

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



**PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS
COLABORADORES DE SOFTLAND GUATEMALA, S.A.**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

SOFÍA DEL ROSARIO VARELA TOCAY

200715778

Previo a portar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, 25 de octubre de 2017

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

Representante de Egresados:

MA. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



Softland Guatemala
Edificio Dubai Center Of. 707
1 Avenida 13-29, Zona 10.
Guatemala, ciudad
Central: (502) 2331-0580
informes@softland.com.gt
www.softland.com.gt

Guatemala, 29 de septiembre de 2017

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(a) estudiante(a) epesista **SOFIA DEL ROSARIO VARELA TOCAY** con número de carné: 200715778 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, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **DEPARTAMENTO COMERCIAL Y MERCADEO** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **05 de JUNIO al 18 de AGOSTO** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS COLABORADORES DE SOFTLAND GUATEMALA, S.A.** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **SOFTLAND GUATEMALA, S.A.**

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

Atentamente,


Ing. Angel Arriaga
Gerente Comercial
Edificio Dubai Center Of. 707 Guatemala.
Tel: +502 2331-0580
angel.arriaga@softland.com.gt
www.softland.com.gt



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

Guatemala 24 de octubre de 2017

Estudiante
Sofía Del Rosario Varela Tocay
200715778
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 **PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS COLABORADORES DE SOFTLAND GUATEMALA 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 distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Ismael Flores Barríos
Supervisor EPS de Licenciatura




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



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

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A DIOS:** Por la vida, la salud y sabiduría que me han permitido llegar hasta este punto de lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.
- A MI MADRE:** Irma Sofía, por haberme brindado su apoyo en todo momento, por sus consejos, por motivarme constantemente, por sus enseñanzas que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.
- A MI PADRE:** Oscar Emilio, por su ejemplo de perseverancia y constancia, por su amor, entrega y dedicación a la familia. Por motivarme a salir adelante y cumplir cada uno de mis objetivos y metas.
- A MI HERMANO:** Oscar Emilio Jr., por alentarme a seguir adelante, por su apoyo durante este proceso y siempre, por creer en mí, por su amor y confianza.
- A MI FAMILIA:** Mis tíos, tías, primos, primas, abuela y abuelo; gracias por todo su cariño.
- A MIS AMIGOS:** Por animarme a salir adelante, en especial a Vivian Torres por su apoyo durante este proceso, su compañía y sus palabras de aliento y motivación.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, mi alma Mater, por haberme dado la oportunidad de ser parte de tan importante y prestigiosa institución, donde pude prepararme como profesional y adquirir cada uno de mis conocimientos.

A Escuela de Ciencias de la Comunicación, por abrir sus puertas para que en ella me formaré profesionalmente y a cada uno de los docentes que me compartieron sus conocimientos y experiencias.

A Lic. Luis Pedroza, por su apoyo para llevar a cabo este proyecto y sobre todo por todos los conocimientos compartidos a lo largo de estos años. Así como la motivación constante para lograr cada una de mis metas como profesional.

A Lic. Fernando Flores, por su paciencia, apoyo, guía y motivación han sido fundamental para mi formación.

A Softland Guatemala, por darme la oportunidad de llevar a cabo mi proyecto, desarrollar mis conocimientos como profesional en el área. Sobre todo al Ing. Angel Artiga, por apoyarme en cada paso en la realización de este proyecto.

A compañeros de trabajo por todo su apoyo y colaboración para el desarrollo de este proyecto.

A mis amigos, quienes iniciaron conmigo en este proceso y me han acompañado a lo largo de estos años brindándome todo su apoyo y cariño.

INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
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:	1
1.2.1.Ubicación Geográfica:.....	1
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas:.....	1
1.2.3 Antecedentes o Historia:	2
1.2.4Departamentos o dependencias:	2
Gerencia, administrativo-contable, comercial, operaciones.	2
1.2.5 Misión:	2
1.2.6 Visión	3
1.2.7 Objetivos Institucionales	3
1.2.8 Público Objetivo:.....	3
1.2.9 Organigrama:.....	4
1.3 METODOLOGÍA	5
1.3.1 Descripción del Método:	5
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección:.....	5
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:	6
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS	6
1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:.....	6
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN	11
1.5.1 Fortalezas	11
1.5.2 Oportunidades:.....	11
1.5.3 Debilidades:	11
1.5.4 Amenazas:	12

CAPÍTULO II.....	13
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	13
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	13
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	14
2.2.1. Objetivo General.....	14
2.2.2. Objetivos específicos	14
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	14
2.4. MENSAJE	14
2.5. ESTRATEGIAS	15
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	16
CAPÍTULO III	20
3.INFORME DE EJECUCIÓN	20
3.1 PROYECTO DESARROLLADO.....	20
3.1.1.Financiamiento:.....	20
3.1.2 Presupuesto:	20
3.1.3 Beneficiarios	21
3.1.4 Recursos Humanos.....	21
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción	21
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	22
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	27
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	28
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES.....	31
GLOSARIO DE TÉRMINOS	32
BIBLIOGRAFÍA	35
EGRAFÍA	36
ANEXOS	37

RESUMEN

Institución

Softland Guatemala, S.A.

Nombre del proyecto

Plan Estratégico Para Mejorar La Comunicación Interna De Los Colaboradores De
Softland Guatemala, S.A.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

- Elaborar un plan de comunicación para motivar y fortalecer la comunicación interna la empresa Softland Guatemala, S.A.

Objetivos específicos

- Establecer canales para transmitir la información y mantener la comunicación hacia los colaboradores.
- Reforzar las herramientas de comunicación brindadas a los colaboradores para la realización de cualquier proceso dentro de la empresa.
- Elaborar material informativo sobre las actividades que se realizan entre procesos

Sinopsis:

Se realizó un diagnóstico, donde se detectó la fluidez de comunicación y convivencia entre los departamentos y áreas comercial y operaciones dentro de la empresa y sobre todo la claridad con la que se reciben la asignación de tareas precisas al momento de iniciar un proceso específico y como este se logra completar de manera eficiente en pro del cliente y la empresa.

Se procedió con la elaboración del plan de comunicación, con esto se implementaría estrategias que fortalecerían a la organización, así como la planificación de diversas acciones a realizar en cada una de ellas.

Se presentó un proyecto implementación de un boletín, una cartelera, un buzón de sugerencias y programación de reuniones mensuales. Y por último se realizó la ejecución del mismo, efectuando un presupuesto, cronograma de actividades y programación de envío de información.

INTRODUCCIÓN

Las empresas requieren desarrollar la capacidad de adaptarse y comunicarse dentro de la organización según los procesos definidos para cada área según corresponda. La falta de comunicación o ya bien la mala comunicación que se dé dentro de la organización afecta directamente en el desempeño de cada uno de los empleados, jefes, y en sí de los diferentes departamentos e incluso puede afectar directamente a la percepción de un mal servicio hacia los clientes.

El diagnóstico elaborado en Softland Guatemala permitió detectar las fallas en la fluidez de comunicación entre cada una de las áreas que se conforman dentro de la empresa, por lo tanto con el objetivo general de elaborar un plan de comunicación interno para la empresa Softland Guatemala, S.A. que permitió determinar y llevar a cabo las adecuadas estrategias de comunicación bidireccional que permitieran optimizar la organización interna y mejora de los procesos que se maneja dentro de la organización.

Lo cual también ha permitido documentar la importancia que tiene la comunicación interna en la organización y el impacto que esta puede generar en el desempeño laboral. Por lo tanto, se llevaron a cabo una serie de acciones con la finalidad de generar una mejora organizacional a nivel interno, así como la convivencia y filosofía de trabajo en equipo.

JUSTIFICACIÓN

Dentro de una organización la comunicación es de suma y vital importancia, ya que a través de ella se transmite todo tipo de información relevante para llevar a cabo cada una de las actividades designadas a cada persona que forma parte de un área o departamento dentro de una empresa, así como transmitir la guía e instrucciones específicas para cada uno de los proyectos a desarrollar.

Por tanto, por medio del diagnóstico realizado a la empresa Softland Guatemala se determinó necesario evaluar las actividades y las formas existentes de comunicación para llevar a cabo cada proceso e implementar estrategias eficaces de comunicación organizacional necesarias de aplicar para mejorar la productividad. En la actualidad dentro de la organización no se valoraba la importancia de implementar y fomentar una estrategia de comunicación interna. Por lo que fue necesario elaborar un plan de comunicación que beneficiara tanto a la empresa en general como a sus colaboradores.

Es sumamente necesario dar seguimiento y constantemente determinar el proceso y canales efectivos de comunicación para informar y promover cierto tipo de información a los empleados de la organización; así como mantener y mejorar, según sea necesario, las estrategias de comunicación implementadas y que ayuden a alcanzar los objetivos trazados. Con este proyecto Softland actualmente cuenta con un plan estratégico que ayuda a mejorar la comunicación interna, así como las herramientas y canales accesibles de comunicación que pueden ser aprovechados en beneficio de mantener una comunicación efectiva entre los empleados de Softland Guatemala.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico

Diagnóstico comunicacional de la organización Softland Guatemala entre los procesos para las áreas comerciales y operaciones.

1.1 Objetivos del diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

Elaborar un diagnóstico de comunicación organizacional interna entre el área comercial y el área de operaciones de Softland Guatemala, S.A.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Detectar los problemas de comunicación entre las áreas comerciales y operaciones.
- Determinar los procesos que se deben generar entre las áreas comerciales y operaciones al momento de elaborar un proyecto.
- Presentar un plan de comunicación organizacional interna que permita la mejora de la productividad de los procesos.

1.2 La institución:

Softland Guatemala, S.A.

1.2.1.1 Ubicación Geográfica:

1 Avenida y 13 Calle Zona 10 Edificio Dubai Center Nivel 7 Oficina 707.

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas:

Softland cuenta con el apoyo de más de 370 aliados en toda Latinoamérica, con los que nos une una estrecha relación profesional. Ellos saben que cuentan con todo nuestro apoyo y colaboración a la hora de hacer negocios. Por eso, diseñamos programas específicos para nuestros partners con el objetivo de que se sientan parte fundamental del Grupo.

Nuestros aliados han sido certificados en diferentes niveles tanto para la comercialización de nuestros productos, como en la implementación y puesta en marcha de nuestros servicios.

1.2.3 Antecedentes o Historia:

Fundado en 1982, Grupo Softland, con base en Madrid, España, es una empresa multinacional líder en el área de soluciones de software para la gestión empresarial en Latinoamérica.

Grupo Softland posee filiales en doce países: Argentina, Colombia, Chile, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Perú y República Dominicana, y representantes en Bolivia, Ecuador, Nicaragua y Venezuela. Cuenta con 35 000 clientes activos en Latinoamérica y más de 600 profesionales especializados. Su filosofía, “pensar en global y actuar en local”, le ha permitido desarrollar estrategias mundiales de acuerdo a las características propias de cada país.

Su larga trayectoria y especialización en el mundo de las soluciones de gestión empresarial le han dado la posibilidad de crecer y ofrecer al mercado los productos más competitivos.

Softland Guatemala pertenece al destacado holding tecnológico Grupo Softland, compañía pionera que cuenta con más de 30 años de experiencia brindando soluciones de gestión ERP a las empresas en Latinoamérica.

A inicios del año 2012, Grupo Softland abre oficinas físicas en la Ciudad de Guatemala, con el objetivo de dar una atención local a la base de clientes que ya tenía en ese país desde el año 2000. Desde entonces, los clientes cuentan con servicio y apoyo personalizado

1.2.4 Departamentos o dependencias:

Gerencia, administrativo-contable, comercial, operaciones.

1.2.5 Misión:

En Softland trabajamos para ofrecer productos y servicios de software de gestión a las empresas latinoamericanas, sin importar su tamaño o rubro, ayudando a que sus negocios sean más eficientes, competitivos y rentables, generando valor para los empleados, accionistas y la sociedad.

1.2.6 Visión

Ser la compañía líder de habla hispana en proveer soluciones y servicios para la gestión de negocios en Latinoamérica.

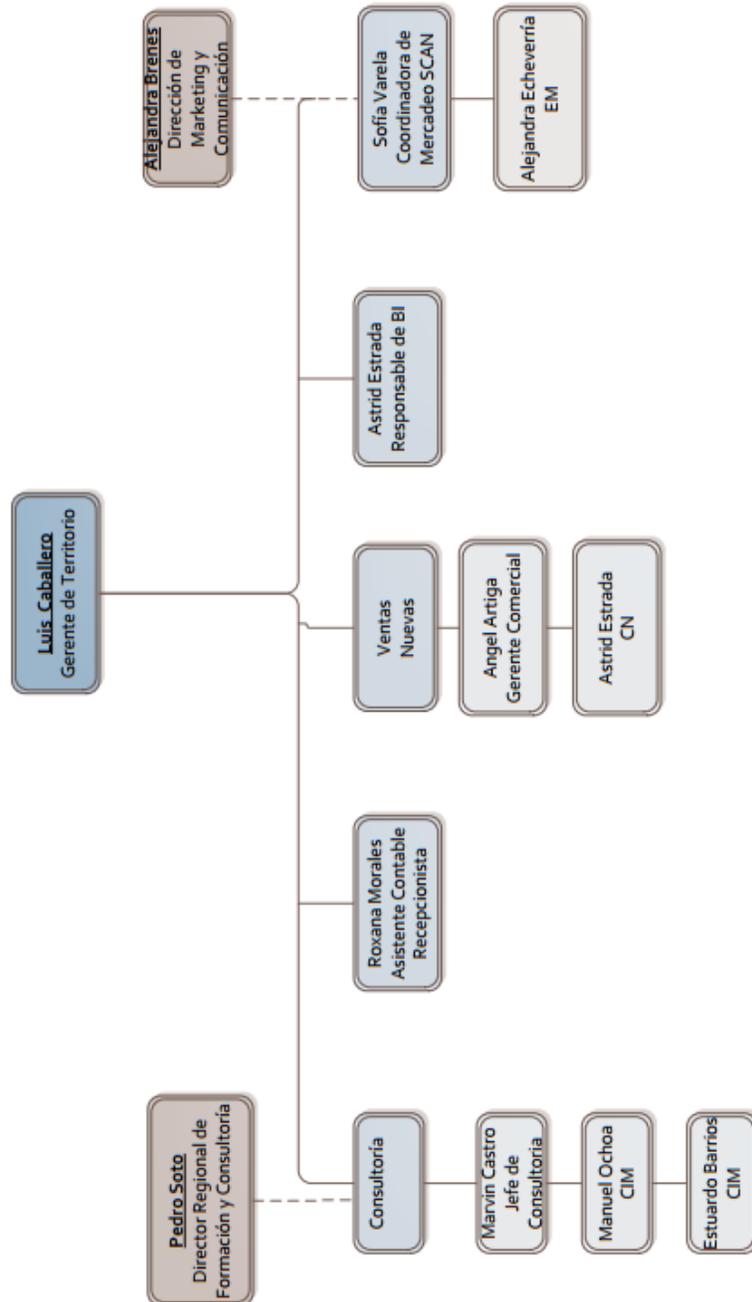
1.2.7 Objetivos Institucionales

Ayudamos a las organizaciones latinoamericanas a introducirse en el mundo de las Tecnologías de la Información, simplificando todos sus procesos empresariales a través de la inversión en soluciones de software de gestión altamente competitivas por su: escalabilidad, modularidad, sencillez, usabilidad y rentabilidad para que las empresas puedan innovar a través de la mejora en sus procesos y ser más competitivas en mercados cada vez más exigentes.

1.2.8 Público Objetivo:

Hombres y mujeres mayores a 30 años, personas que gestionan sus propios negocios o están envueltos en los procesos de gestión administrativa y tienen poder de decisión. Buscan soluciones que garanticen el buen funcionamiento de la empresa y que maximicen los resultados, tanto a nivel de recursos como de tiempo. El perfil varía dependiendo del tamaño de la compañía pero todos buscan calidad, competitividad y garantías de éxito.

1.2.9 Organigrama:



Fuente: Sitio intranet Softland Guatemala

1.3 METODOLOGÍA

1.3.1 Descripción del Método:

“El Método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación”. Merino, Julián Pérez Porto y María. (2012). Definición de Método Inductivo. 2012, de Definición B Sitio web: <http://definicion.de/metodo-inductivo/>

Por lo tanto, el método utilizado en el presente diagnóstico es el inductivo ya que se busca detectar, analizar e identificar cada proceso en variables muy específicas donde se logra reducir desde su totalidad a lo particular, de esta manera poder plantear una solución precisa en lo esencial del proceso principal de la organización entre las áreas involucradas.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección:

La técnica utilizada para la recopilación de información es la observación, ya que a través de ella se puede tener la capacidad de describir y explicar comportamientos, eventos y situaciones.

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define el término *“encuesta como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado”*. PUJOL BENGOCHEA, BRUNO. (1990). Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. Madrid: Cultural, Madrid. Pág. 113

El instrumento utilizado es la encuesta ya que a través de una serie de preguntas puntuales se puede tener un panorama más claro de ciertas variables enfocadas a la comunicación que estén afectando o ya bien que no beneficien a la mejora de procesos de la organización.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico:

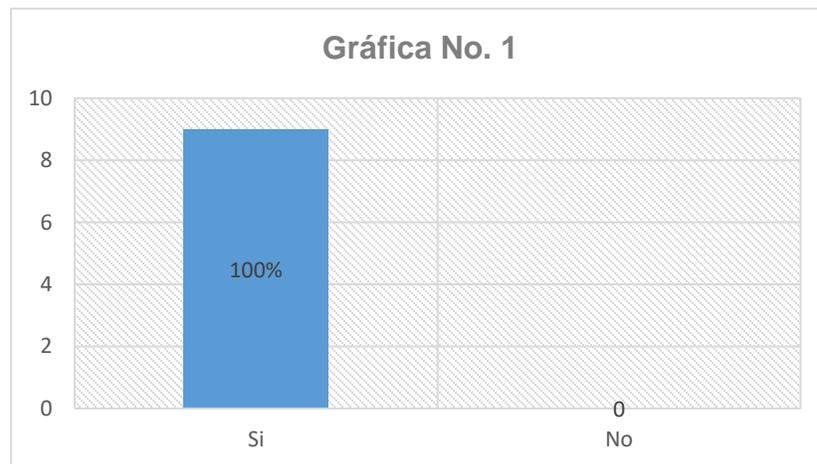
Actividad	ENERO					FEBRERO				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Curso Propedéutico EPS										
Construcción del Diagnostico										
Recopilación de la información de la empresa										
Formulación de objetivos										
Elaboración de encuestas										
Inducción Classroom										
Vaciado de resultados										
Elaboración de gráficas										
Interpretación de resultados										
Asesoría EPS Edificio M2										
Entrega Informe de diagnóstico										

Fuente: Sofía Varela

1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas:

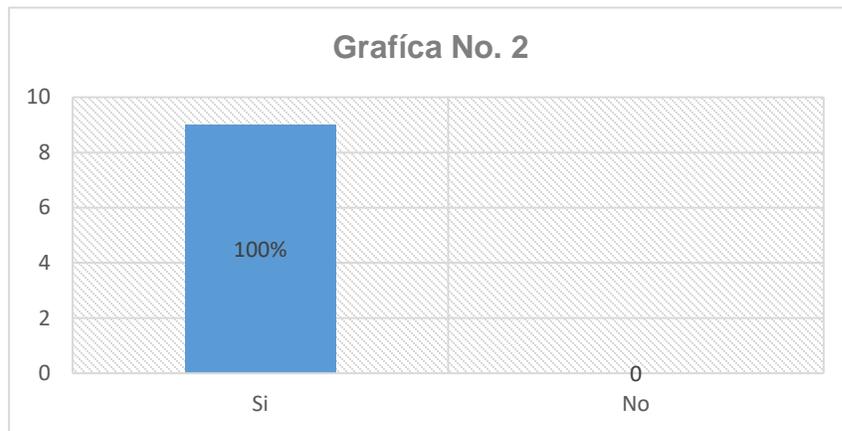
1. ¿Conoce Ud. los objetivos de su puesto de trabajo?



Fuente: Sofía Varela

El 100% de los encuestados contestaron que conocen los objetivos de su puesto de trabajo.

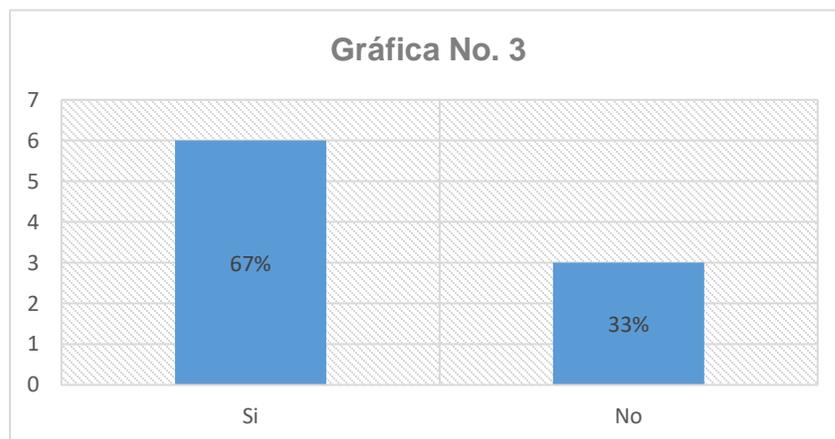
2. ¿Su gerente le ha informado acerca de las tareas a desarrollar según su puesto de trabajo?



Fuente: Sofía Varela

El 100% de los encuestados contestaron que conocen los objetivos de su puesto de trabajo

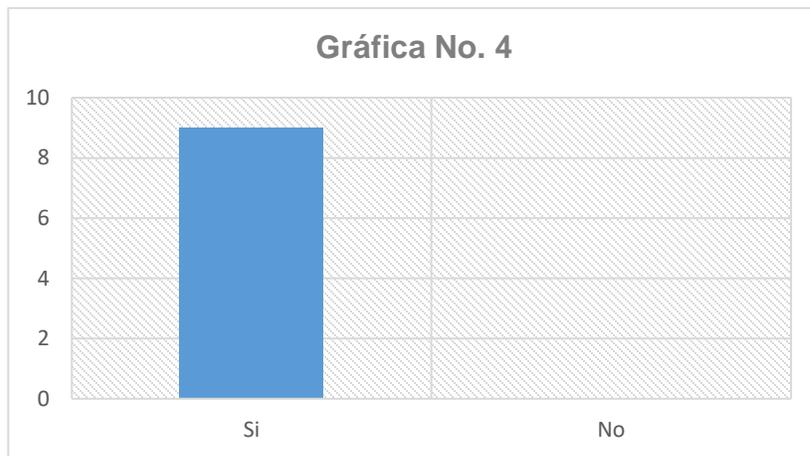
3. ¿Conoce Ud. el manual de procedimientos de la empresa?



Fuente: Sofía Varela

El 67% de los encuestados contestaron que, si conocen el manual de procedimientos de la empresa, mientras que el otro 33% contestaron que no lo conocen.

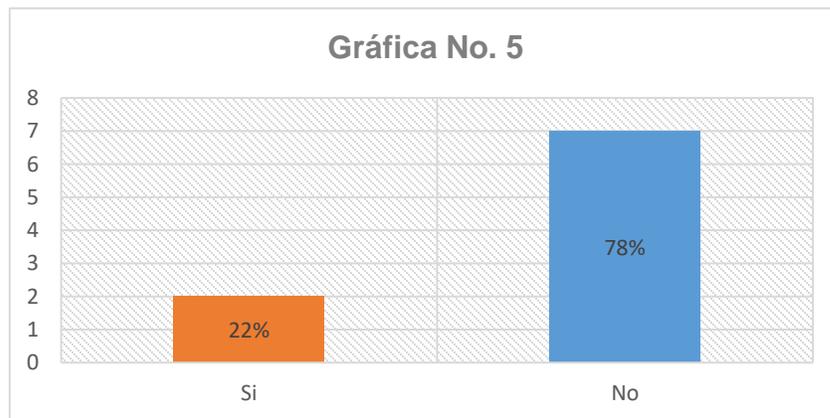
4. ¿Considera Ud. que la empresa le brinda las herramientas necesarias para una comunicación eficaz con sus colegas de trabajo?



Fuente: Sofía Varela

El 100% de los encuestados contestaron que la empresa si les brinda las herramientas necesarias para comunicarse internamente.

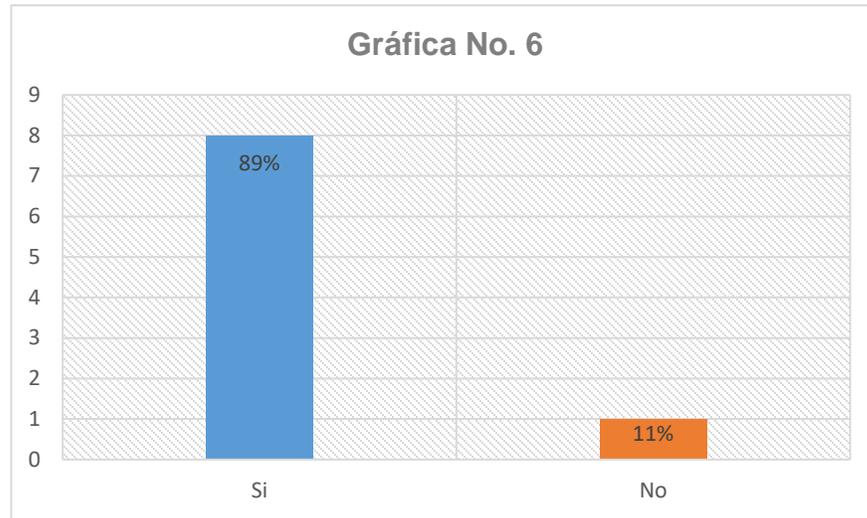
5. ¿Existen deficiencias en la comunicación con sus colegas y con los clientes con quienes se comunica?



Fuente: Sofía Varela

El 78% de los encuestados indican que no hay problemas de comunicación entre colaboradores y clientes, mientras que el 22% restante coincide en que si existen deficiencias.

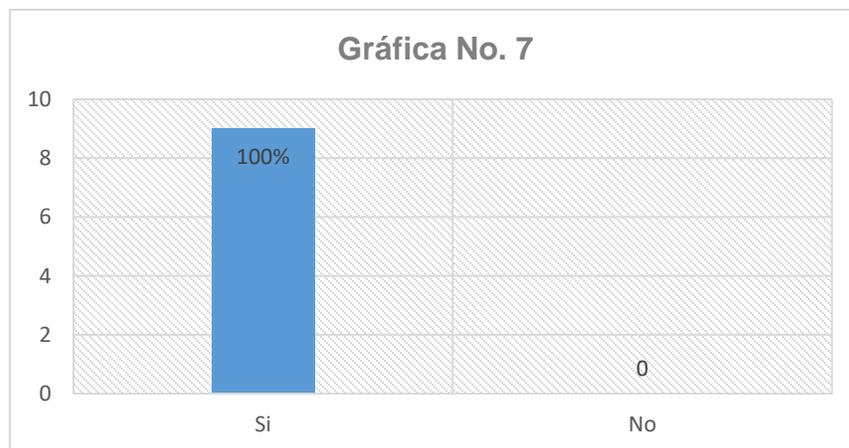
6. ¿Considera Ud. que la empresa promueve una comunicación eficaz con su gerente?



Fuente: Sofía Varela

El 89% de los encuestados indican que no hay problemas de comunicación entre colaboradores y clientes, mientras que el 11% restante coincide en que si existen deficiencias.

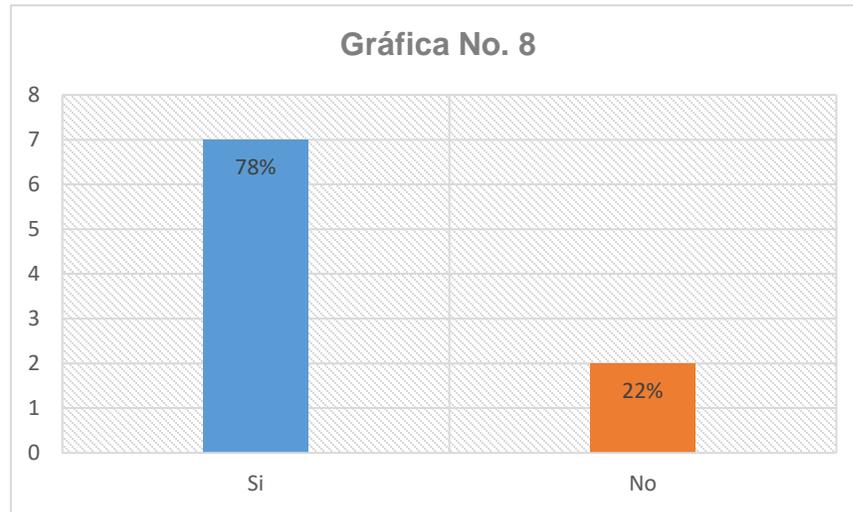
7. ¿La empresa realiza reuniones periódicas (entre diferentes departamentos y/o con la gerencia) que faciliten la comunicación interna?



Fuente: Sofía Varela

El 100% de los encuestados indican que la empresa si realiza reuniones periódicas que facilitan la comunicación interna.

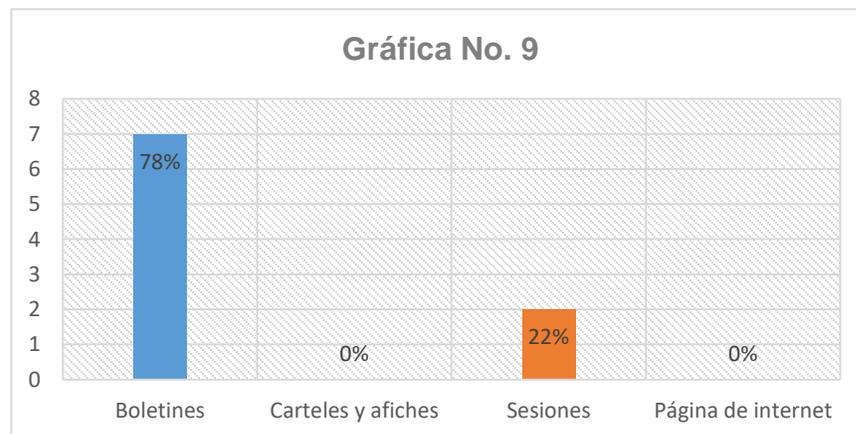
8. ¿Su empresa se preocupa por saber cuáles son sus necesidades de comunicación interna?



Fuente: Sofía Varela

El 89% de los encuestados indican que no hay problemas de comunicación entre colaboradores y clientes, mientras que el 11% restante coincide en que si existen deficiencias.

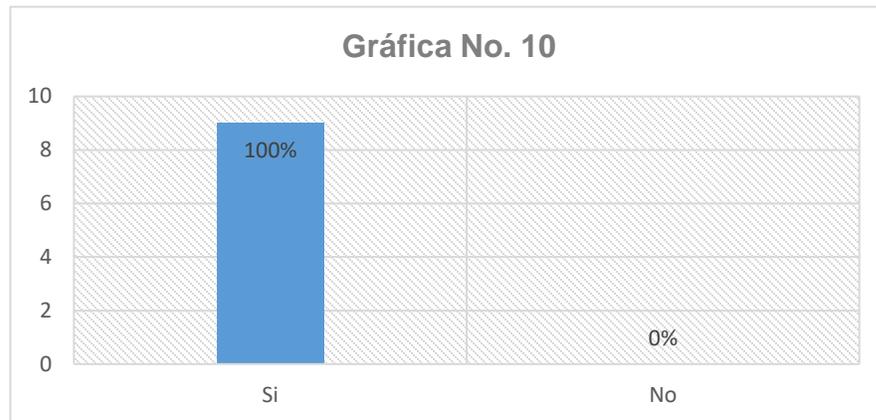
9. ¿Cuáles son las herramientas de comunicación interna que existen en su empresa?



Fuente: Sofía Varela

El 89% de los encuestados indican que no hay problemas de comunicación entre colaboradores y clientes, mientras que el 11% restante coincide en que si existen deficiencias.

10. ¿Utiliza regularmente las herramientas de comunicación interna de la empresa?



Fuente: Sofía Varela

El 100% de los encuestados indican que utilizan regularmente las herramientas de comunicación interna que la empresa les proporciona.

1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1 Fortalezas

- La comunicación es abierta, libre y directa.
- Apertura de comunicación entre gerentes y subordinados.
- Comunicación constante dentro de la organización.

1.5.2 Oportunidades:

- Apertura del personal para adaptarse a cambios y seguir procesos.
- Prevalece el liderazgo participativo, por lo que facilita la comunicación y apoyo por parte de las gerencias.
- Cuenta con las herramientas tecnológicas de canales eficaces de comunicación.

1.5.3 Debilidades:

- Los desacuerdos y los conflictos comunicacionales son cortados (no resueltos).
- Los procesos dentro de la organización no están claramente definidos, por lo tanto, la comunicación entre ellos se complica.
- La falta de comunicación con las áreas de dependencia de otros países.

1.5.4 Amenazas:

- Falta de presencia de alguna gerencia física en la sede de Guatemala, lo que dificulta una comunicación bidireccional
- Falta de seguimiento al clima organizacional y comunicacional dentro de la empresa.
- La falta de interés del personal por utilizar las herramientas de comunicación interna de la empresa.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

Plan De Estratégico Para Mejorar La Comunicación Interna De Los Colaboradores De Softland Guatemala, S.A.

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

Fundado en 1982, Grupo Softland, con base en Madrid, España, es una empresa multinacional líder en el área de soluciones de software para la gestión empresarial en Latinoamérica.

Grupo Softland posee filiales en doce países: Argentina, Colombia, Chile, Costa Rica, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Perú y República Dominicana, y representantes en Bolivia, Ecuador, Nicaragua y Venezuela. Cuenta con 35 000 clientes activos en Latinoamérica y más de 600 profesionales especializados. Su filosofía, “pensar en global y actuar en local”, le ha permitido desarrollar estrategias mundiales de acuerdo a las características propias de cada país.

Su larga trayectoria y especialización en el mundo de las soluciones de gestión empresarial le han dado la posibilidad de crecer y ofrecer al mercado los productos más competitivos.

A la presente fecha la empresa Softland Guatemala, no evidencia, ningún antecedente de diagnóstico o plan comunicacional a nivel interno específicamente en la oficina de Guatemala. Sin embargo, hay iniciativas a nivel corporación que se manejan semanalmente para comunicar actividades que se realizan entre países a nivel externo, esto se maneja a través de un newsletter mensual publicado en una web y lo anuncian por medio de un mail masivo a todas las oficinas corporativas.

Por lo tanto, es necesario crear un plan de comunicación, que su fin primordial sea promover entre los colaboradores de la filial las actividades tanto internas como externas.

2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo General

Elaborar un plan de comunicación para motivar y fortalecer la comunicación interna la empresa Softland Guatemala, S.A.

2.2.2. Objetivos específicos

- Establecer canales para transmitir la información y mantener la comunicación hacia los colaboradores.
- Reforzar las herramientas de comunicación brindadas a los colaboradores para la realización de cualquier proceso dentro de la empresa.
- Elaborar material informativo sobre las actividades que se realizan entre procesos.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Personal interno que labora en la oficina de Softland Guatemala, profesionales en los niveles de licenciatura en administración de empresas, ciencias de la comunicación, ingeniería en sistemas e industrial. De sexo femenino y masculino, entre las edades comprendidas de 25 a 45 años.

2.4. MENSAJE

“Juntos trabajamos mejor, eres una pieza importante para el desarrollo y crecimiento de Softland” El objetivo del mensaje es transmitirle a cada uno de los colaboradores la importancia de trabajar en equipo dentro de cada uno de los procesos de la empresa, para lograr un crecimiento y desarrollo eficaz. Es importante lograr crear una cultura de comunicación fluida y constante entre los colaboradores para evitar dificultades en el desarrollo de las actividades de cada una de las áreas.

“Tu opinión es valiosa” a través de este mensaje lanzar la campaña interna motivando a la comunicación en ambas vías, tanto entre los empleados como de los empleados hacia la gerencia del país, motivar a los empleados a hacer valer sus ideas y que cada una de ellas funcione como punto de partida para mejoras en los procesos y para ir en constante innovación.

2.5. ESTRATEGIAS

- Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.

Fortalecer la comunicación interna de manera eficaz por medio de la transmisión óptima de la información, por medio de canales con fácil acceso para el personal de la empresa; como lo son el correo electrónico, boletines informativos, mural informativo y reuniones periódicas de presentación de estatus de procesos, resultados y demás actividades realizadas por cada departamento.

- Optimización del clima laboral de Softland Guatemala.

Mejorar el ambiente de trabajo entre los colaboradores motivándolos con actividades recreativas periódicas que motiven a la convivencia entre el personal. Así mismo lanzar por medio del correo electrónico mensajes que motiven al trabajo en equipo y que refuercen la importancia de mantener una comunicación abierta.

- Incentivar la mejora de la comunicación interna de Softland Guatemala de colaboradores hacia las gerencias.

A través de la implementación de un buzón de sugerencias motivar a los empleados a transmitir sus ideas y áreas de mejora entre los empleados y hacia la gerencia; motivándolos a hacer uso del mismo por medio de envío de mensajes por correo electrónico y colocando afiches en los murales. Con el mensaje “Tu opinión es valiosa”.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.
Problema	Mejorar y validar de la recepción efectiva de información interna entre el personal de la empresa.
Producto	Boletín Informativo Digital.
Objetivo comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre las actividades externas e internas de la empresa. • Informar sobre capacitaciones, comunicados, actualizaciones, etc.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno, empleados de la oficina de Softland Guatemala.
Medio de difusión	Formato digital. Envío por medio de correo electrónico.
Periodicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Vigente durante 3 meses. • 1 envío mensual. <ul style="list-style-type: none"> ○ Envío 1: 31 julio de 2017 ○ Envío 2: 31 agosto de 2017 ○ Envío 3: 29 septiembre de 2017
Contenido:	<p>El boletín estará compuesto de 4 secciones, 2 páginas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de actividades externas de la filial: Participación en eventos, alianzas, pautas en medios, acciones de mercadeo. • Capacitaciones del mes: por medio del centro de e-learning de la corporación información temas y fechas de capacitaciones de CECAP. • Gestiones de prensa, comunicados o actividades internas que se generen a nivel corporación: Trasladar los comunicados que se realicen con la agencia Atrevia acerca de Softland a nivel corporación y a nivel filial Guatemala. • Gente Softland: Artículo sobre hobbies o actividades en particular de recreación que realizan los colaboradores fuera de oficina.
Encargado de redacción:	Encargado del área de mercadeo con el apoyo de Gerencia comercial.
Lista de Distribución:	Personal de la filial de Softland Guatemala. 10 personas.

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.
Problema	Mejorar la difusión de la información interna entre el personal de la empresa.
Producto	Cartelera Informativa
Objetivo comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar eventos importantes. • Comunicar actualizaciones, comunicados internos de la filial. • Cumpleaños del mes.
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno, empleados de la oficina de Softland Guatemala.
Medio de difusión:	Impreso.
Ciclo de renovación:	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización quincenal.
Contenido:	<p>Información a colocar en la cartelera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calendario de cumpleaños. • Calendario de actividades del mes: fechas y horarios de reuniones. • Compartir comunicados internos: cambios en sistema, en la organización, clientes nuevos.
Material / Diseño:	Tipo pizarra, cuadro elaborado con cartoncillo, con marco; que permita escribir y pegar el material que sea necesario. Medidas: 90 cms. de ancho por 60 cms. de ancho.
Encargado de redacción:	Encargado del área de mercadeo con el apoyo de Gerencia comercial.
Área donde se solicitará su uso:	Administración.
Ubicación:	Colocado a la vista del personal en la pared atrás de la recepción. Área de corredor.

Acción 3	
A qué estrategia responde la acción	Optimización del clima laboral de Softland Guatemala.
Problema	Mejorar y fortalecer las relaciones interpersonales, así como la convivencia entre el personal de la empresa.
Producto	Reuniones internas mensuales.
Objetivo comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la relación y convivencia entre los empleados. • Motivar a mejorar el trabajo en equipo y comunicación entre departamentos.
Tipo de mensaje	Informativo e inductivo
Público objetivo	Interno, empleados de la oficina de Softland Guatemala.
Medio de difusión:	Presencial.
Ciclo de renovación:	<p>Mensual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primera reunión: 28 Julio, con el personal en general. Almuerzo. Recreativa. • Segunda reunión: 07 agosto, jefaturas. Resultados del mes de julio, seguimientos y proyectos. • Tercera reunión: 01 septiembre, convivencia equipo, capacitación corta tema Soluciones Móviles y refacción. • Cuarta reunión: 02 octubre, Jefaturas resultamos cuarto trimestre.
Contenido:	<p>Reuniones programadas con la finalidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tratar temas generales de procesos, clientes, seguimiento a casos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Resultados trimestre. ○ Proyectos a finalizar. • Recreación y convivencia: tardes de refacción, tardes de película. • Capacitación: con la finalidad de impartir capacitaciones cortas con temas específicos.
Material:	Audiovisual.
Encargado:	Jefe de cada área: comercial, mercadeo y operaciones.
Ubicación:	Oficina Softland Guatemala, salón de audiovisuales.

Acción 4	
A qué estrategia responde la acción	Incentivar la mejora de la comunicación interna de Softland Guatemala de colaboradores hacia las gerencias
Problema	Fortalecer del desenvolvimiento y participación del empleado en el desarrollo y crecimiento de la empresa.
Producto	Buzón de Sugerencias.
Objetivo comunicacional	Motivar al empleado a transmitir sus ideas, creatividad y puntos de mejora internos.
Tipo de mensaje	Inductivo
Público objetivo	Interno, empleados de la oficina de Softland Guatemala.
Medio de difusión:	Físico. Un buzón de sugerencias para todos los empleados de Softland GT. Comunicados por medio de correo electrónico sobre los temas de cada mes.
Periodicidad de monitoreo:	Revisión mensual. Vigencia 3 meses
Contenido:	<p>Mes Agosto – Tema Innovación: Sugerencias para cambios internos en cuanto a mejora de procesos y del sistema en general.</p> <p>Mes Agosto – Tema Instalaciones: Sugerencias sobre cambios que son necesarios realizar en la oficina en cuanto a estructura e insumos.</p> <p>Mes Septiembre – Tema Tu Opinión: Sugerencias y comentarios sobre los cambios y mejoras en la comunicación que se vayan estructurando. .</p>
Material:	Físico impreso.
Logística de uso:	La persona se acerca y coloca en una boleta su sugerencia, idea, etc.
Encargado:	Área Administrativa.
Ubicación:	Área de operaciones.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1 PROYECTO DESARROLLADO

Plan Estratégico Para Mejorar La Comunicación Interna De Los Colaboradores De Softland Guatemala, S.A.

3.1.1. Financiamiento:

Los recursos obtenidos para la ejecución del presente proyecto de comunicación para la empresa Softland Guatemala, S.A., fueron invertidos el 60% por parte del epesista, contribuyendo con su asesoría, conocimiento, trabajo y dedicación para llevar a cabo cada una de las actividades planteadas. Un 30% fue brindado e invertido por la empresa Softland Guatemala, el 10% restante obtenido de un patrocinio a través de 1 proveedor.

3.1.2 Presupuesto:

Detalle de Presupuesto					
RUBRO	AÑO 2017			GRAN TOTAL	FINANCIAMIENTO
	Julio - Octubre				
	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total		
Gastos de Comunicación y RRPP			Q 6,600.00	Q 7,850.00	
Diagnóstico y asesoría profesional	200 hrs.		Q 6,000.00		Epesista
Conceptos de creatividad y diseño gráfico para material digital			Q 600.00		Empresa Softland
Creatividad y Diseño		Q 400.00	Q 850.00	Q 1,250.00	
Elaboración de Boletín	3	Q 150.00	Q 400.00		Epesista
Elaboración de Artes	3	Q 100.00	Q 300.00		Empresa Softland
Elaboración de Buzón	1	Q 100.00	Q 100.00		Patrocinio
Elaboración de Cartelera		Q 50.00	Q 50.00		Patrocinio
				Epesista	Q 6,400.00
				Empresa Softland	Q 900.00
				Patrocinio	Q 150.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Primarios: Jefaturas y encargados de las áreas administrativas y operaciones de la empresa Softland Guatemala.	El beneficio principal para este grupo de personas se basa en la mejora de comunicación entre procesos y así tener un mejor y más claro conocimiento de lo que se está llevando a cabo.
Secundarios: Personal administrativo, mercadeo y operaciones.	El beneficio secundario para este grupo de personas se basa en la mejora y optimización de la fluidez de información entre cada una de las áreas involucradas en cada proceso, así como la obtención de vías viables de información y retroalimentación. Así mismo mejora en el trabajo en equipo y la convivencia con el personal de la empresa.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Ing. Angel Artiga	Gerente Comercial	Información general de la empresa. Colaborador directo del proyecto de comunicación.
Alexander Ulloa	Diseñador Gráfico	Apoyo con la elaboración de los diseños. Diagramación y elaboración de artes.

3.1.5 Áreas Geográficas de Acción

El plan se llevó a cabo en las instalaciones de la filial de Softland Guatemala, S.A. en la dirección 1 avenida y 13 Calle esquina Zona 10 Edificio Dubai Center Nivel 7 Oficina 707.

3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

- Estrategia de Comunicación:
 - Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.
- Objetivo Comunicacional:
 - Informar sobre las actividades externas e internas de la empresa.
 - Informar sobre capacitaciones, comunicados, actualizaciones, etc.
- Descripción:

Se diseñó un boletín informativo de 2 páginas dividido en 4 secciones: Información de actividades externas de la filial, capacitaciones del mes, comunicados generales internos y sección de entretenimiento sobre hobbies o actividades que realizan los colaboradores fuera de lo laboral.
- Acciones desarrolladas:
 - Elaboración del diseño de boletín



Boletín Informativo No. 1, hoja 1. Sección 1 y 2. Ref. Anexos página No. 39



Boletín Informativo No. 1, hoja 2. Sección 3 y 4. Ref. Anexos página No.40

- b) Envío de boletín a los colaboradores de Softland Guatemala vía digital.
- c) Elaboración de cartelera informativa
- d) Colocación de cartelera informativa en área de recepción



Cartelera colocada en corredor principal de Softland Guatemala, (Ref. anexos página No. 40)

- Estrategia de Comunicación:
 - Optimización del clima laboral de Softland Guatemala.
- Objetivo Comunicacional:
 - Fortalecer la relación y convivencia entre los empleados.
 - Motivar a mejorar el trabajo en equipo y comunicación entre departamentos
- Descripción:
 - Se realizó una programación de reuniones mensuales, con la finalidad de dar a conocer los resultados de las métricas de cada departamento, así como un feedback de los procesos que se están

realizando y las actividades en las que se participa fuera de la oficina. Así mismo se programaron reuniones con la finalidad de mejorar la convivencia y relación entre los empleados de cada área.

- Acciones desarrolladas:
 - a) Se coordinó fecha y horario para las reuniones con el Gerente Comercial, Gerente de Operaciones y la Coordinadora de Mercadeo.
 - b) Se reunió al personal en la sala de reuniones de la oficina de Softland Guatemala.

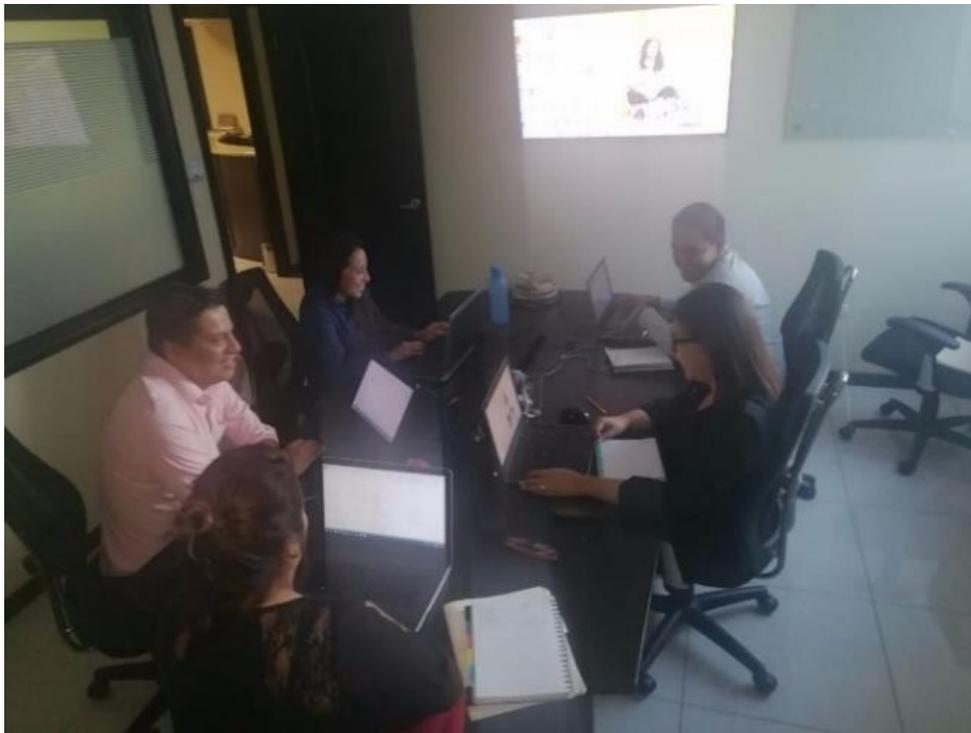


Foto: Reunión de Comité Resultados | Con los jefes de cada área: Lic. Marvin Castro – Operaciones, Licda. Astrid Estrada-Base Instalada, Ing. Angel Artiga – Ventas Nuevas, Alejandra Echeverría – Mercadeo y Roxana Morales – Administración.

- c) Se programó una agenda de guía para la reunión.

- d) En las reuniones recreativas se compró comida y se programaron diversas actividades.



Foto: Sofía Varela | Epesista en reunión de socialización con todo el personal de la empresa. Invitados Couch Master Clara Fernández y Ing. Gustavo López.

- Estrategia de Comunicación:
 - Incentivar la mejora de la comunicación interna de Softland Guatemala de colaboradores hacia las gerencias
- Objetivo Comunicacional:
 - Motivar al empleado a transmitir sus ideas, creatividad y puntos de mejora internos
- Descripción:
 - Se elaboró un buzón donde cada uno de los empleados podían colocar cada una de sus sugerencias, para motivar a la realización de esta actividad se envió un mail informativo sobre un tema en específico y se indicó fechas en las que podían tener la oportunidad de acercarse y colocar sus comentarios, sugerencias, cambios, etc.

- Acciones desarrolladas:
 - e) Elaboración del buzón y colocación en el área seleccionada como adecuada para su ubicación.



Foto: Buzón de sugerencias colocado en la oficina del área de operaciones de Softland Guatemala.

- f) Envío de email con información del tema a tratar durante el mes y motivar la utilización de este medio.
- g) Revisión de sugerencias colocadas y luego programación de reunión con las personas involucradas para la resolución y validación de las sugerencias recibidas.

3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
SEMANA	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
ACTIVIDAD																				
Coordinación de actividades																				
Diseño de materiales digitales																				
Reproducción de materiales a utilizar (Boletín, buzón y cartelera)																				
Colocación de materiales																				
Primera reunión mensual																				
Envío de boletín																				
Primer comunicado para incentivar sugerencias en buzón																				
Colocación de cartelera																				
Segunda reunión mensual																				
Envío de boletín																				
Actualización cartelera																				
Segundo comunicado para incentivar sugerencias en buzón																				
Tercera reunión mensual																				
Envío de boletín																				
Actualización cartelera																				
Tercer comunicado para incentivar sugerencias en buzón																				
Cuarta reunión mensual																				
Envío de boletín																				

3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.</p> <p>Objetivo: elaborar un boletín informativo, que dé a conocer las actividades internas y externas de la empresa.</p>	<p>El boletín fue enviado vía electrónica por medio de email a 9 personas de la empresa Softland Guatemala.</p>	<p>Se solicitaron los comentarios de dos personas, a lo cual respondieron:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Una muy buena iniciativa. Considera necesario que se realice constantemente. Manuel Ochoa Consultor de Implantaciones. -Excelente que sea un comunicado corto y conciso ya que así facilita su lectura y se mantienen informados de las principales actividades. Roxana Morales - Administración.
<p>Implementación de canales viables de información interna de Softland Guatemala.</p> <p>Objetivo: Crear una cartelera Informativa, donde se den a conocer la agenda del mes, eventos, actualizaciones y comunicados internos.</p>	<p>La cartelera fue conocida por el 100% del personal de la empresa Softland Guatemala, área comercial, administrativa, mercadeo y operaciones.</p>	<p>Se solicitó la opinión a dos personas sobre la implementación de la cartelera.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muy buena iniciativa, se puede ver de forma más inmediata las noticias recientes. Sugiere sería bueno variar la información cada 15 días. Astrid Estrada Base instalada -Ayuda como recordatorio de las actividades que se están llevando a cabo. Sugirió mejorar la información que sea colocada y la forma. Estuardo Barrios Consultor de implementaciones.

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicadores Cualitativos
<p>Incentivar la mejora de la comunicación interna de Softland Guatemala de colaboradores hacia las gerencias</p> <p>Objetivo: Colocar un buzón de sugerencias, que funcione como canal viable de comunicación interna hacia los superiores, así como innovación y participación del personal.</p>	<p>El buzón de sugerencias fue conocido por el 100% del personal de la empresa Softland Guatemala. De los cuales hicieron uso el 50%, 4 personas entre el área administrativa y el área de mercadeo.</p>	<p>Con respecto a la implementación del buzón de sugerencias, dos personas opinaron:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Felicitaron por colocación del mismo. Dieron la sugerencia de revisarlo constantemente y poder hacer reuniones para evaluar esas sugerencias y llevar a cabo las que fueran posibles hacer de inmediato. Angel Artiga Gerente Comercial. -Hicieron la solicitud de ser verificado, evaluado y sobre todo las sugerencias sean tomadas en cuenta. Mejorar el método o incluso la posibilidad de hacerlo digital. Alejandra Echeverría Mercadeo.
<p>Optimización del clima laboral de Softland Guatemala.</p> <p>Objetivo: Coordinación de reuniones internas para realizar una presentación de resultados y estatus de proyectos.</p>	<p>A la primera reunión realizada asistieron los jefes de cada proceso: área comercial, área de mercadeo, área administrativa y área de operaciones; un total de 5 personas.</p>	<p>A esta actividad dos personas brindaron su comentario:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Es bueno tener estas actividades para tener mejor retroalimentación de cada proceso que se lleva a cabo. Marvin Castro Jefe Consultoría. -Es importante feedback que se tiene de cada área en estas reuniones para tomar acción y oportunidades de mejora. Astrid Estrada Base Instalada.
<p>Optimización del clima laboral de Softland Guatemala.</p> <p>Objetivo: Coordinación de reuniones internas con fines de convivencia y recreación.</p>	<p>A la primera reunión realizada asistieron el 100% del personal de la empresa, asistieron las 9 personas de la filial de Guatemala y 2 invitados externos.</p>	<p>El comentario sobre esta actividad de uno de los asistentes fue:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Interesante y bonito que realicen este tipo de actividades ya que nos ayudan a conocernos más y convivir como equipo. Roxana Morales Administración. -El realizar reuniones como esta le permite a los empleados la mejora en el ambiente laboral así como la oportunidad de convivir con cada uno de los compañeros de cada área. Manuel Ochoa Consultor

CONCLUSIONES

Softland Guatemala, S.A. es una empresa que se encuentra en proceso de crecimiento, la filial en Guatemala ha tenido deficiencias de comunicación debido a la cierta dependencia que se tiene con las filiales de otros países, por lo que resulto evidente la necesidad de optimizar los canales de comunicación y trabajo en equipo.

La fluidez de comunicación y recepción de información tenía deficiencias, ya que muchos de los mensajes no eran trasladados por un medio adecuado a cada uno de los empleados; ya que no se contaba con un plan de comunicación interno, que al implementarse se lograron plantear estrategias efectivas para mejorar la comunicación bidireccional interna de la organización.

La implementación de nuevos canales viables de comunicación permitió optimizar la comunicación entre las áreas y en sí, del personal de Softland Guatemala, permitiendo mejorar los procesos.

Se logró detectar una necesidad de optimizar el clima laboral dentro de Softland Guatemala, debido la falta de comunicación y retroalimentación del desarrollo de los procesos entre cada una de las áreas de la organización.

Con la finalidad de mejorar la convivencia con el equipo de trabajo fue totalmente necesario realizar actividades que involucraran a todo el personal y compartir fuera de las actividades laborales del día a día con la finalidad de mejorar la relación interpersonal de los colaboradores.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa Softland Guatemala mantener, continuar y actualizar periódicamente las estrategias planteadas en el plan de comunicación presentado e ir adaptándolo a las necesidades que se vayan presentando cada cierto tiempo.

Continuar con la iniciativa de enfatizar en los empleados la filosofía de trabajo en equipo y la necesidad de mantener buenas relaciones interpersonales entre cada uno, para así seguir mejorando la fluidez de comunicación a nivel general.

Mantener constantemente alimentadas los canales de comunicación con la información actualizada de actividades, actualizaciones, gestiones, generalidades, etc. que van surgiendo dentro de la empresa y darle el seguimiento adecuado a la verificación de recepción de la información que se traslade.

Continuar realizando las reuniones generales de retroalimentación y presentación de resultados generales para mantener a cada área informada con el panorama actual que cada uno de los procesos tiene.

Ponerle mucha atención a la iniciativa del buzón de sugerencias, ya que de esta manera se puede motivar al empleado a compartir sus opiniones, sugerencias y comentarios a nivel general, que además de hacerlo sentir un elemento importante para la mejora de procesos, le genera un valor adicional a su labor en el día a día promoviendo la creatividad e innovación del personal de la organización.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Antecedentes:** Es un término que proviene de un vocablo latino y sirve para referirse a aquello que antecede (que aparece delante de otra cosa en tiempo, orden o lugar).
2. **Asesoría:** Dentro de la empresa es el órgano cuyo objeto básico es orientar, aconsejar, sugerir acciones de carácter específico al elemento que dirige la organización.
3. **Boletín Informativo:** es una publicación distribuida de forma regular, centrada en un tema principal. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados del mismo plantel.
4. **Buzón de Sugerencias:** es una propuesta interesante y atemporal que invita a los trabajadores a poder presentar sus propuestas y recomendaciones. La comunicación es una de las claves del éxito más importantes en una empresa puesto que el diálogo es la esencia de un equipo.
5. **Carteleras:** Son muy conocidas y comunes en espacios en los que se vierte mucha información y se invita o solicita a los que por el lugar pasan que se informen al respecto de diferentes datos.
6. **Comunicación:** Es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás.
7. **Comunicación Interna:** Son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los diversos medios de comunicación empleados por ella.
8. **Comunicación Organizacional:** Conocida también como comunicación corporativa cuando se trata de una empresa, o comunicación institucional cuando se trata de una institución pública.
9. **Cronograma:** Calendario de trabajo.
10. **Diagnóstico:** Recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza
11. **Encuesta:** Técnica de recogida de datos para la investigación social. La palabra proviene del francés enquête, que significa "investigación".

12. **Fichas de Registro:** Se les denomina así porque recopilan los datos de las fuentes consultadas en los diversos recintos (bibliotecas, hemerotecas, videotecas, etc.).
13. **FODA:** Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia del futuro
14. **Filial:** empresa que es controlada por otra que posee la mayor parte de su capital.
15. **Gráficas:** Se denomina grafica a una representación visual de una serie de datos, representación que tiene como finalidad dar una rápida noción acerca de volúmenes, cantidades y porcentajes, estableciendo comparaciones.
16. **Guía:** Es algo que orienta o dirige algo hacia un objetivo.
17. **Indicadores Cualitativos:** La opinión y percepción de la gente sobre un determinado tema, tal como el grado de confianza en sí mismas
18. **Indicadores Cuantitativos:** Los indicadores cuantitativos se definen como medidas de cantidad.
19. **Integración:** La integración, que no tiene un significado unívoco, es un proceso por el cual alguien o un elemento se incorpora para completar un todo, pudiendo referirse a distintos ámbitos como la integración regional, laboral, social, energética, económica, etc. Antagónicamente, la separación o disgregación de las partes de un todo desintegra la unidad primigenia.
20. **Metodología:** Es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación se refiere a la descripción de las unidades de análisis, o de la investigación, las técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis.
21. **Objetivo:** Pertenciente al objeto en sí y no a nuestra manera de pensar o sentir.
22. **Plan:** Programa en el que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.
23. **Planificar:** Hacer plan o proyecto de alguna acción.
24. **Presupuesto:** Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.
25. **Proyectar:** Idear, trazar, disponer o proponer.

26. **Segmentar:** Cortar o partir algo en segmentos. División en grupos internamente homogéneos y heterogéneos respecto a los demás grupos.
27. **Socialización:** se le llama así al proceso a través del cual los seres humanos aprenden e interiorizan las normas y los valores de una determinada sociedad y cultura específica. Este aprendizaje les permite obtener las capacidades necesarias para desempeñarse con éxito en la interacción social.
28. **Software:** conjunto de programas y rutinas que permiten a la computadora realizar determinadas tareas.
29. **Software ERP:** Una definición sencilla de qué es un ERP (Enterprise Resource Planning – Planificación de Recursos Empresariales) es un conjunto de sistemas de información que permite la integración de ciertas operaciones de una empresa, especialmente las que tienen que ver con la producción, la logística, el inventario, los envíos y la contabilidad.
30. **Trabajo en Equipo:** se define como la unión de dos o más personas organizadas de una forma determinada, las cuales cooperan para lograr un fin común que es la ejecución de un proyecto. ... Un grupo de personas se transforma en equipo en la medida en que alcanza cohesión.

BIBLIOGRAFÍA

Behar Rivero, Daniel S. (2008). Metodología de la Investigación. P34: Shalom.

Díaz, Mencos, Rene. Año 2011, Comunicación Institucional Plan de Comunicación y administración. Navarra, España

Mérida González, Aracelly Krisanda. Año 2009, Guía para elaborar y Presentar Tesis. Guatemala.

Ongallo, Carlos. Año 2007. Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información, y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Madrid: Editorial Dykinson, S. L.

PUJOL BENGOCHEA, BRUNO. (1990). Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. Madrid: Cultural, Madrid.

Silva Castillo, Wendy Johana. Año 2015. Tesis Plan De Comunicación Interna Para Mejorar El Ambiente Laboral, A Través Del Reconocimiento Mensual De Los Trabajadores De La Empresa Elektra De Guatemala, S.A. Guatemala.

EGRAFÍA

Merino, Julián Pérez Porto y María. (2012). Definición de Método Inductivo. 2012, de Definición B Sitio web: <http://definicion.de/metodo-inductivo/>

Softland Guatemala. Acceso y disponibilidad: <http://www.softland.com.gt/> Fecha de consulta: 24 de enero de 2017. Radiografía de la institución.

ANEXOS

ENCUESTA

Género: Masculino Femenino

Edad: 20 a 25 años 26 a 40 años 41 a 50 años

Tiempo de laborar en la empresa: 1 a 3 años 4 años en adelante

1. ¿Conoce Ud. los objetivos de su puesto de trabajo?

SI No

2. ¿Su gerente le ha informado acerca de las tareas a desarrollar según su puesto de trabajo?

SI No

3. ¿Conoce Ud. el manual de procedimientos de la empresa?

SI No

4. ¿Considera Ud. que la empresa le brinda las herramientas necesarias para una comunicación eficaz con sus colegas de trabajo?

SI No

5. ¿Existen deficiencias en la comunicación con sus colegas y con los clientes con quienes se comunica?

SI No

6. ¿Considera Ud. que la empresa promueve una comunicación eficaz con su gerente?

SI No

7. ¿La empresa realiza reuniones periódicas (entre diferentes departamentos y/o con la gerencia) que faciliten la comunicación interna?

SI No

8. ¿Su empresa se preocupa por saber cuáles son sus necesidades de comunicación interna?

SI No

9. ¿Cuáles son las herramientas de comunicación interna que existen en su empresa?

Boletines Carteles y afiches Sesiones Página de Internet

10. ¿Utiliza regularmente las herramientas de comunicación interna de la empresa?

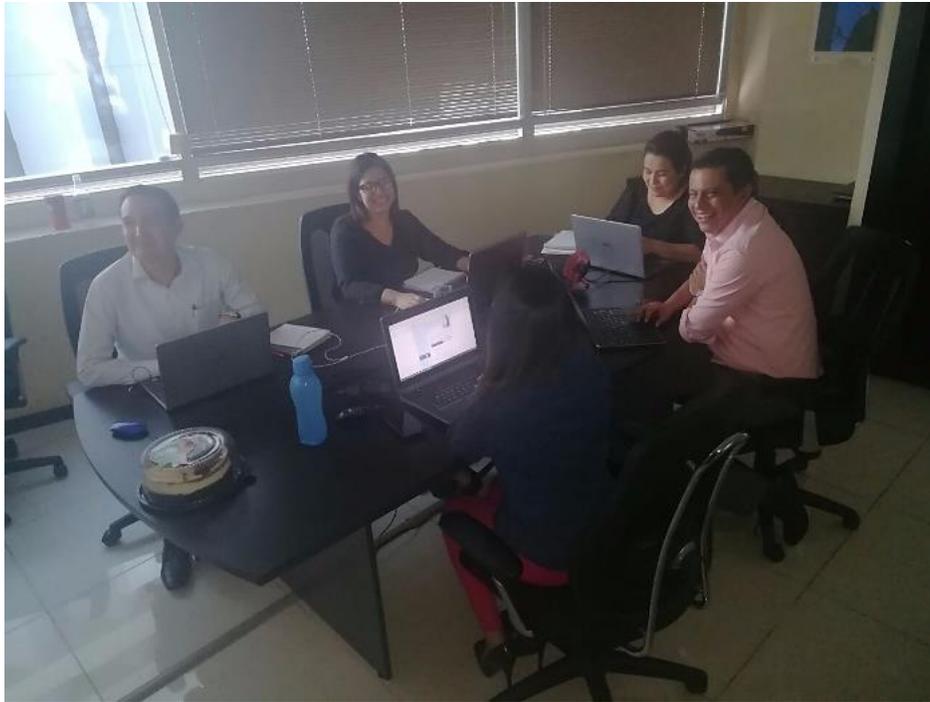


Foto: Reunión de Comité Resultados | Con los jefes de cada área: Lic. Marvin Castro – Operaciones, Licda. Astrid Estrada-Base Instalada, Ing. Angel Artiga – Ventas Nuevas, Alejandra Echeverría – Mercadeo y Roxana Morales – Administración.

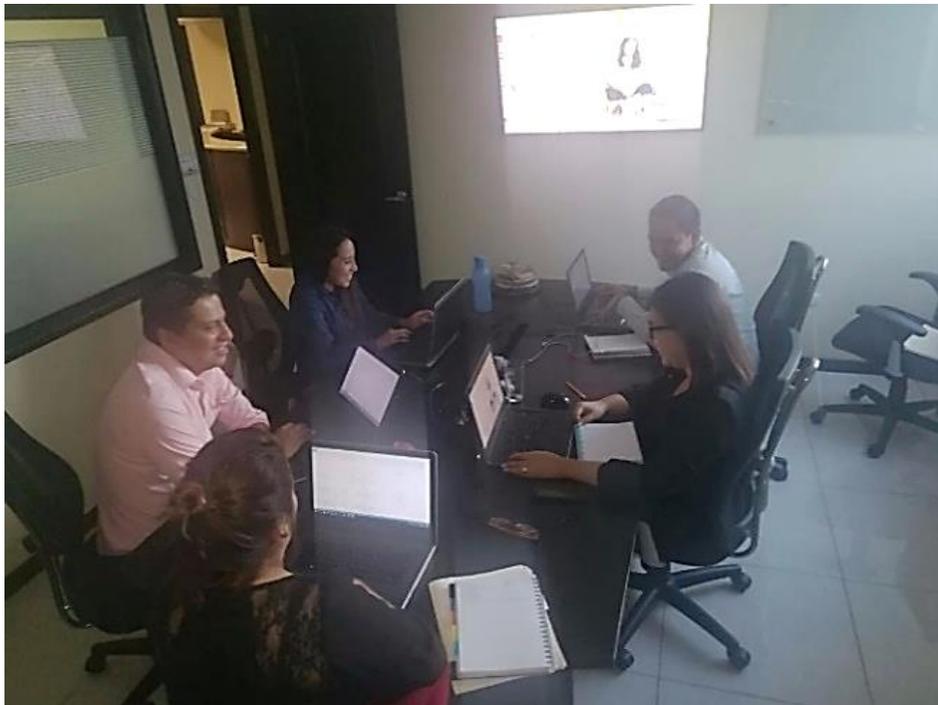


Foto: Reunión de Comité Resultados | Con los jefes de cada área: Operaciones, ventas, administración y mercadeo. En Sala de reuniones de Softland Guatemala.

Enterate de las noticias Softland de este mes

Conoce las certificaciones y actualizaciones de nuestros productos

Te explicamos por qué la Transformación Digital supone una metamorfosis en las compañías.

¿Enterate de quien es el turno de Gente Soft!

Capacitaciones del mes

Newsletter



Transformación digital: una metamorfosis para las compañías



Transformación digital: una metamorfosis para las compañías

La transformación digital no es ni más ni menos que el uso de las herramientas tecnológicas a favor del análisis de datos y la toma de decisiones en las compañías.

Este nuevo concepto representa un pensamiento disruptivo en los líderes de las organizaciones que buscan marcar la pauta competitiva en la carrera de los negocios.

La integración total de las diferentes áreas de las empresas en una misma herramienta será el eje sobre el cual las compañías se perfilarán como verdaderas líderes en su industria.

“La tecnología ha convertido al cliente de hoy en día, en un cliente digital. Las compañías deben adaptar sus modelos de negocio a lo que el nuevo cliente digital está demandando”, declaró Oscar Sáez, CEO de Grupo Softland.

GenteSoft

Angel Artiga, nos presenta
su pasión por el baloncesto



El baloncesto me ha dado una vida muy sana y alejada de los vicios, además de ser una escuela para la vida misma, me ha enseñado que la derrota y la victoria son pasajeras y que al día siguiente tenemos que seguir preparándonos para el próximo encuentro sin importar el resultado anterior", así es como el Gerente Comercial de Softland Guatemala nos introduce al fascinante mundo de esta disciplina.

Desde sus 10 años fue seleccionado por su escuela e impulsado a participar de este deporte. Angel destaca que su altura fue el elemento decisor para introducirse en esta categoría. "Creo que el sentido de pertenencia todo joven lo necesita a tempranas edades, el hecho de que me seleccionaran a mí, aunque fuera por una característica física como la estatura, fue un apoyo y luego poco a poco le fui tomando el gusto al deporte", afirmó.



Capacitación	Fecha	Horario	Facilitador
Operaciones básico: Control de Inventarios	Martes 04 de julio	8:00 am - 12:00 md	Alexander Rojas
Operaciones básico: Compras	Viernes 07 de julio	8:00 am - 12:00 md	Jonathan Jiménez
Comercial básico: Facturación	Martes 11 de julio	8:00 am - 12:00 md	Jonathan Herrera
Comercial básico: Estadística de Ventas	Miércoles 12 de julio	9:00 am - 12:00 md	Mariamalia Jiménez
Comercial básico: Pedidos Móvil	Martes 18 de julio	9:00 am - 12:00 md	Alejandra Fonseca
Comercial básico: Administración de Contratos	Miércoles 19 de julio	9:00 am - 12:00 md	Sugy Loria

Inscríbete:
informes@softland.com.gt

Noticias Mercadeo



CONVENCION DE EMPRESAS
FAMILIARES | QUETZALTENANGO 2017

Evento Organizado: Cámara de Comercio
Quetzaltenango
Ubicación: Restaurante Tertulianos, zona
3 Quetzaltenango
Fecha: 6 de julio de 2017
Hora: 16:30 – 21:30

Objetivo: Generación de demanda y
posicionamiento departamental

Boletín Informativo No. 1, hoja 2. Secciones 3 y 4. Información de capacitaciones, participación en eventos, Gente Softl.



Cartelera colocada en corredor principal de Softland Guatemala, Información de cumpleaños del mes, actualizaciones del ERP, eventos y nuevos paquetes business.



Cartelera colocada en corredor principal de Softland Guatemala.

Minuta Comité Resultados SGT

Lunes, Agosto 7 2017

1:58 PM

Puntos por área para seguimiento

Mercadeo

- Participación en el Evento : Desayuno AMCHAM: Miércoles 18 /10
- Iniciativas de posicionamiento y generación QIV
 - Reactivación de oportunidades cerradas
 - Campaña suscripción
 - Campaña "¿aún no se decide?"
 - Pauta radial , confirmar con Sofia avance
 - Contactar a Calidad Inmobiliaria para pauta en pantallas, buscar en otros centros de negocio si existe la posibilidad de hacerlo.
 - Seguimiento a la edición del video para la pauta del punto anterior.
 - Seguimiento a la campaña regional " Softland apoya la transformación digital "

Ventas

- Cierre de la cuenta EL PEDREGAL , proyecto de 375 horas FI+CO y RH
 - Se estima el pago entre el Martes 17 y Miércoles 18
 - Se agenda el pase con el cliente para el Miércoles 18 en horario de la tarde , Roberto Fausto y Nestor (remoto , dado que tiene agenda con Pollo Real)
 - Atención al esquema de transporte y viáticos, definir la logística adecuada con el cliente para el transporte al consultor.
- Pipe plan: Se proyecta el cierre de PROFILAXIS , EMPAKANDO , FISA

Base Instalada

- Seguimiento a la campaña " módulo de alertas en DEMO por 30 días"
 - 3 clientes han mostrado interés:
 - DISMO: Estuardo intentó instalar y tuvimos inconvenientes con la versión ERP que el cliente maneja. Astrid dará seguimiento a las propuestas planteadas para la actualización en ambiente de prueba
 - BELMART: Manuel instalo el módulo de AL, dejo funcionando 1. Se sugiere que Astrid o Marvin den seguimiento en el mes de prueba para validar que el cliente está recibiendo y conociendo el producto
- Cuenta Objetivo Octubre : TERMOENCOGINBLE
 - Cliente ha solicitado demostración funcional del proceso de consolidación contable (diferenciador funcional) se tiene agenda para presentarlo el Viernes 20/Oct
- Seguimiento a Clientes:
 - RONASA
 - Cliente solicitó el reconocimiento del licenciamiento del CRM -Devolución de producto-
 - DLC :
 - Revisar el esquema MULTI-SITE , cliente independizará las compañías plantear una oferta comercial para la adquisición de los SITE
 - Fausto propone hacer un dimensionamiento con Denis usando la documentación del área de DM's para el requerimiento de manejo de vales , con el fin de escalar dicho documento (aceptado por el cliente) para un redimensionamiento y evaluación de coinversión(TEXACO-DLC-SOFTLAND)
 - La negociación final se está llevando desde Panamá para futuros proyectos, estamos en línea con Jessica y Rosana sobre la deuda SSV.
 - Consultoría El Salvador atendió los pendientes de Queiroz , la planilla ya se encuentra estable, solo está pendiente definir el proyecto para instalar CA



Foto: Sofía Varela | Epesista en reunión de socialización con todo el personal de la empresa. Invitados Couch Master Clara Fernández y Ing. Gustavo López.



Foto: Sofía Varela | Epesista en reunión de socialización con todo el personal de la empresa.



Foto: Buzón de sugerencias colocado en la oficina del área de operaciones de Softland Guatemala.



Foto: Buzón de sugerencias colocado en la oficina del área de operaciones de Softland Guatemala.



Nombre del Alumno (a): Sofía Del Rosario Varela Tocay
No. Carné y DPI: 200715778
Jefe o Encargado (a): Ing. Angel Artiga, Gerente Comercial
Institución o Empresa: Softland Guatemala, 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: 05 / Al: 09	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
2	Del: 12 / Al: 16	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
3	Del: 19 / Al: 23	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
4	Del: 26 / Al: 30	Junio	5	5	5	5	5	x	25 hrs.
5	Del: 03 / Al: 07	Julio	5	5	6	5	5	x	26 hrs.
6	Del: 10 / Al: 14	Julio	6	5	5	5	5	x	26 hrs.
7	Del: 17 / Al: 21	Julio	6	5	5	6	5	x	27 hrs.
8	Del: 24 / Al: 28	Julio	5	6	6	6	5	x	28 hrs.
9	Del: 01 / Al: 04	Agosto	6	6	6	6	5	x	29 hrs.
10	Del: 07 / Al: 11	Agosto	6	7	7	6	6	x	32 hrs.
11	Del: 14 / Al: 18	Agosto	7	7	6	6	6	x	32 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.

(f) 
 Ing. Angel Artiga, Gerente Comercial

(f) 
 Lic. Fernando Flores - Supervisor EPSL