

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



**“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL ÁREA COMERCIAL DE LA  
EMPRESA GRUPO CAMPEÓN S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**Gissell María Rebeca Ibarra Espina**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, octubre de 2018**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representante de Egresados**

M.A. 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



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 05 de Febrero 2018

EPS-LIC—2018 114


Señora Claudia de Guillen  
Jefa de Mercadeo  
Grupo Campeon S.A.  
Presente.

Estimada Jefa de Mercadeo:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Gissell María Rebeca Ibarra Espina** con número de registro académico **200517115** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epesista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epesista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y Colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados -EPS-.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"  
  
Lic. Luis Pedroza  
Coordinador de EPS Licenciatura  
Cel. 42173224 / 55028866



Copias: a) al dueño/empresa o institución/estudiante epesista



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OUVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

Guatemala, 06 de agosto de 2018


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: **Gissell María Rebeca Ibarra Espina**, con número de carné: **200517115** y CUI: **1837275762101**; estudiante epesista 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 **Mercadeo** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **15 de mayo al 15 de julio** del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Plan de comunicación interna para el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa.

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

*Atentamente,*

  
\_\_\_\_\_  
Claudia de Guillén  
Jefe de Mercadeo

 **Grupo  
Campeón, S. A**

 **Grupo  
Campeón.**

Grupo Campeón S. A.  
22 Calle 13-80 Zona 11, 01011 Guatemala, C.A.  
PBX: (502) 6685-7700 Fax: (502) 6636-0759



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 10 de octubre de 2018

Estudiante

Gissell María Rebeca Ibarra Espina

Carné: 200517115

Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL ÁREA COMERCIAL DE LA EMPRESA GRUPO CAMPEÓN S.A.". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

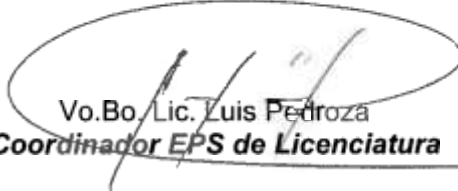
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Lic. Fernando Flores  
**Supervisor EPS de Licenciatura**





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

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

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

## DEDICATORIAS

**A Dios:** Por sus infinitas bendiciones, brindándome fortaleza y sabiduría diaria para luchar y alcanzar mis sueños.

**A mis padres:** Por todos los esfuerzos y sacrificios que hicieron para darme educación, inculcándome a diario valores que me hicieron ser la mujer que soy ahora, este logro es para ustedes.

**A mis hermanos:** Danny, Cleynci y Mileydi por todo su apoyo y cariño incondicional.

**A mi familia:** Por sus oraciones, sabios consejos y amor.

**A Raúl:** Mi mejor amigo, gracias por ser un gran pilar en mi vida, sin tu apoyo y palabras de aliento no sería lo mismo, este triunfo también lleva tu nombre.

**A mis amigos:** Adolfo, Guillermo, Mirna, Claudia, Sofía, gracias por su cariño, paciencia y enseñanzas.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A la Universidad de San Carlos de Guatemala**, mi alma mater dónde adquirí todos los conocimientos que me han permitido desarrollarme como profesional.

**A la Escuela de Ciencias de la Comunicación**, y cada uno de los docentes que me acompañaron y compartieron sus conocimientos durante mi vida estudiantil.

**A Grupo Campeón S.A.**, por abrirme las puertas y brindarme todo el apoyo para desarrollar este proyecto con éxito.

**A Lic. Fernando Flores**, por el apoyo, asesoría y sobre todo por el cariño demostrado durante todo este tiempo.



# ÍNDICE

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 .....	2
1.2.2 Integración y alianzas estratégicas .....	2
1.2.3 Antecedentes o historia .....	3
1.2.4 Departamentos o dependencias .....	4
1.2.5 Misión .....	4
1.2.6 Visión .....	4
1.2.7 Objetivos institucionales .....	4
1.2.8 Público objetivo.....	5
1.2.9 Organigrama .....	5
1.3 Metodología.....	5
1.3.1 Descripción del método .....	5
1.3.2 Técnica e instrumentos de recolección.....	6
1.3.3 Cronograma del diagnóstico .....	7
1.4 Recopilación de datos .....	8
1.4.1 Ficha de observación.....	8
1.4.2 Ficha de las entrevistas .....	9
1.4.3 Resultado de las entrevistas.....	10
1.4.4 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos.....	13
1.4.5 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	15
1.5 Radiografía de la institución .....	28
1.5.1 FODA.....	28
1.5.2 Fortalezas .....	28
1.5.3 Oportunidades .....	29

1.5.4	Debilidades .....	29
1.5.5	Amenazas .....	29
CAPÍTULO II .....		30
2.	Plan de comunicación .....	30
2.1	Antecedentes institucionales .....	30
2.2	Objetivos de comunicación.....	31
2.2.1	Objetivo general.....	31
2.2.2	Objetivos específicos .....	31
2.3	Público objetivo .....	31
2.3.1	Público interno .....	31
2.4	Mensaje.....	31
2.5	Estrategia y acciones .....	32
2.5.1	Chat interno .....	32
2.5.2	Carteleras .....	33
2.5.3	Boletín informativo .....	35
CAPÍTULO III .....		37
3.	Informe de Ejecución.....	37
3.1	Proyecto desarrollado.....	37
3.1.1	Financiamiento.....	37
3.1.2	Presupuesto ejecutado .....	38
3.1.3	Beneficiarios .....	38
3.1.4	Recursos humanos .....	38
3.1.5	Áreas geográficas de acción.....	39
3.2	Estrategias y acciones.....	39
3.2.1	Chat interno .....	39
3.2.2	Carteleras .....	40
3.2.3	Boletín informativo .....	40
3.3	Cronograma de actividades.....	41
3.4	Control y seguimiento.....	41
Conclusiones.....		43
Recomendaciones.....		44

Glosario de términos ..... 45  
Bibliografía..... 48  
E-grafía..... 48  
Anexos ..... 49

## **Resumen**

**Nombre de la institución:** Grupo Campeón S.A.

**Nombre del proyecto:** Plan de comunicación interna para el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

### **Objetivos del proyecto**

#### **Objetivo general:**

Identificar los principales problemas comunicacionales internos en el ámbito de la comunicación informal entre los trabajadores del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A. para el planteamiento y desarrollo de un plan de comunicación.

#### **Objetivos específicos:**

- Identificar las necesidades comunicacionales dentro de los departamentos que conforman el área comercial de dicha empresa.
- Determinar los métodos adecuados de comunicación que hagan que el trabajador se desarrolle en un ambiente de confianza.
- Proponer un plan de comunicación interna para reducir los efectos negativos que produce una mala comunicación informal.

#### **Sinopsis:**

Se realizó un plan de comunicación interna con el propósito de mejorar la comunicación entre colaboradores de la empresa. En base al diagnóstico se determinó que existe una deficiencia en el proceso comunicativo y falta de acceso a la información por lo tanto se implementan estrategias para implementar nuevos canales de comunicación para que todos los colaboradores puedan estar en sintonía con la información.

## **Introducción**

El plan de comunicación que a continuación se presenta fue realizado en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A., para lograr identificar las áreas de mejora en la comunicación informal que actualmente predominan en esa área. En base a un diagnóstico realizado, se logró identificar todas aquellas consecuencias negativas que afectan el desempeño de las diversas actividades de este equipo de trabajo a raíz de la misma.

Se utilizaron herramientas de investigación y recopilación de datos como la observación, entrevistas y encuestas que ayudaron a identificar los principales retos comunicacionales internos que perjudican el desarrollo de las buenas relaciones interpersonales entre los colaboradores de las diferentes áreas que conforman el equipo comercial de dicha empresa, lo cual genera un ambiente laboral de desconfianza.

A raíz de la información recolectada, se diseñan y se implementan estrategias de comunicación y tácticas como: un chat interno, carteleras y boletín informativo con el objetivo proporcionar a los colaboradores herramientas nuevas de comunicación e información. Dichas herramientas fueron diseñadas para mejorar la comunicación entre departamentos, reconocer y comunicar la buena labor y las actividades de éxito tanto de la empresa como de los empleados creando y fomentando un ambiente de confianza promoviendo un sentido de pertenencia y trabajo en equipo.

Los resultados fueron notorios al observar una reacción positiva a las nuevas herramientas otorgadas, se pudo observar una mejora en la comunicación, trabajo en equipo y un ambiente de confianza más ameno.

## Justificación

Comunicación informal “Es aquel tipo de comunicación cuyo contenido, a pesar de ser de aspectos laborales, utiliza canales no oficiales. (Reunión alrededor del botellón de agua, encuentros en los pasillos, etc.)” (Escobar Fernández, 2009). Normalmente este tipo de comunicación suele prevalecer en las áreas de trabajo de muchas empresas, desarrollándose entre empleados del mismo nivel.

Comúnmente este tipo de comunicación (horizontal) se da de manera espontánea entre compañeros de trabajo de la misma área laboral o fuera de ella, ya sea por empatía, amistad o por la necesidad latente del ser humano en comunicarse. Una mala comunicación provoca problemas tanto en el buen desempeño de las actividades laborales, así también, afecta directamente en el ambiente laboral.

Para Grupo Campeón S. A., específicamente en el área comercial, la comunicación es indispensable para el desarrollo de las actividades comerciales, procesos internos y cumplimiento de las estrategias. Siendo la comunicación informal la forma más utilizada entre los empleados para transmitir mensajes, surge la necesidad de realizar un diagnóstico de comunicación interna.

A raíz de la investigación realizada, se logró identificar problemas en la comunicación informal, dando como resultado cierto grado de ineficiencia en los procesos, percepción incorrecta de instrucciones, ambiente laboral tenso, desconfianza y rumores.

La investigación que a continuación se presenta, podrá ser de gran ayuda para otras empresas o instituciones que logren identificar problemas internos de comunicación informal siendo este trabajo una guía para poder resolverlos.

# **CAPÍTULO I**

## **1. Diagnóstico**

“Diagnóstico de comunicación interna en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.”

### **1.1 Objetivos del diagnóstico**

#### **1.1.1 Objetivo general**

Identificar los principales problemas comunicacionales internos en el ámbito de la comunicación informal entre los colaboradores del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A. para el planteamiento y desarrollo de un plan de comunicación.

#### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar las necesidades comunicacionales dentro de los departamentos que conforman el área comercial de dicha empresa.
- Determinar los métodos adecuados de comunicación que hagan que el trabajador se desarrolle en un ambiente de confianza.
- Proponer un plan de comunicación interna para reducir los efectos negativos que produce una mala comunicación informal.

### **1.2 La institución**

Grupo Campeón S.A.

## 1.2.1 Ubicación geográfica

14 Avenida 21-51 Zona 11 Colonia Mariscal Guatemala, Guatemala C.A.



*Ilustración 1 Ubicación geográfica oficinas comerciales Grupo Campeón S.A. / Fuente Google Maps*

## 1.2.2 Integración y alianzas estratégicas

Marcas que representan: Grupo Campeón con su marca Servirestaurantes cuenta con alianzas estratégicas con diferentes proveedores de marcas exclusivas que permiten ofrecer a los clientes productos de alta calidad como Certified Angus Beef, distribuidor de carne de res Angus Certificada, Heinz líder mundial en aderezos y salsas, Belgioioso con los clásicos quesos italianos hechos en Estados Unidos, Aviko marca Holandesa de papas fritas y appetizers, Maple Leaf Farms como proveedor de innovadores productos de pato de alta calidad.

Así también cuenta con respaldo de la USD Meat, Beef and Pork promoviendo la calidad, seguridad e higiene de los productos importados desde Estados Unidos.

Marcas propias: Grupo Campeón ha creado una serie de marcas propias registradas como: La Original Arrachera (entraña importada condimentada), Arrachera



Burger (tortas de hamburguesas importadas), California Steak (corte de res importado), Rapiditas (tortas para hamburguesas nacional), Superior Beef (cortes de res importado), Superior Pork (cortes de cerdo importado), Superior Chicken (pollo importado), Mayarí (cortes de res nacional).

### **1.2.3 Antecedentes o historia**

En sus inicios en el año 1993, Grupo Campeón se dedicaba a la distribución de carne de res y tortas de hamburguesa a carnicerías y supermercados. (ServiRestaurantes, 2018)

Actualmente Servirestaurantes, nombre con el que se conoce comercialmente, es una empresa pionera y líder de FOODSERVICE en Guatemala, comprometidos con ser la solución de abastecimiento más variada y efectiva en el suministro de alimentos, ofreciendo una variedad de productos importados y nacionales despachados en la puerta de cada uno de los negocios con cobertura en la ciudad e interior del país.

Grupo Campeón opera actividades de importación, almacenaje y distribución de sus productos. Cuentan con una planta de producción con certificación HACCP para garantizar la inocuidad de los productos. Dicha planta porciona y empaca al vacío variedad de productos, así también cuentan con la autorización para porcionar productos de la marca Certified Angus Beef.

“El servicio que ofrecemos va más allá de la entrega de productos. Como parte de nuestro compromiso ofrecemos ayudarle a usted en la elección de los productos que cubran mejor las necesidades de su negocio, así como asesorarle sobre las características, calidades, aplicaciones y técnicas culinarias de los productos que ofrecemos”. (ServiRestaurantes, 2018)

#### **1.2.4 Departamentos o dependencias**

Grupo Campeón se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- Junta Directiva – Grupo Campeón.
- Gerente Administrativo: Bajo la responsabilidad del gerente se encuentran los siguientes departamentos: Administración, Tecnología, Proyectos, Infraestructura, Créditos y Finanzas.
- Gerente de Operaciones: Bajo esta jefatura se encuentra los departamentos de Distribución, Bodega, Compras y Mantenimiento.
- Gerente de Planta de Producción: El encargado de producción tiene a su cargo los departamentos Planta Producción, Calidad e Investigación y Desarrollo.
- Director Comercial: Bajo esta jefatura se encuentran los siguientes departamentos: FoodService, The Food Shop, Retail y Mercadeo.

#### **1.2.5 Misión**

Ofrecemos productos alimenticios superiores con un excelente servicio.

#### **1.2.6 Visión**

Ser ícono de calidad y confiabilidad en la industria alimentaria.

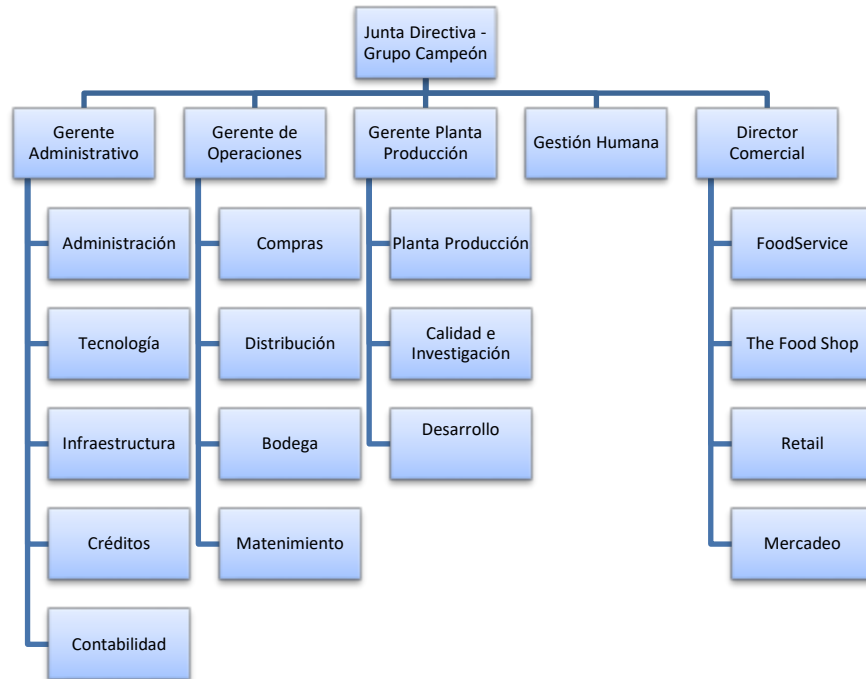
#### **1.2.7 Objetivos institucionales**

Ser la empresa líder en el mercado de FOODSERVICE ofreciendo productos de alta calidad con estándares estrictos de inocuidad garantizando la calidad, variedad y servicio al cliente de primera.

## 1.2.8 Público objetivo

Público en general, restaurantes y cadenas de distribución.

## 1.2.9 Organigrama



*Ilustración 2 Organigrama Grupo Campeón S.A.  
Fuente departamento de mercadeo.*

## 1.3 Metodología

### 1.3.1 Descripción del método

El método a utilizar es de carácter mixto ya que se aplicará la observación como factor principal para identificar las necesidades y problemas que aquejan el desarrollo sano de la comunicación, así también la utilización de la encuesta para conocer el punto de vista o la importancia que le dan los trabajadores a la comunicación informal dentro de la empresa, y por último, entrevistas a las jefaturas para conocer los métodos de comunicación que manejan y cómo afrontan un problema comunicacional dentro de su departamento.

## **1.3.2 Técnica e instrumentos de recolección**

### **1.3.2.1 Observación**

“La observación consiste en el registro sistemático, valido y confiable del comportamiento o conducta manifiesta.” (Behar Rivero, 2008).

Este método fue aplicado en los diferentes departamentos del área comercial de la empresa, poniendo especial atención al momento en que el colaborador interactuaba. Al realizar las encuestas se pudo observar un ambiente de desconfianza a pesar que se hizo énfasis en la confidencialidad de la misma, así mismo se participó en reuniones sociales, almuerzos y tiempos de ocio para analizar cómo se desarrollaba la comunicación informal y el contenido de la misma.

Los resultados obtenidos de la aplicación de este método, indica que existe problemas al momento de comprender el mensaje, los mensajes no se transmiten correctamente el cual provoca una mala interpretación del mismo y una tergiversación de la información recibida lo cual conlleva al desarrollo de rumores y chismes afectando las buenas relaciones entre el personal y como consecuencia ineficiencia en las actividades a realizar.

### **1.3.2.2 Encuestas**

“La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (López-Roldán & Fachelli, 2015).

Como parte de esta técnica, se utilizó el cuestionario como instrumento donde se planteó una serie de preguntas estratégicamente organizadas con el objetivo de recabar información relevante sobre el tema investigado, arrojando datos que fueron analizados y cuantificados obteniendo un claro panorama sobre los problemas comunicacionales existentes.

Debido a la cantidad de personal que forma parte del área comercial de la empresa, la encuesta fue realizada a todo el personal, manteniendo el anonimato de cada participante.

### 1.3.2.3 Entrevistas

Según (Behar Rivero, 2008) la entrevista es una forma de recolectar información mediante una interacción en la cual se indaga a través de un diálogo con el objetivo de recolectar la mayor información posible, donde una de las partes se convierte en el recolector y la otra, es la fuente que proporciona la información.

Para la investigación que a continuación se presenta, se utilizó este método realizando entrevistas a las jefaturas de los departamentos del área comercial, con el fin de conocer la postura que tienen acerca del proceso comunicativo que predomina en las diferentes áreas de trabajo.

### 1.3.3 Cronograma del diagnóstico

Actividad	Enero				Febrero		
	1s	2s	3s	4s	1s	2s	3s
Curso Propedéutico de EPSL 2018							
Solicitud de autorización verbal para realizar el EPS							
Observación							
Recopilación de información							
Utilización de instrumentos de investigación							
Realización de encuestas y entrevistas							
Vaciado, análisis e interpretación de datos							
Redacción del diagnóstico							
Entrega del diagnóstico							

## 1.4 Recopilación de datos

### 1.4.1 Ficha de observación

#### Ficha de Observación

**Grupo Campeón S.A.**

**Área Comercial**

Tema: Comunicación informal entre los colaboradores del área comercial de Grupo Campeón.



Fecha: Febrero

No. de personas: 38

Criterios e indicadores	ESCALA				
	1	2	3	4	5
1. Comunicación informal con criterios negativos - Rumores - Chismes - Falsa información				X	
2. Comunicación informal entre compañeros - Conversaciones casuales - Bromas - Compartir experiencias			X		
3. Ambiente laboral a causa de la mala comunicación informal - Tensiones - Malos entendidos - Negativismo - Falta de confianza				X	
4. Ambiente laboral a causa de una buena comunicación informal - Compañerismo - Confianza - Comunicación fluida - Convivencias			X		
5. Comunicación con los jefes - Confianza - Comunicación fluida - Apertura para compartir ideas u opiniones - Conocimiento transmitido		X			
6. Manejo de las situaciones conflictivas - Ignorarlas - No poner la atención debida - Incorrecta forma de corregirlas				X	

## 1.4.2 Ficha de las entrevistas

A continuación, se presenta la ficha utilizada para las entrevistas realizadas a las jefaturas de los departamentos que conforman el área comercial de la empresa.

 
<b>Entrevista a las jefaturas para diagnóstico comunicacional en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.</b>
Departamento _____
¿Qué entiende por comunicación informal? _____ _____
¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal? _____ _____
¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted? _____ _____
¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace? _____ _____
¿Si consideras que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación? _____ _____
¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo? _____ _____
¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración? _____ _____
¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo? _____ _____
¿Normalmente que método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo? _____ _____
¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas? _____ _____

### 1.4.3 Resultado de las entrevistas

Preguntas	Retail	Food Service	Mercadeo	The Food Shop
<b>¿Qué entiende por comunicación informal?</b>	Comunicación de boca en boca, sin remitente conciso.	Toda conversación que utiliza medios informales, redes sociales, textos, llamadas.	Es la que se genera fuera de los canales establecidos en la empresa, no se considera como buena.	Es lo contrario a la comunicación formal, sin estructura y fuera de lo autorizado.
<b>¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal?</b>	Una mala comunicación informal genera rumores o chismes, malestar, malos entendidos, comunicación deficiente e información sin fundamento.	Conflictos laborales, chismes que conllevan a una mala reputación sin ningún fundamento.	Información tergiversada, comúnmente se utiliza el término “teléfono descompuesto” que es cuando el mensaje se tergiversa conforme se va transmitiendo.	Falta de controles y seguimientos de procesos y cumplimiento de las estrategias, provoca ineficiencia y rumores.
<b>¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?</b>	La comunicación es la base fundamental para el buen desempeño de actividades, es vital llevar una misma línea de información, en ocasiones el mensaje es confuso, esto da paso a interpretación diferente.	Es de suma importancia para que los procesos y ventas sean efectivos, en este departamento fluye bien, considera que se comunican abiertamente, siempre con áreas de mejora.	Es crucial la buena comunicación para el cumplimiento de objetivos, cuenta con ambos tipos de comunicación, pero preferiría que solo existiera la formal.	Se considera como indispensable, pero en su departamento existe una deficiencia, las instrucciones no son percibidas con claridad, hay que reforzarse.
<b>¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?</b>	Entrevistar a los involucrados por separado, indagar en el problema, luego una reunión conciliadora en busca de una solución.	Investigar el tema y citar a los involucrados para conocer el punto de vista, confrontar la situación.	Entrevistarlos y aclarar las dudas de manera pacífica para evitar que continúen los roces entre ambas personas.	Ignorarlo si es de índole personal, si es laboral se investigaría la causa y encontrar el origen, darle una solución con la información apropiada.
<b>¿Si consideras que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?</b>	Investigar el tema a profundidad, si es muy grave las medidas disciplinarias serán acorde, inclusive dar de baja al personal.	Confrontar la situación en orden de aclarar el tema, si es necesario llamadas de atención incluso por escrito o despido.	Hablar con las personas para llegar a un consenso, si esto falla, se escalará a recursos humanos para una retroalimentación.	Regirse por los lineamientos, empoderar al jefe encargado, con esto que se tomen las decisiones necesarias, no se involucra en estas situaciones.



<p><b>¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?</b></p>	<p>Procedimientos conciliadores, estar atentos de lo que sucede alrededor, mostrando intereses, delegando tareas, esto para incrementar la confianza en el equipo.</p>	<p>Involucrarse en lo laboral, evitar en lo posible no involucrarse en temas personales, pero se maneja una política de puertas abiertas, si necesitan consejo en cualquier tema.</p>	<p>Cultura de puertas abiertas, cualquier colaborador se puede acercar con confianza y puedan comunicar cualquier situación que les afecte personal y laboralmente.</p>	<p>Considera que si se transmite la confianza, pero en algunos casos es complicado, dependerá de la personalidad de cada colaborador.</p>
<p><b>¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?</b></p>	<p>Sí, mensualmente se realizan capacitaciones enfocadas en el desarrollo personal de los colaboradores, reforzando la importancia de una buena comunicación. Así también verificando metas y objetivos planteados.</p>	<p>Programa reuniones de Kick Off que son actividades para arrancar proyectos y así el personal está completamente informado hacia dónde ir, adicional cada 6 meses realiza un evento llamado Boot Camp donde contrata motivadores para ayudar al equipo a reflexionar y promover así una autoevaluación. También organiza actividades navideñas como convivios con el personal y capacitaciones al aire libre para que se sientan satisfechos de pertenecer el equipo de trabajo.</p>	<p>Sí, reuniones grupales mensuales con temas de motivación y desarrollo personal y profesional, también actividades informativas para que mi equipo de trabajo esté informado sobre los proyectos a realizar y cómo se están llevando a cabo.</p>	<p>Reuniones semanales basadas en los pilares de servicio.</p>
<p><b>¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?</b></p>	<p>WhatsApp, correo electrónico, material escrito como documentos impresos de apoyo.</p>	<p>Correo electrónico, celular, llamadas, WhatsApp y reuniones presenciales semanales.</p>	<p>Verbal y correo electrónico.</p>	<p>Correo electrónico y verbal, canalizando toda la información a través del administrador o encargado de planificación.</p>

<p><b>¿Normalmente qué método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo</b></p>	<p>Reuniones individuales, cara a cara con el objetivo de evaluar el desempeño, ver las áreas de mejora o bien reforzar algún tema en específico.</p>	<p>Reuniones personales cuando se trata de una llamada de atención, esto suele hacerlo en privado y lo más discreto posible, en cambio si se trata de una felicitación o de reconocer el buen desempeño, lo realiza en reuniones grupales para hacerlo sentir a gusto poniéndolo como ejemplo a seguir.</p>	<p>Correo electrónico para reforzar la información brindada y reuniones individuales para evaluar el desempeño y brindar el feedback correspondiente.</p>	<p>Estructura de cuadros, herramientas de control medibles para KPI de rentabilidad y así medir la eficiencia del personal.</p>
<p><b>¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas?</b></p>	<p>Sí, cuando existe un problema ya sea de índole personal o laboral le brinda abiertamente su apoyo haciéndole saber que la familia es lo más importante, es bastante flexible con el equipo con temas o situaciones que requieren de una atención inmediata, cree que esto promueve un ambiente de confianza ya que se interesa por el bienestar de su equipo y sus familias.</p>	<p>Sí, les hace saber verbalmente que cuenta con su apoyo en cualquier situación que se les presente, adicional trata de indagar un poco para vayan tomando confianza y se abran, esto lo hace gracias a los varios años que tiene de conocer a su equipo ha logrado aprender de ellos hablando el mismo idioma, poniéndome en los zapatos de cada uno de ellos para buscar mejores soluciones y muy importante siendo él el ejemplo a seguir.</p>	<p>Cree que sí, habla con su equipo de trabajo, se interesa por las cosas que hacen y promueve la comunicación efectiva indicándoles que cualquier idea y opiniones serán bienvenidas.</p>	<p>Considera que por falta de una comunicación efectiva la confianza se ha perdido y esto ha repercutido en el ambiente laboral que actualmente hay en el área de trabajo.</p>

#### 1.4.4 Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos

Preguntas	Puntos de Encuentro	Disensos	Conclusiones
¿Qué entiende por comunicación informal?	Comunicación de boca en boca por medios no formales, sin base estructurada.	Comunicación fuera de los canales no se considera buena, no autorizada.	Es considerada fuera de cualquier estructura, y en algunos casos se considera mala y hasta no autorizada.
¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal?	Rumores, chismes, conflictos laborales, información tergiversada, ineficiencia y por consecuencia mala reputación.	Las opiniones fueron todas dirigidas a consecuencias negativas similares.	En estas respuestas hubo un consenso y se entendió como todo lo negativo de la comunicación informal.
¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?	Es de vital importancia y se considera como base fundamental para que fluyan los procesos, el buen desarrollo de las actividades e indispensable. Se considera que muchas veces la comunicación es deficiente y de forma incorrecta en los departamentos.	Se desea mejorar la comunicación en el grupo de trabajo y que las instrucciones sean claras, concisas y de buen entender, pero también un departamento pide que solo la comunicación formal se tenga.	La comunicación es fundamental en los departamentos y se quiere mejorar, pero no siempre es lo mejor, también con la petición de solo comunicación formal, se puede interpretar que consideran que la comunicación informal es mala y afecta más de lo que se piensa.
¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?	La mayoría entrevistaría o confrontaría a los involucrados para evitar que se siga difundiendo y no afectar más a los involucrados.	La única discrepancia sería que se ignora si es de índole personal para una persona, esto implica un poco de desinterés por la situación de los colaboradores cualquier rumor o chisme puede afectar la situación laboral.	Es de suma importancia que se aclaren los malos entendidos en los grupos de trabajo, el confrontarlo de manera profesional hará que estas situaciones no lleguen a mayor situación, y es importante tratar todos los rumores y chismes, lo más importante es mantener el buen ambiente laboral en el grupo de trabajo.
¿Si consideras que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?	La situación la manejaría investigando a fondo la situación y confrontando a las personas para evitar más problemas, es muy importante la retroalimentación, incluso realizar llamadas de atención dependiendo lo grave de la situación, incluso el despido.	La discrepancia sería que no trata de involucrarse en las situaciones.	Es importante estar atento a todos los rumores o chismes que puedan afectar la situación laboral y también a la mala información entre los compañeros de trabajo, para asegurarse de que los procedimientos sean implementados correctamente.

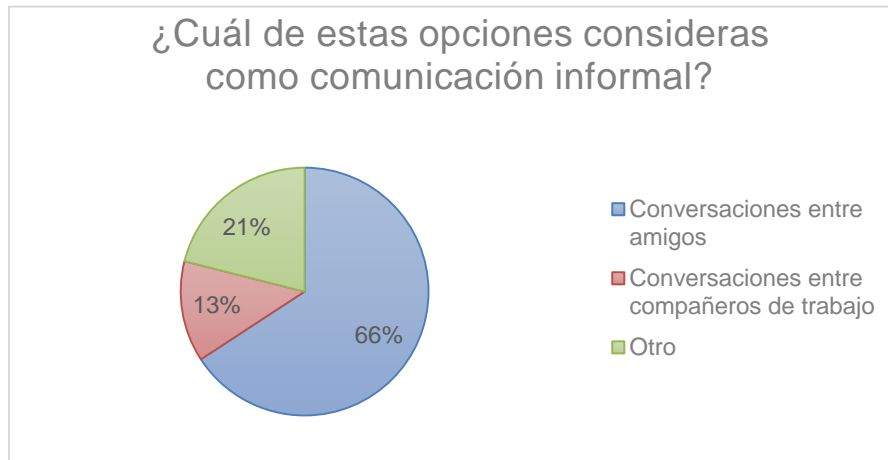
<p><b>¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?</b></p>	<p>Estando pendiente de lo que sucede en mi equipo, maneja una cultura de puertas abiertas, a escuchar y dar consejos.</p>	<p>Algunos piensan más en el tipo laboral, no les gusta interesarse en la vida personal de sus colaboradores.</p>	<p>Un líder debe ser muy profesional, entender que está colaborando con personas que siempre tendrán situaciones personales que resolver, si es importante que se enfoquen en temas laborales, es importante también ayudar y atender problemas personales ya que estos inevitablemente afectaran las labores.</p>
<p><b>¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?</b></p>	<p>Tenemos que en todos los departamentos siempre existen reuniones, variara, pero pueden ser semanales o mensuales, capacitaciones, todo con el objetivo de tener a todo el grupo informado, promover valores e integración.</p>	<p>En este punto no hay diferencias todos utilizan el mismo método.</p>	<p>Es importante actividades para promover el compañerismo y la integración, más allá de los métodos convencionales, de reuniones.</p>
<p><b>¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?</b></p>	<p>Canales utilizados, WhatsApp, correo electrónico, celular, verbal.</p>	<p>Todos los canales utilizados son los mismos.</p>	<p>Todos los canales son buenos media vez sean utilizados de manera correcta.</p>
<p><b>¿Normalmente qué método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo</b></p>	<p>Reuniones individuales personales, y presentar los resultados, áreas de mejora, y dar un feedback completo.</p>	<p>El correo electrónico es utilizado para reforzar la información brindada, también reconocimiento grupal para un trabajo bien realizado.</p>	<p>Da retroalimentación personal, haciéndole ver al colaborador sus puntos fuertes y áreas de mejora y lo que desempeña bien, para evitar que todo sea negativo y evitar frustración en él.</p>
<p><b>¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas?</b></p>	<p>Sí, considera que les da la confianza a los colaboradores, brindando el apoyo es cualquier situación ya sea personal o laboral, se promueve la comunicación abierta.</p>	<p>Considera que sí, aunque la falta de comunicación efectiva ha hecho que se pierda la confianza.</p>	<p>Teniendo política de puertas abiertas, pero también involucrándose con los colaboradores, en sus actividades y situaciones, para que ellos vean que existe el interés.</p>

### 1.4.5 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

Se realizaron en total 38 encuestas en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A., arrojando los siguientes datos:

#### Pregunta número 1

**¿Cuál de estas opciones consideras como comunicación informal?**



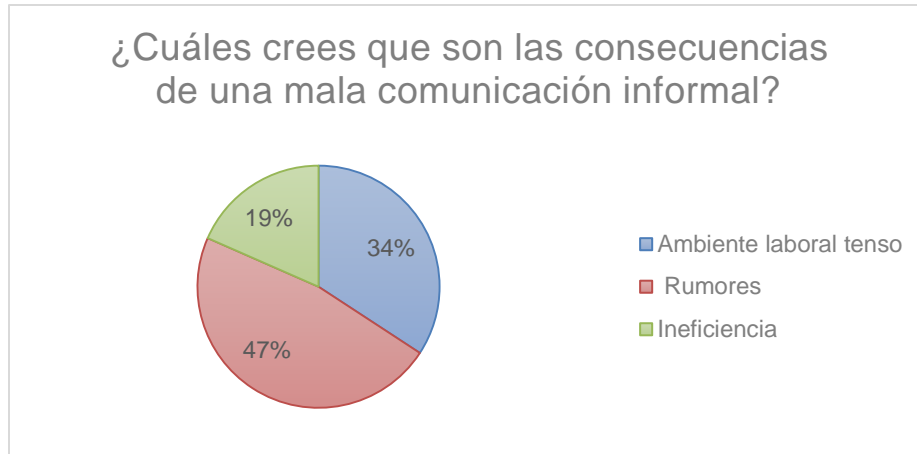
*Ilustración 3 Gráfica 1 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

El 66% de los encuestados consideraron que la comunicación informal se da entre amigos, el 21% consideró otras opciones como la comunicación electrónica, entendiéndose redes sociales, mensajes de textos y llamadas, comunicación apegada a los amigos, chismes y dependiendo de su contenido será una comunicación informal. Por último, el 13% consideró que este tipo de comunicación se da entre conversaciones entre compañeros de trabajo.

Estos resultados son un indicador importante sobre el criterio que el personal maneja acerca de la comunicación informal.

## Pregunta número 2

**¿Cuáles crees que son las consecuencias de una mala comunicación informal?**



*Ilustración 4 Gráfica 2 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

El 47% de los encuestados indicaron que los rumores es una de las mayores consecuencias que tiene una mala comunicación informal, seguido con un ambiente laboral tenso según el 34% y por último con un 19% la ineficiencia.

Esto nos da un claro panorama que el personal está consiente que cuando hay una mala comunicación siempre habrá consecuencias negativas que afecten el buen desempeño de las labores y las relaciones interpersonales.

### Pregunta número 3

#### ¿La comunicación informal la practicas en?

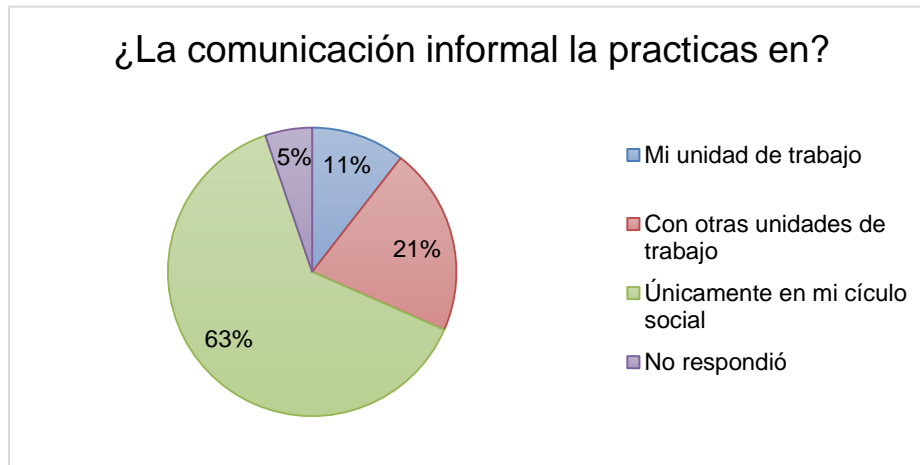


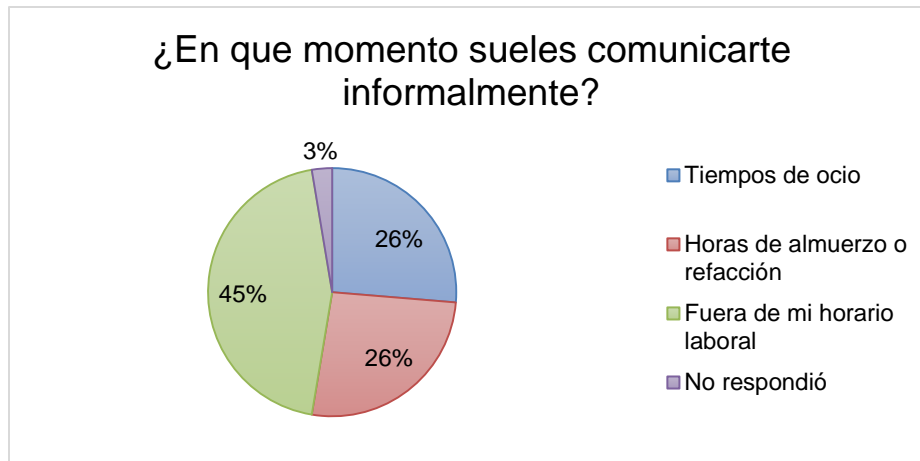
Ilustración 5 Gráfica 3 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018

El 63% de la población indica que este tipo de comunicación únicamente la practica con personas de su círculo social, el 21% indicó que con las personas de otras unidades fuera de su área de trabajo, el 11% mencionó que suelen comunicarse informalmente únicamente en su unidad de trabajo y, por último, un 5% no respondió a la pregunta.

Los resultados de esta pregunta nos muestran el desconocimiento que hay sobre los tipos de comunicación que practican diariamente.

## Pregunta número 4

¿En qué momento sueles comunicarte informalmente?



*Ilustración 6 Gráfica 4 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

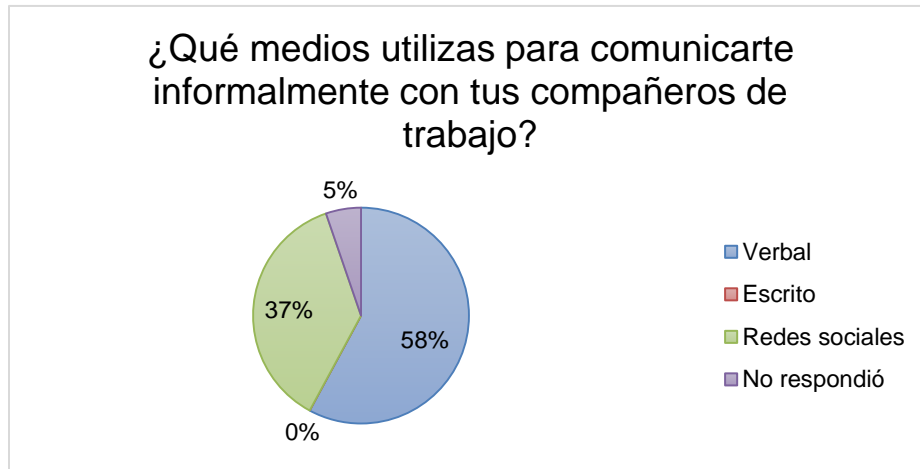
El 45% de los encuestados indicaron que este tipo de comunicación normalmente la practican fuera de horarios laborales, el 26% indica que normalmente se desarrolla en horarios de almuerzo, refacción y en tiempos de ocio y el 3% no respondió.

Estos resultados no brindan información clara sobre el proceso comunicativo informal durante horarios laborales, misma que forma parte de la necesidad del ser humano de compartir opiniones y experiencias.



## Pregunta número 5

**¿Qué medios utilizas para comunicarte informalmente con tus compañeros de trabajo?**



*Ilustración 7 Gráfica 5 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

Los datos indican que el 58% utilizan la comunicación verbal como el principal medio para comunicarse, el 37% utiliza redes sociales para compartir opiniones, pensamientos, ideas e información, y, por último, el 5% no respondió a la pregunta.

Claramente esta pregunta nos indica que predominan la comunicación verbal como una necesidad básica de emitir y recibir mensajes cualesquiera que fuese su contenido.

## Pregunta número 6

### ¿Qué entiendes por rumor o chisme?

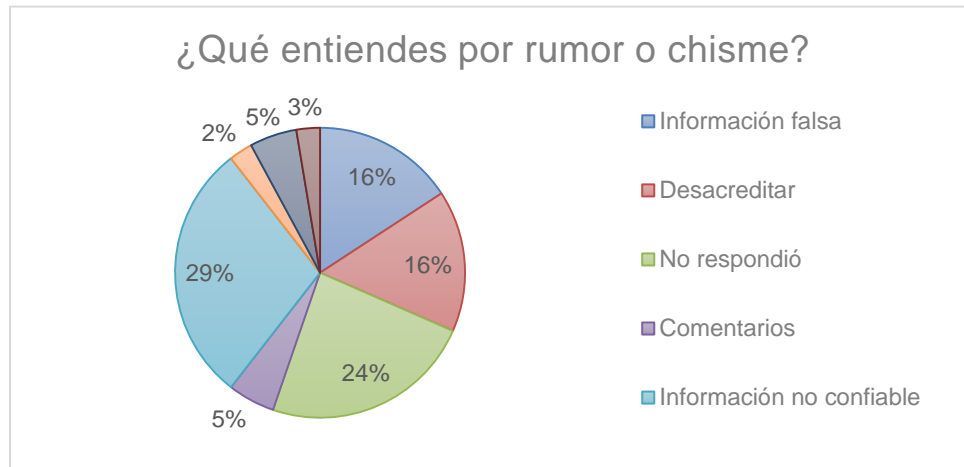


Ilustración 8 Gráfica 6 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018

La información recolectada muestra que el 29% entiende por rumor o chisme como información no confiable, el 16% lo considera como una forma de desacreditar, el 16% lo considera como información falsa, 5% lo entiende como comentarios, el 3% como filtrar información, el 2% lo interpreta como algo que crea incomodidad y duda, el 24% no respondió la pregunta.

Según los encuestados un rumor o chisme será información no confiable, falsa y con la intención de desacreditar a alguien, este sentir refleja que todo rumor para ellos siempre será algo que no es verdadero y con intenciones de dañar a alguien, esto implica que los rumores que están en el área de trabajo pueden ser siempre perjudiciales y sin información verdadera.

## Pregunta número 7

### ¿Consideras que las personas a tu alrededor hablan a tus espaldas?

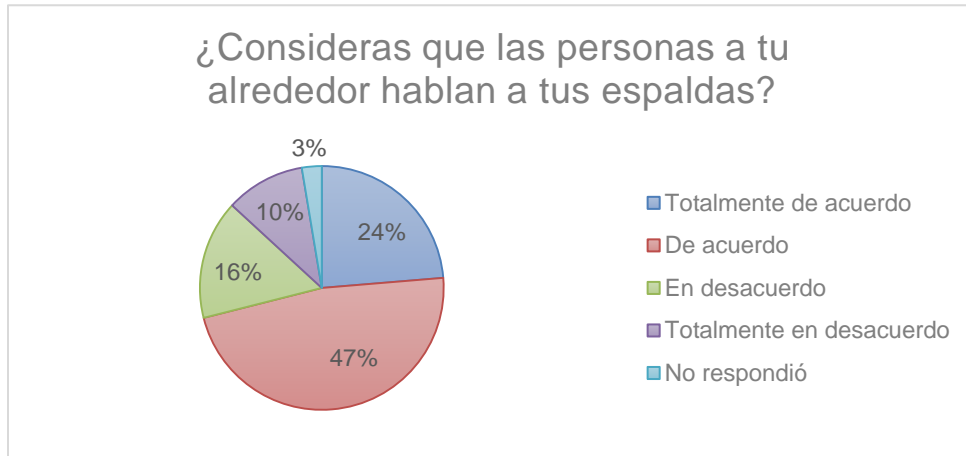


Ilustración 9 Gráfica 7 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018

Los datos indican que el 47% está de acuerdo con que las personas a su alrededor hablan a sus espaldas, el 24% está totalmente de acuerdo con que hablan a sus espaldas, 16% estuvieron en desacuerdo para ellos las personas no hablan a sus espaldas y el 10% está totalmente en desacuerdo que no hablan a sus espaldas, solo el 3% no respondió la pregunta.

Basándonos en la información el 71% de las personas consideran que hablan a sus espaldas esto nos indica que los rumores y chismes en el área que se desempeñan es alta y esto trae consecuencias en el ambiente laboral y en el desarrollo de las relaciones interpersonales.

## Pregunta número 8

¿De la siguiente frase “prefiero que hablen de mi al hablar de alguien más” cuanto consideras que se aplica a ti?

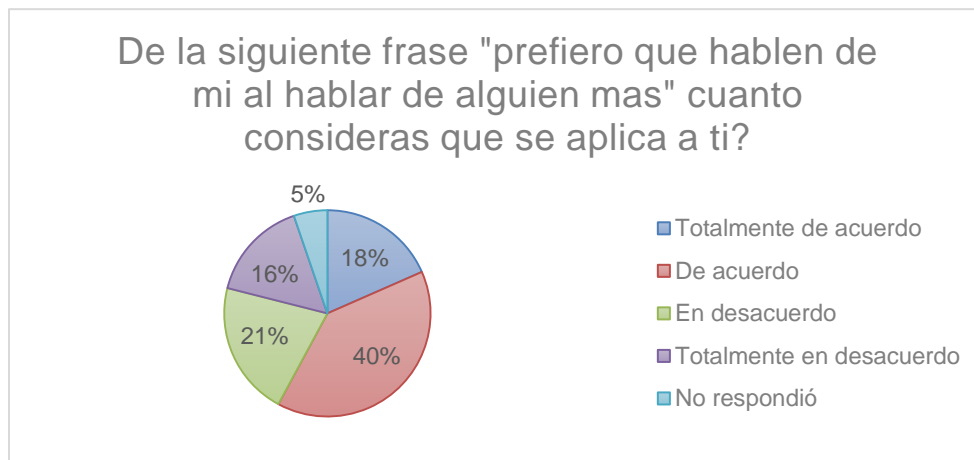


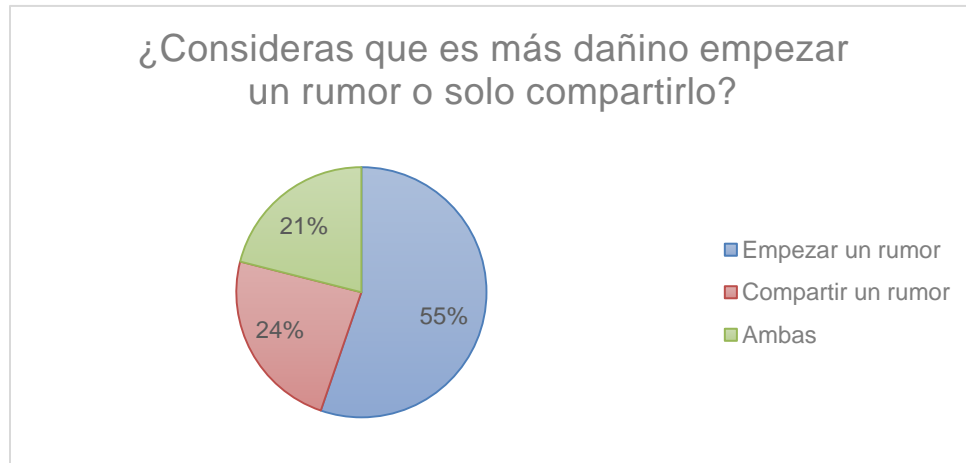
Ilustración 10 Gráfica 8 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018

Los resultados de esta pregunta muestran que el 40% de las personas están de acuerdo que prefieren que hablen de ellas en lugar de hablar de alguien más, el 18% está totalmente de acuerdo en que hablen de ellos en lugar de ellos hablar de los demás, en cuanto al 21% en desacuerdo que prefieren que hablen de ellos a hablar de alguien más al igual que el 16% totalmente en desacuerdo con esta afirmación, solo el 5% no respondió.

En esta pregunta podemos determinar que las personas tienden a evitar hablar de otras personas y están dispuestas aceptar que hablen de ellos, esta aceptación es un indicador de rumores presentes en el ambiente laboral y han aprendido aceptar la situación y manejarla según su criterio, por el contrario la otra parte no prefiere que hablen de ellos esto no necesariamente implica que ellos hablaran de los demás pero si hay una aceptación de los rumores y en dado momento es preferible no dejar que los rumores sean solo de ellos.

## Pregunta número 9

**¿Consideras que es más dañino empezar un rumor o solo compartirlo?**



*Ilustración 11 Gráfica 9 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

La información recabada muestra que el 55% considera que empezar un rumor es más dañino, el 24 % considera que compartirlo y el 21% que ambas son dañinas.

Por los resultados obtenidos se puede verificar que más de la mitad de los encuestados consideran que iniciar el rumor es más dañino, ya que iniciado suele esparcirse, en cambio si no se inicia no existiría la situación para compartirlo. Ahora bien, la percepción que tiene el otro porcentaje que cree que es más dañino compartirlo debido que normalmente suelen agregar información que distorsionará más la información, tomando en cuenta que mientras más se comparte más daño causa y, por último, la otra parte de los encuestados considera que ambas opciones, iniciarlo como compartirlo son igual de dañinos.

## Pregunta número 10

¿De la siguiente frase “Todas las personas comentan rumores sin intención de dañar a nadie” estás?

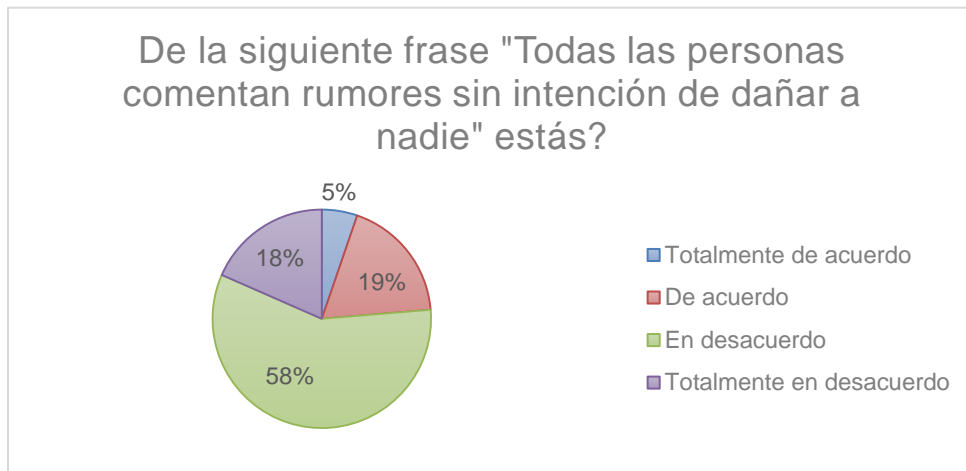


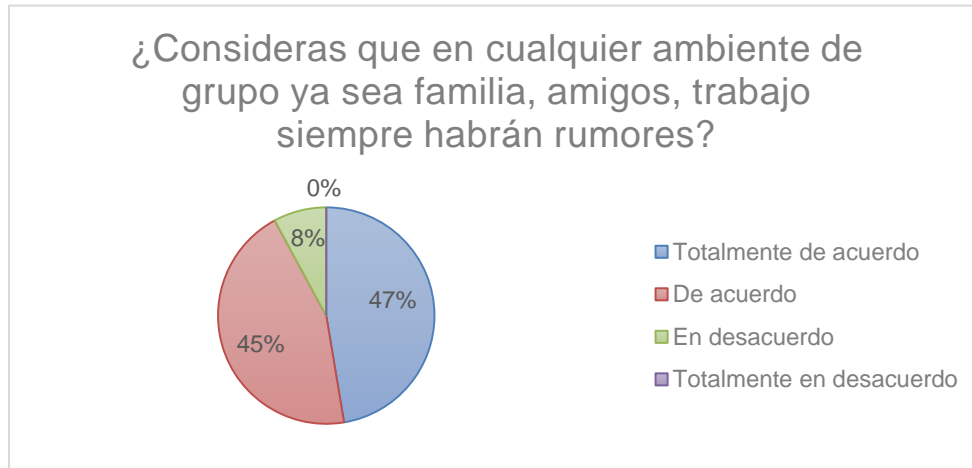
Ilustración 12 Gráfica 10 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018

Los datos indican que el 58 % está en desacuerdo con que los rumores son comentados sin intención de dañar a alguien al igual que el 18 % que está en total desacuerdo de esa frase, en cuanto al 19% está de acuerdo con que las personas comentan los rumores sin intención de dañar a nadie lo mismo para el 5 % que están totalmente de acuerdo.

Con los datos recabados podemos ver que la mayoría de las personas consideran que las personas comentan los rumores siempre con una intención de hacer daño o desacreditar a alguien, el rumor no es algo que se divulgue solo por costumbre si no con un sentido de hacer un daño, por otro lado la otra parte que es menor considera que el comentar rumores no tendrá el sentido de dañar solo pueden considerarlo como compartir información sin que necesariamente tenga que dañar a alguien, lo cual puede implicar que participan de los rumores sin considerar que causara algún problema.

## Pregunta número 11

**¿Consideras que en cualquier ambiente de grupo ya sea familia, amigos, trabajo siempre habrá rumores?**



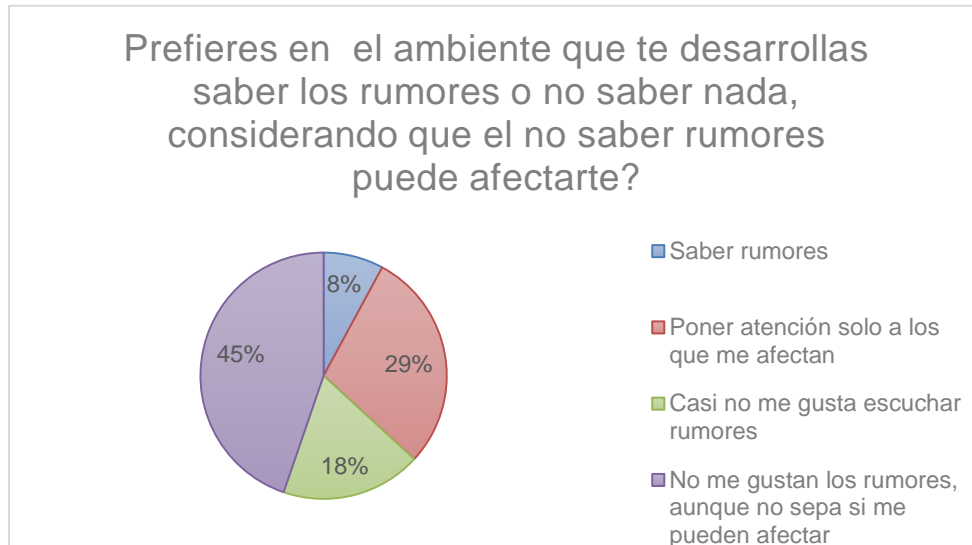
*Ilustración 13 Gráfica 11 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

Los datos recolectados muestran un 47 % de personas que indican estar totalmente de acuerdo en que siempre habrá rumores al igual que el 45 % está de acuerdo que siempre habrá rumores, solo el 8 % considera que no es de esa manera no siempre existirán rumores.

Estos resultados reflejan que la gran mayoría está consciente de que los rumores están presentes en todos los grupos en que las personas se relacionan, este resultado nos da una imagen de cómo se desarrolla la interacción entre las personas y la falta de confianza que hay entre los grupos, solo un porcentaje bajo considera que no siempre habrá rumores, puede deberse a diversos aspectos, confianza, mejor comunicación, o también un aspecto contrario como solo ignorar la situación.

## Pregunta número 12

**¿Prefieres en el ambiente que te desarrollas saber los rumores o no saber nada, considerando que el no saber rumores puede afectarte?**



*Ilustración 14 Gráfica 12 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

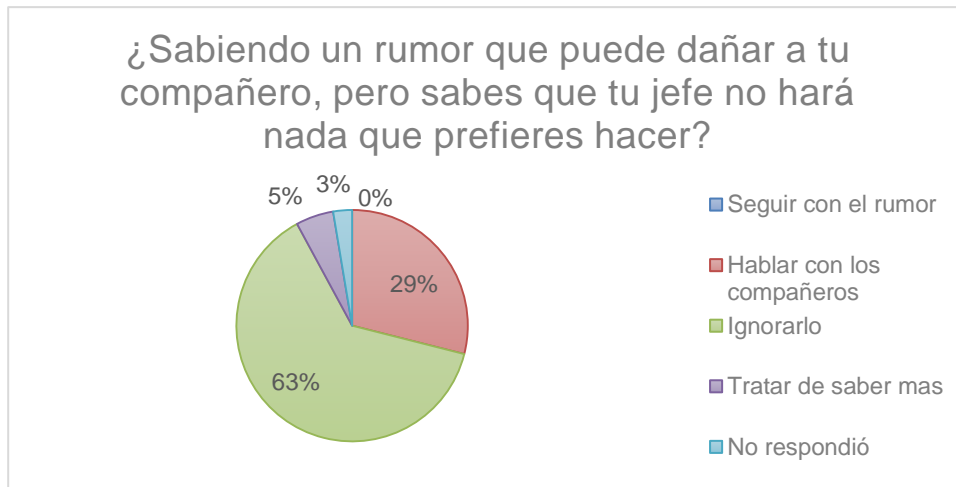
La información muestra que el 45 % de los encuestados no le gusta saber rumores, aunque consideren que los pueden afectar, por el contrario, el 29 % prefiere poner atención solo a los que les afectan, el otro 18 % casi no le gusta escuchar rumores, y únicamente el 8 % le gustaría saber los rumores.

Muchos indican que no le gusta saber los rumores aunque no importa si les van afectar, por el contrario otros prefieren ser más selectivos solo poner atención a los que les pueden afectar dejando los otros que podrían afectar a otras personas, otra cantidad casi no le gusta escuchar el casi implica que si lo hacen y si tiene un gusto por los rumores, una pequeña cantidad si indico que les gusta escuchar los rumores, puede ser diferentes razones desde estar pendientes de todo, saber lo que sucede a su alrededor, etc.



### Pregunta número 13

**¿Sabiendo un rumor que puede dañar a tu compañero, pero sabes que tu jefe no hará nada que prefieres hacer?**



*Ilustración 15 Gráfica 13 / Fuente Gissell Ibarra, febrero 2018*

La información recabada muestra un 63 % prefiere ignorar un rumor, aunque sepan que puede dañar a alguien, el 29 % hablaría con los compañeros, solo el 5 % trataría de saber más, y el 3 % seguiría con el rumor.

La mayoría decidiría ignorar el rumor pero lo principal de la pregunta es que puede dañar a un compañero y una gran parte solo decide ignorarlo, sabemos que es un rumor pero si hay un daño presente para esta parte de las personas solo lo dejaran y no harán nada, otra parte hablaría con los compañeros esto puede aumentar el rumor ya que no es que sea una acción para resolverlo, una mínima parte trataría de saber más que en el caso sería una posibilidad de querer ayudar o también una situación de solo curiosidad, solo una mínima parte admitió seguir con el rumor.

## 1.5 Radiografía de la institución

### 1.5.1 FODA

El FODA o también conocido como “DOFA” o por sus siglas en inglés “SWOT” “es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocio, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc.” (Gomez Escobar, 2018).

A continuación, se presenta el FODA del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

### 1.5.2 Fortalezas

Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Respaldo del gerente comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.</li><li>• Apoyo de las jefaturas que conforman los departamentos del área comercial, mismos que están en la disposición de una mejora en la comunicación de equipo de colaboradores.</li><li>• La empresa cuenta con área para realizar capacitaciones y actividades.</li><li>• Accesos a correo electrónico institucional y grupos de WhatsApp para divulgar la información requerida.</li><li>• Facilidad y acceso a la información necesaria para desarrollar las diferentes etapas del proyecto comunicacional.</li></ul>

### 1.5.3 Oportunidades

Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollar una estrategia para reducir los rumores dentro de los diferentes departamentos del área comercial.</li><li>• Fortalecer los vínculos entre compañeros para promover un ambiente laboral agradable.</li><li>• Crear oportunidades de convivencia entre el personal del área comercial con el objetivo de promover una relación de honestidad y confianza.</li><li>• Promover los valores de la institución para que la dinámica social entre empleados sea la más ética posible.</li></ul>

### 1.5.4 Debilidades

Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de interés de los jefes de las diferentes áreas en promover una mejor comunicación informal.</li><li>• Poca participación del personal de Grupo Campeón por evitar las consecuencias negativas de la comunicación informal.</li><li>• Carecer de tiempo para desarrollar los proyectos con los colaboradores del área.</li><li>• Falta de organización por parte de las áreas para cumplir con los procesos de mejora de la estrategia para la comunicación interna.</li><li>• Falta de presupuesto para implementar los proyectos necesarios.</li></ul>

### 1.5.5 Amenazas

Amenazas
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de seguimiento a la implementación del proyecto de comunicación interna.</li><li>• Falta de compromiso de los jefes de las diferentes áreas por verificar que el proceso se cumpla.</li><li>• Mala comunicación entre los departamentos para mejorar la situación actual.</li><li>• Pérdida de tiempo en las actividades en lugar de aprovechar la información.</li><li>• Falta del interés del trabajador por querer mejorar la comunicación y el ambiente en su entorno laboral.</li></ul>

## **CAPÍTULO II**

### **2. Plan de comunicación**

#### **“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL ÁREA COMERCIAL DE LA EMPRESA GRUPO CAMPEÓN S.A.”**

##### **2.1 Antecedentes institucionales**

En el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A., como parte de la estrategia para mantener motivado al personal, han realizado actividades con el objetivo de promover el trabajo en equipo, la importancia de la buena comunicación, fomentar los valores y pilares de la empresa, entre las acciones realizadas por jefaturas están:

- Talleres para promover el servicio al cliente interno y externo, en base a la lectura del libro “El Factor Fred” escrito por el conferencista motivacional Mark Sanborn.
- Mesas redondas “Maxwell” con el objetivo de promover el desarrollo personal de los colaboradores.
- Publicaciones en Redes Sociales y Correo Electrónico de cómo los empleados ponen en práctica los valores y pilares de la empresa, esto con el propósito de fortalecerlos.

Hasta la fecha no se ha realizado ningún proyecto comunicacional que vaya dirigido a el fortalecimiento del proceso comunicativo entre los colaboradores de dicha empresa.

## **2.2 Objetivos de comunicación**

### **2.2.1 Objetivo general**

- Mejorar la comunicación informal que se genera en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

### **2.2.2 Objetivos específicos**

- Promover la lealtad entre empleados hacia la empresa.
- Fortalecer el ambiente laboral dentro del área comercial de la empresa.
- Reducir los rumores y chismes que se generan a raíz de una mala comunicación informal entre los colaboradores.

## **2.3 Público objetivo**

### **2.3.1 Público interno**

Todos los colaboradores de los diferentes niveles jerárquicos que integran los departamentos de The Food Shop, FoodService, Retail y Mercadeo los cuales conforman el área comercial de la empresa.

## **2.4 Mensaje**

El concepto general de la campaña es “Comunicación de Campeones” teniendo como slogan “Se un campeón...” El cuál tiene como objetivo crear sentido de pertenencia, fidelización y lealtad hacia a la empresa por medio de la comunicación transparente y trabajo en equipo.

## 2.5 Estrategia y acciones

En el plan de comunicación interna se pretende implementar actividades como: carteleras informativas y boletines, así también se planea habilitar una herramienta oficial de mensajería instantánea (chat interno).

### 2.5.1 Chat interno

Se habilitará un chat de uso corporativo para los diferentes departamentos del área comercial, The Food Shop, FoodService, Retail y Mercadeo, esto con la idea de tener un canal de comunicación oficial establecido para los colaboradores, donde puedan comunicarse entre sí o bien con los jefes de forma rápida y directa. Esta herramienta será de gran ayuda incentivar un trabajo más productivo eficaz y eficiente. El mismo tendrá como lema “**Comunicación de Campeones**”.

El chat se instalará en cada una de las computadoras como una aplicación, la cual contará con un usuario (nombre o email del colaborador) y una contraseña para su ingreso (definida por el usuario que contenga la complejidad requerida). Esta herramienta estará disponible para todos los colaboradores del área comercial como un nuevo canal de comunicación, con esto se pretende también reducir el chat en dispositivos personales.

Se trabajará un manual y reglamento de uso con el objetivo de que el colaborador pueda sacar provecho a la herramienta, así también utilice el chat con responsabilidad rigiéndose por las normas de ética y confidencialidad correspondiente.



Ilustración 16 Ejemplo de Chat Imagen extraída de <http://www.mediomasivo.com/sistema-de-chat-corporativo-para-pagina-web>

## 2.5.2 Carteleras

Se instalarán cuatro carteleras en puntos estratégicos, esto con el objetivo de comunicar de manera rápida y con un atractivo visual, las noticias, promociones, actividades, recordatorios, anuncios e incluso mensajes motivacionales. Las carteleras llevarán el logotipo de Grupo Campeón como parte del mensaje “Sé un Campeón”.

- **Ubicación:** La primera se colocará en el comedor del área comercial, debido a que es un punto de reunión muy concurrido principalmente en horarios de almuerzo y refacción. La segunda se instalará en el comedor anexo o área de distracción como segundo punto de mayor afluencia, la tercera se pondrá en la oficina de bodega y área de cambiadores para los colaboradores que forman parte de esta área y la última se colocara en la oficina de conteo que está ubicada en el Showroom que es el área oficial para todo el personal que conforma esta área.
- **Material:** El material a utilizar en las carteleras será mitad de corcho para poder colocar fácilmente los avisos y anuncios que se desean comunicar y la otra mitad de fórmica blanca para que se puedan agregar mensajes motivacionales o simplemente un aviso o notificación.
- **Medidas:** Las medidas de las carteleras serán comedor del área comercial de 1.20 X 0.90 centímetros, comedor anexo 1.50 X 1.20 centímetros, oficina de bodega y cambiadores 0.85 X 1.00 centímetros, oficina de conteo Showroom 1.10 X 0.90 centímetros.
- **Responsable:** Los jefes de cada departamento que conforman el área comercial de la empresa, monitoreada por el departamento de Mercadeo con el fin de regular su uso.
- **Uso en la estrategia:** Las carteleras informativas se utilizarán como un canal de comunicación alternativa informal enfocado en dar a conocer información relevante y que concierne al área y la institución en general, la información se

deberá actualizar quincenalmente o bien cuando la importancia del mismo lo requiera.

- En cada sección, se deberá respetar la información a colocar, y tendrá que seguir el tema asignado.
  - El área de corcho, se utilizará como informativa, será asignada para noticias y todo anuncio oficial de los diferentes departamentos, como promociones, recordatorios, etc.
  - El área de pizarra, estará destinada como motivacional, será asignada para colocar mensajes inspiradores, felicitaciones, agradecimientos, entre otros.
- **Normativo de uso:** Las carteleras se utilizarán exclusivamente para comunicar información relacionada a la empresa y sus colaboradores.
    - Las jefaturas de cada área son las autorizadas para insertar y retirar escritos, documentos u otros materiales de las carteleras.
    - Se removerán avisos o materiales ubicados fuera de las carteleras.
    - Cualquier documento, imagen, ilustración, etc., que no sea referente a noticias de la empresa u obedezca al fin de la cartelera será removido en forma inmediata por las personas autorizadas para ello.
    - Todo uso indebido de las carteleras (a título de ejemplo: inserción, retiro, mutilación o alteración no autorizada de materiales; suplantación de nombres o sellos; daños físicos a las carteleras, etc.), se tomarán las medidas disciplinarias concernientes.



- **Áreas donde se solicitará su uso:** Los departamentos involucrados The Food Shop, FoodService, Retail y Mercadeo, las cuatro áreas que conforman el área comercial de la empresa tendrán a bien poder hacer uso de la misma.
- **Ciclo de renovación:** Las carteleras deberán ser sustituidas según sea necesario, el tiempo de vida dependerá del buen uso que los colaboradores le den.



*Ilustración 17 Ejemplo de cartelera informativa. Fuente Pinterest*

### 2.5.3 Boletín informativo

Se diseñará un boletín informativo digital que serán compartido a todos los colaboradores que conforma Grupo Campeón, se manejarán impresos únicamente para colocar en las carteleras y cuando el empleado lo requiera. El objetivo es comunicar buenas noticias como: logros, fechas importantes, ascensos, reconocimientos entre otras notas sobre los colaboradores del área comercial y la empresa. Con esto se busca promover sentido de pertenencia, que el empleado se sienta reconocido, feliz e identificado con la empresa dando como resultado fidelidad y lealtad hacia la compañía.

El boletín llevará el lema “**Comunicación de Campeones**”, esto como estrategia de posicionamiento del mensaje de la campaña “Comunicación de Campeones”. Con ello se pretende motivar la participación de las actividades y ser un canal de comunicación y reconocimiento para el empleado y la empresa.

- **Periodicidad:** El boletín se realizará de manera trimestral, para poder recabar la información necesaria que enriquecerá el mismo.
- **Directorio:** Gestión humana, Mercadeo y colaboradores que lo conforman.
- **Secciones:** Cumpleaños, reconocimientos, logros, historias de éxito, notas informativas y varias.
- **Redactores:** Gestión humana y Mercadeo.
- **Forma de distribución:** Digital vía correo electrónico.
- **Formato:** PDF
- **Lista de distribución:** Todos los colaboradores de Grupo Campeón S.A.

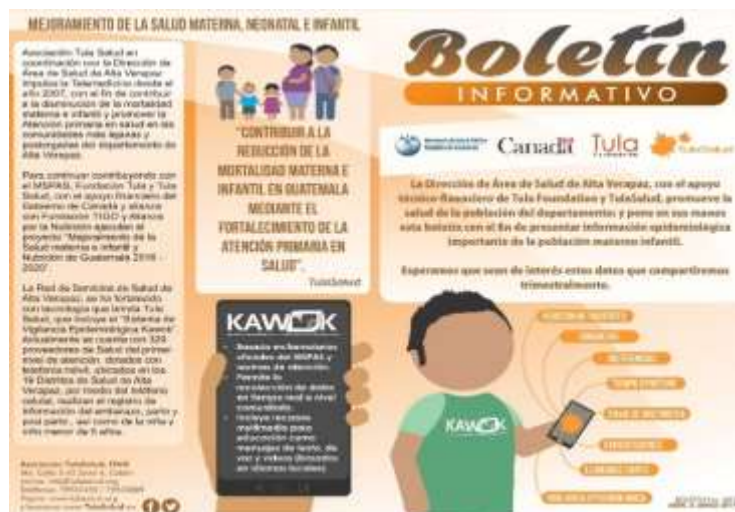


Ilustración 18 Ejemplo de Boletín Informativo / Fuente <http://www.kawok.net/home/kawok-public/boletin-informativo-abril>

## CAPÍTULO III

### 3. Informe de Ejecución

#### 3.1 Proyecto desarrollado

Plan de comunicación interna para el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

##### 3.1.1 Financiamiento

Financiamiento		
Descripción	Precio Total	Financiamiento
Servicio profesional técnico de IT	Q3,800.00	Grupo Campeón
carteleras de corcho y pizarra de 1 x 0.60 cm	Q3,800.00	Grupo Campeón
Servicio profesional de diseño gráfico para boletín durante 1 año	Q2,380.00	Grupo Campeón
Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q9,500.00	Epesista
<b>Total</b>	<b>Q19,480.00</b>	

Resumen	Monto
Epesista	Q9,500.00
Grupo Campeón	Q9,980.00
<b>Total financiado</b>	<b>Q19,480.00</b>

El desarrollo del plan comunicacional está respaldado por la empresa Grupo Campeón S.A. con el apoyo del departamento de mercadeo de dicha institución. La entidad responsable de financiar el servicio técnico de IT, la compra de las carteleras, espacio físico para la colocación de las mismas y el servicio profesional de diseño gráfico para el boletín fue la empresa Grupo Campeón S.A. El epesista diseñó, planificó e implementó dicho plan.

### 3.1.2 Presupuesto ejecutado

Presupuesto			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Servicio profesional técnico de IT	Q3,800.00	Q3,800.00
4	carteleras de corcho y pizarra de 1 x 0.60 cm	Q950.00	Q3,800.00
4	Servicio profesional de diseño gráfico para boletín durante 1 año	Q595.00	Q2,380.00
1	Servicio profesional de asesoría comunicacional	Q9,500.00	Q9,500.00
<b>Total del proyecto</b>			<b>Q19,480.00</b>

### 3.1.3 Beneficiarios

- Colaboradores que forman parte del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.
- Directivos, gerencias y jefaturas del área antes mencionada.

### 3.1.4 Recursos humanos

- **Jefatura de mercadeo:** Apoyó y participó activamente en las actividades que se planificaron para la implementación de las estrategias del plan. Fue la encargada de aprobar y supervisar cada una de las tácticas que se implementaron en el plan de comunicación interna.
- **Gestión humana:** Colaboró con la recopilación de información y participó en la comunicación promoviendo las estrategias implementadas.
- **Departamento de tecnología:** Verificó que el chat interno cumpliera con los requisitos de seguridad apoyando en la realización del reglamento y manual de uso de la herramienta.

### 3.1.5 Áreas geográficas de acción

Las tácticas que se plantearon como parte de la estrategia del plan de comunicación interna, se ejecutaron en los 4 departamentos que conforman el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A. ubicada en la 14 avenida 21-51 zona 11 Mariscal.

## 3.2 Estrategias y acciones

### 3.2.1 Chat interno

**Objetivo:** Desarrollar una herramienta oficial de mensajería instantánea para envío y recepción de mensajes en tiempo real buscando promover la comunicación rápida y eficaz entre colaboradores de los diferentes departamentos.

**Público objetivo:** Todos los colaboradores que conforman los diferentes departamentos del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A. y que cuentan con acceso a una computadora.

**Áreas geográficas de impacto:** Áreas de trabajo, cubículos y oficinas donde se encuentran instaladas las computadoras de los colaboradores que conforman del área comercial de la empresa.

**Presupuesto:** Q3,800.00

**Resultados:** Se instaló Skype Empresarial, dicha herramienta es utilizada como una alternativa a los canales tradicionales y está regulada por un reglamento de uso para su mejor aprovechamiento. La misma ha generado mayor fluidez al momento de contactarse entre a un colaborador y otro.

### 3.2.2 Carteleras

**Objetivo:** Implementar espacios informativos como un nuevo canal de comunicación que transmita información de manera rápida, sencilla y eficaz. A través de ellas se comunican mensajes positivos que promuevan los valores y pilares de la empresa.

**Público objetivo:** Todos los colaboradores que conforman los diferentes departamentos del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

**Áreas geográficas de impacto:** Cafeterías, áreas en común, bodega y oficina de conteo, dichas lugares conforman puntos estratégicos de gran afluencia.

**Presupuesto:** Q3,800.00

**Resultados:** Se ha tenido respuesta positiva de parte de los colaboradores que no cuentan con acceso a medios electrónicos donde normalmente transmiten la información.

### 3.2.3 Boletín informativo

**Objetivo:** Diseñar un medio digital atractivo de comunicación donde se compartan buenas noticias, capacitaciones, actividades, reconocimientos, entre otros. Por medio de los boletines se comparte información que usualmente no se da a conocer, promoviendo así el buen desempeño de labores y sentido de pertenencia hacia la empresa.

**Público objetivo:** Todos los colaboradores que conforman los diferentes departamentos del área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

**Áreas geográficas de impacto:** Oficinas comerciales zona 11.

**Presupuesto:** Q2,380.00

**Resultados:** Los colaboradores muestran interés por participar de las actividades, buscando desarrollar sus labores eficientemente para así llegar a ser ejemplo de éxito.

### 3.3 Cronograma de actividades

Actividad	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Chat interno - Skype Empresarial</b>												
Verificación de sistema operativo de las computadoras												
Instalación del programa												
Chequeo de funcionamiento												
Realización de reglamento y manual de uso												
Autorización del reglamento y manual de uso												
Comunicación oficial de la herramienta												
<b>Carteleras</b>												
Propuesta de ubicación												
Aprobación propuesta de ubicación												
Aprobación de fabricación												
Instalación												
Instrucciones de uso												
Comunicación oficial												
<b>Boletín informativo</b>												
Recopilación de información												
Aprobación de temas												
Diseño gráfico												
Diagramación												
Aprobación de diseño												
Distribución digital												

### 3.4 Control y seguimiento

Para verificar el funcionamiento de las acciones comunicacionales internas que se implementarán se realizarán los siguientes controles:

- **Carteleras:** Se creará un manual de uso el cual contendrán las normas que especificarán las condiciones para el uso de la cartelera, el mismo será comunicado a las jefaturas para su debida distribución a los colaboradores a su cargo.

Se monitoreará el debido uso de la cartelera cada tres meses para verificar su funcionalidad y aprovechamiento.

- **Boletín informativo:** La información será recabada por el área de gestión humana para poder garantizar que todo el contenido del boletín sea correcto, así mismo poder darle variedad, esto garantizará un control adecuado de la información.

En conjunto con el departamento de gestión humana se realizará un sondeo cada seis meses para confirmar que el boletín cumpla su objetivo.

- **Chat interno:** Para que todo el personal que tendrá acceso a esta útil herramienta tenga el conocimiento del correcto uso del mismo, se realizó un reglamento y manual de uso.

A través del departamento de tecnología, cada tres meses se pretende monitorear la frecuencia y uso adecuado que le dan los colaboradores al chat, buscando reforzar la importancia de la misma.



## Conclusiones

El presente plan de comunicación servirá como ejemplo para las instituciones que, entre las interacciones informales de sus colaboradores, puedan encontrar algunas problemáticas, así como, desconfianza, rumores, chismes y distorsión de la información. Las estrategias fueron desarrolladas en bases a un diagnóstico realizado por medio de métodos de observación, encuestas y entrevistas.

Los resultados de este estudio llevaron a las siguientes conclusiones:

- La gran desventaja en las interacciones informales para una empresa es que crean desconfianza y mal información en los colaboradores, esta imposibilita poder generar en el colaborador la suficiente confianza en la información recibida.
- Los colaboradores de acuerdo a la información recolectada reconocieron estar interesados en los rumores, esto como consecuencia de la falta de credibilidad de la información recibida por los canales formales.
- La falta de sentido de pertenencia se debe en parte a que el colaborador no está desarrollando sus actividades en un ambiente laboral agradable, y no genera una afinidad con la empresa si no hay un verdadero interés para las actividades cotidianas del empleado.

## Recomendaciones

Las presentes recomendaciones se presentan para poder mejorar la comunicación informal, así como, mejorar el ambiente laboral, minimizar rumores y crear un sentido de pertenencia en los colaboradores que forman parte de la empresa Grupo Campeón, S.A.

- Mantener un ambiente laboral agradable para los trabajadores, por medio de actividades que promuevan la confianza, comunicación abierta y el reconocimiento a los colaboradores de la organización.
- Fortalecer la buena comunicación informal entre los empleados de la institución a través de canales adecuados para ello.
- Fomentar de manera creativa y dinámica las buenas prácticas, pilares y valores institucionales.
- Dar a conocer logros, éxitos y metas alcanzadas de los colaboradores con el objetivo de promover sentido de pertenencia hacia la empresa.
- Dar un adecuado seguimiento a las tácticas implementadas como parte del plan de comunicación interna con el fin de mantener un ambiente de confianza entre los colaboradores de la empresa.
- Que sea asignado un presupuesto adecuado para los proyectos que tengan como objetivo el mejoramiento en la comunicación entre trabajadores.
- Que el presente plan de comunicación desarrollado en la empresa de Grupo Campeón, S.A. sirva como referencia para futuras investigación y creación de estrategias con el fin de mejorar la comunicación en las instituciones.

## Glosario de términos

### A

- **Ambiente:** Conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona, colectividad e influyen en su desarrollo o estado.
- **Amenaza:** Cosa o persona que constituye una posible causa de riesgo o perjuicio para alguien o algo.
- **Antecedente:** Cosa, hecho o circunstancia que es anterior a otra semejante o de su misma clase, a la que condiciona, influye o sirve de ejemplo.

### B

- **Boletín:** Publicación periódica sobre asuntos científicos, históricos o literarios publicada generalmente por una institución.

### C

- **Cartelera:** Armazón en la calle o en otros lugares públicos en la cual se fijan carteles o anuncios publicitarios.
- **Chat:** Comunicación en tiempo real que se realiza entre varios usuarios cuyas computadoras están conectadas a una red, generalmente Internet; los usuarios escriben mensajes en su teclado, y el texto aparece automáticamente y al instante en el monitor de todos los participantes.
- **Chisme:** Comentario o noticia no verificada que circula entre la gente, generalmente de carácter negativo.
- **Colaborador:** Persona que trabaja con otras en la realización de una tarea común.
- **Comunicación:** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

## D

- **Debilidad:** Falta de fuerza o energía moral.
- **Diagnóstico:** Examen de una cosa, de un hecho o de una situación para realizar un análisis o para buscar una solución a sus problemas o dificultades.
- **Discrepancia:** Falta de acuerdo entre dos o más personas o falta de aceptación de una situación, una decisión o una opinión.
- **Distorsión:** Alteración de las características, el significado o la forma de algo, en especial al interpretarlo para uno mismo o para los demás.

## E

- **Eficaz:** Que produce el efecto esperado, que va bien para determinada cosa.
- **Eficiente:** Que realiza o cumple un trabajo o función a la perfección.
- **Encuesta:** Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.
- **Entrevista:** Reunión de dos o más personas para tratar algún asunto, generalmente profesional o de negocios.
- **Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

## F

- **Feedback:** Capacidad de un emisor para recoger reacciones de los receptores y modificar su mensaje, de acuerdo con lo recogido.
- **Fortalezas:** Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo.

## H

- **Herramienta:** Conjunto de instrumentos que se utilizan para desempeñar un oficio o un trabajo determinado.

## I

- **Ineficiencia:** Incapacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Informal:** Que no está sujeto a reglas protocolarias, ceremoniales o solemnes, sino que es propio del trato entre amigos o familiares.
- **Institución:** Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.
- **Investigación:** Es considerada una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes.

## M

- **Mensaje:** Noticia o comunicación que una persona envía a otra o pone en su conocimiento.
- **Metodología:** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

## O

- **Observación:** Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.

## P

- **Percepción:** Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.

## R

- **Rumor:** Información no comprobada que la gente dice o cuenta.

## Bibliografía

Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.

Escobar Fernández, J. (2009). *La Comunicación Corporativa*. Caracas, Venezuela: El Cid Editor | Apuntes.

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Bellaterra

## E-grafía

Gomez Escobar, I. (11 de Febrero de 2018). *Emagister*. Obtenido de [https://www.emagister.com/uploads\\_courses/Comunidad\\_Emagister\\_66994\\_66994-1.pdf](https://www.emagister.com/uploads_courses/Comunidad_Emagister_66994_66994-1.pdf)

*ServiRestaurantes*. (24 de enero de 2018). Obtenido de <http://www.servirestaurantes.com/grupo-campeon>

## Anexos

Transcripción completa de las entrevistas

### **Entrevista a las jefaturas para diagnóstico de comunicación interna en el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.**

**Departamento:** Retail

**¿Qué entiende por comunicación informal?**

Toda aquella comunicación que es de boca en boca y que no lleva remitentes concisos

**¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal?**

Una mala comunicación informal genera rumores o chismes, malestar, malos entendidos, comunicación deficiente e información sin fundamento.

**¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?**

Considero que la comunicación es la base fundamental para el buen desempeño de las actividades y para mi departamento es de vital información llevar una misma línea de información. Creo que en mi unidad la comunicación formal es buena, aunque en ocasiones la redacción de la misma carece de formalidad ya que el mensaje no se da con claridad quedando pequeñas lagunas que permite una diferente interpretación.

**¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?**

El primer paso es entrevistar a los involucrados por separado para conocer a profundidad lo que está pasando y posterior a ello una reunión conciliadora para buscar la mejor solución al problema perpetuado.

**¿Si considera que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?**

Aplico el mismo procedimiento anterior para investigar a fondo el tema, dependiendo lo grave del rumor y el daño causado tomo medidas drásticas como darle de baja al personal.

**¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?**

Sí, con procedimientos conciliadores, estando pendiente de lo que le sucede a mi equipo de trabajo, me intereso en sus preocupaciones y además delego tareas importantes para incrementar la confianza en mi equipo.

**¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?**

Sí, mensualmente se realizan capacitaciones al personal enfocadas en el desarrollo del personal, en la importancia del fortalecimiento de la comunicación. Así también verificando metas y objetivos planteados.

**¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?**

WhatsApp, correo electrónico, material escrito como documentos impresos de apoyo después de establecido algún procedimiento a realizar.

**¿Normalmente que método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo**

Reuniones individuales, cara a cara con el objetivo de evaluar el desempeño, ver las áreas de mejora o bien reforzar algún tema en específico.

**¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas**

Sí, cuando existe un problema ya sea de índole personal o laboral le brindo abiertamente mi apoyo haciéndole saber que la familia es lo más importante soy bastante flexible con mi equipo con tema a situaciones que requieren de una atención inmediata, creo que esto promueve un ambiente de confianza ya que me intereso por el bienestar de mi equipo y sus familias.



**Departamento:** FoodService

**¿Qué entiende por comunicación informal?**

A todas las conversaciones que se generan a través de medios no formales como redes sociales, textos, llamadas telefónicas, entre otros.

**¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal?**

Conflictos laborales, chismes que conllevan a una mala reputación sin ningún fundamento.

**¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?**

La comunicación en mi departamento es muy importante para que fluyan los procesos y las ventas se generen efectivamente. Considero que en mi departamento fluye muy bien la comunicación, el mensaje enviado y recibido es captado efectivamente, creo que siempre hay áreas de mejora, pero en general considero que mi equipo se comunica abiertamente.

**¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?**

Investigar el tema para aclararlo citándola personalmente para conocer el punto de vista y evitar que salga más afectado, en pocas palabras confronto la situación.

**¿Si considera que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?**

Confrontar la situación para aclarar el tema, de ser necesario realizado llamadas de atención por escrito para evitar que sigan sucediendo situaciones como esa o bien si logro determinar que la persona ya tiene antecedentes por la misma situación, tomo medidas drásticas como despido.

**¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?**

Sí, me intereso en el personal, trato de involucrarme básicamente en lo laboral, realmente trato de no involucrarme en temas personales ya que considero que la vida privada de cada uno merece respeto y no se puede inmiscuir, ahora bien, dejo claro al personal que mi oficina está abierta si desean un consejo sea cual sea el tema.

**¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?**

Programo actividades de Kick Off que son actividades para arrancar proyectos y así el personal está completamente informado hacia dónde ir, adicional cada 6 meses realizo un evento llamado Boot Camp donde contrato motivadores para ayudar a mi equipo a reflexionar y promover así una autoevaluación, también programo actividades navideñas como convivios con el personal y capacitaciones al aire libre para que se sientan satisfechos de pertenecer el equipo de trabajo.

**¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?**

Correo electrónico, celular, llamadas, WhatsApp y reuniones presenciales semanales para tocar temas de interés para llevar a cabo el desarrollo de las diversas actividades programadas.

**¿Normalmente que método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo**

Reuniones personales cuando se trata de una llamada de atención, esto suelo hacerlo en privado y lo más discreto posible, en cambio si se trata de una felicitación o de reconocer el buen desempeño, lo realizo en reuniones grupales para hacerlo sentir a gusto poniéndolo como ejemplo a seguir.

**¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas?**

Sí, les hago saber verbalmente que cuenta con mi apoyo en cualquier situación que se les presente, adicional trato de indagar un poco para vayan tomando confianza y se abran, esto lo hace gracias a los varios años que tiene de conocer a su equipo ha logrado aprender de ellos hablando el mismo idioma, poniéndome en los zapatos de cada uno de ellos para buscar mejores soluciones y muy importante siendo yo el ejemplo a seguir.

**Departamento:** Mercadeo

**¿Qué entiende por comunicación informal?**

Es toda aquella que se genera fuera de los canales establecidos por la empresa para una correcta comunicación, considera que este tipo de comunicación nunca es buena.

**¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal**

Información tergiversada como el famoso “teléfono descompuesto” que el mensaje según se va transfiriendo se va tergiversando.

**¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?**

La buena comunicación en mi departamento es crucial y fundamental para el buen desarrollo de las actividades y cumplimiento de objetivos. Considera que su departamento cuenta con ambos tipos de comunicación (formal e informal), le gustaría que solo se maneje la formal.

**¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?**

Entrevistarlos y aclarar las dudas de manera pacífica para evitar que continúen los roces entre ambas personas.

**¿Si considera que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?**

Hablar con la persona afectada para determinar la situación, si el problema va más allá de un consenso, involucro a gestión humana para dar la retroalimentación respectiva tanto para el afectado como el causante.

**¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?**

Esperaría que sí, manejo una cultura de puertas abiertas para cualquiera de mis colaboradores se acerquen con toda confianza y me comuniquen cualquier tipo de situación que les afecte personal y laboralmente.

**¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?**

Sí, reuniones grupales mensuales con temas de motivación y desarrollo personal y profesional, también actividades informativas para que mi equipo de trabajo esté informado sobre los proyectos a realizar y cómo se están llevando a cabo.

**¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?**

Verbal y correo electrónico.

**¿Normalmente que método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo**

Correo electrónico para reforzar la información brindada y reuniones individuales para evaluar el desempeño y brindar el feedback correspondiente.

**¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas?**

Creo que sí, hablo con mi equipo de trabajo, me intereso por las cosas que hacen y promuevo la comunicación efectiva indicándoles que cualquier idea y opiniones serán bienvenidas.

## **Departamento: The Food Shop**

### **¿Qué entiende por comunicación informal?**

Es la comunicación contraria a la formal, es la que no tiene una estructura o base empresarial autorizada

### **¿Cuáles cree que son las consecuencias de una mala comunicación informal**

Falta de controles y seguimientos de procesos y cumplimiento de las estrategias, provoca ineficiencia y rumores.

### **¿Cómo cree que es la comunicación en su unidad de trabajo y qué tan importante es para usted?**

Considera que la comunicación es 100% importante e indispensable, sin embargo, en su departamento existe una comunicación deficiente ya que las instrucciones no son percibidas correctamente, por lo que considera que la misma tiene que reestructurarse y reforzarse.

### **¿Si un rumor empezó entre su grupo de colaboradores, que es lo que normalmente hace?**

Menciona que si el rumor o chisme es de índole personal lo ignora, ahora bien, si ve que es laboral trata de investigar la causa y el origen, recaba datos reales para no basar el rumor en supuestos y así poder darle una solución inmediata según el nivel o dimensión del problema.

### **¿Si consideras que un rumor puede dañar a una persona, cómo maneja la situación?**

Indica que suele regirse por los lineamientos empoderando al jefe inmediato para que tome las decisiones pertinentes y así darle solución al tema, menciona que trata de no involucrarse en ese tipo de temas.

### **¿Considera usted que transmite y promueve la confianza entre sus colaboradores? ¿Cómo?**

Considera que si, solo que en algunos casos es complicado, menciona que es según la personalidad de cada persona.

### **¿Realiza algún tipo de actividad para promover la honestidad, valores, trabajo en equipo u otras actividades de integración?**

Reuniones semanales basadas en los pilares de servicio.

### **¿Qué canal de comunicación utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo?**

Correo electrónico y verbal, canalizando toda la información a través del administrador o encargado de planificación.

**¿Normalmente que método utiliza para dar retroalimentación a su equipo de trabajo**

Estructura de cuadros, herramientas de control medibles para KPI de rentabilidad y así medir la eficiencia del personal.

**¿Considera usted que le da toda la confianza a su equipo de trabajo para que este le exprese ideas, opiniones y problemas?**

Considera que por falta de una comunicación efectiva la confianza se ha perdido y esto ha repercutido en el ambiente laboral que actualmente hay en el área de trabajo.

## Modelo de la encuesta



Encuesta para Diagnóstico Comunicacional en el área comercial de Grupo Campeón S.A.

**El siguiente cuestionario es totalmente confidencial.**

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y conteste cada una de ellas, marque con una X en las casillas requeridas, por favor hacerlo de manera honesta, clara y legible.

¿Cuál de estas opciones consideras como comunicación informal?

- Conversaciones entre amigos
- Conversaciones entre compañeros de trabajo
- Otro


¿Cuál?

¿Cuáles crees que son las consecuencias de una mala comunicación informal?

- Ambiente laboral tenso
- Rumores
- Ineficiencia
- Otro


Cuáles

¿La comunicación informal la practicas en?

- Mi unidad de trabajo
- Con otras unidades de trabajo
- Únicamente en mi círculo social


¿En qué momento sueles comunicarte informalmente?

- Tiempos de ocio
- Horas de almuerzo o refacción
- Fuera de mi horario laboral


¿Qué medios utilizas para comunicarte informalmente con tus compañeros de trabajo?

- Verbal
- Escrita
- Redes Sociales


¿Qué entiendes por rumor o chisme?

¿Consideras que las personas a tu alrededor hablan a tus espaldas?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo


¿De la siguiente frase "prefiero que hablen de mi al hablar de alguien más" cuanto consideras que se aplica a ti?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo


¿Consideras que es más dañino empezar un rumor o solo compartir el rumor?

- Empezar un rumor
- Compartir un rumor

¿Por qué? \_\_\_\_\_

¿De la siguiente frase "Todas las personas comentan rumores sin intención de dañar a nadie" estas?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Consideras que en cualquier ambiente de grupo ya sea familia, amigos, trabajo siempre habrá rumores?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Prefieres en el ambiente que te desarrollas saber los rumores o no saber nada, considerando que el no saber rumores puede afectarte?

- Saber rumores
- Poner atención solo a los que me afectan
- Casi no me gusta escuchar rumores
- No me gustan los rumores, aunque no sepa si me puede afectar

¿Sabiendo un rumor que puede dañar a tu compañero, pero sabes que tu jefe no hará nada que prefieres hacer?

- Seguir con el rumor
- Hablar con los compañeros
- Ignorarlo
- Tratar de saber mas

¿Tienes alguna sugerencia para mejorar el ambiente laboral donde te desarrollas?

\_\_\_\_\_

¿Tienes alguna idea para reducir los rumores o chismes que se generen dentro y fuera de tu unidad de trabajo? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Matriz o vaciado de las encuestas

A continuación, se presenta la tabulación de las encuestas realizadas al personal de los diversos departamentos que conforman el área comercial de la empresa Grupo Campeón S.A.

<b>¿Cuál de estas opciones consideras como comunicación informal?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Conversaciones entre amigos	25	66
Conversaciones entre compañeros de trabajo	5	13
Otro	8	21
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿Cuáles crees que son las consecuencias de una mala comunicación informal?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Ambiente laboral tenso	13	34
Rumores	18	47
Ineficiencia	7	18
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿En qué momento sueles comunicarte informalmente?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Tiempos de ocio	10	26
Horas de almuerzo o refacción	10	26
Fuera de mi horario laboral	17	45
No respondió	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿Qué medios utilizas para comunicarte informalmente con tus compañeros de trabajo?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Verbal	22	58
Escrito	0	0
Redes sociales	14	37
No respondió	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

¿Qué entiendes por rumor o chisme?		
Opción	Población	Porcentaje
Información falsa	6	16
Desacreditar	6	16
No respondió	9	24
Comentarios	2	5
Información no confiable	11	29
Algo que crea incomodidad y duda	1	3
Mala comunicación	2	5
Filtrar información	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

¿Consideras que las personas a tu alrededor hablan a tus espaldas?		
Opción	Población	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	9	24
De acuerdo	18	47
En desacuerdo	6	16
Totalmente en desacuerdo	4	11
No respondió	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

De la siguiente frase "prefiero que hablen de mi al hablar de alguien más" cuanto consideras que se aplica a ti?		
Opción	Población	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	18
De acuerdo	15	39
En desacuerdo	8	21
Totalmente en desacuerdo	6	16
No respondió	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

¿Consideras que es más dañino empezar un rumor o solo compartirlo?		
Opción	Población	Porcentaje
Empezar un rumor	21	55
Compartir un rumor	9	24
Ambas	8	21
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>De la siguiente frase "Todas las personas comentan rumores sin intención de dañar a nadie" estás?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	2	5
De acuerdo	7	18
En desacuerdo	22	58
Totalmente en desacuerdo	7	18
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿Consideras que en cualquier ambiente de grupo ya sea familia, amigos, trabajo siempre habrán rumores?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	18	47
De acuerdo	17	45
En desacuerdo	3	8
Totalmente en desacuerdo	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>Prefieres en el ambiente que te desarrollas saber los rumores o no saber nada, considerando que el no saber rumores puede afectarte?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Saber rumores	3	8
Poner atención solo a los que me afectan	11	29
Casi no me gusta escuchar rumores	7	18
No me gustan los rumores, aunque no sepa si me pueden afectar	17	45
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿Sabiendo un rumor que puede dañar a tu compañero, pero sabes que tu jefe no hará nada que prefieres hacer?</b>		
<b>Opción</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
Seguir con el rumor	0	0
Hablar con los compañeros	11	29
Ignorarlo	24	63
Tratar de saber mas	2	5
No respondió	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

<b>¿Tienes alguna sugerencia para mejorar el ambiente laboral donde te desarrollas?</b>	
Comunicación fluida	8
Cursos de comunicación en equipo	1
Comunicación asertiva, promover la honestidad	2
Confrontar a las personas	3
Mayor confianza y comunicación de parte de las jefaturas	5
Convivencias y comprensión	3
Valores	2
Creación un buzón de ideas para mejorar los departamentos	1

<b>¿Tienes alguna sugerencia para reducir los rumores o chismes que se generan dentro y fuera de tu unidad de trabajo?</b>	
Abstenerse a comentarios	2
Promover la ética y el profesionalismo	4
Promover la comunicación y la honestidad	5
Promover actividades entre equipos	1
Mejorar la comunicación entre jefes	1
Confrontar a las personas	4
Privacidad y respeto	4
Penalizaciones	1





## Cotización servicio técnico - chat



**SERVICIOS NETCOMP**

Dirección: 1 Av. "D" 22-55 zona 10 de México  
Tel: 2435-7377

FECHA: 09/04/2018

Atención: Gissell Ibarra  
Empresa: Grupo Campeón S.A.

### Cotización

Pedido	Cantidad	Descripción	Precio/Unitario	Total
		Servicio de instalación P2P (Mensajería Instantánea) para 40 computadoras.	Q95.00	Q3,800.00

Gran Total:

Total en letras: Tres mil ochocientos quetzales exactos.

### Aceptación

Nombre:	Fecha:
Firma:	Sello:

Condiciones del servicio: Los precios descritos con anterioridad ya incluyen IVA. La validez de la oferta es de 30 días calendario. Es necesario que todas las Opciones estén firmadas con sus iniciales en la casilla de Aceptación.

Cualquier situación no contemplada en esta oferta se cobrará adicionalmente.

ATT.

**Samuel Chajon**  
serviciosnetcomp@gmail.com  
TEL.: 42343983



## Fotografías

### Skype empresarial – Chat interno



Ilustración 19 – Captura de pantalla herramienta Skype Empresarial – Gissell Ibarra



Ilustración 20 – Colaboradores utilizando la herramienta Skype Empresarial. Fotografía Gissell Ibarra



Ilustración 21 – Colaboradores utilizando la herramienta Skype Empresarial. Fotografía Gissell Ibarra



Ilustración 22 – Colaboradores utilizando la herramienta Skype Empresarial. Fotografía Gissell Ibarra



## Carteleras



Ilustración 23 Cartelera área de cocina- comedor.  
Fotografía Gissell Ibarra



Ilustración 24 Cartelera oficina de conteo Showroom.  
Fotografía Gissell Ibarra



Ilustración 25 Cartelera área cambiadores Bodega.  
Fotografía Gissell Ibarra



Ilustración 26 Cartelera comedor anexo.  
Fotografía Gissell Ibarra

# COMUNICACIÓN DE CAMPEONES

Boletín Informativo



## Conoce nuestros factores para alcanzar el éxito

- Asegurar la Calidad y Manejo del producto a lo largo de la cadena de suministro, es uno de los factores que nos identifican como empresa.
- Continuamente innovar en los productos y servicios que ofrecemos.
- Cumplir con lo prometido.
- Ofrecer una experiencia agradable al todo nivel.
- Buscar la mejora continua que nos permite ser competitivos.

## FACTORES DE ÉXITO

02

Capacitaciones

03 - 04

Actividades Reconocimientos

05

Nuevos Ingresos

Ilustración 27 Diseño Portada Boletín Informativo Gissell Ibarra

## Actividades

### "PERTENENCIA"

#### Tour a Planta de Producción



Como parte de las actividades de **Frozen Meat Expert**, durante el mes de julio, el área de Producción nos abrió las puertas para hacer un pequeño recorrido por las instalaciones y así conocer las actividades y excelente labor que realizan para que tengamos productos de la más alta calidad.

Relecturamos a todos los colaboradores por su interés y participación en las diferentes actividades programadas.

#### Día de la Madre y del Padre



Tenemos muchos motivos para celebrar y en los meses de mayo y junio hicimos algunas celebraciones que queremos compartir con todo Grupo Campeón.

Relecturamos a las madres en su día, recordándoles con una acción de autoequilibrio y cariño de la piel y para los padres entregamos un regalo en cada una de nuestras sedes.

#### Bendición Instalaciones Sersal



Seguimos creciendo y nuestra operación en El Salvador también.

Finalizando nuestros preparativos siempre en manos de Dios, el día de julio se trasladó a la bendición de las instalaciones de Sersal en una sencilla y cálida ceremonia de nuestras compañeras y el sacerdote de la congregación de la Iglesia de Fátima.

03

Ilustración 29 Diseño Boletín Informativo - Gissell Ibarra

## Capacitaciones

### "CONOCIMIENTO"



#### Servicio al Cliente



#### Cultura de Servicio



Grupo Campeón, comprometido con sus Pilares de Servicio "Conocimiento", desarrolló la campaña "**Frozen Meat Expert**" con el objetivo de dar a conocer a los colaboradores la importancia que tiene el buen manejo de la carne congelada.

Entre las actividades programadas a realizarse durante la campaña, se impartieron capacitaciones sobre Calidad y Manejo de la Carne, así también la realización de carteleros donde se promovió el trabajo en equipo.

Nuestra calidad nos distingue y queremos que también nuestro servicio al cliente marque la diferencia, en especial para los colaboradores que asesoran a nuestros clientes sobre productos que pueden adquirir en The Food Shop.

El domingo 27 de mayo todo el equipo compartió una mañana de aprendizaje y convivencia para reforzar el tema de "Atención al Cliente".

"Comprender y aplicar nuestro valor SERVICIO va más allá de únicamente saber su significado. Para ello, desde febrero iniciamos con nuestro programa **Cultura de Servicio para Campeones**.

Estas capacitaciones constan de varios módulos que nos permitirán profundizar y poner en práctica nuestras habilidades y actitudes de servicio, buscando convertir lo ordinario en extraordinario, bajo el lema "Cliente es todo aquello, que no soy yo".

02

Ilustración 28 Diseño Boletín Informativo - Gissell Ibarra

## Reconocimientos

### "EFICIENCIA"

#### Nomina a tu Fred



Reforzando nuestro programa de **Cultura de Servicio**, tuvimos la oportunidad de reconocer y premiar con una **estrella doble al año** a colaboradores que se han distinguido por su participación en las acciones de servicio y también a quienes fueron nominados durante el mes de junio por tener "Actitud de Fred".

Por participación y aporte en el taller: **Delicia Alvarado, Estivalys Duarte, Deming Osares, Claudia Ramirez**. Por mayor cantidad de votos: **Lilian Liéni, Estuardo Fernández, Nilda Marroquín, César Buitrago**. Felicitados a los ganadores, contamos con su apoyo para continuar nuestra Cultura de Servicio.

#### Ganadores Reto Cartelero



Con el objetivo de promover el trabajo en equipo y fortalecer los conocimientos adquiridos en el curso de Calidad y Manejo de la Carne, se llevó a cabo el "Reto Cartelero" de **Frozen Meat Expert**.

Se premió a los ganadores con un **combo** y un **equipo Top Blade de Se-elli** al equipo **Top Blade** el cual está conformado por los líderes de **Servicio al Cliente y Producción**.

Gracias al apoyo por su dedicación, creatividad y compromiso, los invitamos a seguir con el mismo entusiasmo y colaboración durante el resto de actividades.

#### 5 Años de Campeones



Reconociendo la Pertenencia y Lealtad de nuestros Campeones, felicitamos a los siguientes colaboradores:

**Nilda Marroquín, Emanuel Buitrago, Juan Carlos Morales, William Carrero, Marlon Lora, Cesar Buitrago, Claudia Morales, Cristian Morales, Nilda Marroquín, Byron Sincal, Walter Rubio y Elmer Barrientos** por llegar a cinco años de labores en Grupo Campeón.

Gracias por el esfuerzo, entrega y el excelente trabajo desarrollado durante este tiempo, los invitamos a ser ejemplo de motivación para todos los colaboradores.

04

Ilustración 30 Diseño Boletín Informativo - Gissell Ibarra

# Nuevos Ingresos

BIENVENIDOS NUEVOS CAMPEONES



Aldo Quezada  
Tecnología



Leslie Miranda  
The Food Shop



Christian Piril  
FoodService



Alejandra Rojas  
GoGrill



Jonathan Serrano  
GoGrill



Andrea Jacinto  
Calidad



Jairo Ayala  
The Food Shop



Wilver González  
Admón. Z.II



Oscar Vanegas  
Producción VN



Marvin González  
Bodega The Food Shop



Karen Douze  
Admón. VN



Antonio Paredes  
Supply Chain



Ana Sandoval  
Créditos



Kestyn Marroquin  
Producción



Mónica de León  
The Food Shop



José López  
The Food Shop

05

Ilustración 31 Diseño Boletín Informativo – Gissell Ibarra

### Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Gissell María Rebeca Ibarra Espina  
**No. Carné y DPI:** 200517115 / 1837275762101  
**Jefe o Encargado (a):** Claudia de Guillén – Jefe de Mercadeo  
**Institución o Empresa:** Grupo Campeón 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: 15 / Al: 19	Mayo	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
2	Del: 21 / Al: 26	Mayo	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
3	Del: 28 / Al: 02	Mayo	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
4	Del: 04 / Al: 09	Junio	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
5	Del: 11 / Al: 16	Junio	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
6	Del: 18 / Al: 23	Junio	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
7	Del: 25 / Al: 29	Junio	7	7	7	7	7	0	35 hrs.
8	Del: 02 / Al: 07	Julio	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
9	Del: 09 / Al: 14	Julio	7	7	7	7	7	4	39 hrs.
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA ACUMULADAS</b>									<b>347 hrs.</b>

(f)   
**Claudia de Guillén**  
 Jefe de Mercadeo

(f)   
**Lic. Fernando Flores**  
 Supervisor EPSL

