

104 respuestas



En el grafico se pueden observar los resultados sobre cómo califican los empleados de la superintendencia la efectividad de la comunicación interna en la entidad, de esta forma los resultados obtenidos fueron:



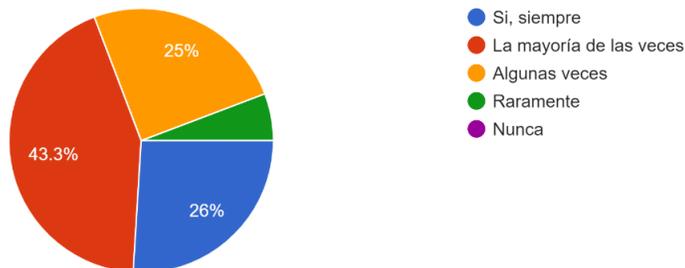
Supersubsidio

- ✓ **Muy efectiva (14.4%)** representa una minoría significativa que considera que la comunicación es altamente efectiva. Sin embargo, este grupo es pequeño en comparación con las demás categorías.
- ✓ **Efectiva (29.8%)** aproximadamente un tercio de los encuestados cree que la comunicación interna es efectiva, lo que sugiere que existe un buen nivel de satisfacción, aunque todavía queda margen para mejorar.
- ✓ **Moderadamente efectiva (40.4%)** esta es la categoría más grande, lo que indica que la mayoría de las personas consideran que la comunicación podría mejorar. Aunque no es deficiente, hay un sentido de que no es lo suficientemente sólida.
- ✓ **Poco efectiva (11.5%)** un grupo notablemente menor siente que la comunicación es insuficiente, lo que sugiere posibles problemas que deben abordarse.
- ✓ **Nada efectiva (4.8%)** una pequeña fracción siente que la comunicación es completamente ineficaz, indicando que, para este grupo, los problemas son graves y urgentes.

De esta forma, Aunque la mayoría de los encuestados creen que la comunicación interna es al menos moderadamente efectiva, más del 50% sienten que la comunicación podría mejorarse considerablemente.

¿Cree usted que la información proporcionada por la entidad mediante los diferentes canales de comunicación es clara y comprensible?

104 respuestas





Supersubsidio

En el gráfico se pueden observar los resultados de la pregunta enfocada a conocer si la información que se brinda mediante los distintos canales de comunicación interna es o no clara y comprensible:

- ❖ **Sí, siempre:** un 26% de los encuestados considera que la información siempre es clara y comprensible. Esto indica un grupo significativo que está satisfecho con la calidad de la comunicación.
- ❖ **La mayoría de las veces:** la mayoría de los participantes, un 43.3%, opina que la información es clara la mayor parte del tiempo. Esto sugiere que, aunque generalmente están conformes, existe margen de mejora para alcanzar una mayor consistencia en la claridad de la información.
- ❖ **Algunas veces:** un 25% siente que solo algunas veces la información es clara y comprensible. Este grupo representa una oportunidad para la entidad de identificar qué aspectos de la comunicación son inconsistentes o confusos.
- ❖ **Raramente:** un 5% de los encuestados considera que raramente la información es clara. Aunque este es un grupo pequeño, es importante abordarlo para evitar que la insatisfacción crezca.
- ❖ **Nunca:** ningún encuestado seleccionó esta opción, lo cual es positivo ya que indica que todos los encuestados encuentran la información al menos ocasionalmente clara.

De esta manera, la mayoría de los encuestados, sumando el 69.3% entre "Sí, siempre" y "La mayoría de las veces", percibe la información como clara y comprensible. Sin embargo, hay un 25% que tiene dudas ocasionales, lo que podría señalar áreas de mejora en la claridad y la consistencia de la comunicación.

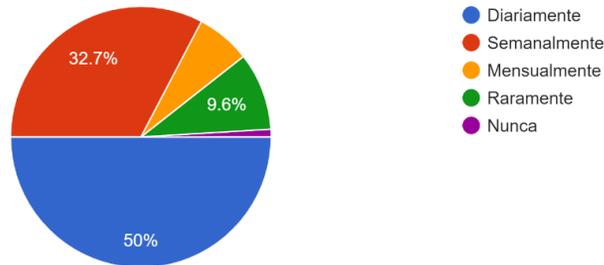
Frecuencia y oportunidad de la comunicación



Supersubsidio

¿Con qué frecuencia recibe comunicaciones importantes de la Superintendencia?

104 respuestas



La grafica anterior se relaciona con la frecuencia que los colaboradores de la entidad reciben comunicaciones importantes es por ello que los resultados muestran que:

- **Diariamente:** La mitad de los encuestados, un 50%, afirma recibir comunicaciones importantes de la Superintendencia diariamente. Esto sugiere que hay una gran cantidad de interacción frecuente entre la Superintendencia y sus destinatarios.
- **Semanalmente:** un 32.7% de los encuestados recibe comunicaciones importantes semanalmente. Este grupo también recibe información con regularidad, aunque con menor frecuencia que el primer grupo.
- **Mensualmente:** un 9.6% reporta recibir comunicaciones de manera mensual. Este grupo probablemente tiene una interacción más esporádica, pero todavía recibe información periódica.
- **Raramente:** un 7.7% de los encuestados indica que recibe comunicaciones importantes raramente. Este es un grupo minoritario que podría estar menos informado o menos involucrado en las actividades de la Superintendencia.
- **Nunca:** ninguno de los encuestados seleccionó la opción "Nunca", lo que es positivo, ya que indica que todos los participantes han recibido alguna comunicación de la Superintendencia en algún momento.

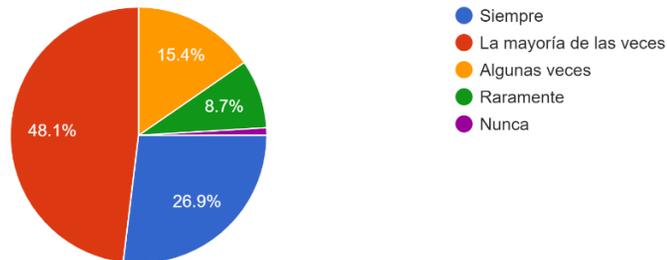
Partiendo de lo anterior, se puede ver que la mayoría de los encuestados (82.7%) recibe comunicaciones importantes de la Superintendencia con una frecuencia diaria o semanal, lo que indica una comunicación regular y consistente con los destinatarios. Sin embargo, un pequeño grupo (9.6%) solo recibe comunicaciones



Supersubsidio

mensualmente y un 7.7% raramente, lo que podría indicar una posible área de mejora en la segmentación o en la frecuencia de las comunicaciones dirigidas a estos grupos.

¿Considera usted que la información le llega a tiempo?
104 respuestas



Para este gráfico se les consultó a los colaboradores si la información que se les envía les llega a tiempo, de esta forma se pudo evidenciar que:

- ✓ **Siempre:** aproximadamente una cuarta parte de los encuestados (26.9%) considera que siempre recibe la información a tiempo. Esto indica un nivel de satisfacción razonable con la puntualidad de la información para este grupo.
- ✓ **La mayoría de las veces:** casi la mitad de los encuestados (48.1%) piensa que la información llega a tiempo la mayoría de las veces. Aunque no siempre, este es un resultado positivo que sugiere que la información llega a tiempo en la mayoría de las ocasiones, pero que aún podría haber mejoras.
- ✓ **Algunas veces:** un 15.4% de los encuestados siente que la información solo llega a tiempo algunas veces. Esto muestra una preocupación moderada, ya que un porcentaje significativo del grupo no está seguro de la regularidad con la que recibe la información a tiempo.
- ✓ **Raramente:** un pequeño grupo (8.7%) afirma que raramente recibe la información a tiempo. Esto indica un área problemática que podría necesitar atención para mejorar la puntualidad de la entrega de la información.
- ✓ **Nunca:** ninguno de los encuestados ha seleccionado "Nunca", lo que es positivo, ya que indica que, en algún momento, todos los encuestados han recibido la información a tiempo.



Supersubsidio

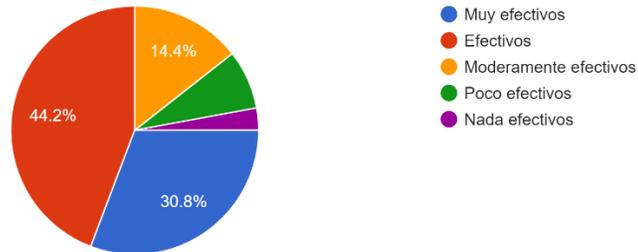
En general, la mayoría de los encuestados (74.0%) considera que la información les llega a tiempo siempre o la mayoría de las veces, lo cual es positivo. Sin embargo, existe un 24.1% que percibe que la información llega solo algunas veces o raramente, lo que señala que podría haber mejoras en la forma en que se distribuye la información para garantizar que más personas la reciban puntualmente.

Canales de comunicación

Correo electrónico

El gráfico muestra las respuestas sobre la efectividad del correo electrónico como canal de comunicación en la SuperSubsidio.

¿Qué tan efectivos considera los siguientes canales de comunicación? Correos electrónicos
104 respuestas



- ✓ **Efectivos (44.2%)** la mayor parte de los encuestados considera que los correos electrónicos son "Efectivos". Esto sugiere que, aunque no son el canal más efectivo, son valorados positivamente por la mayoría.
- ✓ **Muy efectivos (30.8%)** un porcentaje significativo de los participantes cree que los correos electrónicos son "Muy efectivos". Combinando este porcentaje con el grupo que los considera "Efectivos", se obtiene que más del 75% de los encuestados tiene una percepción favorable de los correos electrónicos como herramienta de comunicación.
- ✓ **Moderadamente efectivos (14.4%)** una porción más pequeña, el 14.4%, considera que los correos electrónicos son "Moderadamente efectivos", lo que indica que, para algunos, este canal es útil, pero con ciertas limitaciones.
- ✓ **Poco efectivos (8.7%)** un 8.7% de los encuestados opina que los correos electrónicos son "Poco efectivos", lo que podría señalar problemas como la



Supersubsidio

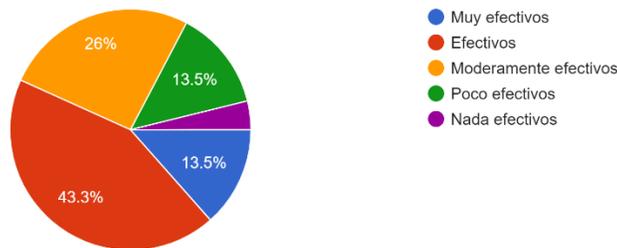
falta de inmediatez, la sobrecarga de correos, o dificultades en la claridad del mensaje.

- ✓ **Nada efectivos (1.9%)** finalmente, un pequeño porcentaje de 1.9% considera que los correos electrónicos no son efectivos en absoluto, lo que indica que, para una minoría, este canal no cumple con sus necesidades de comunicación.

Por lo cual, la mayoría de los encuestados considera que los correos electrónicos son un canal de comunicación efectivo, aunque existen opiniones variadas que van desde muy efectivos hasta nada efectivos.

Boletines internos

Boletines internos
104 respuestas



- ✓ **Efectivos (43.3%)**: la mayoría de los encuestados consideran que los boletines internos son "Efectivos". Esto sugiere que, aunque no todos lo ven como el mejor canal, sigue siendo una herramienta valiosa para algunos.
- ✓ **Muy efectivos (13.5%)**: otro porcentaje opina que los boletines internos son "Muy efectivos". Esto indica que solo una minoría significativa los ve como un canal de alta efectividad.
- ✓ **Moderadamente efectivos**: un 26% de los participantes cree que los boletines internos son "Moderadamente efectivos". Este grupo parece valorar los boletines, pero probablemente los consideran complementarios y no centrales en la estrategia de comunicación.
- ✓ **Poco efectivos**: un 13.5% considera que los boletines son "Poco efectivos", señalando que este grupo no encuentra mucho valor en este canal.



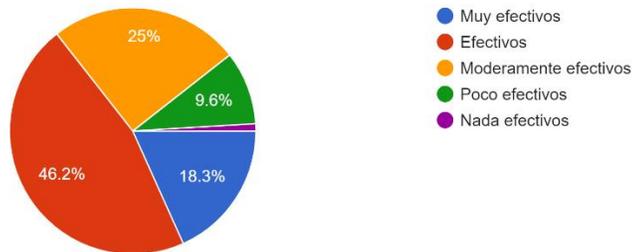
Supersubsidio

- ✓ **Nada efectivos (3.8%):** una pequeña parte de los encuestados, el 3.8%, considera que los boletines internos no son efectivos en absoluto, lo que indica que, para este grupo, los boletines internos no cumplen su propósito de manera significativa.

De esta forma, aunque los boletines internos son considerados efectivos por la mayoría de los encuestados, la efectividad de este canal no es unánimemente alta, y existe una división en la percepción de su utilidad. El canal parece ser útil, pero podría beneficiarse de mejoras o ser complementado con otros métodos de comunicación.

Reuniones

Reuniones
104 respuestas



En el gráfico anterior se pueden observar los resultados, sobre la pregunta relacionada con la efectividad de las reuniones como canal de comunicación:

- ✓ **Efectivos (46.2%):** la mayoría de los encuestados considera que las reuniones son "Efectivas". Esto indica que, para casi la mitad de los participantes, las reuniones son un medio confiable y útil para la comunicación.
- ✓ **Muy efectivos:** un 18.3% de los participantes opinó que las reuniones son "Muy efectivas". Esto sugiere que una parte significativa considera las reuniones como uno de los métodos más eficaces para comunicar información al interior de la entidad.
- ✓ **Moderadamente efectivos (25%):** un cuarto de los encuestados cree que las reuniones son "Moderadamente efectivas". Esto indica que, aunque



Supersubsidio

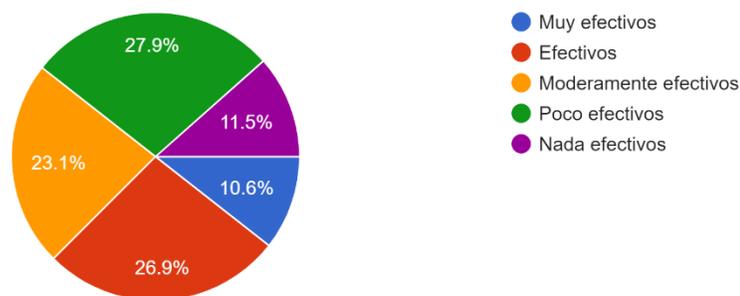
consideran que las reuniones tienen valor, también podrían verlas como algo que podría mejorarse o que no siempre es la mejor opción.

- ✓ **Poco efectivos (9.6%):** un 9.6% de los encuestados considera que las reuniones son "Poco efectivas". Esto puede indicar que ven las reuniones como una pérdida de tiempo o que podrían ser reemplazadas por otros métodos más eficientes.
- ✓ **Nada efectivos (1%):** finalmente, un pequeño porcentaje de 1% considera que las reuniones no son efectivas en absoluto, lo que sugiere que, para este grupo, las reuniones no aportan valor y podrían preferir otros canales de comunicación.

Es por ello que se podría decir que, según estos resultados, las reuniones son vistas como un canal de comunicación efectivo por la mayoría de los encuestados, pero existe una proporción significativa que las ve como solo moderadamente efectivas o incluso poco útiles. Esto sugiere que, aunque las reuniones son generalmente valoradas, podría haber margen para optimizar su formato o frecuencia para hacerlas más eficientes.

Cartelera

Cartelera
104 respuestas



En el gráfico se puede observar que el grupo más grande de respuestas corresponde a aquellos que consideran la cartelera "Poco efectiva", con un 27.9%. Esto sugiere que una porción significativa de los encuestados cree que la cartelera no cumple su propósito de manera satisfactoria. Según los resultados expuestos en



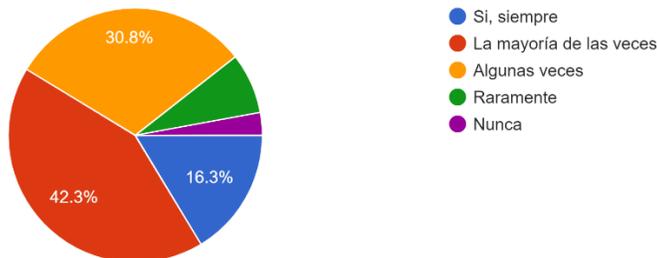
Supersubsidio

promedio un 39.4% de las personas encuestadas creen que la cartelera tiene una baja efectividad. Esto significa que aproximadamente 4 de cada 10 colaboradores de la superintendencia del subsidio familiar no están satisfechas con su efectividad. Por lo cual, la efectividad de la cartelera es vista de manera muy diversa, con opiniones polarizadas entre aquellos que la consideran útil y aquellos que no, sugiriendo la necesidad de realizar mejoras para aumentar su eficacia.

Accesibilidad y utilidad de la información

¿Cree usted que es fácil acceder a la información que necesita y en el momento en que lo necesita?

104 respuestas



La mayoría de las personas tiene una percepción positiva sobre el acceso a la información. De esta forma el 42.3% de los encuestados indica que puede acceder a la información "La mayoría de las veces", y un 16.3% adicional dice que "Siempre" puede hacerlo. En conjunto, el 58.6% de los encuestados considera que la información está disponible con bastante facilidad. Sin embargo, un 30.8% de los encuestados indica que solo puede acceder a la información "Algunas veces". Esto sugiere que, aunque en ocasiones logran acceder a la información, hay situaciones en las que encuentran dificultades. Por otra parte, un 10.5% de los encuestados tiene una percepción negativa sobre el acceso a la información. De estos, el 6.7% indica que raramente tiene acceso a la información cuando la necesita, mientras que un 3.8% afirma que "Nunca" puede acceder a ella.

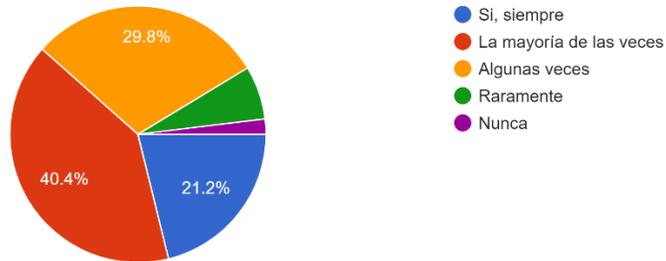
Aunque más de la mitad de los encuestados considera que el acceso a la información es adecuado, un porcentaje significativo de personas tiene dificultades, ya sea ocasionalmente o con mayor frecuencia.



Supersubsidio

¿La información que recibe le resulta útil para su trabajo diario?

104 respuestas



- ✓ **La mayoría de las veces:** 40.4% de los encuestados indicaron que la información que reciben es útil la mayoría de las veces.
- ✓ **Algunas veces:** 29.8% de los encuestados sienten que la información es útil algunas veces.
- ✓ **Sí, siempre:** 21.2% de los encuestados consideran que siempre reciben información útil.
- ✓ **Raramente:** 5.8% de los encuestados encuentran la información útil raramente.
- ✓ **Nunca:** 2.9% de los encuestados opinan que nunca reciben información útil para su trabajo.

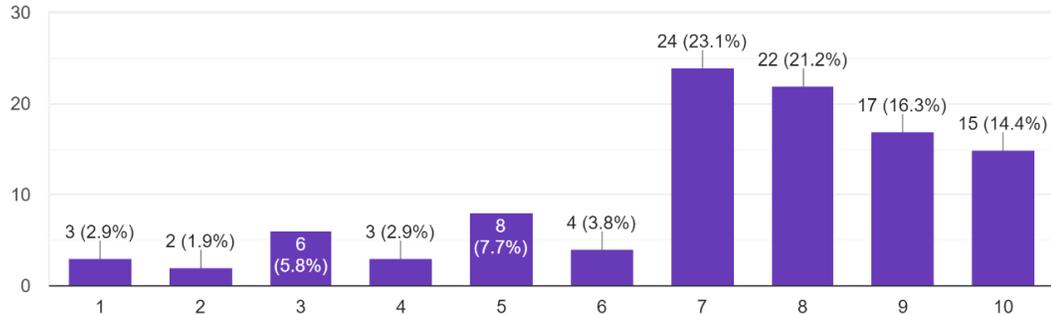
Con base en lo anterior se puede afirmar que la mayoría de los encuestados (40.4%) encuentra la información útil la mayor parte del tiempo, pero hay un porcentaje significativo (29.8%) que solo la considera útil algunas veces. Un grupo más pequeño encuentra la información útil rara vez o nunca, lo que podría ser una indicación de áreas donde se podría mejorar la relevancia de la información compartida.



Supersubsidio

En una escala del 1 al 10, ¿cuán satisfecho está con la comunicación interna de la Superintendencia? Siendo 1 muy insatisfecho y 10 muy satisfecho

104 respuestas



La tabla muestra los niveles de satisfacción de los encuestados con la comunicación interna de la Superintendencia, en una escala del 1 al 10, donde 1 representa "muy insatisfecho" y 10 "muy satisfecho". De esta forma, la mayoría de los encuestados se encuentran en niveles de satisfacción moderados a altos (entre 7 y 10), lo que sugiere una percepción general positiva sobre la comunicación interna. Sin embargo, existe un porcentaje de personas que están insatisfechas, lo que podría indicar áreas de mejora en la comunicación interna.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta de percepción sobre los canales de comunicación interna en la Superintendencia del Subsidio Familiar, se realizan recomendaciones que permitan mejorar de forma eficaz los procesos comunicativos en la entidad.

- Es importante implementar una intranet con acceso a todos los colaboradores de la entidad (servidores y contratistas) mediante la cual se envíe información relevante y de forma eficaz a cada una de las áreas que hacen parte de la SuperSubsidio.
- Es necesario implementar acciones (estrategias) que permitan descongestionar el correo electrónico, ya que, según lo manifestado en la encuesta, este medio de comunicación está siendo utilizado de forma incorrecta, debido a que se envían contenidos poco relevantes y que no



Supersubsidio

aportan al desarrollo de las labores cotidianas en el ámbito laboral, lo cual ha generado que en un alto porcentaje, muchas de las personas que laboran en la entidad decidan a diario archivar todos los mensajes que les llegan a sus correos.

- Se requiere implementar en cada uno de los pisos en donde funcionan las oficinas de la superintendencia, una cartelera informativa, en donde se publique información diferente (bien sea fechas importantes, eventos, foros etc.) con el objetivo de darle un mejor uso al correo electrónico.
- Se debe mejorar el proceso colaborativo entre las áreas de la entidad, permitiendo que exista una cooperación y que, de esta forma, cuando un colaborador requiera de una información en un área distinta a la que labora no existan tantas barreras de acceso.
- Implementar y socializar un manual de comunicaciones, con el objetivo que existan parámetros y un reglamento para realizar solicitudes ante la oficina de comunicaciones.

Acciones de mejora a implementarse

Con el objetivo de mejorar la comunicación al interior de la entidad es importante implementar e incentivar el uso de la cartelera en cada uno de los pisos en donde funciona la superintendencia del subsidio familiar, también es relevante que se implemente una intranet con acceso a todas las personas que laboran en la SuperSubsidio, ya que de esta forma se facilita la colaboración y la comunicación entre las personas y las áreas de la entidad.

Por otro lado, es indispensable descongestionar el correo electrónico de información “irrelevante”, la cual está generando que este medio de comunicación tan importante pierda valor y credibilidad.

Conclusiones

Las conclusiones del informe indican que, si bien la mayoría de los colaboradores de la Superintendencia del Subsidio Familiar están familiarizados con los canales de comunicación interna y los consideran efectivos, existe un margen significativo para mejorar. Aunque más del 50% de los encuestados considera que la comunicación interna es moderadamente efectiva, muchos sienten que podría



Supersubsidio

mejorar. Además, algunos canales, como las reuniones y las carteleras, tienen percepciones mixtas en cuanto a su efectividad, lo que sugiere la necesidad de optimizar estos métodos. La encuesta también reveló que, si bien la información es generalmente clara y comprensible, hay un porcentaje notable de empleados que encuentran inconsistencias en la claridad de los mensajes. En cuanto a la frecuencia y puntualidad de las comunicaciones, aunque la mayoría las recibe regularmente y a tiempo, hay grupos que experimentan retrasos o una baja frecuencia, lo que señala áreas que requieren atención para mejorar la segmentación y la frecuencia de las comunicaciones.

Proyectó: Jhoan Steven Sánchez

Revisó: John Gaviria Marín

Aprobó: John Gaviria Marín