

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL
DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS DE TRANSACTEL, S.A.”**



CELIA ELISA PÉREZ HERNÁNDEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL
DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS DE TRANSACTEL, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

CELIA ELISA PÉREZ HERNÁNDEZ

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2016

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

Representantes Estudiantiles

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bártres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Torre Pradera
18 Calle 25-85 Z.10
Torre Transactel Pradera,
Guatemala City,
Guatemala
Phone: (502) 2223.0000

Guatemala, 17 de Agosto de 2016

Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Celia Elisa Pérez Hernández** con número de carné: **200417023** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento de **Recursos Humanos**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 02 de Mayo al 18 de Julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto: "**Estrategias para fortalecer la comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A.**" entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **Transactel, S.A.**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Luisa Fernanda Zamora Mejía
Gerente de Recursos Humanos





Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

Celia Elisa Pérez Hernández

Carné: **200417023**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

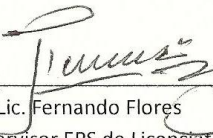
De mi consideración:


Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategias para fortalecer la comunicación interna del departamento de recursos humanos de TRANSACTEL, S.A." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

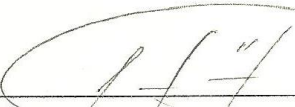
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.


Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador EPS de Licenciatura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIAS

A Dios

Pues en todo momento es mi fortaleza. A través de los años en esta senda acompaña mi trayecto y fortalece mi espíritu para seguir adelante sin desmayar.

A Mis Padres

José Antonio Pérez Valdéz y Lilian Margret Hernández Vásquez.
Por su ejemplo de perseverancia y apoyo incondicional.

A Mis Hermanos

Milton Iván y Dulce Abigail Pérez Hernández.
Pues son mi inspiración día a día; me inspiran a darles siempre mi mejor ejemplo.

A mis Amigos

Licda. Edna Del Rosario Valladares Escobar y Wessling Antonio Galdámez Orellana.
Por impulsarme siempre a dar el mayor esfuerzo; por brindarme con su amistad soporte emocional, espiritual y profesional.

AGRADECIMIENTOS

A la Institución

Transactel, S.A. por abrir sus puertas y permitir a sus colaboradores buscar siempre el crecimiento personal y profesional.

Master Luisa Fernanda Zamora Mejía

Pleno agradecimiento por la confianza depositada en mí para ejecutar las propuestas de este proyecto.

A mi equipo de trabajo

Departamento de Recursos Humanos; por su colaboración, participación y apoyo en todo momento.

A mi asesor de EPS

Lic. Fernando Flores, por su dedicación y guía para el grupo de epesistas de licenciatura 2016.

A mi Alma mater

Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por formar con excelencia a los profesionales de nuestra nación.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRUDUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPITULO I	
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN.....	2
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	3
1.2.3. Historia.....	3
1.2.4. Departamentos.....	8
1.2.5. Valores institucionales.....	12
1.2.6. Público Objetivo.....	12
1.2.7 Organigrama Global.....	13
1.3. METODOLOGÍA.....	16
1.3.1. Descripción del Método.....	16
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	16
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	18
1.4. RECOPIACION DE DATOS.....	18
1.4.1 Observación de las áreas de trabajo y actividades del departamento.....	18
1.4.2 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	20
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	36
1.5.1. Fortalezas.....	36
1.5.2. Oportunidades.....	36
1.5.3. Debilidades.....	36
1.5.4. Amenazas.....	37

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	38
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	38
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	40
2.2.1. Objetivo General.....	40
2.2.2. Objetivos Específicos.....	41
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	41
2.4. MENSAJE.....	41
2.5. ESTRATEGIAS.....	42
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	44

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN.....	50
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	50
3.1.1. Presupuesto invertido.....	50
3.1.2. Financiamiento.....	50
3.1.3. Beneficiarios.....	51
3.1.4. Recursos humanos.....	51
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	51
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	52
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	70
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN).....	71
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES.....	73
GLOSARIO DE TERMINOS.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	79
E-GRAFÍA.....	80
ANEXOS.....	81

RESUMEN

Nombre de la Institución:	Transactel, S.A.
Nombre del proyecto:	“Estrategias para fortalecer la comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A.”
Objetivos del Proyecto:	
General:	Proporcionar un proyecto comunicacional con estrategias adecuadas para fortalecer los procesos de comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A. que permita que la comunicación horizontal ascendente y descendente del equipo, alcance la efectividad deseada.
Específicos:	Ofrecer alternativas modernas de homologación de procesos para facilitar las labores diarias de los miembros del equipo. Facilitar la retroalimentación con el equipo de trabajo de forma ascendente, descendente y horizontal por medio de herramientas sencillas y de fácil acceso. Presentar las estrategias de comunicación a la institución para ponerlas en práctica.
Sinopsis del proyecto:	<p>Luego de detectar las áreas de mejora en cuanto a comunicación organizacional en Transactel, S.A., específicamente dentro del departamento de Recursos Humanos, se ejecutaron 5 estrategias de comunicación encaminadas a fortalecer la comunicación interna y externa del equipo de trabajo.</p> <p>De esta cuenta, el proyecto fue evaluado y autorizado por la gerencia del departamento involucrado para ser ejecutado en la ciudad capital, donde fue posible desarrollar las estrategias tanto digitales como presenciales con la participación activa de los miembros de la institución.</p>

INTRODUCCIÓN

La forma como se entiende el proceso de comunicación en las organizaciones ha ido evolucionando conforme los estilos de liderazgo de los directivos, la cultura de las empresas, el ambiente laboral, los efectos de la globalización y los cambios que hayan acontecido paulatinamente. Sin embargo, al final del día, la meta organizacional es integrar a los empleados, las estrategias y demás líderes de la empresa con la visión, así como tenerlos cimentados en una base firme que se denomina cultura y valores.¹

Partiendo de la premisa de que la comunicación interna en las organizaciones difunde y consolida los valores de la cultura empresarial, favorece a la identificación del colaborador con la empresa y contribuye al crecimiento del compromiso del personal; Se encontró la necesidad de elaborar un proyecto para fortalecer los procesos de comunicación del departamento de recursos humanos de Transactel, S.A.

Este documento contiene información completa acerca de la empresa beneficiada con el proyecto antes mencionado, por lo que se detalla de ésta su historia, estructura organizacional y departamentos que la componen.

Debido a las características del estudio se seleccionó el método descriptivo/cuantitativo para la elaboración del diagnóstico comunicacional, siendo las principales técnicas de recolección de datos la observación y el cuestionario.

Basado en los resultados del diagnóstico se propuso y ejecutó varias acciones de comunicación con los cuales se obtuvo como resultado mejoras significativas en cuanto al tema de comunicación organizacional dentro del departamento.

¹ Rebel, 2008. Comunicación Estratégica en las organizaciones. Pág.47

JUSTIFICACIÓN

Los retos actuales de la comunicación pueden ser tan variados como organizaciones existen, ya que cada una de ellas las necesidades seguramente varían de acuerdo con las realidades y las necesidades organizativas y de negocio muy particulares.²

Este es el caso de la industria del Call Center en nuestro país. Dado que dichas instituciones cuentan con elevados números de colaboradores, necesita contar con canales de comunicación efectivos

De esta cuenta se identifica la necesidad de que el departamento de Recursos Humanos mantenga comunicación constante y efectiva en sus labores diarias con el objetivo principal de ejecutar uniformemente las tareas administrativas asignadas, minimizar el tiempo que utiliza para consultas por información faltante en los documentos de uso diario y que exista fluidez de información tanto ascendente, descendente y horizontal dentro del departamento.

Por lo tanto, la elaboración y ejecución de un plan de fortalecimiento de los procesos de comunicación interna para Transactel, S.A. representa un beneficio significativo; tanto para los colaboradores involucrados en el proceso como sus receptores directos.

La comunicación empresarial se verá reforzada y ayudará al departamento de Recursos Humanos a continuar brindando apoyo de calidad a las distintas áreas de la institución. Con esto logrará consolidar los valores de la cultura empresarial, favorecerá la identificación del trabajador hacia la compañía, se logrará transmitir eficaz, eficiente y efectivamente los mensajes de la estrategia y la política empresarial.

² Rebel, 2008. Comunicación Estratégica en las organizaciones. Pág.61.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

“DIAGNÓSTICO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS DE TRANSACTEL, S.A.”

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico de los procesos de comunicación en el departamento de recursos humanos de la institución Transactel, S.A. (TELUS International) es de suma importancia para detectar los puntos principales que interfieren en la efectividad de la misma, y con esto elaborar un informe que proporcione información valiosa, misma que servirá como punto de partida para elaborar un plan de acción idóneo a sus necesidades.

1.1.2. Objetivos Específico

- Identificar los canales de comunicación utilizados dentro del departamento.
- Enumerar las distintas áreas propensas a fallas debido a las deficiencias comunicacionales.
- Analizar la accesibilidad a la información por parte del grupo objetivo del departamento de Recursos Humanos.
- Evaluar las formas de comunicación descendente y lineal entre los integrantes del equipo.
- Proponer un plan de comunicación efectivo para homologar la información que se maneja entre los colaboradores.

1.2. LA INSTITUCIÓN: Transactel, S.A. (TELUS International)

1.2.1. Ubicación Geográfica

Transactel ha invertido en la mejor tecnología y aplicaciones desde su fundación. Esta compañía ha alcanzado éxito proveyendo soluciones a sus clientes en múltiples países y basando el crecimiento en su desarrollo.

Para establecer sus instalaciones han seleccionado la región del Caribe y Latinoamérica (CALA) basándose en los siguientes factores:

- Esta región tiene un clima estable durante el año, con un mínimo impacto de eventos de fuerza mayor.
- Un buen porcentaje de la población tiene fluidez en inglés y español, gracias a la afinidad cultural con Estados Unidos. Además cuentan con un acento neutral en ambos idiomas.
- Los países en esta región están altamente desarrollados en telecomunicaciones e infraestructura.
- La excelente ubicación geográfica y expansión de una industria deseable y respetada.

Direcciones:

Ciudad de Guatemala: Torre Transactel Pradera - Oficinas Centrales; 18 calle 25-85 Zona 10 Torre Transactel Pradera Guatemala.

Edificio Interamericas WFC: 6ta Avenida y 11 Calle 3-10 Zona 10

Quetzaltenango: Avenida Las Americas 7-62 Zona 3 Quetzaltenango, Torre Pradera Xela , Oficina 306 - Nivel 3.

PBX: 2223-0000

Página Web: <http://transactel.net/>

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Transactel se enorgullece en proveer un excelente servicio a sus clientes día a día. El valor excepcional que ofrece ha incrementado la cartera de clientes de unos pocos a obtener contratos con compañías líderes en diferentes industrias. El servicio personalizado, agentes altamente capacitados y calidad superior los hacen la mejor opción dentro de los proveedores de BPO.

Sus clientes son líderes en las siguientes industrias:

- Telecomunicaciones
- Finanzas
- Utilidades
- Recreación y Entretenimiento
- Tiendas de Consumo

1.2.3. Historia

Hace 21 años tres jóvenes amigos con la inquietud de tener un negocio propio y salir adelante iniciaron una búsqueda de diversas opciones para hacer realidad ese sueño, es así como surge en 1995 la empresa de administración de carteras hipotecarias que daría vida a Transactel, empresa que gracias al arduo trabajo y esfuerzo se ha convertido en líder en la industria de servicios de tercerización en la región centroamericana.

Transactel es una empresa de origen cien por ciento guatemalteco que se convirtió en pionera en la industria de call centers en Guatemala al tomar la primera llamada internacional en el año 2004. Hoy, gracias a la experiencia adquirida a lo largo de estos años han descentralizado su negocio presencia en Quetzaltenango, El Salvador y Honduras.

La presencia de Transactel en Centroamérica dio inicio con las operaciones de Back Office en El Salvador en el 2002, después en 2009 incursionaron en un nuevo mercado que fue Honduras.

La actitud y el compromiso del equipo de líderes que conforman Transactel, han hecho posible superar las pruebas y obstáculos que se han presentado durante estos años, demostrando su capacidad de adaptarse a los cambios y exigencias de una industria dinámica.

Transactel es una empresa apasionada y comprometida con sus colaboradores, durante los 17 años que tiene de existir, constantemente reafirma ese compromiso por medio de la generación de oportunidades de crecimiento para su talento en un ambiente de trabajo fundamentado en la excelencia, integridad y responsabilidad. Además, a través de diferentes programas, Transactel ofrece una diversidad de beneficios a todos los miembros del equipo.

Gracias al crecimiento exponencial de esta industria, a partir del 2006 Transactel ha alcanzado más del cincuenta por ciento de crecimiento. Una empresa que en sus inicios estaba conformada por 30 miembros en el equipo, hoy en día cuenta con un equipo conformado por más 6,200 Héroes en Guatemala, El Salvador y Honduras.

Tal como lo indica uno de sus fundadores el éxito de Transactel no radica en hacer una gran cosa de vez en cuando, sino hacer consistentemente bien las cosas rutinarias. En definitiva esta actitud es lo que ha fundamentado los excelentes resultados de esta empresa regional a lo largo de sus 21 años de trayectoria.

¿Quiénes son?

Con más de 7,000 empleados y oficinas en diferentes países de Centroamérica, Transactel es el BPO (Business Process Outsourcing) más grande de la región. Se enorgullecen de su personal capacitado, tecnología integrada, reclutamiento innovador, procesos de entrenamiento y eficiente sistema de operaciones, ofreciendo servicios bilingües (inglés y español) de: servicio al cliente, ventas, soporte técnico y operaciones Back-Office. Transactel ofrece diversidad geográfica, programas multilingües, servicios integrados multi-canal, sólida infraestructura tecnológica y un fuerte enfoque de servicio al cliente.

¿Qué los motiva?

El propósito de Transactel es convertirse en el líder global en soluciones de Business Process Outsourcing. Para lograr esto, son guiados por sus principios de Excelencia en Servicio al Cliente, Integridad en todo lo que hacemos, Pasión por Innovación y Crecimiento. Como resultado, contribuyen al éxito de sus clientes, la gente y las comunidades donde viven y trabajan.

Formación y crecimiento profesional

Único call center con campus “on site”, a través de Transactel University ofrece a los miembros del equipo la oportunidad de perfeccionar el idioma inglés.

Transactel cuenta con un Programa Plan de Carrera para todos los miembros del equipo, por medio del cual se imparten cursos de liderazgo, cursos de computación, carreras universitarias y maestrías en conjunto con instituciones educativas de prestigio.

El futuro de Transactel

Para continuar creciendo, Transactel seguirá trabajando con transparencia tanto hacia sus clientes como hacia sus colaboradores con quienes seguirá compartiendo sus éxitos y retos, así como innovando en el desarrollo de su servicio y en su recurso humano que es el activo más importante de esta compañía líder.

La compañía seguirá buscando el desarrollo económico y social de los países donde tiene presencia, a través de la generación de empleos formales, bien remunerados y capacitados que se traduzcan en éxitos y en la consolidación de un modelo de negocio ganador a seguir.

La visión de futuro del equipo de trabajo de Transactel se enfoca en la consolidación a nivel regional como el mejor lugar de trabajo y desarrollo personal, ofreciendo el mejor servicio a sus clientes y con ello poder continuar compitiendo frente a un mercado internacional.

Orden Cronológico:

- 1995 Transactel se establece como una empresa administrativa de negocios de hipotecas, tecnología integrada, reclutamiento innovador, procesos de entrenamiento y eficiente sistema de operaciones, ofreciendo servicios bilingües (inglés y español) de: servicio al cliente, ventas, soporte técnico y operaciones BackOffice
- 2001 Centro de atención de llamadas inicia operaciones oficialmente.
- 2002 Operaciones BPO inicia en El Salvador.
- 2005 Co-fundador de la comisión de Contact Centers en Guatemala y se realiza la primera llamada internacional en Guatemala.
- 2006 Co-fundador Asociación Contact Center en El Salvador
- 2008 Universidad Transactel oficialmente comienza
- 2009 Organización total de áreas y cuentas según perfil
- 2010 El objetivo de seguir formando un ambiente de trabajo divertido en Transactel, se desarrolló aún más con la inauguración del único e Innovador Centro de Deportes y Recreación en Guatemala.
- 2010 Transactel celebra 15 años de operación. Se otorgan reconocimientos a un grupo de guatemaltecos ejemplares que han puesto el nombre del país en alto
- 2011 Transactel pasa a ser Transactel, powered by TELUS. Ahora con el respaldo de un equipo global, multi-billonario de centros de contacto y externalización de procesos empresariales (BPO)
- 2014 Adopta comercialmente el nombre TELUS International Guatemala

1.2.4. Departamentos

La institución cuenta con numerosos departamentos administrativos, mismos que brindan soporte oportuno a las diferentes áreas operativas; Ya que Transactel atiende alrededor de 16 clientes internacionales en sus sedes metropolitanas.

A continuación se enumeran los departamentos que conforman la institución:

Aprendizaje y Desarrollo Global: Proporciona a los colaboradores herramientas para desarrollar y/o mejorar habilidades para su crecimiento dentro de la institución.

Centro de Mando de operaciones: Se encarga de monitorear en tiempo real las actividades de los representantes de servicio al cliente y la efectividad de las horas que ocupan para su trabajo.

Compras: Equipo encargado de centralizar las órdenes de cotización y adquisiciones para un mejor manejo de los recursos monetarios. **Desarrollo de Negocio y Atención de Clientes:** Atención personalizada y puntual a los clientes internacionales.

Excelencia de Procesos de Negocios: Visión del departamento a nivel global: "Permitir a los miembros del equipo Transactel determinar las verdaderas causas para ejecutar mejoras en los procesos y ofrecer un valor para la organización." **Objetivo:** "Utilizar metodologías Lean y Six Sigma para dirigir las transformaciones de mejora de procesos para los clientes internos y externos y permitir que nuestro equipo global con la formación y el apoyo de mentores".

Experiencia Servicio al cliente: La misión del departamento es apoyar al equipo completo de la compañía para que se convierta en un socio activo de negocios para sus clientes mediante la mejora de los procesos y el desarrollo de sus miembros de primera línea, con el fin de promover las buenas prácticas y desarrollar una experiencia en el cliente.

Finanzas: Mejor conocido en otras entidades como contabilidad. Controla todo ingreso y salida de activos monetarios, mismo que incluyen: salarios, bonos, indemnizaciones, compras, ganancias y gastos en general.

Información Tecnológica (IT): Responsables del funcionamiento de todas las redes de telecomunicación a nivel regional.

Informes Operativos Globales: Equipo a cargo de la creación y las actualizaciones relacionadas con los planes de capacidad, supervisar patrones de contratación y de contacto actuales y proyectados, así como gestionar el espacio de sitio; formular recomendaciones para optimizar los recursos en base a la falta y exceso de personal.

Instalaciones e Infraestructura: Mantenimiento general de las instalaciones de la empresa, así mismo, ejecución de proyecto de remodelación y crecimiento de las sedes del país.

Lenguaje y Comunicación: Equipo encargado de capacitar en el idioma inglés a los colaboradores en general y nuevos miembros con el programa Transactel University.

Mercadeo y Comunicaciones: conectar y facilitar la interacción entre los miembros del equipo y los posibles candidatos con la empresa. El departamento de Comunicaciones apoya y ejecuta programas de comunicación de marketing a través de comunidades en línea para un público tanto internos como externos, en apoyo de la visión corporativa y construcción de marca.

Operaciones: Es el departamento principal de la compañía, ya que engloba al personal que ejecuta los negocios pactados con sus clientes, sus principales actores son los ejecutivos de servicio al cliente.

Reclutamiento y Selección: Encargados de la promoción de nuevas plazas, selección y contratación de talento con las características profesionales requeridas para la industria del BPO.

Recursos Humanos: Pieza clave para las relaciones profesionales entre los colaboradores de todo nivel dentro de la institución, colabora directamente en la operación manteniendo un ambiente de trabajo agradable mediante actividades diversas para los miembros de los equipos a su cargo.

Así mismo, es intermediario directo entre agentes de servicio al cliente, supervisores operativos, gerentes de turno y gerentes de cuenta en nivel ascendente o viceversa. Elabora planes de acción en conjunto a sus interlocutores para mejorar cada día el desempeño del equipo de trabajo.

Ejecuta transacciones administrativas tales como promociones internas, retroalimentaciones de desempeño, procesos disciplinarios, confirmaciones de puestos y salarios, rotación de personal, entre otros. Por otra parte, participa en la toma de decisiones corporativas con sus aportes oportunos de información y estrategias.

Este departamento se divide en varias categorías de las cuales podemos mencionar: responsabilidad social corporativa; coordina actividades de voluntaria en distintas organizaciones no lucrativas, así mismo, cada año organiza junto con Fondo Unido, la construcción de una institución educativa desde cero para beneficiar las áreas de mayor riesgo que no poseen un centro educativo en la ciudad. Beneficios y compensaciones; principal encargado de proveer a los colaboradores accesibilidad a sus beneficios tales como pago de alimentos por medio de descuentos a planilla, negociación de descuentos especiales en distintos comercios, administración del seguro médico y de vida, coordinación de la guardería ubicada en la sede central de la institución. Y el equipo analítico proporciona a sus clientes internos información confiable y actualizada mediante gráficas y herramientas de consulta con la intención de crear una cultura de toma de decisiones basadas en los datos.

Relaciones Laborales: Intermediario entre colaboradores de operaciones, finanzas y recursos humanos, responsables de trámites administrativos tales como entrega de boletas de pago, certificaciones para el seguro social, entre otros.

Seguridad: El principal rol de este departamento es velar porque se cumplan los estándares de seguridad que solicitan nuestros clientes internacionales dentro del piso de operaciones, así como la seguridad misma de los colaboradores.

Servicios informáticos: Brinda soporte y mantenimiento a las intranet de la compañía, crea nuevas herramientas de trabajo y vela por mantenerlas a la vanguardia para que su desempeño sea óptimo.

Servicios

Servicio al Cliente

Transactel considera que la prioridad de cualquier compañía exitosa son sus clientes y la relación que mantiene con ellos. Es por esto que nuestra empresa continuamente trabaja para mejorar la experiencia de nuestros clientes y establecer un lazo que cree un impacto en cómo realizamos negocios. La cultura de Transactel está basada en ayudar a otros y transmitimos esta filosofía en cada llamada, email, chat o mensaje de texto que enviamos.

El servicio al cliente incluye:

Soporte de servicios, consultas generales, estatus de activación de cuentas, procesamiento de aplicaciones y órdenes, consultas de cuentas, cambio de dirección, estatus de entregas, manejo de disputas, procesamiento de pagos, información de productos, reservaciones y devoluciones.

Soporte Técnico

La empresa maneja un amplio rango de llamadas de soporte técnico. Los Héroes de Transactel se enfocan en resolución de inquietudes en la primera llamada, mientras mantienen calidad y cumplen sus metas en satisfacción al cliente. Se enfocan en enseñar a sus clientes no solo a resolver sus problemas sino también a convertirse en usuarios expertos.

Los servicios de soporte técnico incluyen:

Soporte de garantías de hardware, soporte en solución de problemas, instalación/eliminación de programas, instalación de sistema operativo y soporte funcional, reemplazo de partes, compatibilidad de programas, reparación/contratación de servicios, administración de redes, manejo de bases de datos, soporte de internet y banda ancha.

1.2.5. Valores institucionales

- Nos adaptamos al cambio y creamos nuevas oportunidades
- Sentimos pasión por el crecimiento
- Creemos en el trabajo en equipo
- Tenemos la valentía para innovar.

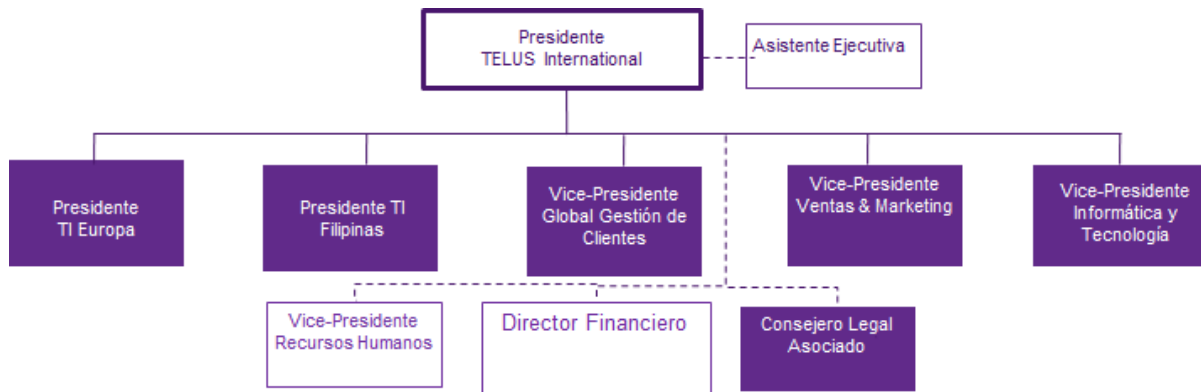
1.2.6. Público Objetivo

Se ha seleccionado el departamento de Recursos Humanos como grupo objetivo en el diagnóstico de comunicación debido a la importancia de dicho departamento para la institución.

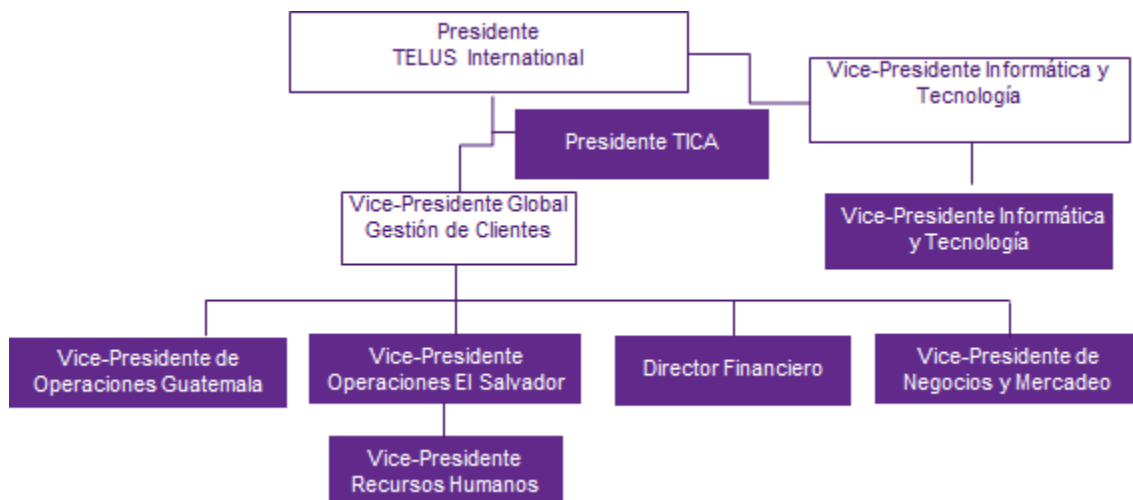
Los colaboradores de ésta área tendrán a su alcance las herramientas idóneas para estar comunicados con el equipo, podrán estandarizar sus procedimientos y de esta forma dar un mejor servicio a los colaboradores a su cargo.

Así mismo contarán con métodos eficientes para informar a su propio grupo objetivo acerca de lineamientos nuevos, plazas disponibles, actividades, etc.

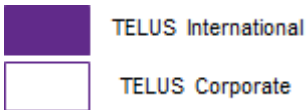
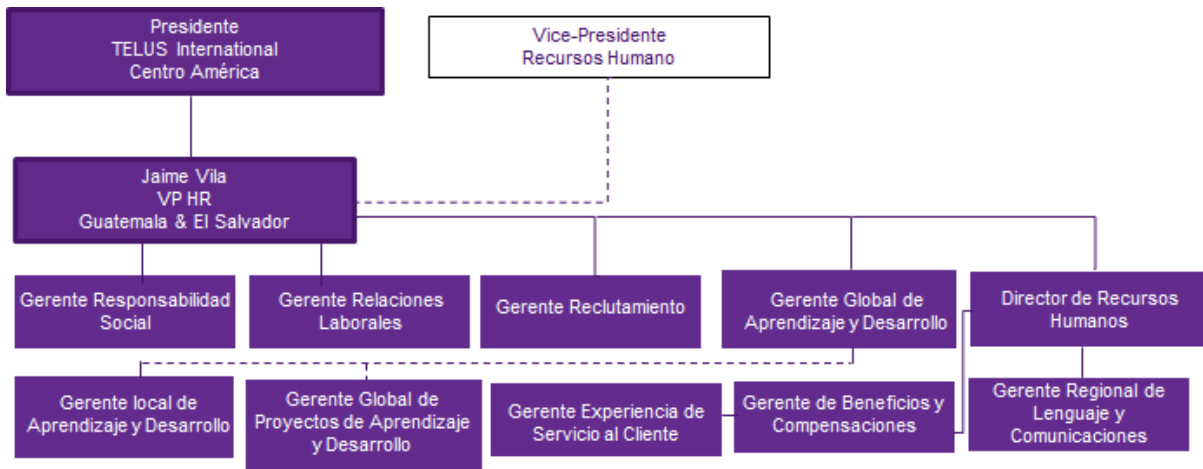
1.2.7. Organigrama Global:



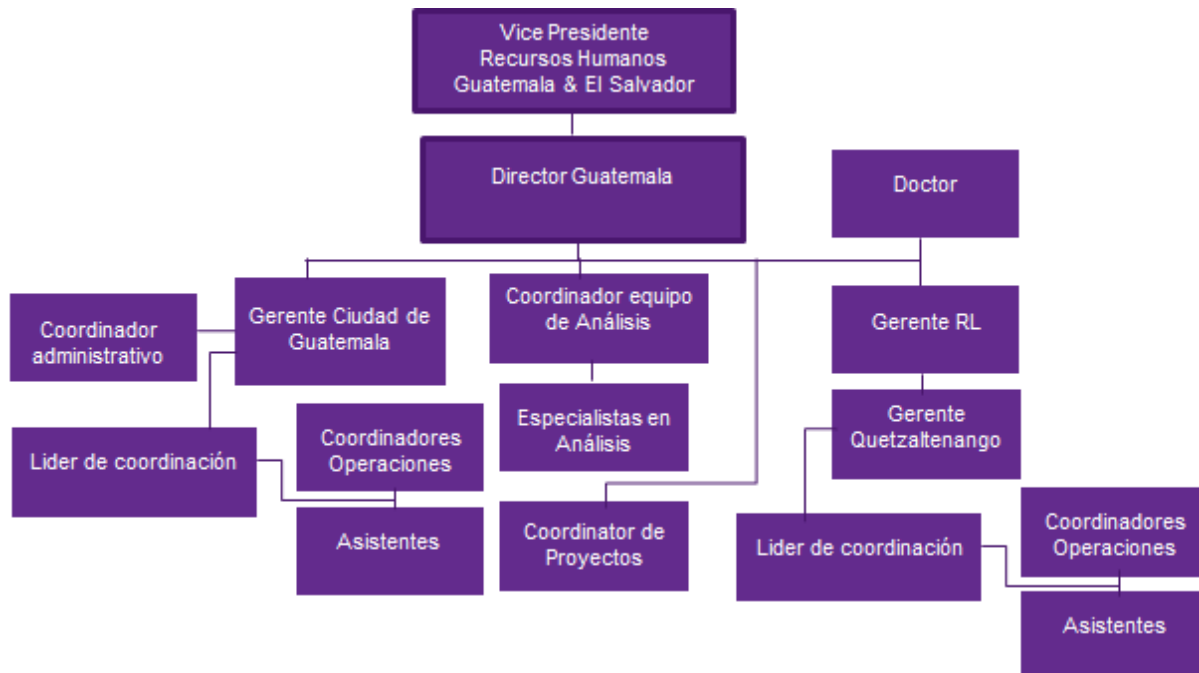
Organigrama Centro América:



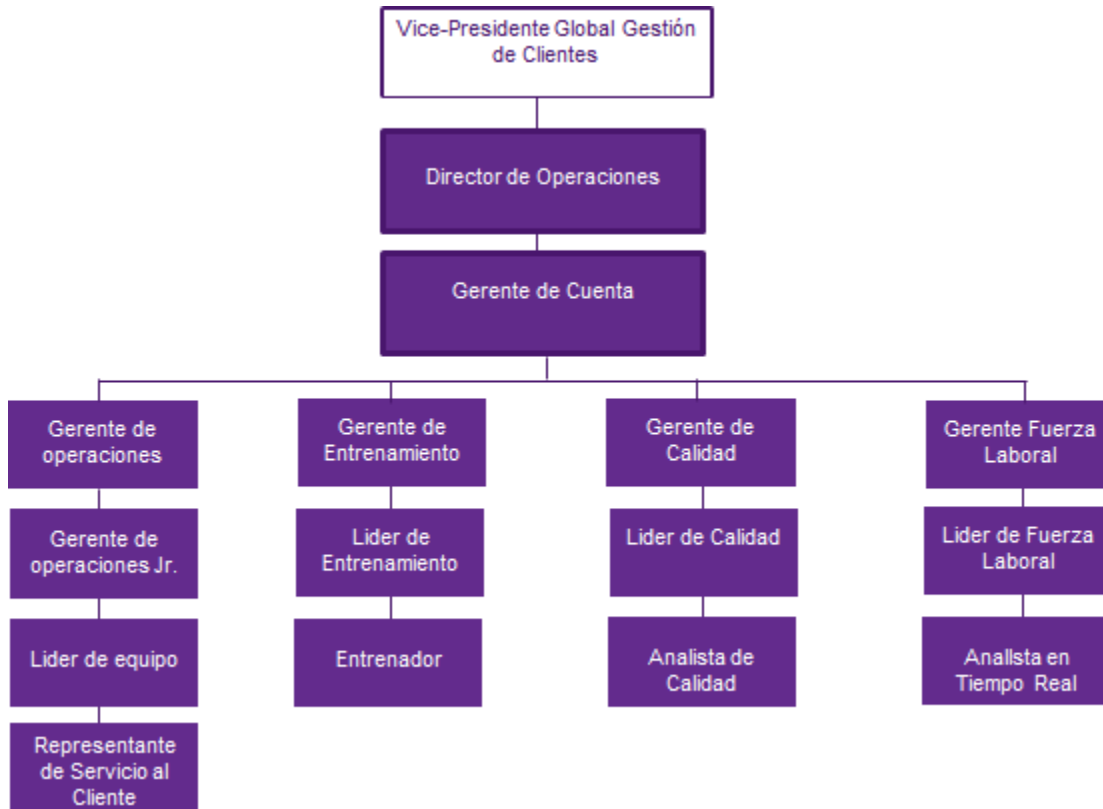
Organigrama de Recursos Humanos Guatemala:



Organigrama de Recursos Humanos - Operaciones:



Organigrama Operaciones:



1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

Debido a las características a abordar con el estudio, se seleccionó el método descriptivo/cuantitativo, basándose en las características de estos métodos que menciona Ñaupas³; el método descriptivo: sirve para la recolección de datos, para la verificación de las hipótesis como: La observación, la entrevista, el test, el análisis de contenido, etc.

Así mismo la técnica cuantitativa, es aquella que se refiere a magnitudes o cantidades que se expresan mediante números, formas, algoritmos numéricos como: determinar el universo y hallar la muestra representativa mediante el muestreo, las técnicas del tratamiento estadístico, que comprende técnicas matemáticas-estadísticas como: el procesamiento de datos, reducción de datos (estadística descriptiva) o de análisis estadísticos, con los análisis paramétricos y los no paramétricos (estadística inferencial).

En combinación se logrará con ello elaborar un diagnóstico comunicacional completo.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Observación: La Observación es el proceso del conocimiento de la realidad factual, medial el contacto directo del sujeto cognoscente y el objeto o fenómeno por conocer, a través, de los sentidos, principalmente la vista, el oído, el tacto y el olfato.

³ Ñaupas, 2014. Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y redacción de la Tesis.

Para que la observación científica sea válida y confiable debe reunir las siguientes exigencias o requisitos:

- ❖ Servir a un objeto ya formulado de investigación
- ❖ Ser planificada sistemáticamente
- ❖ Ser controlada sistemáticamente y relacionada con proposiciones más generales en vez de ser presentada como una serie de curiosidades interesantes.
- ❖ Estar sujeta a comprobaciones y controles de validez y fiabilidad.

Para los fines del diagnóstico se recurre a la observación participante, una de las modalidades más importantes, la cual consiste en que el investigador participa en la vida de un grupo social y al mismo tiempo observa y registra datos e impresiones sobre los aspectos variables de la investigación.

Esta es realizada de forma enmascarada pues permite recoger información fidedigna de las costumbres o ideas del grupo, sin que sea advertido, para no forzar la información recibida.

Cuestionario: El cuestionario es una modalidad de la técnica de la encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo.

Los tipos de preguntas para este cuestionario son diversas ya que se incluyen cuestionantes de selección múltiple, respuesta cerrada y comentarios de acuerdo a las variables seleccionadas por el encuestado.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividad / Semana	Enero		Febrero		
	4	1	2	3	4
Reunión inicial con la gerencia de Recursos Humanos de la compañía	■				
Observación de las distintas áreas de trabajo	■				
Recolección de información completa de la institución		■			
Selección de información y estructura organizacional de la empresa			■		
Investigación bibliográfica en biblioteca central				■	
Redacción de cuestionario para encuesta					■
Encuestas al personal					■
Vaciado de encuestas y redacción de resumen de observación					■
Preparación y entrega de diagnóstico					■

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Observación de las áreas de trabajo y actividades del departamento

Transactel cuenta con 1 oficina de recursos humanos en la mayoría de pisos operativos al servicio de los colaboradores; dicha oficina atiende asuntos como entrega de constancias médicas, validaciones de permisos, así mismo, elaboración de documentos administrativos que incluyen procesos disciplinarios y sanciones mayores.

La función principal dicha oficina es asistir de forma oportuna a todos los colaboradores del área comprendidos entre representantes de servicio al cliente, supervisores, sub-gerentes y gerentes de operación, siendo estos últimos quienes solicitan a los representantes de recursos humanos su asistencia en la creación de planes de acción de acuerdo a las necesidades del equipo a quien apoya.

Entre las atribuciones de Recursos Humanos se encuentran: premiar a los colaboradores con desempeño sobresaliente de cada mes, felicitar a los cumpleaños, informar sobre plazas operativas disponibles, realizar actividades para mantener un ambiente de trabajo agradable, impartir inducciones a los colaboradores de nuevo ingreso.

Mediante la observación de las áreas operativas encontramos que la mayoría de ellas cuenta en sus instalaciones, con la presencia de la marca del cliente a quienes prestan servicio, sin embargo, no es permitido tener material adicional ya sea hojas de papel y/o dispositivos electrónicos por la alta confidencialidad que se maneja.

Sin embargo, en ellos no se encontró un lugar específico para que los colaboradores puedan informarse acerca de información importante que debe ser transmitida por recursos humanos, por ejemplo las posiciones disponibles para ascensos.

Los elevadores que utiliza el personal cuenta con pantallas de televisión donde el departamento de comunicación hace llegar información relevante de la compañía, misma que podría ser utilizada para proveer de información de recursos humanos a la población en general.

Otra de los canales de comunicación que posee Transactel es su red social interna, en la cual los colaboradores pueden interactuar escribiendo comentarios en el muro oficial del sitio. En este también se muestran noticias internas tales como: Actividades recreativas a realizarse dentro de las instalaciones, posteo de plazas disponibles tanto del área operativa y administrativa, entre otros.

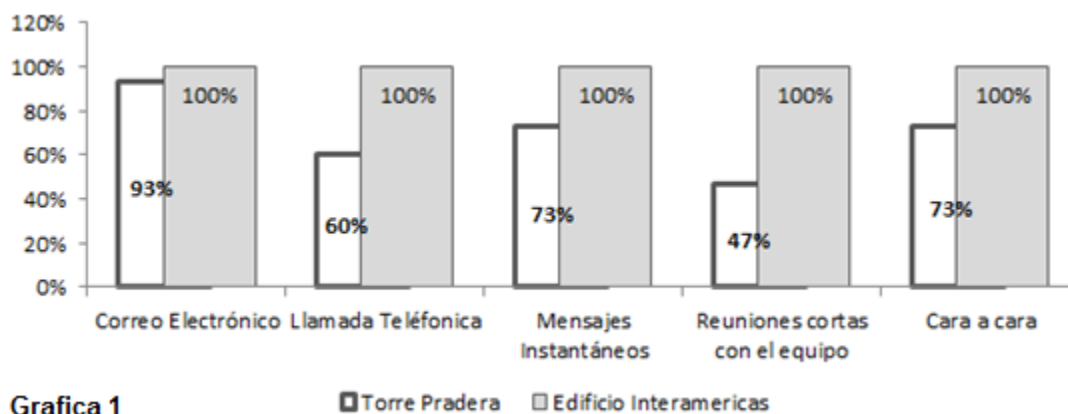
Sin embargo, los usuarios que tienen restricciones de red, por confidencialidad de sus clientes, no tienen acceso a obtener información por este medio, por lo que la red social no tiene el alcance deseado en esos aspectos. Una cantidad considerable de información de recursos humanos es publicada en esta, pero no se obtiene la retroalimentación deseada.

1.4.2. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:

Se realizó una encuesta electrónica entre los colaboradores que están directamente en contacto con el público objetivo de las sedes metropolitanas de Transactel, de la cual se obtuvieron 18 respuestas el 83% de ellas de Torre Pradera y el 17% restante del Edificio Interamericas. Cabe mencionar que la mayoría de la población de estudio se ubica en la primera sede en mención.

A continuación se muestra los resultados:

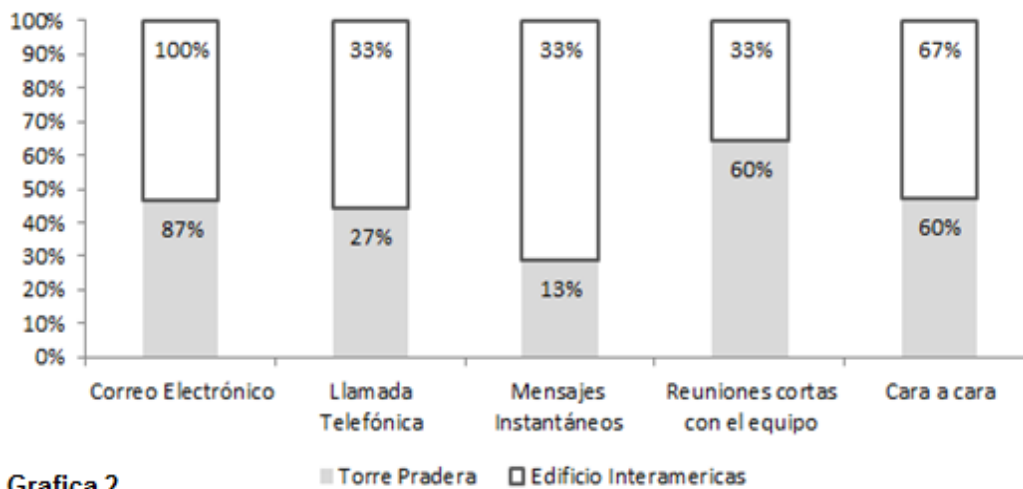
1. ¿Cuáles son los medios por los que recibe instrucciones y/o lineamientos en su día a día?



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016.

El 94% de los encuestados consideran al correo electrónico como el medio de información más utilizado por parte de sus interlocutores para realizar tanto solicitudes como para transmitir información en general. En la actualidad los ejecutivos han adoptado las nuevas tecnologías en su favor y utilizan también la mensajería instantánea por ser rápida y el alto alcance, es por esta razón que el 78% de la población indicó que este medio es altamente utilizado.

2. ¿Cuáles de los siguientes canales prefiere para recibir información?



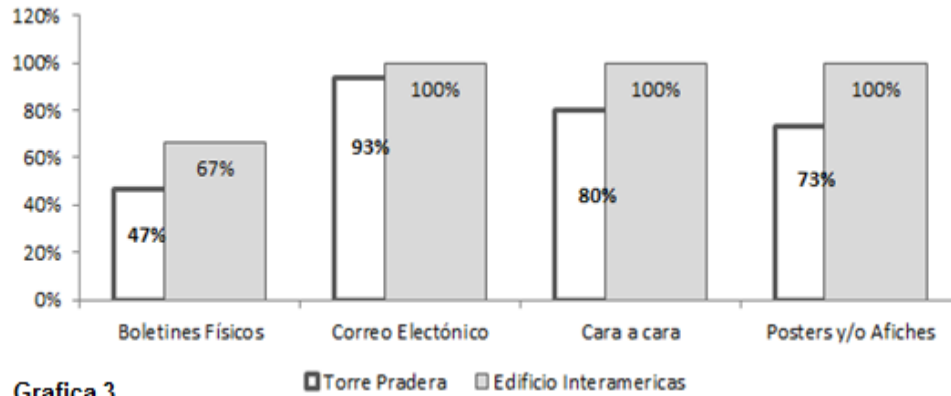
Grafica 2

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Por otra parte, se considera de gran importancia conocer cuál de dichos medios utilizados le es de mayor comodidad a los representantes del departamento en su día a día.

De acuerdo a los resultados, el equipo además del correo electrónico considera que las reuniones cortas e informar cara a cara son de su preferencia para recibir las instrucciones e información importante de sus labores cotidianas.

3. Indique los canales de comunicación permitidos en su área de trabajo para informar a su grupo objetivo:

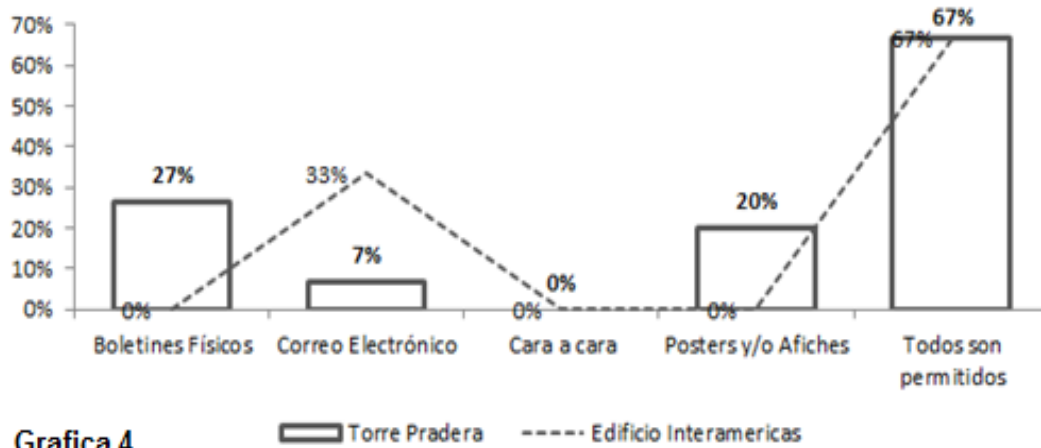


Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

*Otros: Red interna, Pantallas de TV.

Pudimos constatar que son varios los medios de información permitidos dentro del área de operaciones, sin embargo, por la sensibilidad de la información que se maneja de los distintos clientes internacionales, existen algunos otros no permitidos dentro de la operación.

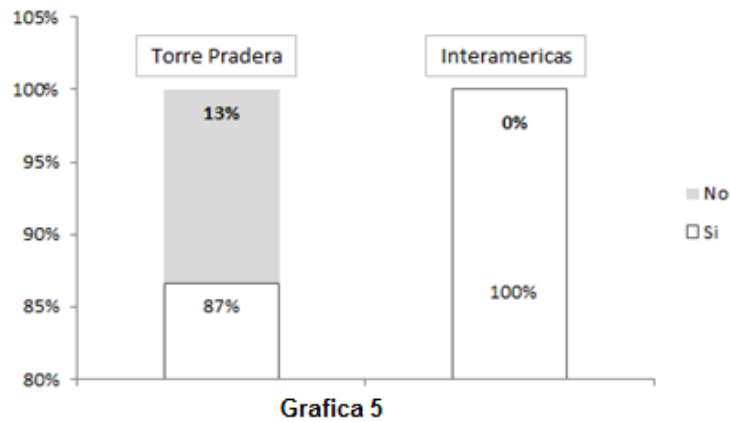
4. Indique los canales de comunicación no permitidos para informar a su grupo objetivo:



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Para este caso en particular, el medio escrito es el que predomina dentro de los canales no permitidos para informar al grupo objetivo dentro del área operativa, debido a las restricciones dictadas por los clientes, ya que se debe mantener la confidencialidad a todo nivel.

5. ¿Obtiene respuesta efectiva de su público objetivo utilizando los medios actuales?

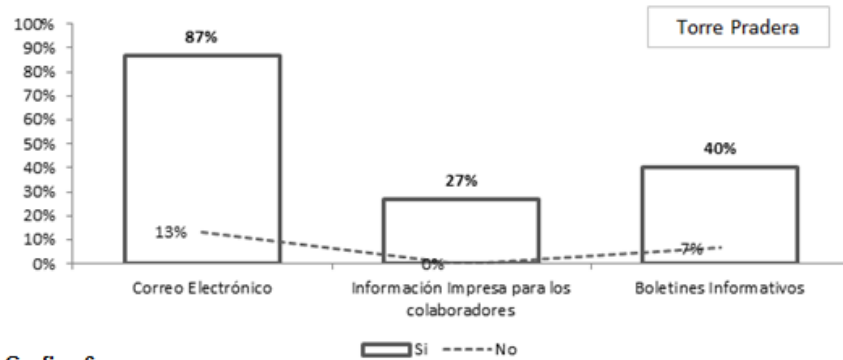


Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Según la percepción de los representantes de Recursos Humanos, tiene un alcance aceptable con los medios que manejan en la actualidad (correo electrónico y cara a cara en la mayoría de los casos).

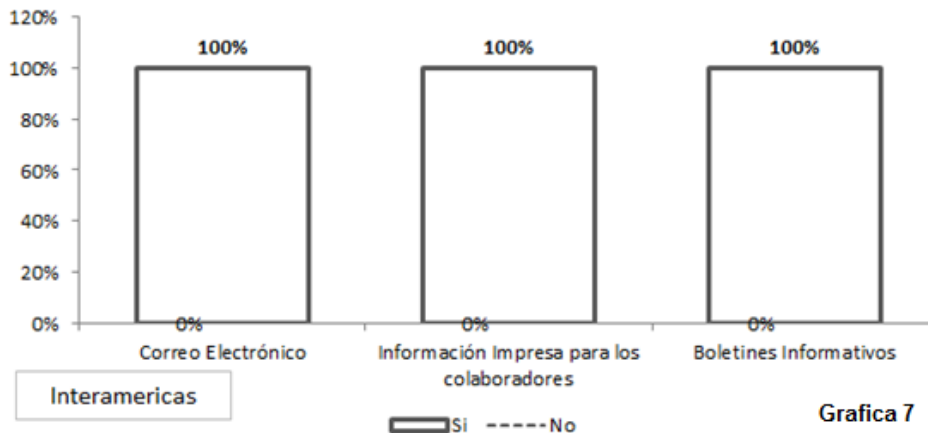
La sede de Pradera muestra algunas dificultades de difusión mediante los medios permitidos en las áreas operativas respecto a la información que el departamento desea informar.

6. Indique los medios de comunicación que ha utilizado para transmitir su mensaje:



Grafica 6

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016



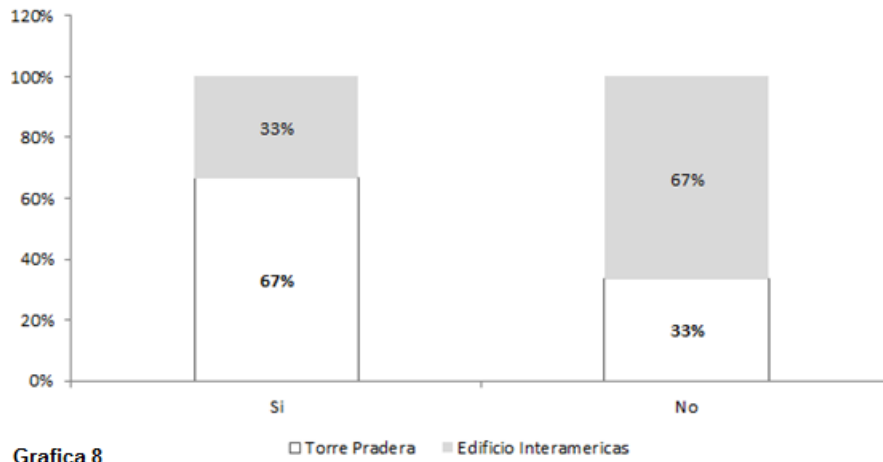
Grafica 7

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Se detectó mayores dificultades para comunicar en la sede de Torre Pradera de acuerdo a las respuestas de los responsables de dicha sede; y aunque en ambas respuestas se mencionan los mismos medios, quienes no recibieron respuesta positiva al momento de informar son los que no utilizan información impresa, misma que está restringida en las áreas operativas con alta confidencialidad estipulada.

Así mismo, quienes han obtenido retroalimentación efectiva indican que es buena práctica utilizar reuniones con el público objetivo, realizar manuales de procesos internos o bien ubicar acrílicos transparentes en lugares estratégicos con afiches para informar al personal.

7. ¿Considera que la comunicación es efectiva dentro del departamento de Recursos Humanos?



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

El 61% de los colaboradores del departamento de Recursos Humanos de Transactel, considera que la comunicación interna es efectiva aunque se denota una diferencia significativa entre las sedes, ya que el personal de Interamericas concuerda en que la misma no es efectiva (67%); se podría decir que se debe poner especial atención a los equipos fuera de la sede central para evitar que estos pierdan información valiosa para sus actividades. A raíz de esto se desprenden varios comentarios del personal.

Comentarios:

“La comunicación es buena en general. Creo que falta un poco de integración pero en general la comunicación es buena.”

“Es muy buena la comunicación dentro del departamento.”

“Me gustaria ver boletines de info semanales”

“Creo que la empresa tiene varios medios de comunicación que son sumamente efectivos. Es importante estar siempre al día con los distintos medios que existen, las redes sociales han pasado a ser una forma importante de comunicación. Internamente, no se puede dejar de lado tampoco la comunicación por correo sin descuidar el acercamiento cara a cara”

“Creo que falta mejorar, pero necesitamos comenzar desde la raíz que en este caso es, la definición de procesos.”

“Hay demasiados procesos muy similares y no hay un manual establecido o al menos no tengo conocimiento de la existencia de uno.”

“Considero que los medios utilizados para comunicar son muy buenas, el área de oportunidad es el seguimiento y los tiempos en lo que se realizan”

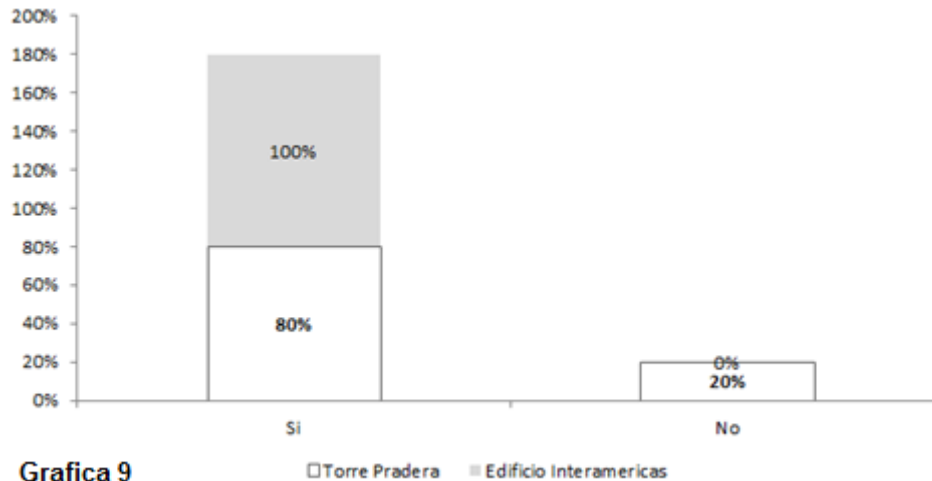
“Considero que las vías de comunicación deben de mejorar y la información debe de ser más clara.”

“Opino que hay poco seguimiento, las personas no están pendientes del correo y esto atrasa procesos”

“La comunicación es super importante y debemos estar alineados”

En su mayoría, los comentarios van enfocados a la falta de alineación de procesos, aspecto que se denota en la etapa de observación del estudio. Los coordinadores de RRHH tienen a su cargo distintos grupos operativos que en ocasiones solicitan se realicen procesos administrativos específicos para ellos.

8. ¿Tiene claros todos los procedimientos que realiza en la posición que desempeña actualmente?



Grafica 9

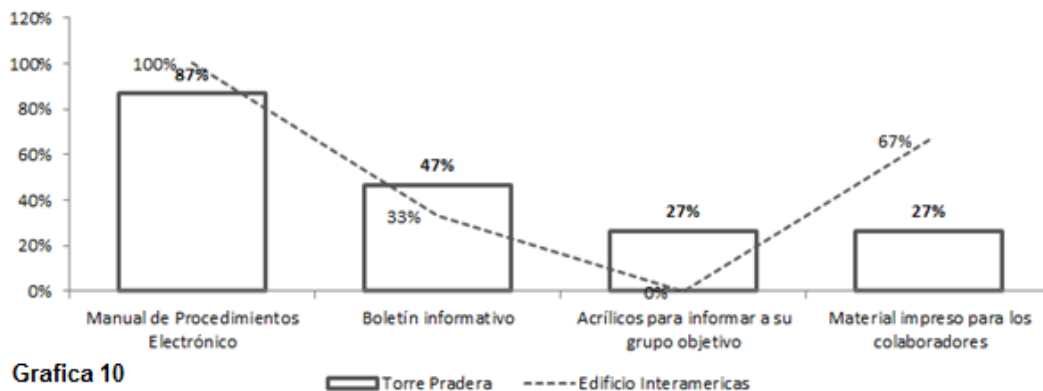
□ Torre Pradera ■ Edificio Interamericas

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Algunos de los colaboradores de Torre Pradera expresa que no tiene claros todos los procedimientos que debe realizar dentro de sus labores diarias. Mientras que la sede de Interamericas expresa completo conocimiento de los mismos.

Cabe mencionar que la mayor población de colaboradores está situada en Torre Pradera por lo que se dificulta de cierta forma abarcar todo el conocimiento necesario en un tiempo prudente.

9. **Seleccione las herramientas que considere serían de utilidad para sus actividades y de esta manera mejorar la comunicación con su grupo objetivo:**



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

El 89% de los encuestados concuerdan es que se necesita un manual de procedimiento para estandarizar los procesos que llevan a cabo en su lugar de trabajo. Con una herramienta de este tipo se facilitará también a los nuevos miembros adquirir rápidamente las habilidades necesarias para desempeñar sus funciones.

10. **¿Cree que existe algún área de mejora en la comunicación interna del departamento?** (Comentarios)

“Material escrito o en línea de todos los procedimientos que se hace dentro del departamento.”

“Alineación de procesos entre las personas que desempeñan el mismo puesto de manera que un cambio de cuenta no afecte el procedimiento de las cosas, ayudaría tener meetings entre todo HR y hacer la revisión de proceso por proceso para estandarizar uno solo y ese se use en todas las cuentas tomando en cuenta las necesidades que cada cuenta tenga en su momento.”

“Siempre hay algún área de mejora, es necesario trabajar en una cultura de lectura a los boletines y anuncios que se postean para los colaboradores. De igual forma, continuar con la comunicación cara a cara es siempre la más efectiva para transmitir algún mensaje a los empleados, está de la mano con un comunicado por escrito son a mi parecer el mejor medio para hacerlo.”

“Creo que la principal área de mejora en RRHH es crear procesos simples y que se comuniquen claramente ya que esto ocasiona la falta comunicación en los diferentes departamentos.”

“Alineación de RRHH ya que siendo el mismo departamento pareciera que los procesos se llevan de distinta manera dependiendo de la cuenta en la que se encuentre el/la HR.”

“Sí, muchas veces se tienen grandes ideas/iniciativas para mejorar no solamente la comunicación sino que el trabajo en equipo y otras habilidades/competencias en los colaboradores, pero son opacadas por la falta de comunicación de los gerentes en cuanto a comunicar las instrucciones y tener la debida planeación/organización de las iniciativas.”

“Si, la mayoría de procesos no están claros ya que entre departamentos no hay puntos de contacto, no se transmite la información a todas la áreas. No existe una descripción de qué persona hace que y con quien te puedes comunicar. “

“Contar con formatos estándares “

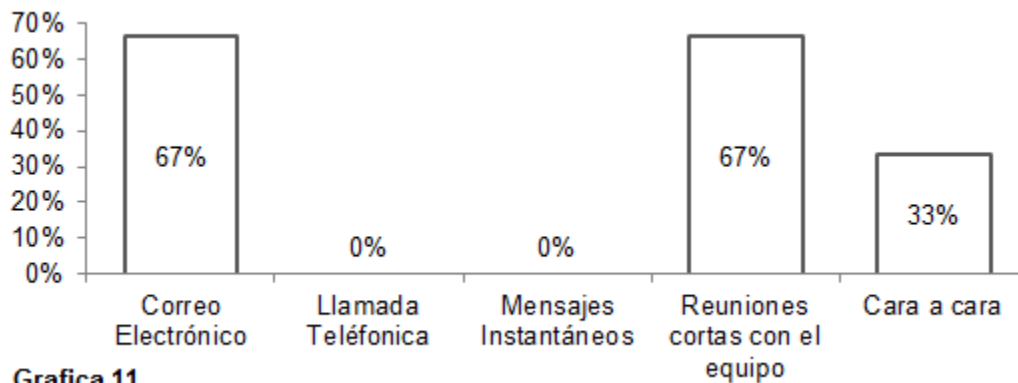
Los colaboradores que se encuentran directamente en la operación, concuerdan en que no existen procesos estandarizados para realizar sus tareas diarias, lo cual permitiría al representante de recursos humanos enfocarse directamente a su función y no en tareas administrativas; misma que al no estar alineadas consumen más tiempo del necesario y obstaculizan una comunicación efectiva con su grupo objetivo.

De esta cuenta que se considera importante encuestar a los líderes de generales del área con algunas de la cuestionantes para obtener su punto de vista y encontrar el origen de las deficiencias en la efectividad de la comunicación del departamento.

Para ellos se creó un formulario específico para los 4 líderes de la capital, de los cuales se obtuvieron 3 respuestas.

Encuesta para líderes de equipo:

1. ¿Qué medios prefiere utilizar para informar instrucciones y/o lineamientos a su equipo de trabajo?



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Podemos observar que los líderes indicaron que prefieren en su mayoría reunirse con su personal o bien enviar un correo electrónico; sin embargo difiere de la información brindada por su equipo ya que también sobresalen los mensajes instantáneos, los cuales no son de preferencia para sus líderes pero sí los utilizan constantemente.

2. ¿Considera que dichos canales de comunicación poseen el alcance deseado?

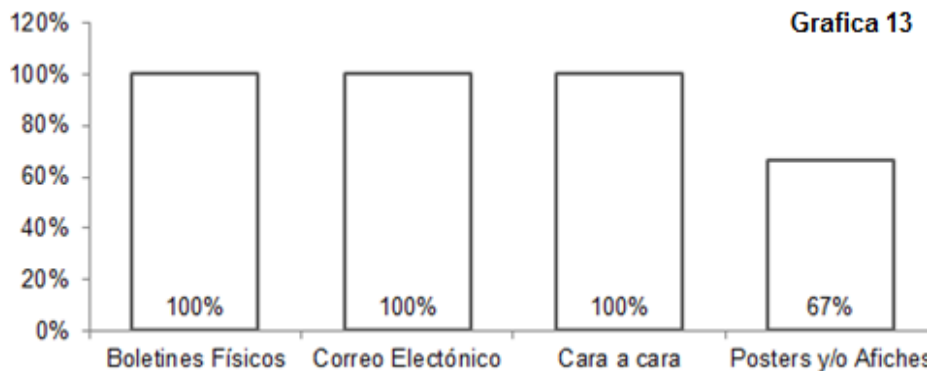


Gráfica 12

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

La percepción de los líderes de equipo es que toda la información disponible para su grupo objetivo alcanza la efectividad deseada, a diferencia de su equipo que considera un porcentaje de ellos no recibe el mensaje.

3. Indique los canales de comunicación permitidos para informar a los grupos objetivos de su departamento:



Gráfica 13

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

En este aspecto si concuerdan en los medios que pueden ser utilizados para dirigirse a su grupo objetivo, aunque notamos que difieren en la opción de correo electrónico ya que los coordinadores de recursos humanos indican que en algunos equipos operativos no está disponible esa opción.

4. ¿Estos canales de comunicación reciben la respuesta esperada por parte de su audiencia?



Grafica 14

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

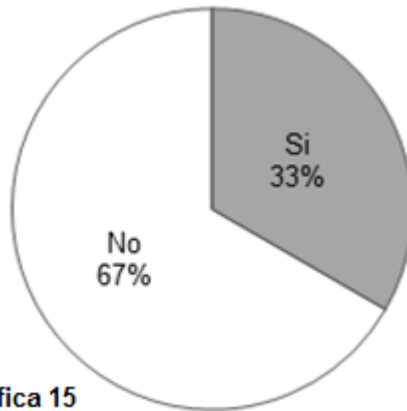
Según la percepción de los líderes todos los colaboradores reciben información oportuna mediante los medio convencionales. Al igual que en escenarios anteriores difiere con la percepción del resto del equipo.

5. Por favor indique sus comentarios:

“Se podrían estandarizar los procesos del departamento y documentarlos para que todos sigan la misma guía al momento de ejecutar las acciones.”

“La comunicación externa es de utilizada para transmitir información organizacional a personas”

6. ¿Cree que su equipo de trabajo tiene claros todos los procedimientos que realiza en la posición que desempeña actualmente?



Gráfica 15

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Desde la perspectiva de los líderes, su equipo de trabajo no conoce los a cabalidad los procedimientos que debe ejecutar en su día a día.

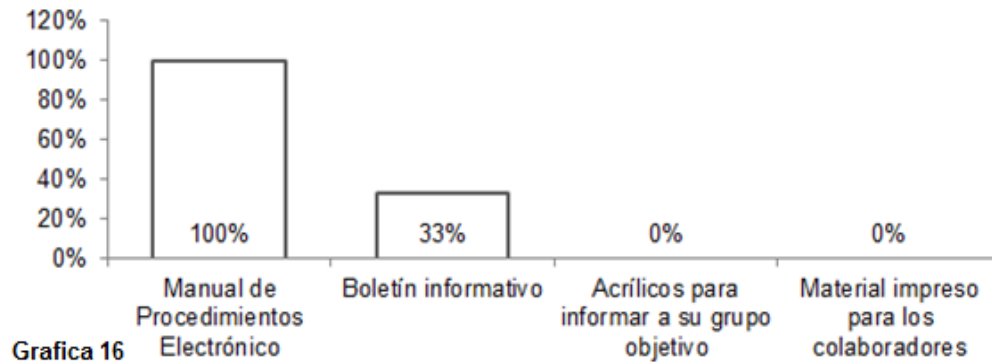
Su punto de vista crítico ciertamente está enfocado al desempeño de sus colaboradores más que en la percepción del público objetivo del departamento.

7. ¿Cuál es su opinión al respecto? (Conocimiento de los procesos)

“Aún se tiene espacio para mejorar y es vital la comunicación para el logro de objetivos.”

“Que la comunicación debe ser efectiva, y debe transmitir ideas claras, simples y concretas. “

8. **Seleccione las herramientas que considere serían de utilidad para las actividades de su grupo de trabajo y de esta manera mejorar la comunicación con su grupo objetivo:**



Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Para esta cuestionante obtuvimos opinión unánime respecto a la necesidad de un manual de procedimientos, si bien es cierto su percepción acerca de la efectividad de la comunicación de su departamento hacia su grupo objetivo no es la más acertada, concuerdan con su equipo en que necesitan herramientas de apoyo para que sus actividades diarias sean eficientes y efectivas.

9. **¿Cree que existe algún área de mejora en la comunicación interna del departamento?** (Respuesta abierta)

“Si”

“Si la comunicación cara a cara”.

De esta cuenta podemos denotar por sus comentarios que conocen la problemática pero no tienen claras las opciones de cómo manejar dicha situación.

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortalezas: Transactel cuenta con un departamento de comunicaciones debidamente estructurada, quienes se encargan de posicionar la marca dentro y fuera de la institución, utiliza el correo electrónico como principal canal de comunicación; envía un boletín informativo por esta vía diariamente donde se incluye información valiosa del departamento de recursos humanos.

Existe interés por parte de Recursos Humanos para que la comunicación fluya efectivamente y se logre la retroalimentación efectiva entre recursos humanos y la población en general.

Es de conocimiento de todos en el departamento que existen deficiencias comunicacionales que deben ser corregidas y están dispuestos a participar en sus mejoras.

1.5.2. Oportunidades: Aprovechar de la mejor forma las numerosas formas de comunicación que la entidad posee: correo electrónico, red social interna, pantallas de televisión; pues actualmente no se alcanza informar a todos los colaboradores de las sedes objeto de estudio acerca de información valiosa para todos.

Realizar reuniones periódicas con el personal del departamento de recursos humanos para estandarizar los procedimientos que realizan diariamente para optimizar el tiempo de respuesta hacia su grupo objetivo.

1.5.3. Debilidades: No contar con medios de información alternativos para los pisos operativos con restricciones de canales de comunicación debido a la confidencialidad de la información de sus clientes internacionales;

Por otra parte, el departamento de recursos humanos de Transactel, S.A. no cuenta con un manual de procedimientos, situación que dificulta a la mayoría de sus integrantes realizar sus actividades diarias de la manera más eficiente.

1.5.4. Amenazas: Se percibe que al no tener procedimientos uniformes para el departamento de recursos humanos aumenta el riesgo de cometer errores en documentos legales, lo cual puede llegar a afectar a sus clientes internos.

Existen altas posibilidades de informar incorrectamente a los colaboradores de la institución debido a que no se tiene un medio exclusivo para informar sobre procedimientos, lineamientos y cambios de último momento como un portal para uso del departamento objeto de estudio.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Estrategias para fortalecer la comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A.”

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

El departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A. es el pilar principal dentro de la organización ya que cumple una función mediadora entre los colaboradores y sus jefes inmediatos a todo nivel.

Sus funciones van desde realizar inducciones para el personal de nuevo ingreso de las áreas operativas, pasando por los procesos disciplinarios, promociones internas, trámites administrativos hasta finalización de la relación laboral ya sea por renuncia o despido.

La inducción va dirigida a los representantes de servicio al cliente. Para las cuales utilizan una presentación proporcionada por el departamento de comunicación y mercadeo. Dicho material está debidamente identificado con la marca de la institución y contiene los lineamientos básicos de comportamiento dentro de la compañía.

Con dicha inducción se presentan con el personal de primer ingreso y quedan a su disposición para futuras consultas y/o trámites específicos durante el tiempo de labores con la institución.

Ya dentro de la operación siguen con las funciones de soporte a los encargados operacionales tales como entrega de procesos disciplinarios por escrito, mismos que deben ser redactados por el supervisor interesado e impreso por el/la representante de recursos humanos para su posterior firma por los involucrados. Dentro de esta rama también entregan retroalimentación a aquellos colaboradores que hayan participado en procesos de promoción, ya sea que haya sido o no seleccionado para dicho proceso.

Así mismo, son los encargados de transmitir información importante a los colaboradores a su cargo. El canal de comunicación más utilizado es el correo electrónico. Generalmente el equipo de informática crea listas de distribución para que el envío de los comunicados sea más eficiente, sin embargo, existe el riesgo que el personal que no esté incluido en dicha lista no reciba la información a menos que sea retransmitida por su jefe inmediato.

La mayoría de veces estos correos son reenvío de información recibida desde la gerencia con el fin de que todos estén enterados de nuevos lineamientos. También suelen hacer recordatorios de fechas y actividades en desarrollo para que participen de las distintas iniciativas tales como encuestas de servicio y clima laboral.

Al finalizar la relación laboral existe una serie de pasos a seguir el cual van aprendiendo conforme se realiza el proceso, y es así con todos los procesos antes mencionados.

Transactel, S.A. cuenta con un departamento de comunicación y mercadeo bastante completo. El equipo desarrolla campañas de posicionamiento de marca externa e internamente para reforzar los valores y cultura de la corporación.

Utilizan distintos medios de comunicación, en el caso de las campañas externas colocan pautas publicitarias en medios escritos, vallas publicitarias, pauta televisiva en canales de paga, publicidad en redes sociales como Facebook, Twitter Instagram, YouTube, entre otros y anuncios en radios populares.

La comunicación interna se lleva a cabo por distintos canales entre ellos pantallas en los pisos operativos y elevadores donde despliegan las próximas actividades a desarrollarse ya sean recreativas o voluntariados de responsabilidad social, así mismo, se promociona el programa interno para reclutar personal de nuevo ingreso.

Diariamente envían un boletín electrónico con información destacada de las actividades e iniciativas en curso, este se envía vía correo electrónico a las listas de distribución permitidas según su área de labores. También cuenta con una red social interna donde se publican distintas noticias corporativas y los colaboradores que tienen acceso a la misma pueden interactuar de forma amena y respetuosa; existen ciertas restricciones para estos medios y algunas áreas no tienen permitido acceder la red social.

Únicamente en estas dos últimas se observa información de recursos humanos hacia los colaboradores como lo es el posteo de posiciones administrativas y de soporte operativo disponibles para que los colaboradores que cumplen con los requisitos puedan participar del proceso de selección. Sin embargo, como ya hemos mencionado, no todos reciben la comunicación corporativa o no tienen permitido acceder a la red social interna. Es por ello que la comunicación generada por el departamento de Recursos Humanos no siempre tiene el alcance esperado.

Por otra parte, el área de comunicación y mercadeo no tiene participación en la comunicación interna de Recursos Humanos y es por ello que existen diversas áreas de oportunidad en la comunicación del equipo.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

De acuerdo a los hallazgos del diagnóstico de comunicación el siguiente paso es proporcionar un plan comunicacional con estrategias adecuadas para fortalecer los procesos de comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A. que permita que la comunicación horizontal, ascendente y descendente del equipo, alcance la efectividad deseada.

2.2.2. Objetivos Específicos

- ❖ Ofrecer alternativas modernas de homologación de procesos para facilitar las labores diarias de los miembros del equipo.
- ❖ Facilitar la retroalimentación con el equipo de trabajo de forma ascendente, descendente y horizontal por medio de herramientas sencillas y de fácil acceso.
- ❖ Ejecutar las estrategias de comunicación en la institución y promover la práctica de las mismas.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A. en la ciudad de Guatemala, que está conformado por 22 personas 17 mujeres y 6 hombres, de edades comprendidas entre los 25 y 45 años de edad.

El perfil de las de los colaboradores requiere poseer estudios en psicología clínica, psicología industrial, administración de empresas, ingeniería industrial o carrera afín.

2.4. MENSAJE

El mensaje será amigable y de fácil entendimiento para promover la comunicación organizacional efectiva. Debe ser conciso para mejorar los procesos de comunicación actuales.

La mejor motivación para que el equipo de trabajo se sienta en confianza a expresarse es que reciba retroalimentación de sus sugerencias, por ello el mensaje deberá cumplir ese rol motivador a la participación sin temor a ser rechazado por sus interlocutores.

2.5. ESTRATEGIAS

A. Para la comunicación interna

❖ Portal de Auto-consulta

En la mayoría de instituciones se designa un manual del usuario para todos aquellos procedimientos de serán aplicados por varios colaboradores en distintas ubicaciones físicas.

Para Recursos Humanos es idóneo un portal de auto-consulta que contenga los documentos de uso diario para su descarga y/o consulta y de esta forma lograr homologar la información a todo nivel. En este mismo se puede incluir una breve descripción de los procesos que ejecuta el departamento en caso surjan dudas en el transcurso de las labores diarias.

❖ Buzón de sugerencias⁴ electrónico

Es una importante fuente de información si se lo utiliza correctamente y de forma activa. El objetivo es conocer las opiniones y propuestas de los empleados en diversos aspectos: normas, organización, condiciones de trabajo, tareas, relaciones laborales, beneficios sociales.

Este deberá ser de carácter anónimo para motivar al colaborador a registrar sus sugerencias con libertad de expresión. Se recomendará una revisión periódica por parte del equipo de líderes preferentemente reunidos. Una vez aprobado el portal de auto-consulta se destinará un apartado para el buzón de sugerencias.

⁴ <http://www.buenosnegocios.com/>

❖ Reuniones estructuradas

Para un departamento de recursos humanos como el de Transactel, S.A. el tiempo que dedican a sus actividades es de vital importancia, por lo que tener reuniones estructuradas beneficiará al equipo en general. Esta práctica ayudará a los miembros del departamento a informar y dar retroalimentación de los temas de interés general para luego continuar con su agenda habitual sin perder detalles importantes.⁵

❖ Selectividad de Correos Electrónicos

Si bien es cierto es importante que se comparta la información con el equipo de trabajo se recomendará seleccionar cuidadosamente la forma del envío de correos electrónicos para evitar confusiones innecesarias con temas importantes. Se buscará incluir tips de redacción de los mismos en el portal de auto-consulta.

B. Para la comunicación con el público objetivo del departamento

❖ Carteleras internas

Transactel, S.A. práctica la política de puertas abiertas en sus pisos operativos por lo que las oficinas están rodeadas por cristales transparentes. Sin embargo, algunos de los departamentos donde están ubicadas las oficinas de recursos humanos no permiten trasladar información de forma física o electrónica.

Lo ideal será colocar acrílicos transparentes sobre los cristales en la parte interna de la oficina del representante de recursos humanos donde pueda colocar información importante dirigida a los colaboradores, estos podrán leer los comunicados cómodamente desde fuera del área sin tener contacto directo con el medio utilizado y será informado oportunamente.

⁵ <http://www.buenosnegocios.com/notas/134-7-pasos-reuniones-eficientes>

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Portal de Auto-Consulta:



En este portal podrán encontrar de manera práctica los documentos de uso diario con una breve descripción, estarán disponibles para su descarga y edición. El departamento realiza varias tareas que involucra la redacción de documentos, por lo que al estar centralizados y en formato estándar reducirá el tiempo de elaboración.

Dentro de la institución se utilizan las herramientas que brinda Google en sus distintas áreas como lo son e-mail corporativo, calendario, documentos en línea y sitios web; este último será utilizado para el portal de auto-consulta así todos los integrantes del departamento tendrán acceso a visualizar su contenido.

Es importante mencionar que para la edición del sitio como tal solo tendrán acceso los líderes de equipo y los gerentes.

Para acceder al sitio solo deberán ingresar desde su correo electrónico a las aplicaciones de Google y seleccionar el sitio "Recursos Humanos Guatemala".

Buzón de sugerencias electrónico:

Tomando como iniciativa principal el portal de auto-consulta, se reservará un apartado para sugerencias anónimas para el personal del departamento de recursos humanos que haga uso de dicho portal.

Se utilizará un formulario sencillo tipo encuesta para el registro de las sugerencias. Este guardará la información en una hoja de cálculo lo cual permitirá un fácil acceso a las sugerencias.

Se sugiere que las respuestas sean verificadas una vez por semana, dicha acción será realizada por la gerencia del departamento en reunión con los líderes de cada equipo para analizarlas y coordinar un plan de acción.

Fácil acceso:



Acceso debidamente
identificado para su fácil acceso.

El formulario contará con un encabezado y sus debidas instrucciones. Así mismo contendrá un listado de opciones para identificar el tipo de sugerencia a realizar.

Sugerencias HR GT

Queremos saber tu opinión, gracias por tomarte el tiempo para expresar tus preocupaciones y sugerencias. Estas ayudaran a mejorar nuestra comunicación y funcionamiento del departamento en general.

Por favor selecciona el área a la que va dirigida tu sugerencia:

- Comunicación
- Área de Trabajo
- Procedimientos
- Implementaciones
- Otros.

Detalla a continuación tu sugerencia:

La presentación del mismo se realizará mediante correo electrónico y por medio del área de noticias del portal de auto-consulta.

Reuniones estructuradas:

El objetivo principal de asesorar al departamento para realizar reuniones estructuradas es proporcionarles una guía completa con lineamientos claros. De esta forma podrán realizar reuniones en tiempo de calidad y abarcando los temas necesarios de forma óptima.

La estructura contendrá:

1. Modelo de agenda
2. Tips de preparación de los temas a tratar y preparación de las personas que participan en la exposición de los tópicos.
3. Coordinación en horarios adecuados para evitar atrasos por parte de los asistentes.
4. Taller de ejecución de reuniones con el equipo.
5. Implementación de resumen ejecutivo de la reunión el cual será enviado vía e-mail a equipo completo y publicado en el portal de auto-consulta para consultas posteriores.

Para dar soporte completo al equipo de trabajo, se brindará asesoría personalizada a solicitud de ellos en las planificaciones y reuniones que sean necesarias.



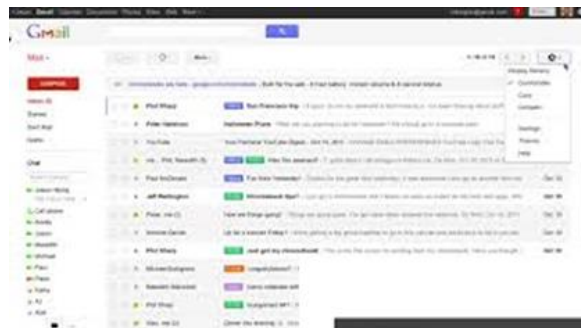
Selectividad de Correos Electrónicos:

En un departamento de Recursos Humanos como el de Transcatel, S.A. donde se maneja toda la información formal vía correo electrónico es primordial seleccionar la información de forma adecuada para evitar en el envío constante de la misma información en distintos comunicados.

El trabajo a realizar con el equipo de trabajo será de forma personalizada mediante talleres de redacción. En estos se podrán tratar distintos temas como:

- ❖ Verificación de los aspectos formales a comunicar
- ❖ Asesoría de la forma correcta para dejar en claro el objetivo del mensaje
- ❖ Tips de recolección de información previa al envío
- ❖ Cómo identificar al personal al que debe ser enviado como prioridad.
- ❖ Manejo de cadenas de correos electrónicos innecesarios.

Como se ha mencionado, la institución cuenta con acceso a las aplicaciones que brinda google por lo que se utiliza la plataforma de Gmail para el correo interno con dominio @telusinternational.com



Bandeja de Entrada



Redacción del Correo

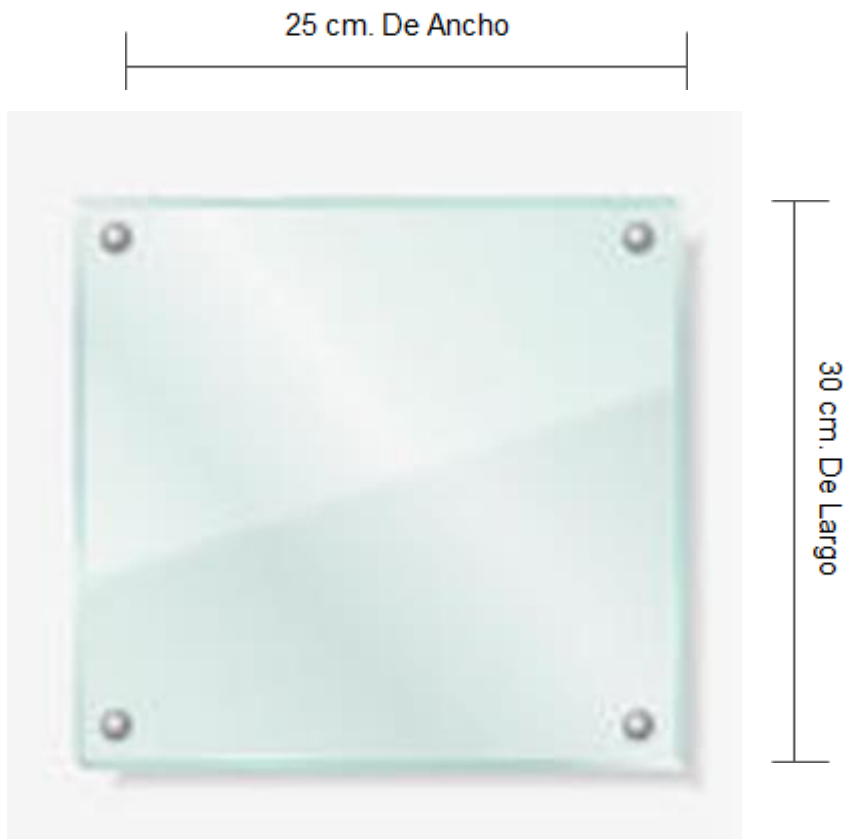


Carteleras Internas:

Las carteleras serán colocadas sobre el vidrio frontal por lado dentro de las oficinas de los representantes de recursos humanos ubicados dentro de los pisos operativos, para lo cual se solicitará al departamento de infraestructura 30 acrílicos transparentes con medidas de 25cm de ancho por 30cm de largo aproximadamente.

En ellas deberá quedar de fácil acceso para introducir y retirar 1 hoja de papel bond tamaño carta.

Se recomienda que la información en ellas sea actualizada en forma periódica, según lo que se esté transmitiendo en ellas. Si es el caso de una publicación de plazas disponibles podrá ser retirada hasta que venza el plazo de aplicación, ahora bien, si se trata de información variada lo ideal será reemplazar con una información de 2 a 3 veces al mes; dicha actualización puede ser realizada individualmente por el colaborador asignado a cada oficina.



CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“Estrategias para fortalecer la comunicación interna del departamento de Recursos Humanos de Transactel, S.A.”

3.1.1. Presupuesto invertido

Cantidad	Material	Costo Unitario	Total	Financiamiento
3	Honorarios Asesor de comunicación	Q 3,000.00	Q 9,000.00	Epesista
1	Investigación electrónica de elaboración de sitios web	Q 1,000.00	Q 1,000.00	Epesista
2	Asesoría con web master interno	Q 200.00	Q 400.00	Empresa
3	Asesoría Gerente de mercadeo	Q 113.00	Q 339.00	Empresa
25	Taller practico para los colaboradores	Q 35.00	Q 875.00	Empresa
1	Elaboración del sitio web	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Herramientas internas
50	Hojas de papel bond tamaño carta 80grms.	Q 0.10	Q 5.00	Empresa
1	Cartucho de tinta a colores para impresión de información	Q 75.00	Q 75.00	Empresa
1	Impresora con capacidad de impresión a colores	Q 300.00	Q 300.00	Empresa
30	Lapiceros para notas en talleres	Q 2.00	Q 60.00	Empresa
30	Libretas para apuntes media carta	Q 8.00	Q 240.00	Empresa
12	Hojas de papel lino tamaño carta	Q 2.00	Q 24.00	Epesista
12	Impresiones laser full color	Q 2.00	Q 24.00	Epesista
1	Guillotinado de diplomas	Q 3.00	Q 3.00	Epesista
1	Coffee Break para talleres	Q 75.00	Q 75.00	Epesista
Total			Q 15,420.00	

3.1.2. Financiamiento

Para este proyecto se plantearon, en su mayoría, estrategias electrónicas por lo que no se solicitó efectivo a la compañía. La colaboración fue con material como hojas e impresiones, espacio para capacitación, equipo de cómputo, red interna, entre otros.

Se otorgó a los colaboradores un diploma por su participación en las distintas actividades. La impresión de los mismos fueron financiados por la epesista.

3.1.3. Beneficiarios

Este proyecto fue diseñado para beneficiar al departamento de recursos humanos de Transactel, S.A. quienes colaboran conjuntamente con el equipo de liderazgo a ofrecer un lugar de trabajo diferente para todos sus colaboradores. Así mismo, son los responsables de ejecutar procesos administrativos claves para la corporación, mismos que requieren de especial cuidado por ser de carácter legal.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Luisa Zamora Master en Psicología Clínica	Gerente de Recursos Humanos	Verificación y autorización de actividades para ejecución del plan de comunicación.
Jorge Guzman Licenciado en Administración de Empresas	Coordinador de especialistas de Recursos Humanos (Jefe inmediato)	Colaboración constante y retroalimentación de las acciones ejecutadas.
Edwin Magarín Diseñador Profesional	Gerente de Mercadeo y Comunicación	Orientación en línea gráfica para el diseño de diplomas de participación
Departamento de Recursos humanos	Coordinadores y generalistas de Recursos Humanos.	Asistencia a taller impartido, retroalimentación de las acciones presentadas y uso de las mismas.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

Este proyecto es desarrollado en las instalaciones de la ciudad de Guatemala, beneficia al equipo de los edificios Torre Pradera y Edificio Interamericas ambos ubicados en zona 10 de esta capital.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

De acuerdo a las estrategias propuestas en el plan de comunicación se realizaron herramientas de comunicación digital para facilitar el acceso a la información a todo el equipo de recursos humanos y reforzar la comunicación interna del departamento en general.

Adicionalmente se trabajó un taller en 2 partes dedicado a las herramientas de comunicación en la oficina con el objetivo principal de optimizar el tiempo que invierten para comunicar en los medios más utilizados por la compañía: Correos electrónicos y reuniones.

PRIMERA ESTRATEGIA DESARROLLADA: Portal de auto-consulta.

Objetivo comunicacional:

Ofrecer alternativas modernas de homologación de procesos para facilitar las labores diarias de los miembros del equipo.

Descripción:

El portal de Auto-Consulta es un sitio web diseñado dentro de las aplicaciones que ofrece Google Apps. A este tienen accesos 30 personas del equipo de Recursos Humanos. En este tienen acceso a todos los documentos necesarios para sus labores diarias, pues están disponibles en distintas modalidades; se ofrece la facilidad de descarga para utilizarlos individualmente o bien ingresar en línea a los archivos compartidos en la aplicación Drive de Google; Los archivos compartidos pueden ser editados en tiempo real y todos los usuarios con acceso a ellos verán los cambios inmediatamente.

Para facilitar el contacto con el resto de equipos de equipos de soporte, el sitio cuenta con un directorio telefónico el cual contiene: la extensión interna, número de celular corporativo, correo electrónico, puesto y departamento al que pertenece.

Así mismo, el portal posee un espacio de noticias donde se publican nuevos procedimientos y/o cambios importantes en ellos. Y para que el equipo pueda compartir material de interés, se creó un espacio adicional para postear artículos que fomenten las buenas prácticas en su día a día o simplemente que les motive personal o profesionalmente.

Por otra parte, esta herramienta ayuda a enlazar el resto de estrategias planificadas por poseer un espacio para estas dentro del sitio.

Acciones:

- a. Creación y diseño de un sitio en Google apps.
- b. Recolección de documentos de uso general.
- c. Designación de categorías del sitio.

Imágenes o fotografías:



Fuente: Celia Elisa Pérez, 11-07-2016, Página principal del sitio.


New post

Introducing the Retention Specialist team

publicado a la(s) 4 jul. 2016 18:51 por Celia Elisa Perez Hernandez

A partir del 16 de Junio de 2016 contamos con la colaboración del equipo de Retention Specialist para apoyarnos en los temas relacionados a la rotación de personal dentro de TELUS International Guatemala.

Para mas información consultar archivo adjunto.

([Edit post](#)) | Archivos adjuntos:  [Introducing the Retention Specialist team.pdf](#)

1-1 of 1



 Add files

Comments



Celia Elisa Perez Hernandez

Add a comment

Sección: Noticias. Área de para publicaciones oficiales por parte de los líderes del departamento. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 11-07-2016.



[Notificaciones de baja](#)



[BSC - Human Resources Guatemala](#)



[TICA Attrition Dashboard](#)



[Attrition Classifications](#)



[TIG | L&D Scorecard - Dashboard](#)



[Templates Comunicación Interna HR](#)



[Diagnostic Evaluation](#)



[SOP | WD Transaction Guide Booklet](#)

Sección: Documentos en línea. Espacio con las fuentes digitales oficiales para consulta de información de uso diario. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 11-07-2016

<input type="button" value="+ Add file"/> <input type="button" value="+ Add link"/> <input type="button" value="Add from Drive"/> <input type="button" value="Move to"/> <input type="button" value="Delete"/> <input type="button" value="Subscribe to changes"/>						
<input checked="" type="checkbox"/> Modelos de actas administrativas (Remove)						
<input type="checkbox"/>	W	Acta Administrativa Abandono Laboral - Modelo 4.docx Ver Descargar	16 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Acta Administrativa FW - Modelo 1.docx Ver Descargar	17 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Acta Administrativa Susp 1 - Modelo 2.docx Ver Descargar	6 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Acta Administrativa Susp 2 - Modelo 3.docx Ver Descargar	6 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Certificacion de horarios.docx Ver Descargar	28 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Convenio de Confidencialidad.docx Ver Descargar	15 kb	v.2	11 jul. 2016 7:42	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/> Modelos de documentos varios (Remove)						
<input type="checkbox"/>	W	Cancelación de Vacaciones.docx Ver Descargar	14 kb	v.2	11 jul. 2016 7:38	Celia Elisa Perez Hernandez
<input type="checkbox"/>	W	Carta Audiencia.docx	48 kb	v.2	11 jul. 2016 7:38	Celia Elisa Perez Hernandez

Sección: Descargas. Página subir y/o descargar documentos de interés común para los empleados.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 11-07-2016.

Espacio para consultar y/o agregar contactos importantes de nuestras areas operativas y de soporte.

<input type="button" value="Add item"/> Customize this list Mostrando 70 elementos					
Nombre	Extension	Teléfono Corporativo	Correo Electrónico	Puesto	Departamento
Ordenar ▾	Ordenar ▾	Ordenar ▾	Ordenar ▾	Ordenar ▾	Ordenar ▾
Alejandro Villatoro	502781	41405876	alejandro.villatoro@telusinternational.com	Business Strategy & Support Analyst IV	Human Resources
Alfredo Arevalo	1680097	41503555	alfredo.arevalo@telusinternational.com	Operations Account General Manager	TELUS CE - FFH Care
Ana Julia De Leon	502506	47391309	anajulia.deleon@telusinternational.com	Facilities Team Leader	Facilities and Infrastructure - Xela
Ana Lucia Fernandez	502292	42193351	lucia.fernandez@telusinternational.com	Reporting Team Leader	Marketing & Communication
Ana Lucia Rabbe	64165	42126541	analucia.rabbe@telusinternational.com	Business Strategy & Support Sr Team Leader	Human Resources
Ana Mejia	64138	41542815	ana.mejia@telusinternational.com	Operations Account General Manager	TXU Xela
Andrea Ramirez	64403	56325452	renee.ramirez@telusinternational.com	Business Strategy & Support Manager	Human Resources
Brenda Garcia	502637	49504477	brenda.rodas@telusinternational.com	Retention Analyst	Human Resources
Cecilia Toruño	1680047	59305263	cecilia.calderon@telusinternational.com	Business Strategy & Support Analyst IV	Human Resources
Cristopher Yannelli	74069	59781477	cristopher.yannelli@telusinternational.com	Operations Account General Manager	HCL & CGI

Sección: Directorio. Espacio dedicado a recolectar e informar datos de contacto del resto de departamentos de la institución. Fuente: Celia Elisa Pérez, 11-07-2016,

New post

Herramientas de Comunicación en la Oficina 2da. Parte

publicado a la(s) hace 58 minutos por Celia Elisa Perez Hernandez [actualizado el hace 50 minutos]

Para mejor visibilidad visita: [La Reunión Efectiva](#)

Herramientas de comunicación en la oficina

Reuniones Eficientes

Sección: Comparte. Sección en la cual los colaboradores podrán compartir datos de interés para mejorar las actividades diarias. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 11-07-2016.



Epesista y líderes del departamento de Recursos Humanos, entrega del portal de auto-consulta. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 11-07-2016.

SEGUNDA ESTRATEGIA DESARROLLADA: Buzón de sugerencias electrónico.

Objetivo comunicacional:

Facilitar la retroalimentación con el equipo de trabajo de forma ascendente, descendente y horizontal por medio de herramientas sencillas y de fácil acceso.

Descripción:

Se elaboró un formulario electrónico utilizando los formularios que ofrece Google Drive, en la cual los colaboradores podrán ingresar anónimamente y realizar sugerencias libremente. Las áreas a las que puede ofrecer sugerencias son: comunicación, áreas de trabajo, procesos, propuestas de proyectos nuevos y otros (en este especificarán la información en los comentarios).

La recomendación para los líderes del equipo es verificación del buzón por lo menos dos veces al mes para dar seguimiento oportuno a cada una de las sugerencias.

El acceso a esta será mediante el portal de auto-consulta, se identificó debidamente el área para que esté al alcance de un clic. Se realizó el lanzamiento y seguimiento para el uso del buzón vía correo electrónico y de forma personal.

Acciones desarrolladas:

- a. Elaboración y diseño de formulario de google.
- b. Redacción de categorías de sugerencias.
- c. Presentación digital de resultados.

Imágenes o fotografías:

Sugerencias HR GT

Gracias por tomarte el tiempo para expresar tus ideas, proyectos, preocupaciones y sugerencias, estas nos ayudaran a mejorar en equipo.

Tus comentarios son anónimos y serán considerados con la profesionalidad que nos caracteriza.

Por favor selecciona la categoría a la que diriges tu sugerencia:

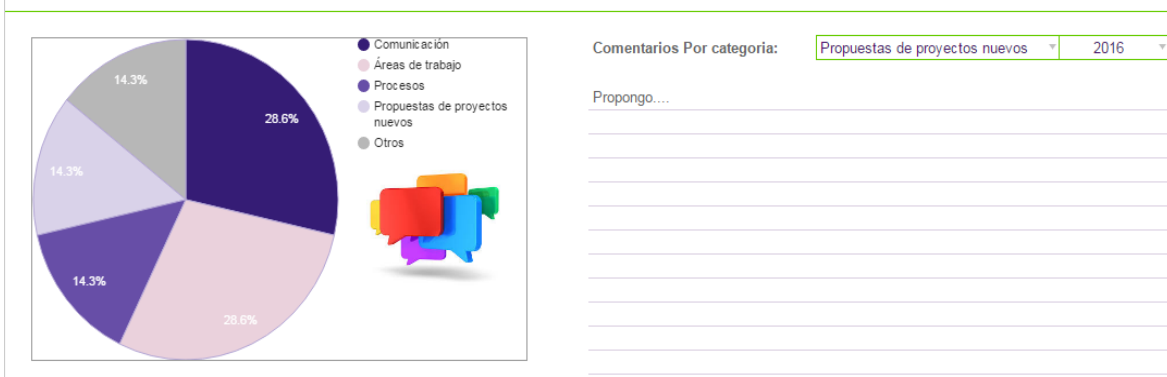
- Comunicación
- Áreas de trabajo (mobiliario, pintura, espacio de oficinas, etc.)
- Procesos
- Propuestas de proyectos nuevos
- Otros (Por favor describir en tu comentario)

Explica a continuación tu sugerencia

Your answer

Fuente: Celia Elisa Pérez, 25-07-2016, Buzón de sugerencias. Elaborado por epesita en formato de formulario en Google Drive.

Resumen de Sugerencias - Human Resources GT



Fuente: Celia Elisa Pérez, 25-07-2016, Presentación de resultados en línea, primera revisión de resultados.

Comentarios Por categoría: 2016 ▾

Propongo....

- Propuestas de proyectos nuevos
- Comunicación
- Áreas de trabajo
- Procesos
- Otros

Fuente: Celia Elisa Pérez, 25-07-2016, Selección de resultados por categoría. Menu desplegable de las opciones: Comunicación, Areas de trabajo, procesos, otros.

Comentarios Por categoría: ▾

Propongo....

- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020

Fuente: Celia Elisa Pérez, 25-07-2016, Selección de resultados por año de registro. Lista desplegable para seleccionar las sugerencias según el año de registro.

TERCERA ESTRATEGIA REALIZADA: Selectividad de correos electrónicos.

Objetivo comunicacional:

Reducir la cantidad de correos electrónicos y cadenas de información que se forman debido a los seguimientos necesarios para el lograr distintos objetivos en las labores diarias.

Descripción:

Como parte de la iniciativa nombrada "Herramientas de comunicación en la oficina" se preparó un taller para los 25 colaboradores beneficiados con las estrategias propuestas.

En este se dio a conocer la netiqueta (reglas de etiqueta virtual); apoyado con información completa acerca del tema se realizó una presentación dinámica, seguido de un ejercicio para poner en práctica dichas reglas.

Acciones Desarrolladas:

- a. Preparación de taller práctico.
- b. Elaboración de material para el taller.
- c. Presentación de apoyo.
- d. Resumen del contenido.
- e. Distribución de la presentación y resumen (Portal de auto-consulta y correo electrónico).

Imágenes o fotografías:

Herramientas de Comunicación en la Oficina
El Correo Electrónico

"Las organizaciones utilizan mensajes de correo electrónico para comunicarse con sus clientes internos y externos. La imagen, credibilidad y prestigio corporativos están en juego cada vez que se envía un e-mail"

- Osorio, Andres, Prezi.com

Agenda:

1. Presentación del taller
2. Desarrollo de Temas:
 - Netiqueta
 - Tips de redacción
 - Selección de destinatarios
3. Actividad
4. Conclusiones
5. Muy pronto...

Fuente: Celia Elisa Pérez, 22-06-2016, Presentación del taller impartido al personal, elaborado por epesista en Piktochart. Ver anexos para ampliar referencias.

Netiqueta

Se define como el conjunto de normas y comportamientos generales en Internet. Una de las herramientas más utilizadas y por supuesto más útiles en las empresas es el correo electrónico, lamentablemente muchos malos entendidos, rupturas laborales, fallas en la comunicación se pueden dar por el uso incorrecto de dicha herramienta.

Aspectos Escenciales

Destinatarios & Asuntos

Tomemos un tiempo en seleccionar a las personas que debemos involucrar en la conversación. Así mismo, conforme la conversación vaya evolucionando resulta sano y cordial hacer una revisión de destinatarios para agregar o eliminar a aquellos que deben estar involucrados

Saber a quién copiar en los correos habla de cierta madurez profesional. Cuando nos dirigimos a varias personas en un mail deberá respetarse la jerarquía de las personas en relación a su puesto de trabajo.

Firma del Correo

Fuente: Celia Elisa Pérez, 22-06-2016, Diapositiva de contenido para taller de comunicación. Ver anexos para mayor referencia.



Epesista en presentación del Taller “Herramientas de Comunicación en la oficina”. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 22-06-2016



Epesista y asistentes en actividad práctica del Taller “Herramientas de Comunicación en la oficina”. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 22-06-2016.



Epesista y miembros del departamento de Recursos Humanos en entrega de diplomas de participación del Taller “Herramientas de Comunicación en la oficina”. **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 09-08-2016.

CUARTA ESTRATEGIA REALIZADA: Reuniones estructuradas.

Objetivo comunicacional:

Proporcionar una guía práctica para la organización de reuniones efectivas en el tiempo óptimo.

Descripción:

El día a día de un coordinador de Recursos humanos puede tornarse bastante ocupado debido a las tareas administrativas que este desempeña y por ello está consciente que el tiempo que consume una reunión le afectará tanto a quien la organiza como a los asistentes.

En esa cuenta se facilitó una guía paso a paso para la ejecución de las mencionadas juntas en material visual de fácil acceso para los miembros del equipo. Su presentación se realizó vía e-mail y está disponible en el sitio web creado como parte de este proyecto.

Acciones desarrolladas:

- a. Investigación de material de apoyo.
- b. Guía especializada para reuniones efectivas.
- c. Diseño del paso a paso de la guía.
- d. Distribución al equipo.

Imágenes o fotografías:

Herramientas de comunicación en la oficina

Reuniones Eficientes



La reunión efectiva paso a paso

Paso 1: Agenda



Establece una agenda clara con objetivos concretos que permita prepararse debidamente; puedes enviarla con la invitación y proveer un avance de los temas y decisiones a compartir.



Establecer los tiempos de intervención compromete a los asistentes a presentarse puntual y preparados para su participación.

Paso 2: Invitados

Sólo debes convocar a las personas directamente involucradas en uno de los temas a tratar. De hecho, cada uno de los asistentes debería ser responsable de intervenir en un punto de la reunión. Nadie debería ir de "oyente".



Paso 3: Organizar la Reunión

Ser el encargado de dirigir una reunión es más que una tarea; son muchos trabajos en uno. Si se asumen todas las responsabilidades que esto conlleva, el trabajo como director de una reunión requiere:

- ✓ Hacer Presentaciones
- ✓ Vigilar el tiempo
- ✓ Obtener la aprobación de la agenda
- ✓ Fomentar la participación
- ✓ Mantener la discusión en cauce
- ✓ Usar el poder del rol prudentemente



Paso 4: Apertura formal

Paso 5: Dirección y atención

El moderador debe asegurarse que durante la reunión se siga el orden y se respete el tiempo asignado a cada intervención, así como la duración acordada.

Las distracciones suelen alargar innecesariamente la discusión y provocar falta de interés y cansancio a los asistentes.



Es importante mencionar al inicio si alguien dejará la reunión antes de tiempo, anticipa que debe responder a un llamado o comunica que no ha podido preparar algún tema de la agenda

El coordinador debe dar comienzo a la reunión, con un repaso de la agenda. La presentación de los participantes o la primera intervención de cada uno puede ser también un espacio para anuncios o comentarios más personales.



No dudes en reconducir! Conserva la reunión en los puntos clave y toma notas sobre temas que pudieran solucionarse en otro contexto o futuras reuniones. Poco a poco tu equipo irá acostumbrándose a reuniones cortas y efectivas. Pronto sentirá que son herramientas que ayudan a mejorar el trabajo, en lugar de ralentizarlo.

Paso 6: Cierre y Seguimiento

Este espacio de cierre incluye el debate de dudas, próximos pasos o tareas pendientes. La existencia de un cierre formal habilita que puedan retirarse quienes deban o quieran hacerlo.

Es sumamente útil hacer una lista de las decisiones tomadas, con sus respectivos seguimientos y responsables.



Es recomendable designar alguien para tomar nota. Asimismo, todos los asistentes deberían tomar nota durante una reunión, apuntar las tareas que tiene asignadas para que, una vez finalizada, puedan planificar la ejecución de las mismas.

Enviar y/o publicar la minuta de la reunión a la brevedad para iniciar con las tareas correspondientes.

<p>Reunirse con el equipo de trabajo permite la interacción dentro de los equipos o entre las distintas áreas de la empresa.</p> <p>Pueden usarse para informar, capacitar, coordinar nuevas tareas y tomar decisiones.</p> <p>Es fundamental que se planifiquen de forma conveniente, se realicen en un lugar adecuado y se convoquen con antelación.</p>		 <p>¿Sabías que la manera en que se dirigen y facilitan las reuniones es uno de los mayores "factores de riesgo" para la participación y la inversión de los miembros de la organización?</p>
	<p>La reunión es un proceso ideal para compartir temas importantes y para tomar decisiones consensuadas, pero muchas veces podemos caer en la "reunionitis" cuando muchos temas pueden ser resueltos con una buena comunicación interna.</p> <p>Antes de convocar cualquier reunión, tienes que hacerte una pregunta fundamental: «¿Es imprescindible organizar esta reunión?» Plantéate si no hay otro modo más eficaz de solucionar el tema a tratar (email, video conferencia etc).</p>	
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 10px; border-radius: 5px;">  <p>Ya disponible!</p> <p>Consultas On Life</p> </div> <div style="margin-left: 20px; border: 1px solid #ccc; border-radius: 15px; padding: 10px 40px; background-color: #333; color: white; font-style: italic;">Portal de Auto-Consulta</div> </div>		

Visítalo ahora y agrégalo a tus favoritos!

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |
| Noticias | Documentos en línea | Descargas | Directorio | Sugerencias | Comparte |

Encuentra este material en "Comparte" y siéntete libre de compartir material de interés para el equipo.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 11-07-2016, Guía paso a paso.

QUINTA ESTRATEGIA REALIZADA:

Objetivo comunicacional:

Informar sobre herramientas de trabajo y/o procedimientos nuevos que el departamento ejecutará a partir de su implementación.

Descripción:

Durante el periodo de ejecución del ejercicio profesional supervisado, el departamento implementó dos iniciativas que debían ser informadas a todos los líderes de la institución, por lo que solicitó la redacción de varios comunicados.

La primera iniciativa presentada es una herramienta nueva para medición del riesgo de deserción de los colaboradores a todo nivel, donde los supervisores clasifican el riesgo de salida del colaborador de la empresa. De dicha herramientas se redactaron dos comunicados, el primero para dar a conocerla y el segundo como seguimiento de algunos inconvenientes que la misma experimentó.

La segunda iniciativa fue la presentación de un nuevo proceso de verificación y ejecución en las bajas de la compañía. Se introdujo una nueva posición de trabajo al equipo de recursos humanos que tendrá a su cargo la ejecución de dicho procedimiento nuevo.

Acciones desarrolladas:

- a. Recolección de los datos necesarios.
- b. Verificación de la estructura comunicacional adecuada.
- c. Redacción de los comunicados.
- d. Solicitud de verificación por los interesados.
- e. Seguimiento de los procesos informados.

Imágenes o fotografías:



🕒 May 16, 2016

Introducing the new Risk of Leaving Tool

Hi team,

During the last two years, we have encouraged our leaders to try to project their team members' likelihood of leaving our community by taking into consideration their performance, attendance, attitude and commitment to TELUS International, and submitting it through our Risk of Leaving Tool.

After committing to this practice on a regular basis, valuable information has been retrieved, helping us tackle different areas of opportunities and enabling us to act to reduce attrition.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 16-05-2016, Comunicado #1 de herramienta de riesgo de deserción. Ver anexos para referencias.

Update on our New Risk of Leaving Tool

Hello team,

We are glad to inform you that we are working to innovate and improve the data we collect on our Risk of leaving tool and soon you will start receiving completions and analysis regarding our active team members.

During the last couple of weeks, we have experienced some technical challenges with our new Risk of Leaving tool. IS Department has been working with our Analytics team to correct these glitches and we currently have an ETA for June 30th to complete our pending items.

These are some of the items we have been working on during the implementation:

Fuente: Celia Elisa Pérez, 27-06-2016, Comunicado #2 de herramienta de riesgo de deserción. Ver anexos para referencias.



🕒 June 16, 2016

Introducing the Retention Specialist team

Good day team,

It is a pleasure to introduce you our Retention Specialist team. They will provide support in all attrition matters on the operations floor.

Why Retention Specialists?

This is a Human Resources initiative to provide a better support to all Team Leaders when doing their daily tasks on Workday. We're looking to optimize the quality of information populated in Workday and to gather more detailed information that will help us create specific retention plans.

Thus increasing our Heroes engagement and improving their experience within our organization.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 15-06-2016, Comunicado #3 de nueva posición RRHH. Ver anexos para referencias.

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

No.	Actividad	Fechas de ejecución
1	Recolección de material para el portal de auto consulta	Del 02 al 15 de Junio
2	Redacción de comunicados	Del 3 de Mayo al 27 de Junio
3	Elaboración de portal de auto-consulta	Del 23 de Mayo al 29 de Junio
4	Planificación de Talleres	Del 10 al 15 de Junio
5	Taller "Herramientas de comunicación en la oficina"	22 de junio
6	Diseño del buzón de sugerencias	Del 02 al 09 de Junio
7	Creación hoja de resultados del buzón	Del 04 al 11 de Julio
8	Investigación para material de apoyo Estrategia "Reuniones Estructuradas"	Del 3 al 09 de Julio
9	Verificación del Portal de Auto-consulta por los líderes de equipo	Del 11 al 15 de Julio
10	Entrega oficial del sitio	19 de julio
11	Entrega de la guía: "Reuniones Eficientes"	19 de julio

De acuerdo a las acciones planificadas se realizaron efectivamente cuatro de las cinco propuestas, la quinta acción fue sustituida por la redacción de comunicados oficiales del departamento, por tal razón también se vio afectado el cronograma de actividades; mismas modificaciones se describen a continuación.

1. Debido a la reestructuración de actividades se vio afectada la investigación del material a incluir en el portal de auto-consulta.
2. Ejecución de la nueva acción implementada, esta sustituye a la acción de colocación de carteleras internas en las oficinas del departamento de Recursos Humanos.
3. Se extiende el tiempo de diseño del portal de auto-consulta para afinar detalles del contenido y presentación.
4. Dado las distintas actividades que el departamento beneficiado con el plan realiza, fue necesario recalendarizar el taller impartido con el fin de que la mayoría de los integrantes del equipo tuviese la oportunidad de asistir.

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Portal de auto-consulta	La herramienta fue compartida exitosamente con los 30 colaboradores beneficiados con la misma. Por estar en dominio corporativo el 100% del equipo ingresa diariamente.	<p>"Esta excelente el sitio, está super completa la información. Muchas gracias por compartir."</p> <p>"Agradable diseño y presentación de la información, considero que es de fácil acceso y contiene lo primordial para minimizar el tiempo de búsqueda de información."</p>
Buzón de sugerencias electrónico	Al momento de la primer verificación se observó el ingreso de por lo menos 8 sugerencias en el buzón que representa cerca del 30% de uso a un par de semanas de su lanzamiento.	<p>"Excelente trabajo, empezaremos a ejecutar las sugerencias del equipo."</p> <p>"Promoveremos el uso de las herramientas"</p>
Selectividad de correos electrónicos	El departamento cuenta con 30 miembros, de estos asistieron al taller 24 personas lo cual equivale al 80% del equipo.	<p>"La información está muy completa, será de mucha utilidad en nuestras actividades diarias."</p> <p>"Al momento de redactar correos electrónicos tenemos presente el ejercicio realizado durante el taller y permite analizar nuestro envío antes de hacerlo efectivo".</p>
Reuniones estructuradas	El material electrónico está a disposición de los 30 miembros del departamento. El 100% tiene acceso a verificarlo en el momento de necesitarlo.	<p>"La estructura del diseño está bastante dinámica y proporciona la información adecuada para aplicarla en nuestras reuniones."</p> <p>"Contiene información útil y adecuada para organizar mejor las reuniones a todo nivel".</p>
Redacción de comunicados	<p>Con esta acción se contribuye con la comunicación externa del departamento.</p> <p>Los comunicados fueron enviado a alrededor de 800 personas, que de los más de cinco mil empleados de la institución representan el 16% de la población total de Transactel, S.A.</p>	<p>"Excelente redacción, con información concisa, mensaje claro y acertado para todos los casos".</p> <p>"Contiene la descripción necesaria para conocer las nuevas herramientas de trabajo; así como tener conocimiento de los nuevos roles del personal del departamento en general."</p>

CONCLUSIONES

- Luego de realizar el diagnóstico comunicacional se concluye que el personal está de acuerdo en que se necesita trabajar a profundidad en la comunicación interna como departamento en ambas sedes. Los factores principales que se resaltan es la diferencia en procesos administrativos que el equipo completo realiza con los mismos fines.
- Para mitigar las diferencias en procesos se creó el portal de auto-consulta dentro de la red interna de trabajo. Con esto se logra homogeneidad de información y permite realizar las actividades diarias en menor tiempo de lo usual.
- Se percibió que los miembros del departamento se abstienen de expresar sus opiniones ya que consideran que de algún modo se verá afectada su estabilidad laboral y/o personal. Área que se pretende reforzar mediante el uso del buzón de sugerencias electrónico el cual no coleta los datos personales de quien ingresa alguna opinión.
- Debido a la cantidad de comunicación escrita que se maneja dentro del equipo de Recursos Humanos, se llegó a la conclusión que era necesario realizar un taller teórico/práctico sobre el uso de los medios electrónicos escritos; para el caso de Transactel, S.A. es el correo electrónico. Acción que permitió a los asistentes caer en cuenta de la importancia de la etiqueta electrónica.
- Determinamos mediante la observación que el manejo del tiempo es una de las mayores áreas de oportunidad del equipo de Recursos Humanos; esto es debido a las múltiples responsabilidades que posee en su rol diario lo cual demanda un alto grado de organización y conocimiento de sus tareas. Adicional a dichas responsabilidades se ve en la necesidad de organizar reuniones con los equipos de trabajo, para lo cual se proporcionó una guía para optimizar el tiempo y efectividad de las mismas

RECOMENDACIONES

- Seleccionar un responsable del equipo de líderes para actualizar la información del portal de auto-consulta de forma constante e inmediata al realizar cambios en los documentos presentados en este. Se recomienda que cada uno de los líderes tome un turno para dicha responsabilidad.

- Incentivar a los miembros del equipo a compartir material de interés en el sitio web creado, para ayudar al crecimiento personal y profesional de los miembros del equipo.

- Verificar el buzón de sugerencias electrónico como mínimo una vez por mes para crear planes de acción con los cuales logrará reforzar sus vías de comunicación y creará un ambiente laboral agradable; con esto se logrará incrementar el compromiso hacia la institución por parte de los colaboradores.

- Invitar a los usuarios a llenar el formulario de sugerencias durante las reuniones de trabajo y recalcar que la información colectada por la herramienta es completamente anónima y confidencial.

- Realizar talleres prácticos de trabajo en equipo, de preferencia contratados a profesionales ajenos a la institución, para incrementar la confianza y fortalecer la comunicación interpersonal a todo nivel (Ascendente, descendente y lineal) dentro del departamento.

- Continuar con el apoyo a los colaboradores de Transactel, S.A. para realizar este tipo de proyectos dentro de la empresa, ya que permite el crecimiento profesional e impacta de forma positiva la lealtad de quienes obtienen este tipo de ayuda.

GLOSARIO

Acceder: Tener acceso a una situación, condición o grado superiores, llegar a alcanzarlos.

Algoritmo: Un Algoritmo es una serie ordenada de instrucciones, pasos o procesos que llevan a la solución de un determinado problema.

Alineación: Puede referirse a un cierto orden o una organización de objetos o personas. Cuando un individuo respeta o cumple los preceptos de un sistema, un método o una ideología, se dice que está alineado.

Ameno: Este adjetivo alude a aquel o aquello que es agradable, satisfactorio o conveniente.

Asesoría: Es un servicio que consiste en brindar información a una persona real o jurídica. Médiante la misma se busca dar un respaldo en un tema que se conoce con gran detalle, respaldo que tiene una contrapartida en el hecho de garantizar un manejo eficiente de una situación determinada.

Back office: Se denomina Back Office al personal de administración y de apoyo en una empresa de servicios financieros. Llevan a cabo funciones tales como registro de órdenes de compra/venta, el mantenimiento de registros, cumplimiento regulatorio y contable. Una empresa de servicios financieros está lógicamente dividida en tres partes: Front Office que incluye personal de ventas y finanzas corporativas, Middle Office que gestiona el riesgo y los recursos de TI, y el Back Office que presta servicios administrativos y de apoyo."

BPO: El Business Process Outsourcing (BPO) considera la externalización de los procesos de negocio a proveedores de servicios en base a un contrato plurianual en el que la calidad de la prestación está garantizada a través de la definición de indicadores de servicio. Se delega la gestión de los medios, en beneficio de la gestión de los niveles de servicio. Esta práctica conlleva un partnership estratégico entre cliente y proveedor, integrándose las actividades de BPO dentro del modelo de negocio del cliente.

Cimentar: Consolidar, asentar las bases o principios de algo intelectual.

Cohesión: Acción y efecto de adherirse las cosas entre sí, bien sea materiales o inmateriales, como las ideas. La palabra cohesión es de origen latín “cohaesum”.

Cliente: En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio).

Comunicacional: Adjetivo perteneciente o relativo a la comunicación; transmisión de señales, trato entre personas, acción de comunicar.

Deserción: Abandono de una actividad o compromiso.

Englobar: Abarcar un conjunto una o más cosas.

Estrategia: El concepto se utiliza para referirse al plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. En otras palabras, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro.

Homólogo: La palabra homólogo permite referir a aquello que presenta la misma forma o comportamiento.

Honorarios: Retribución convenida por un trabajo en algunas profesiones liberales.

Idóneo: Que tiene buena disposición o aptitud para algo.

Inducción: Consiste en la orientación, ubicación y supervisión que se efectúa a los trabajadores de reciente ingreso, durante el periodo de desempeño inicial.

Innovar: Se puede considerar como el concepto etimológico de este término renovar o mejorar algo a tal punto de parecer nuevo.

Intranet: Es una red de computadoras similar a internet, aunque para uso exclusivo de una determinada organización, es decir que solamente las PC de la empresa pueden acceder a ella.

Método: Es una palabra que proviene del término griego *methodos* (“camino” o “vía”) y que se refiere al medio utilizado para llegar a un fin. Su significado original señala el camino que conduce a un lugar.

Metropolitano: Localizado en la ciudad. Que tiene relación con la ciudad.

Organizacional: Se recurre al término organizacional como adjetivo calificativo de cualquier tipo de elemento o situación relacionada con las organizaciones de diverso tipo. Es posible utilizar esta palabra en infinitas situaciones o para numerosos fenómenos, pudiendo tales variar de una organización a la otra y adquiriendo diferentes significados en cada caso.

Parámetro: Constante o variable que aparece en una expresión matemática y cuyos distintos valores dan lugar a distintos casos en un problema.

Pautas: Normas que indican cómo algo debe hacerse en la forma correcta o adecuada, para lograr orden, armonía, sistematización o prolijidad, según los casos.

Percepción: Para la psicología, la percepción consiste en una función que le posibilita al organismo recibir, procesar e interpretar la información que llega desde el exterior valiéndose de los sentidos. Los especialistas aseguran que la percepción es el primer procedimiento cognoscitivo, que permite al sujeto capturar la información del medio que lo rodea a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales.

Portal: En Internet, un portal es un sitio web que ofrece, de forma integrada, una amplia variedad de servicios y recursos al usuario. Por lo general, los portales ofrecen noticias actualizadas al instante, buscadores, foros para compartir opiniones, chat, juegos online, tiendas virtuales para realizar compras electrónicas y servicio de correo electrónico.

Procedimiento: Consiste en seguir ciertos pasos predefinidos para desarrollar una labor de manera eficaz. Su objetivo debería ser único y de fácil identificación, aunque es posible que existan diversos procedimientos que persigan el mismo fin, cada uno con estructuras y etapas diferentes, y que ofrezcan más o menos eficiencia.

Proyecto: El término proyecto proviene del latín proiectus y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada.

Red Social: La noción de red social está vinculada a la estructura donde un grupo de personas mantienen algún tipo de vínculo. Dichas relaciones pueden ser amistosas, sexuales, comerciales o de otra índole. El concepto se ha actualizado en los últimos años para señalar a un tipo de sitio de Internet que favorece la creación de comunidades virtuales, en las cuales es posible acceder a servicios que permiten armar grupos según los intereses de los usuarios, compartiendo fotografías, vídeos e información en general.

Retroalimentación: La retroalimentación aparece en el proceso de comunicación. En este caso, está formada por las reacciones inmediatas del receptor frente a un mensaje: estas reacciones llegan al emisor a través de distintos medios y posibilitan un ajuste en la comunicación.

Tópico: Es una idea, opinión o expresión trivial, vulgar, usada, repetida o empleada con mucha frecuencia en cierta circunstancia que acaba por no ser original.

BIBLIOGRAFÍA

Andrade Rodríguez de San Miguel, Horacio; Martínez de Velasco Arellano, Alberto; Sánchez Gutiérrez, Salvador R. **La comunicación en las organizaciones**. México. - Editorial Trillas, Primera Edición. - 2002. 304 páginas.

Martínez de Velasco, Alberto; Nosnik, Abaham. **Comunicación Organizacional Práctica - Manual Gerencial**. México. -Editorial Trillas, 1988. 1ra. edición. 111 páginas.

Monje Alvarez, Carlos Arturo; **Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, Guía didáctica**. Colombia, Universidad surcolombiana; Facultad De Ciencias Sociales y Humanas, Primera Edición. - 2011. 216 páginas.

Ñaupas Paitán, Humberto; Mejía Mejía, Elias; Novoa Ramírez, Eliana; Villagómez Paucar, Alberto. **Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis**. -Colombia. Ediciones de la U, Cuarta Edición. - 2014. 536 Páginas.

Puchol Moreno, Luis. **Dirección y Gestión de Recursos Humanos**. España. Editorial Díaz de Santos. Séptima Edición. - 2007. 426 páginas.

Rebeil Corella, Maria Antonieta. **Comunicación Estratégica en las Organizaciones**. México. - Editorial Trillas, Reimpresión 2008. 1ra. edición. 305 páginas.

Tamayo y Tamayo, Mario; **El Proceso de la Investigación Científica**. México. - Limusa Noriega Editores, 4ta. Edición. - 2004. 440 páginas.

E-GRAFÍA

- <http://www.buenosnegocios.com/notas/448-9-herramientas-utiles-la-comunicacion-interna>
- <http://informaticalachucua.jimdo.com/correo-electr%C3%B3nico/05-normas-de-netiqueta/>
- <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Netiqueta>
- http://helmutsy.homestead.com/files/computacion/Netiqueta_del_correo_electr_nico.htm
- <http://www.merca20.com/5-tips-de-netiqueta-empresarial/>
- <https://vidayestilo.terra.com/mujer/netiqueta-errores-comunes-al-utilizar-el-correo-del-trabajo,0f781a0b49b9c410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>
- <https://prezi.com/iqzz1fcqlsn0/netiqueta-empresarial/#>
- <http://es.workmeter.com/blog/bid/166186/Reuniones-eficaces-12-consejos-a-seguir>
- <http://gestion.com.do/index.php/ediciones/julio-2015/444-reuniones-eficientes>
- wordreference.com
- significados.com
- definicion.de
- deconceptos.com
- es.thefreedictionary.com
- www.definicionabc.com
- <http://quees.la/>
- <http://www.rae.es/>
- <http://www.definicionabc.com>

ANEXOS

Modelo de las encuestas electrónicas colaboradores:

Diagnostico de Comunicación TIG

Con el objetivo de realizar un diagnóstico de comunicación organizacional, solicitamos unos minutos de su tiempo para responder la siguientes preguntas. Gracias por su atención.

*Obligatorio

Sede en la que labora: *

Elegir ▼

¿Cuáles son los medios por los que recibe instrucciones y/o lineamientos en su día a día? *

- Correo Electrónico
- Llamada Telefónica
- Mensajes Instantáneos (Whatsapp, texto, chat)
- Reuniones cortas con el equipo
- Cara a cara
- Otros:

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Cuales de los siguientes canales prefiere para recibir información? *

- Correo Electrónico
- Llamada Telefónica
- Mensajes Instantáneos (Whatsapp, texto, chat)
- Reuniones cortas con el equipo
- Cara a cara
- Otros: _____

Indique los canales de comunicación permitidos en su área de trabajo para informar a su grupo objetivo: *

- Boletines Físicos
- Correo Electrónico
- Cara a cara
- Posters y/o Afiches
- Ninguno de los anteriores
- Otros: _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Obtiene respuesta efectiva de su publico objetivo utilizando los medios actuales? *

Elegir ▼

Indique los canales de comunicación no permitidos para informar a su grupo objetivo: *

- Boletines Físicos
- Correo Electrónico
- Cara a cara
- Posters y/o Afiches
- Todos son permitidos
- Otros: _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Considera que la comunicación es efectiva dentro del departamento de Recursos Humanos? *

Elegir ▼

¿Tiene claros todos los procedimientos que realiza en la posición que desempeña actualmente? *

Elegir ▼

Seleccione las herramientas que considere serían de utilidad para sus actividades y de esta manera mejorar la comunicación con su grupo objetivo: *

- Manual de Procedimientos Electrónico
- Boletín informativo
- Acrílicos para informar a su grupo objetivo
- Material impreso para los colaboradores
- Otros: _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Cree que existe algún área de mejora en la comunicación interna del departamento? *

Tu respuesta _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Modelo de las encuestas electrónicas líderes de equipo:

Diagnostico de Comunicación TELUS Guatemala

Con el objetivo de realizar un diagnóstico de comunicación organizacional, solicitamos unos minutos de su tiempo para responder la siguientes preguntas. Gracias por su atención.

*Obligatorio

¿Que medios prefiere utilizar para informar instrucciones y/o lineamientos a su equipo de trabajo? *

- Correo Electrónico
- Llamada Telefónica
- Mensajes Instantáneos (Whatsapp, texto, chat)
- Reuniones cortas con el equipo
- Cara a cara
- Otros: _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Considera que dichos canales de comunicación poseen el alcance deseado? *

Elegir ▼

Indique los canales de comunicación permitidos para informar a los grupos objetivos de su departamento: *

- Boletines Físicos
- Correo Electrónico
- Cara a cara
- Posters y/o Afiches
- Otros: _____

¿Estos canales de comunicación reciben la respuesta esperada por parte de su audiencia? *

Elegir ▼

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

¿Cree que su equipo de trabajo tiene claros todos los procedimientos que realiza en la posición que desempeña actualmente? *

Elegir ▼

Seleccione las herramientas que considere serían de utilidad para las actividades de su grupo de trabajo y de esta manera mejorar la comunicación con su grupo objetivo:

- Manual de Procedimientos Electrónico
- Boletín informativo
- Acrílicos para informar a su grupo objetivo
- Material impreso para los colaboradores
- Otros: _____

¿Cree que existe algún área de mejora en la comunicación interna del departamento? *

Tu respuesta _____

Fuente: Celia Elisa Pérez, encuesta realizada en Febrero 2,016

Valores Institucionales:

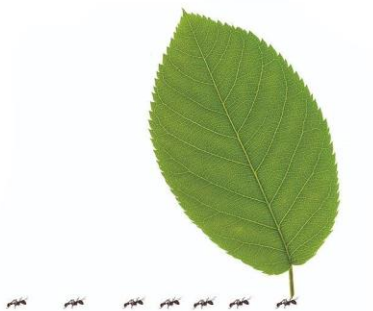
Nuestros valores



Nos adaptamos al cambio y creamos nuevas oportunidades.



Sentimos pasión por el crecimiento.



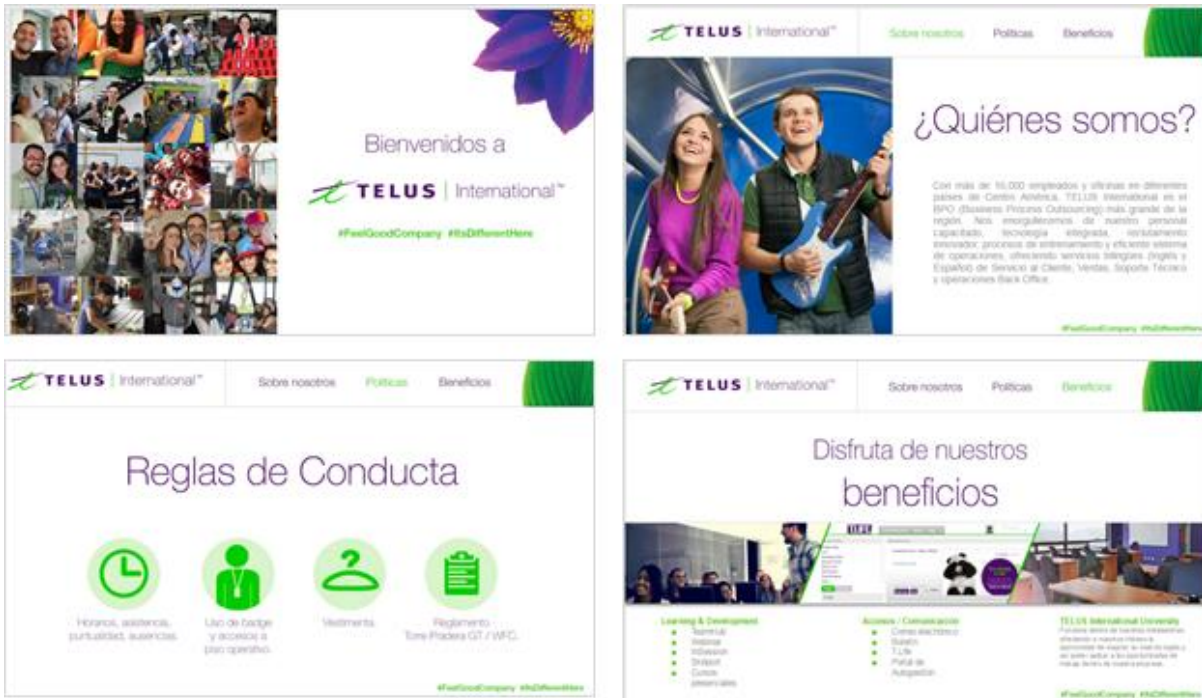
Creemos en el trabajo en equipo.



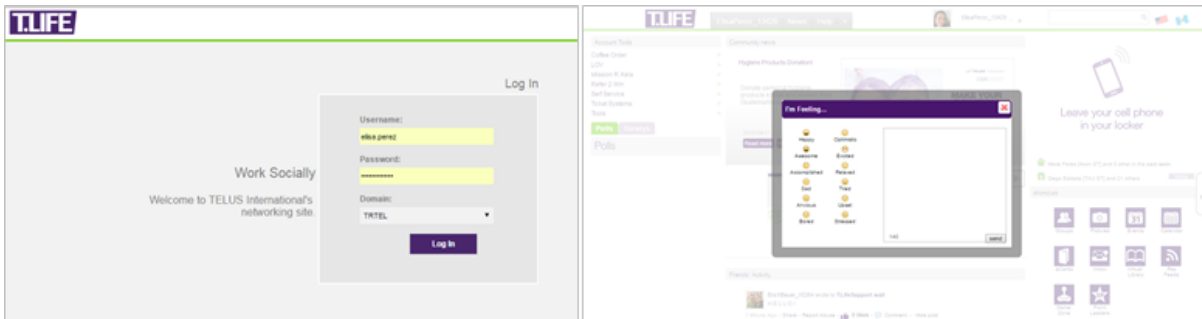
Tenemos la valentía para innovar.

 **TELUS** | International™

Inducción a colaboradores de nuevo ingreso:



Red social interna:



Portal corporativo de material digital para presentaciones y todo tipo de documentos:



Taller “Herramientas de comunicación en la oficina, El correo Electrónico”



Netiqueta para el uso del correo electrónico

La Netiqueta son las normas de comportamiento mínimas que se deben tener en cuenta cuando navegamos por internet y nos comunicamos de alguna manera con otras personas por este medio.

La Netiqueta existe basándose en los principios de respeto que existe entre los seres humanos para que estos se puedan comunicar y puedan convivir de manera armoniosa en el mundo real. De igual manera las personas que interactúan por medio de internet merecen respeto y consideración, ya que aunque muchas veces no se puedan ver físicamente, siguen siendo seres humanos que buscan comunicarse con otros seres humanos.

Tener un correo que muestre nuestro nombre junto al de la empresa para la que trabajamos no solo es útil para trabajar, sino que da identidad y confianza a quienes escribimos de que somos quien decimos ser. Al mismo tiempo conlleva a una gran responsabilidad al representar a nuestra corporación con los clientes que tenemos contacto.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 22-06-2016, Diapositiva de resumen del taller de comunicación enviado a los participantes.

Destinatarios y Asunto

Cuando escribas un mensaje de correo electrónico siempre utiliza el campo asunto para que el receptor tenga una idea del tema que va a tratar el mensaje.

No envíes correos masivos y sobre todo no los reenvíes. Si envías por necesidad un correo a una lista de personas, coloca su dirección en el campo de Copia Oculta (CCO) y pon tu propia dirección en el Para. Muchas personas pueden querer que tú tengas su correo electrónico, pero no todos tus contactos.

Uso de Mayúsculas y Ortografía

El uso de mayúsculas debe ser discreto y acorde al tono del mensaje. Recordemos que las mayúsculas pueden ser interpretadas como algo urgente, importante o que se debe resaltar, pero también puede interpretarse como que estamos gritando, exigiendo o estamos enojados. Resulta indispensable revisar la ortografía de nuestros mensajes, una palabra mal escrita puede dañar nuestra imagen considerablemente.



Rango de Jerarquía

Cuando nos dirigimos a varias personas en un mail deberá respetarse la jerarquía de las personas en relación a su puesto de trabajo. Es decir en el campo "Para:" debemos poner como primer nombre el de la persona con más alto nivel jerárquico seguido de las personas con el siguiente nivel. A excepción de que el mail no vaya dirigido a un grupo de personas, entonces pondremos el nombre de la persona al que va dirigido el correo en el campo "Para:" y en el campo "CC:" el nombre de las otras personas involucradas, nuevamente por orden jerárquico.



Emoticones

Si el uso que le damos al correo electrónico es de índole profesional debemos ser cautelosos con la utilización excesiva de emoticones. Si bien es cierto en ocasiones pueden ayudar a dar un toque personal, de cercanía o humanizar el mensaje, también su sobreutilización puede no ser bien percibida.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 22-06-2016, Diapositiva de resumen del taller de comunicación enviado a los participantes.

No incluyas

- Cuenta de Twitter o Facebook personal, mensajería instantánea o skype.
- Número de teléfono o dirección personal.
- Citas al azar en la parte inferior.
- Cualidades y/o habilidades, CV y logros alcanzados.



Estilo

- Utiliza fuentes legibles en su formato usual, el uso del tipo "cursiva" puede afectar la lectura.
- El color del texto a utilizar debe ser acorde al uso de nuestro correo, un color demasiado llamativo denotará falta de seriedad por parte del emisor.
- Un tamaño de letra apropiado hará que la información sea de fácil lectura.

Archivos Adjuntos

No adjuntes archivos no solicitados o que el destinatario no pueda descomprimir, visualizar o ejecutar. Si alguien te pide un archivo, avísale antes de su tamaño en un mensaje aparte con petición de confirmación. Recuerda que no todo el mundo tiene banda ancha ni buzones de 50 Megas.



Firma del correo

Aunque en cualquier correo es buena idea colocar una firma con los datos de contacto como teléfono fijo y móvil, dirección postal y cargo de quien escribe, en el de la empresa es casi imprescindible para presentarse y evitar tener que dar esos datos cada vez.

Fuente: Celia Elisa Pérez, 22-06-2016, Diapositiva de resumen del taller de comunicación enviado a los participantes.



Epesista y asistentes del Taller "Herramientas de Comunicación en la oficina". **Fuente:** Celia Elisa Pérez, 22-06-2016.



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado
 de Licenciatura 2016



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Celia Elisa Pérez Hernández
No. De Carné: 200417023
Jefe o Encargado (a): Master Luisa Fernanda Zamora, Gerente de Recursos Humanos
Institución o Empresa: Transactel, S.A.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 02 / Al: 07	Mayo	4	4	4	4	4	6	26 hrs.
2	Del: 09 / Al: 14	Mayo	5	5	5	5	5	6	31 hrs.
3	Del: 16 / Al: 21	Mayo	4	4	4	4	4	4	24 hrs.
4	Del: 23 / Al: 28	Mayo	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
5	Del: 30 / Al: 04	Mayo - Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
6	Del: 06 / Al: 11	Junio	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
7	Del: 13 / Al: 18	Junio	4	4	4	4	4	6	26 hrs.
8	Del: 20 / Al: 25	Junio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
9	Del: 27 / Al: 02	Junio - Julio	4	4	4	4	4	5	25 hrs.
10	Del: 04 / Al: 09	Julio	4	4	4	4	4	4	24 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									266 hrs.

(f) 
 Firma y Sello jefe o encargado


(f) 
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL




Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado
 de Licenciatura 2016



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Celia Elisa Pérez Hernández
No. De Carné: 200417023
Jefe o Encargado (a): Master Luisa Fernanda Zamora, Gerente de Recursos Humanos
Institución o Empresa: Transactel, S.A.
Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
11	Del: 11 / Al: 16	Julio	5	5	5	5	5	5	30 hrs.
12	Del: 18 / Al:	Julio	4						4 hrs.
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Firma y Sello jefe (a) o 

(f) 
 Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL E.P.S. LICENCIATURA 