

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA
SOPORTE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS S.A”**

ANA DEL CARMEN HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

“Licenciada en Ciencias de la Comunicación”

Guatemala, octubre 2,020



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



**“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA
SOPORTE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS S.A”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura EPSL

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ANA DEL CARMEN HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Previo a optar el título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

MA. Evelin Hernández

Guatemala, octubre 2,020

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisora

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Supervisor

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Supervisor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Supervisora

M.A. Evelin Hernández

Supervisora

Lcda. Krista María Ramírez

Supervisora

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

Lcdo. Mynor René Martínez y

M.A. Edgar Martínez García



Guatemala, octubre 16 de 2020

Estudiante Epesista de Licenciatura
Ana del Carmen Hernández Martínez
Carné no. 200517385
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Luego de evaluado su trabajo académico impreso y de manera virtual titulado: **“Diagnóstico y plan de comunicación interna en la empresa Soporte de servicios administrativos S.A”**. Y de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, se aprueba por Unanimidad por parte del Tribunal Examinador. Se autoriza el trabajo final en el Acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de 5 ejemplares impresos que deberá entregar a las instancias respectivas indicadas; así como 3 CD's con el documento incluido con el formato PDF los cuales deberá entregar a la Biblioteca Flavio Herrera, Biblioteca Central y a la Coordinación de EPSL de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Evelin Hernández
Supervisora

M.A. Evelyn Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Guatemala 21 de mayo del 2020
EPSL-C20-2020

Licenciada:
María Elizabeth Hernández Castillo
Jefe de Recursos Humanos
Soporte de Servicios Administrativos S.A
Ciudad Guatemala.

Distinguida Licenciada Hernández:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Ana del Carmen Hernández Martínez**, carné no. **200517385** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución. Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por *medios electrónicos y plataformas virtuales*. Por disposiciones superiores en la Universidad de San Carlos de Guatemala, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2020 de su institución, y que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con *medios electrónicos o plataformas virtuales*, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que ayude al proceso de comunicación Interna o Externa de su institución.
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional –EPSL. cuando las condiciones sanitarias lo permitan por la emergencia Sanitaria actual por el COVID-19.
- Que se autorice el informe final de resultados de dicha investigación.

Atentamente,



"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

Dr. José María Torres Carrera

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





Guatemala, 29 de mayo de 2020

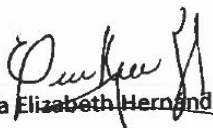
Dr. José María Torres
Coordinador EPS
Universidad de San Carlos de Guatemala
Ciudad de Guatemala

Estimado Doctor Torres:

Por este medio hacemos de su conocimiento que la estudiante **Ana del Carmen Hernández Martínez** de Licenciatura de **Ciencias de la Comunicación** ha sido aceptado para realizar sus Ejercicio de Prácticas Supervisada a partir de la presente fecha en la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A

Por lo que se extiende la presente para los usos que al interesado convenga,

Agradecida por su atención,


María Elizabeth Hernández Castillo
Jefe de Recursos Humanos



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido del presenta trabajo.

Dedicatoria

A Dios

Por ser siempre mi guía, mi fuerza y por permitirme llegar hasta este momento

A mi esposo e hijo

Por siempre darme ánimos para continuar con esta meta y enseñarme a nunca darme por vencida

A mi mamá

Por creer en mi incondicionalmente

A mi familia

Por su apoyo en todo momento

A mis amistades

En el camino se encuentra uno a muchas personas, pero pocas como ellos que te levantan y te animan

Índice

| | |
|--|-----|
| i. Introducción | I |
| ii. Antecedentes | II |
| iii. Justificación | III |
| Capítulo 1 | 1 |
| 1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN | 1 |
| 1.1. La Institución | 1 |
| 1.2 Perfil Institucional | 1 |
| 1.3 Ubicación Geográfica | 1 |
| 1.4 Integración y Alianza Estratégica | 1 |
| 1.5 Origen e Historia | 2 |
| 1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución | 3 |
| 1.7 Organigrama de la empresa (Departamento de Calidad, 2020) | 4 |
| 1.8 Misión | 5 |
| 1.9 Visión. | 5 |
| 1.10 Objetivos Institucionales | 5 |
| 1.11 Público Objetivo | 6 |
| 1.12 Diagnóstico | 6 |
| 1.13 Técnicas de recolección de datos | 7 |
| 1.13.1 Observación | 8 |
| 1.13.2 Tipos de Observación | 8 |
| 1.13.2 Lo observado en la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A | 8 |
| .13.2 Documentación | 11 |

| | |
|---|----|
| 1.13.4 Encuesta | 12 |
| 1.13.5 Interpretación de Resultados | 14 |
| 1.15 FODA | 18 |
| 1.16 Problemas detectados | 20 |
| 1.17 Planteamiento del problema | 21 |
| 1.18 Indicadores de éxito | 21 |
| 1.19 Proyecto a desarrollar | 21 |
| Capítulo 2 | 22 |
| 2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN | 22 |
| 2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación | 22 |
| 2.2 Objetivos de la estrategia | 23 |
| 2.2.1 Objetivo General | 23 |
| 2.2.2 Objetivo Específicos | 24 |
| 2.3 Misión del Plan | 24 |
| 2.4 Visión del Plan | 24 |
| 2.6 Alcances y límites de la estrategia | 27 |
| 2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación | 28 |
| 2.8.1 Propuesta 1 | 30 |
| 2.8.2 Propuesta 2: | 31 |
| 2.8.3 Propuesta 3: | 32 |
| 2.9 Financiamiento | 33 |
| 2.10 Presupuesto | 34 |
| 2.11 Beneficiarios | 35 |
| 2.12 Recursos Humanos | 35 |

| | |
|--|----|
| 2.13 Áreas Geográficas de Acción | 36 |
| 2.15 Cuadro comparativo de estrategias | 37 |
| Capítulo 3 | 40 |
| 3.INFORME DE LA EJECUCIÓN | 40 |
| 3.1 Ejecución #1 Protocolos de Higiene y Prevención para evitar el contagio y propagación de Covid-19 | 40 |
| 3.5 Ejecución #2 Actualización de la información en la página Web Intranet corporativa | 47 |
| 3.3 Ejecución #3 Creación de una línea de consulta para el colaborador | 50 |
| 3.4 Programación y Calendarización | 52 |
| 3.5 Conclusiones | 54 |
| 3.6 Recomendaciones | 55 |
| iv. Referencias Bibliográficas | 56 |
| v. Anexos | 58 |

i. Introducción

La comunicación es una parte fundamental para los colaboradores de una empresa, toda información es vital para cualquier lugar de trabajo, y debe encontrarse en todos los niveles, la información brindada debe llegar tanto de forma vertical por los jefes inmediatos y superiores como de forma horizontal con los compañeros y departamentos de la empresa.

Es por ello que en la empresa Soporte de Servicios S.A se realiza un diagnóstico para determinar los problemas de comunicación interna, verificar que canales se están utilizando para mantener una fluidez de comunicación efectiva hacia los colaboradores y dar a conocer ese sentido de pertenencia a la empresa.

Es por ello que en la primera fase de diagnóstico se dedicó al estudio de cómo era la comunicación antes de la crisis en el país, que medio se utilizaban anterior mente, llegar a conocer ¿Cómo se sienten los colaboradores?, para ello se tuvo que conocer a la empresa y a los colaboradores, para poder determinar esto se necesitó de una encuesta donde se pretende conocer como es el estado actual de las personas tanto en información como en la seguridad de que la empresa está haciendo algo por ellos.

La segunda fase del proyecto que es la creación del plan de comunicación, donde se crearán estrategias para poder atacar y erradicar los problemas que se traen, también los que surgieron a raíz de la situación que se está viviendo en el país por la crisis sanitaria por la pandemia Covid-19. Las propuestas fueron planteadas para mejorar la comunicación interna de la empresa, utilizando los recursos que la empresa nos proporciona, durante el tiempo de trabajo remoto *Home office* pero para ello debemos buscar como trasladar la información correcta y como ellos podrán obtener información de interés por medio de una línea de consulta que se creará, diferente información de importancia sobre el seguimiento de protocolos establecidos para detener la propagación y evitar el contagio del Covid-19.

La ejecución de la estrategia ayudará a que la comunicación sea más efectiva, ayudará también a mejorar el clima organizacional ya que ellos sentirán de cierto modo que están siendo tomados en cuenta y se sentirán que están adquiriendo ese sentido de pertenencia en la empresa.

ii. Antecedentes

Soporte de Servicios Administrativos S.A es un Centro de Servicios Compartidos (SSC) en América Central que provee servicios administrativos y de soporte cuenta con 2 áreas específicas: Administrativa y Operativa, dentro de la parte administrativa está el departamento de Recursos Humanos donde se tiene un área llamada Comunicación Organizacional encargados de brindar la información importante a todo el personal de la corporación.

A partir del 17 de marzo más de 50% de la parte administrativa comenzó a laborar por medio de Home Office, debido a la crisis que inició en el país por la Emergencia Sanitaria provocada por la Pandemia Covid-19, la mayoría cuenta con computadora portátil. Es por ello que se tomaron las medidas necesarias de seguridad y asignar el trabajo en casa a todos aquellos que cuenten con internet.

También se cuentan con varios canales de comunicación:

El correo electrónico es el primer canal que se ha utilizado para transmitir la información que es precisa e importante, como los comunicados organizacionales, cumpleaños, recordatorios de fechas importantes, promociones internas, convocatorias internas y felicidades por actividades especiales.

El segundo canal de comunicación es audiovisual, para ello se utilizan videos informativos, cada nivel del edificio cuenta con televisores para poder transmitir un video informativo donde se transmiten los resultados de los kpis (*key performance indicator*), que es un indicador clave o medidor de desempeño en el rendimiento de cada departamento.

El tercer canal de medios impresos, se utiliza solo para dar a conocer normas u horarios, estos se colocan en acrílicos y están en las paredes.

El cuarto canal de comunicación interna se da por medio de reuniones presenciales, en la que los jefes reúnen a sus equipos para poder dar a conocer los objetivos, las metas, los *kpis* establecidos para cada área.

Es por ello que, debido a la situación, estos canales que se utilizaban ya no se pueden seguir utilizando con todos los colaboradores y tuvieron que buscar alternativas y herramientas para trabajar desde los hogares de forma remota.

iii. Justificación

Soporte de Servicios Administrativos S.A es una empresa que se ha dedicado a brindar todo el apoyo a sus empresas clientes con diferentes actividades administrativas, dentro de ella está la parte de la comunicación organizacional. Esta tiene una parte muy importante en la empresa pues trata de mantener informados a los colaboradores de cualquier información o suceso que se presente, utilizando los medios al alcance de los colaboradores, como: correo electrónico, *whatsapp*, carteleras y televisores con videos informativos y Sopesa News (Periódico institucional). “En los intercambios comunicativos no solo ocurre un intercambio de información sino también un intercambio de significaciones” Shannon y Wever 1994.

Debido a la crisis que se está viviendo en el país actualmente por la pandemia Covid-19 se tuvo que realizar un plan de contingencia ya que la empresa no estaba preparada para una situación como esta, se abrieron todos los canales de comunicación para poder llegar a todos los colaboradores.

Todos los canales se han utilizado y ha dado un impacto positivo en los colaboradores, sin embargo, la crisis de la pandemia Covid-19 hizo que se buscaran alternativas para seguir comunicando. Lo primero que se hizo fue clasificar a los colaboradores que poseen computadora y correo electrónico institucional para continuar con los comunicados que se incrementaron en este tiempo.

La seguridad de todos los colaboradores es primero y como más del 50% trabaja de forma remota en casa, si la información se traslada únicamente a los jefes inmediatos es probable que no llegue en su totalidad a todos los colaboradores ya se por descuido o por falta de tiempo según comentan, para ello se están utilizando diferentes medios para comunicación por ejemplo teams, zoom o Skype, incluso whatsapp para pasar información de forma más precisa.

Cuando la información es muy importante y se quiere llegar a los colaboradores, se debe buscar alternativas para que la comunicación continúe de forma fluida y con una retroalimentación por parte de ellos, buscar cual es el medio que tienen ellos a la mano, buscar plataformas que ayudarán a que la comunicación sea más eficaz.

Capítulo 1

1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

1.1. La Institución

Soporte de Servicios Administrativos S.A

1.2 Perfil Institucional

Es un Centro de Servicios Compartidos (SSC) en América Central que provee servicios administrativos y de soporte, asegurando la mejora en los costos, la calidad de las operaciones, incrementando los controles internos, simplificando y estandarizando procesos.

El 15 de junio de 2006 operaciones con el objetivo de atender las necesidades administrativas de las empresas comerciales de la corporación, constituyéndose como la central de servicios, actualmente tiene presencia en Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua.

1.3 Ubicación Geográfica

Actualmente Soporte de Servicios Administrativos S.A tiene operaciones en Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua; en Guatemala la parte administrativa se encuentra ubicada en 18 calle 24-07 zona 10 Edificio Torre Katana, en los niveles 4to, 5to y 6to, la parte operativa se divide en Cadena de Suministros ubicada en Km 26.5 Calzada Asiote, zona 8 de Amatitlán y el Centro de Distribución que se ubica en 48 calle, Calzada Aguilar Batres, zona 12.

1.4 Integración y Alianza Estratégica

La empresa Soporte de Servicios Administrativos es una corporación de varias empresas que se dedicada a la comercialización de vehículos, motocicletas, repuestos, lubricantes, neumáticos y accesorios, el grupo corporativo también cuenta con empresas que apoyan a la realización de las ventas, créditos para los clientes y trámites de placas y documentos. Constituyéndose como la central de servicios.

Las empresas clientes son Divisa, Cadisa Fahonda, Indy Motos, Repuestos Total, Motorama, Crediopciones, Serco, Asec, Motolovers, TVS, Hipertiendas.

1. DIVISA (Distribuidora de Vehículos importados S.A),
Los Próceres, 15 ave 17-55, Cdad de Guatemala
2. CADISA (Central americana de distribución S.A) / TVS
7ª ave, 7-74 Cdad de Guatemala
3. FAHONDA (Agencia y Fábrica Honda)
Via 8, ruta 6, zona 4 Cdad de Guatemala
4. REPUESTOS TOTAL
7ª AVE 1-70 ZONA 9
5. INDY MOTOS
12 calle 5-57, zona 9 Montufar
6. MOTORAMA
Km 19.5 carretera al Pacífico, parque Empresarial Naciones Unidas,
7. CREDIOPCIONES
18 AVE 24-07 zona 10, edificio Torre Katana, 7mo nivel
8. ASEC/SERCO
Ruta 5 7 -56 zona 4
9. MOTOLOVERS
12 calle 7-38 Zona 9 Edificio ETISA, 3er. Nivel, oficina 4B
10. HIPERTIENDAS
Coatepeque, Nueva Concepción, Santa Lucía Cotzumalguapa y Guastatoya

1.5 Origen e Historia

El 15 de junio de 2006 operaciones con el objetivo de atender las necesidades administrativas de las empresas comerciales de la corporación, constituyéndonos como la central de servicios, actualmente tiene presencia en Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua. Inició con una oficina de contabilidad, pero al ver la necesidad de las empresas para atender más departamentos administrativos, fue como se originó la idea que cada una de las empresas

diera esa confianza y liberarse de los cargos, cada empresa del grupo fue uniéndose poco a poco a la empresa, actualmente se fue manejando de forma regional.

1.6 Departamentos o Dependencias de la Institución

Soporte de Servicios Administrativos cuenta con varios departamentos para poder atender a las solicitudes administrativas de la corporación, las cuales son: Recursos Humanos, Compras, Post Venta, Informática y Tecnología, Auditoría Interna y Seguridad, Operaciones, Gestión de Calidad y Riesgos, Finanzas que la componen (Contabilidad, Tesorería, Créditos y Cobros, Nóminas y el Área Legal, también se cuenta con la Cadena de Suministros.

| División de áreas por departamento | |
|---|--|
| Departamento | Áreas |
| Recursos Humanos | Desarrollo Organizacional, Reclutamiento y Selección, Capacitaciones, Comunicación |
| Compras | Internacionales, Locales, Mensajería y Mantenimiento |
| Post Venta | Planning, Data Maestra, Logística |
| Informática y Tecnología | Proyectos, Aplicaciones, Desarrollo |
| Auditoría y Seguridad | Auditoría, Seguridad y Seguridad de la información |
| OP, Calidad y Riesgos | Operaciones, Gestión de calidad y Riesgos |
| Finanzas | Contabilidad, Tesorería, Créditos y Cobros, Nóminas y Legal |
| Cadena de Suministros | Logística y Producción |

Fuente: Ana Hernández

1.7 Organigrama de la empresa (Departamento de Calidad, 2020)



Fuente: Sopesa S.A

1.8 Misión

Generamos valor a los accionistas y clientes con una sinergia de talento humano e innovación, proporcionando servicios de excelencia en la región centroamericana.

1.9 Visión.

Ser un Centro de Servicios de negocios de clase mundial con prestación de servicios en América Latina a mediano plazo.

1.10 Objetivos Institucionales

1. Contener la información macro de cómo se encuentra estructurado el sistema de gestión de la calidad de Soporte de Servicios Administrativos, S.A.
2. Mantener la certificación del Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en el año 2020.
3. Aumentar la satisfacción del cliente en un 75% durante el año 2020.

Objetivos del departamento de comunicación

| Objetivos Estratégicos 2020 | |
|--|----------|
| Objetivo | Fecha |
| Cumplir con el 100% el plan de Comunicación Organizacional, enviando los comunicados de acuerdo a los tiempos establecidos según proceso al 31 de diciembre 2021 | 31.12.20 |
| Alcanzar un resultado de encuesta de satisfacción de 75 pts para diciembre 2021 | 30.07.20 |

Fuente: Sopesa S.A

1.11 Público Objetivo

La empresa actualmente cuenta con una población de 461 personas, que se desglosan de la siguiente manera, 103 de género femenino y 553 de género masculino, tiene 2 áreas la administrativa y la operativa, en el área operativa hay 208 y el área administrativa 253.

La parte administrativa (253) se ubica en torre Katana y su trabajo diario es atender a las necesidades de las empresas clientes, ellos actualmente trabajan desde una computadora o teléfono, más del 75% cuenta con laptop para desarrollar sus labores. Cuando inició la crisis por la pandemia Covid-19 se envió al personal a trabajar en modalidad teletrabajo, sin embargo, se dio la problemática con las personas que contaban con computadora de escritorio ya que no podían llevárselas a su casa.

A todos aquellos que no pudieron llevarse la computadora a casa se le atribuyeron otras actividades para que continuaran con sus actividades, a otros se les consiguió computadora portátil para laborar ya que era indispensable continuar con las labores. El equipo de informática y tecnología se dio en la tarea de instalar VPN en las laptops para poder trabajar de forma remota desde sus hogares, pero el requisito indispensable tener buena cobertura de internet en casa.

1.12 Diagnóstico

Los objetivos planteados para el cumplimiento de este estudio serán:

General

Analizar el proceso de comunicación interna en la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A y las medidas de contingencia tomadas por la emergencia sanitaria provocada por la pandemia Covid-19

Específicos

1. Identificar el medio de comunicación institucional al que tienen acceso los colaboradores para segmentar la información que se brindará según el medio.
2. Identificar las barreras de comunicación que se tienen a raíz de la pandemia
3. Determinar si los canales de comunicación utilizados actualmente son los correctos para trasladar la información ante la Emergencia Sanitaria provocada por la pandemia Covid-19

1.13 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos se refieren al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Para este informe la técnica utilizada fue el método descriptivo apoyado con una técnica mixta cualitativa y cuantitativa;

Método Descriptivo: (UVG, s.f.) Tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de estudio. Cuando tiene la finalidad de conseguir descripciones generales diremos que es de tipo nomotético, y cuando la finalidad es la descripción de objetos específicos diremos que es idiográfica. Los métodos descriptivos pueden ser cualitativos o cuantitativos.

Método Cuantitativo: (Question Pro, 2014) se llevó a cabo con entrevistas en un universo de 35 personas, mujeres y hombres comprendidos entre los 20 a 60 años de edad, más del 50% cuenta con título universitario. El otro 50% continúan sus estudios en la Universidad. Se realizó la encuesta con cinco preguntas a los colaboradores, se tomó en cuenta a todos

aquellos que llevan más de un año de antigüedad en la empresa y conocen la comunicación que se ha tenido, con estos datos se sacó una muestra de 31 personas.

1.13.1 Observación

La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que "Saber observar es saber seleccionar". Para la observación lo primero es plantear previamente nuestro objetivo y, en definitiva, haber seleccionado un objetivo claro de observación.

Es una manera de investigación en profundidad y ocupa por lo general un tiempo prolongado. La ventaja es que el investigador determina todo lo que observa y su objetividad es de una reflexión de lo observado, ya no es subjetivo su apreciación en la realidad que interviene. (Amador, 2013)

1.13.2 Tipos de Observación

Comúnmente, llamamos observación al acto de emplear la vista para obtener información a partir de un fenómeno de la realidad. Es una actividad común del ser humano de distintos mecanismos de visión.

Por otro lado, se llama observación también a uno de los primeros pasos de cualquier investigación que se rija por el método empírico-analítico, que es un modelo posible del método científico, muy empleado en las ciencias naturales y en las ciencias sociales. En ese sentido, la observación consiste en la recopilación directa de datos a partir de la naturaleza mediante trabajos de campo o trabajos de laboratorio.

1.13.2 Lo observado en la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A

La observación que se realizó fue de apoyo para poder determinar la comunicación de la empresa, ahí se obtuvo el hallazgo sobre las debilidades, fortalezas y áreas de oportunidad

de la comunicación que se tenía y la actual utilizada en el tiempo de la pandemia Covid-19. Se detallan a continuación los aspectos encontrados:

1. La jornada laboral es de lunes a viernes, tienen diferentes horarios que inician de 8:00 a 18:00 hrs. y de 9:00 a 19:00 hrs.
2. No se pueden realizar actividades muy temprano por los diferentes horarios del personal
3. El departamento de comunicaciones se ha visto interrumpido por la renuncia de la persona que estaba encargada
4. Hay movimiento constante del personal entre los departamentos y niveles de la empresa
5. Las instalaciones de la empresa son acordes a la labor realizada, tienen buena iluminación y espacio amplio, sin embargo, hay algunas áreas muy pobladas y con mucho papel que hacen una contaminación visual
6. El ambiente es muy caluroso por lo que se enciende el aire acondicionado y crea incomodidad a muchos
7. El clima organizacional se observó por departamentos y varía según la actividad que se esté realizando, se ve mucha interacción entre los compañeros y buen ambiente creado por ellos
8. La misión, visión y valores están en un lugar visible para todos, incluso para los clientes o visitas

9. Se observó la presentación de los colaboradores, portando la mayoría su uniforme de forma correcta
10. La imagen institucional está bien posicionada en diferentes lugares y muy visible a todos incluyendo visitas
11. Existen frases motivacionales en las paredes
12. La mayoría de los colaboradores portan su gafete de forma correcta, utilizan tarjeta de acceso a los elevadores y diferentes niveles
13. No existen carteleras, pero poseen televisores en cada cocineta para transmitir videos informativos de la empresa
14. La información que está pegada en las paredes utiliza acrílicos para cuidar el estado de la información
15. En cada nivel se tienen cocinetas con microondas, lavaplatos y dispensadores de agua para los colaboradores
16. Cada empleado posee un directorio para comunicarse con las demás extensiones y para comunicarse con las empresas clientes
17. No existe una página web donde los colaboradores puedan consultar
18. Se manejan redes sociales con perfiles de la empresa, como: Facebook e Instagram
19. La información no es fluida ni constante en las redes sociales
20. No existe un programa de sugerencias por parte del colaborador
21. No hay un programa de promociones internas

- a. Actitud pasiva: Al inicio de la pandemia se tenía la interrogante de la información porque no se sabía nada del virus y tampoco de las medidas tan drásticas que se empezaron a tomar en el país. Lo único fue tratar de dar a conocer al colaborador que la empresa estaba ahí presente, preocupada por la salud de cada uno.
- b. Actitud activa: La primera acción que se tomó al inicio de la pandemia fue empezar a enviar comunicados a todos los colaboradores indicando información relevante y precisa, se buscaron referencias en medios de comunicación para crear protocolos de seguridad e higiene.

.13.2 Documentación

Para la consulta y recolección de datos se consultaron algunas fuentes de información que ayudaron a conocer más sobre la empresa, así como a verificar la comunicación activa que se está llevando a cabo durante esta crisis, los documentos consultados fueron de forma electrónica

1. Información de la empresa extraída desde la plataforma institucional Intra
2. Inducciones institucionales
3. Archivos con información de empresas clientes
4. Informe ejecutivo Sopesa, reporte de resultados de clima organizacional 2019
5. Informe de Focus Group realizado en la empresa para planes de acción
6. Informe de evaluación de satisfacción por parte de los clientes

1.13.4 Encuesta

La encuesta de opinión pública, como se realiza habitualmente, "... representa una serie de entrevistas personales breves pero estandarizadas, en las cuales los entrevistadores formulan siempre las mismas preguntas y las respuestas de los entrevistados se limitan a unas pocas categorías" (Travers, 1971, p. 245). Sin embargo, se puede aplicar una encuesta con entrevistas libres, o no estructuradas, en las cuales se busca, después de la recolección de datos, las categorías de las respuestas para poder codificarlas.

Se aplicó una encuesta a una muestra de 31 personas al azar, sexo indistinto, diferentes edades y cualquier departamento de la empresa se realizaron 5 preguntas de opción múltiple, la encuesta se realizó por medio de la plataforma SurveyMonkey dando opción a descargar un enlace, el cual se envió por medio de correo electrónico y así puedan ingresar con facilidad dando click al link proporcionado. (Survey Monkey, 2020)

El instrumento me permitió recabar la información en cuanto a la percepción y experiencia de los colaboradores en cuanto a la comunicación brindada durante la crisis de la pandemia Covid-19.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la

$$\text{población: } n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la población

Z² = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%), nivel de confianza (determinado por el investigador)

p = Probabilidad de éxito o proporción esperada*, en este caso 5% = 0.05

q = Probabilidad en contra 1 – p (en este caso 1- 0.05 = 0.95)

E = Margen de error permitido (aquí 5%)

* Cuando no se conoce la probabilidad de éxito, se utiliza 0.5 (50%), la probabilidad de fracaso es 1-p

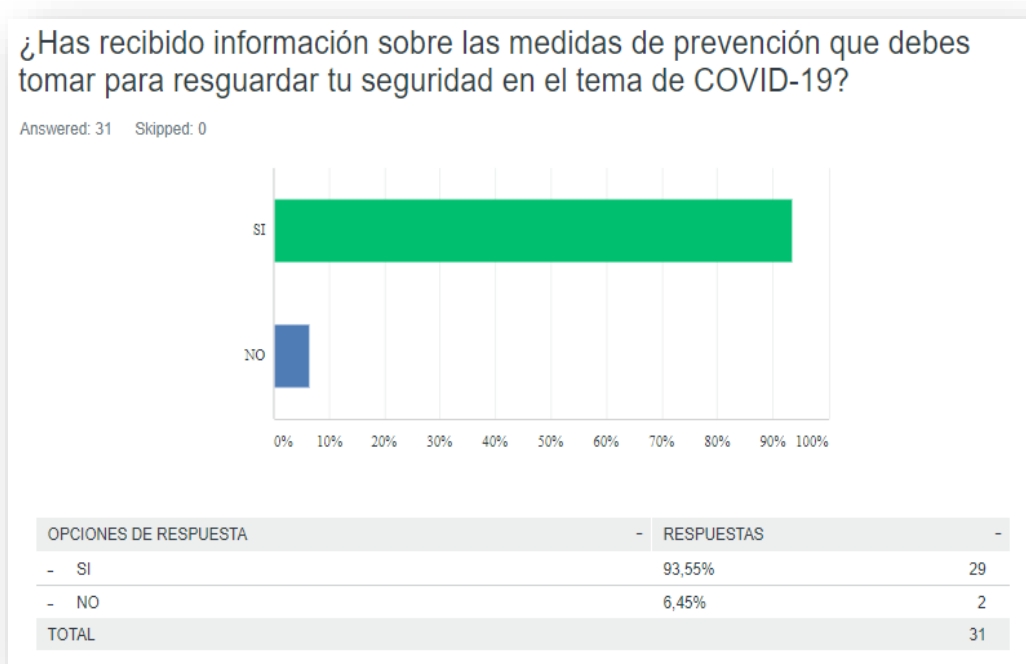
A continuación, se detallan las preguntas y los resultados obtenidos en la encuesta trasladada al personal administrativo de la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A.

La encuesta realizada a los colaboradores dio como resultado la siguiente información:

En el nivel 1 de la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A hay 47 personas, de las cuales solo 35 personas llevan más de un año en la empresa, a ellos se les paso la encuesta y según el universo tomado de colaboradores, la muestra da un resultado de 31 personas.

1.13.5 Interpretación de Resultados

Gráfica 1.

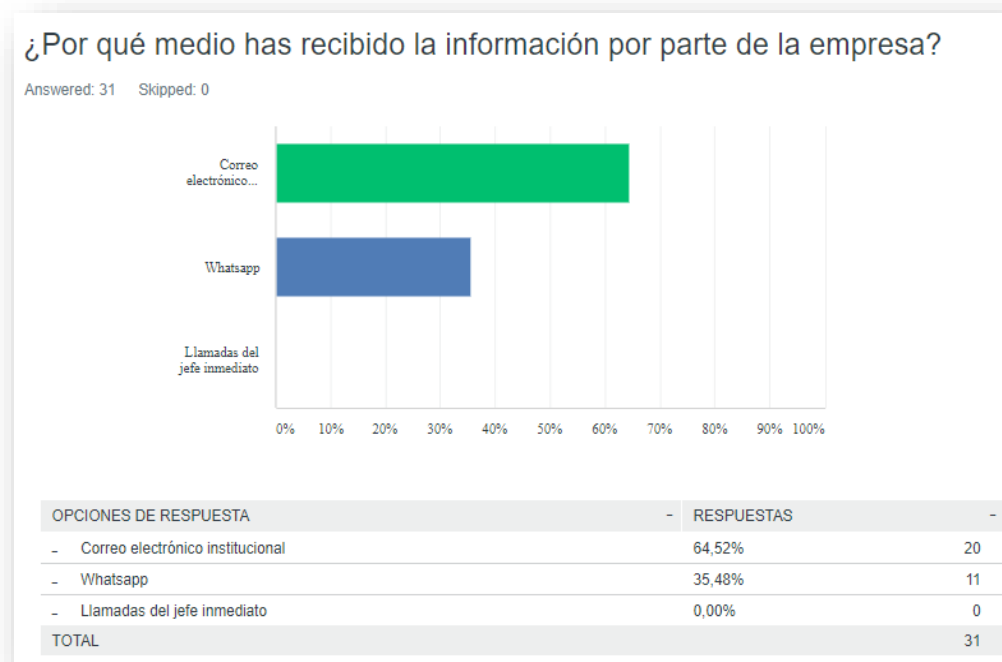


Fuente: Elaboración propia

La respuesta de la primera pregunta indica que 29 personas si está conscientes que ha recibido información sobre las medidas de prevención que debe tomar para la resguardar la seguridad y prevenir el tema de covid-19, sin embargo, hay 2 de 31 personas que indican que no la han recibido.

Esto indica que no todos reciben la información por el mismo medio y que existen ciertas barreras para que llegue a los colaboradores.

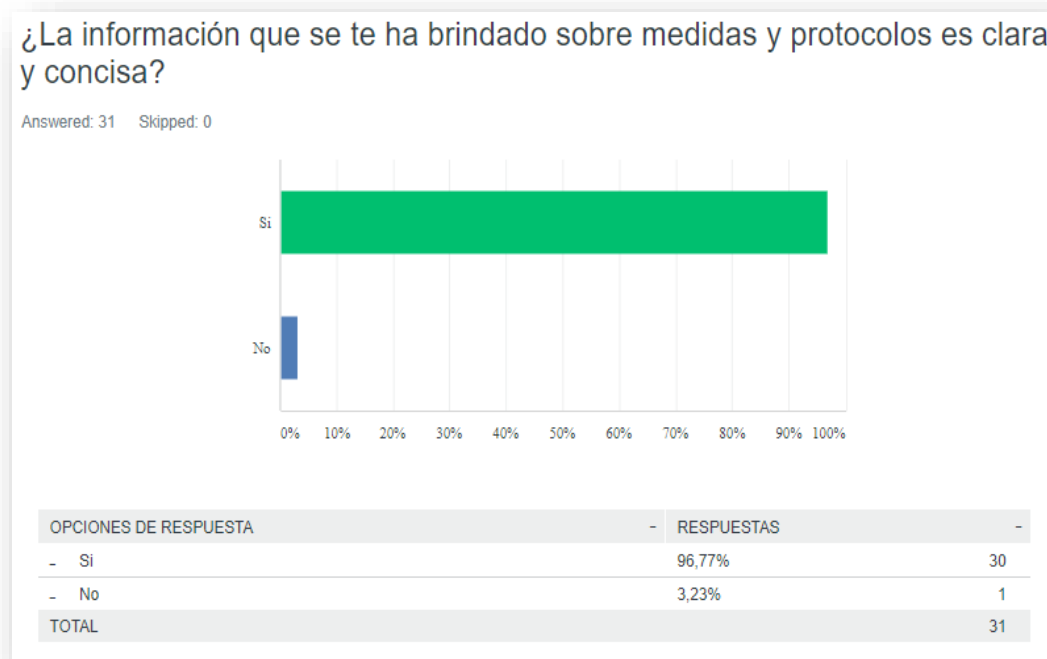
Gráfica 2.



Fuente: Elaboración Propia

La segunda pregunta hace la interrogante del medio por el cual han recibido la información de la pandemia por parte de la empresa, 20 personas contestaron que por correo electrónico y 11 por whatsapp, tomando en cuenta que se utilizan diferentes medios de comunicación para llegar a los colaboradores. No todos cuentan con correo electrónico por el tipo de puesto que tienen, para algunos es necesario y para otros no, pero se han buscado medios alternos para recibir la información

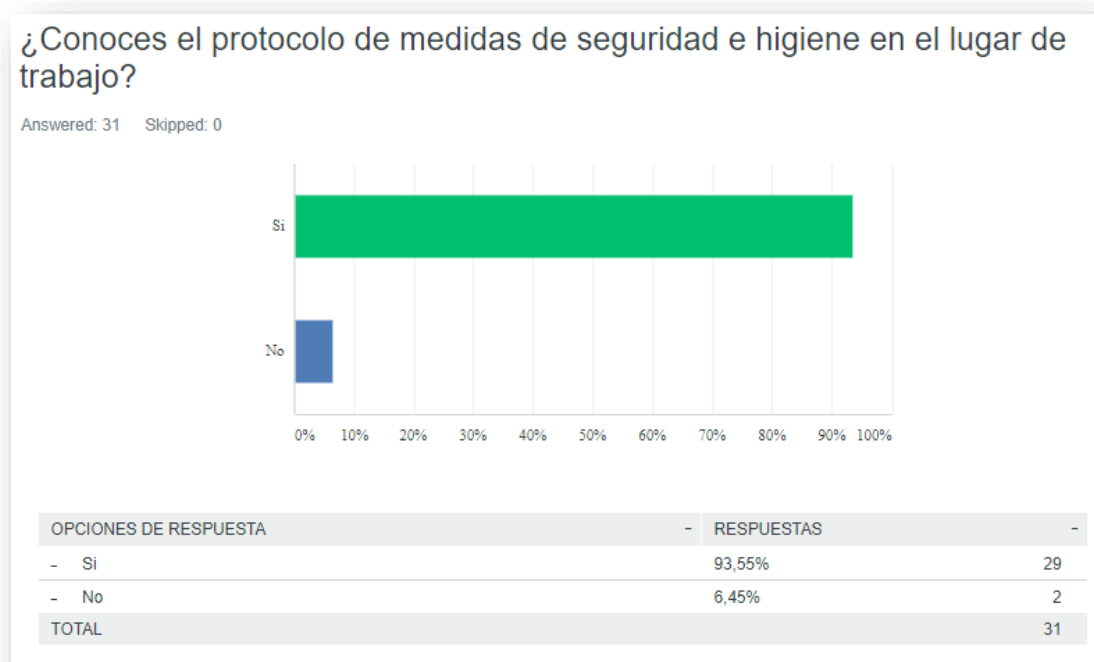
Gráfica 3.



Fuente: Elaboración Propia

La pregunta número 3 muestra los resultados de las personas que han comprendido la información y piensan que llega clara y concisa a ellos, únicamente 1 persona tiene la percepción de que no entiende la información brindada. Esto da a entender que, si es efectiva la información que se está brindando, se debe buscar información de interés e información atractiva para los colaboradores.

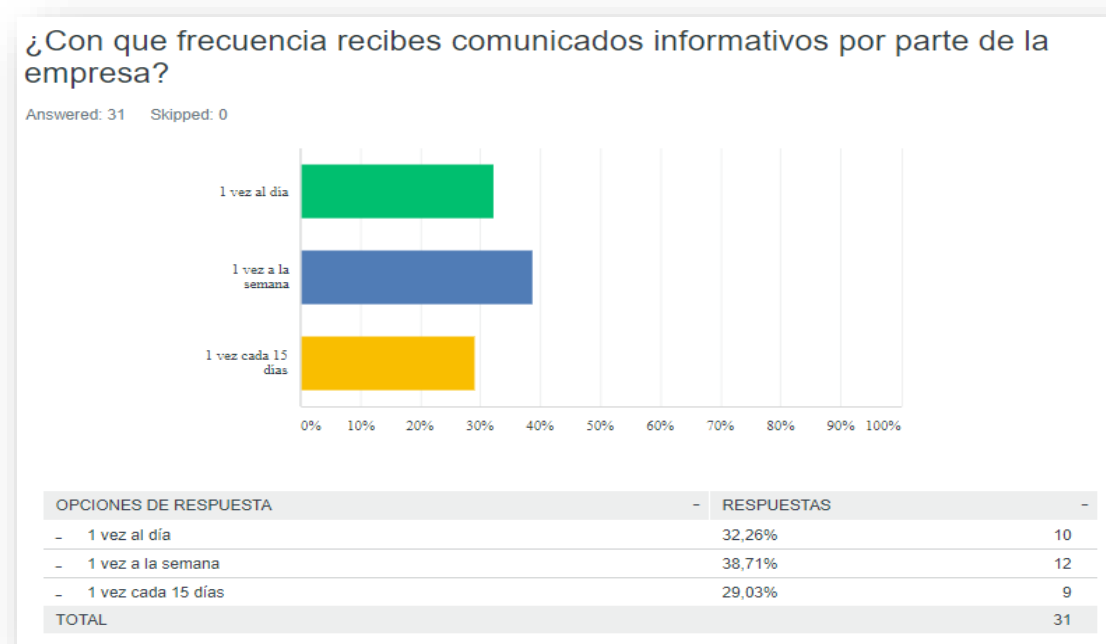
Gráfica 4.



Fuente: Elaboración Propia

El protocolo de medidas de seguridad fue compartido a los colaboradores para que tomen las medidas establecidas, 29 personas indicaron que, si conocen el protocolo, sin embargo, hay 2 personas que todavía no lo conocen. Esto puede indicar que están realizando trabajo remoto o que el canal de comunicación no fue la correcta. Buscar los medios por los cuales las personas estarán pendientes de la información que la empresa brinda.

Gráfica 5.



Fuente: Elaboración Propia

El objetivo de esta pregunta es conocer con qué frecuencia llega la información a los colaboradores, ya que se envían constantemente, pero se quiere conocer como lo reconocen los colaboradores 10 personas indican que 1 vez al día, 12 personas indican que la reciben 1 vez a la semana y 9 personas indican que 1 vez cada 15 días la reciben. No puede pasar mucho tiempo en recibir información, el envío debe ser programado durante períodos de tiempo establecidos.

1.15 FODA

FODA

Fortalezas (interno) +

- Personal capacitado en cada área para atender lo administrativo de cada empresa comercial
- Todos los departamentos en un mismo edificio donde se puede atender cualquier gestión
- Instalaciones nuevas, con ambientes amplio e iluminados para una mejor labor
- Punteo favorable en encuesta de clima laboral 2019
- Ambiente de trabajo agradable
- Equipo actualizado y acorde a las atribuciones de cada persona
- Correo electrónico institucional
- Descriptores y perfiles de puesto para cada colaborador
- Oportunidades de crecimiento
- La empresa cuenta con imagen corporativa

Debilidades (interno) +

- Poca comunicación entre superiores y subalternos
- Falta de estrategias comunicacionales
- Falta de conocimiento del reglamento de trabajo
- Rotación
- No se cuenta con página web actualizada
- No hay buena comunicación en las redes institucionales

Oportunidades (interno)-

- Comunicación con todos los clientes corporativos
- Información de cada empresa cliente
- Buena encuesta de satisfacción
- Buenos proveedores fidelizados y buenos precios

Amenazas (externa) -

- Emergencia sanitaria por pandemia Covid-19
- Colaboradores buscando otros empleos
- Mala gestión por la falta de comunicación
- Clientes molestos por los errores en las gestiones

Fuente: Ana Hernández

1.16 Problemas detectados

De acuerdo a los estudios y herramientas utilizadas para la detección de los problemas se realiza la técnica del árbol de problemas donde se identifica que la problemática está en no tener establecido un plan de comunicación y una persona capacitada para llevar a cabo las actividades de la empresa.

Se determina que el problema de la siguiente manera:

- a) Falta de comunicación de forma vertical
- b) Uso de herramientas para reuniones virtuales
- c) Que los colaboradores cuenten con correo electrónico u otro medio de comunicación
- d) No se posee un plan de emergencia
- e) Existe debilidad en los canales de información con el personal

Por ende, eso repercute en la mala información que poseen los colaboradores de acuerdo a la percepción que tienen:

- a) Canales de información de atención rápida para la información de la crisis covid-19
- b) Constante información de la empresa y su trabajo contra la propagación del virus covid-19
- c) Falta del personal para el área de comunicación
- d) Personal con conocimiento de manuales para llevar a cabo la gestión de la comunicación

1.17 Planteamiento del problema

1.18 Indicadores de éxito

La creación de una línea de consultas para el colaborador y que se sienta seguro con la información y rápida acción por parte de la empresa, una línea donde haya personal dispuesto a brindar la información requerida, movimiento a las redes sociales de la empresa porque ahí es donde se encuentra la población buscando al día las noticias más relevantes de la situación actual del país por la pandemia Covid-19.

La creación de una página web donde el cliente puede tener información de la empresa y conocer los productos y alianzas que se poseen. Las actividades de los colaboradores dentro de la empresa, los beneficios para cada uno como parte del grupo de la corporación.

Brindar capacitaciones al personal por medio de plataformas digitales a las cuales no requiera pagos o problemáticas a los colaboradores que los recibirán.

1.19 Proyecto a desarrollar

“Fortalecimiento de los medios de comunicación institucionales para concentrar la información de protocolos y medidas de seguridad para la prevención de la pandemia Covid-19”

Capítulo 2

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Un plan de comunicación no debe incluir únicamente el modo de comunicarse con el cliente final; sino que es muy importante trabajar también la comunicación interna. Entre los diferentes departamentos del negocio, para trabajar conjuntamente la estrategia, saber hacia qué dirección va el negocio y, juntos, conseguir y cumplir los objetivos que se proponen. (Nuño, 2019)

El plan de comunicación es una herramienta de trabajo compleja y costosa para la empresa que se enfrenta a él. Sin embargo, es necesario para acertar en la implantación de la estrategia de comunicación en la empresa, acertar en la asignación de recursos, diseño de presupuestos y, en definitiva, lograr los objetivos y metas propuestas.

Si los trabajadores están enterados de toda la información que necesitan saber el clima podrá mejorar porque se sentirán parte de la empresa, esto hará que sientan más confianza en lo que hacen. Se busca por medio de la comunicación interna que todos los departamentos de la empresa se sientan parte de y no sólo un trabajador más, ya que al conocer lo que hace y lo que piensa hacer la institución, se sentirán que forman parte de ella.

2.1 Descripción técnica del Plan Estratégico de Comunicación

Luego de la fase donde se diagnosticó sobre la comunicación en la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A, se encontraron varios hallazgos sobre los problemas de comunicación, donde no se cuenta con una efectividad de la información que se traslada.

El plan de comunicación será clave para poder fortalecer la información de la empresa con los colaboradores, en este plan se plasmarán las ideas para la estrategia comunicacional.

“La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión” (Manuales prácticos de la pyme, 2015)

El propósito de la estrategia será desarrollar las soluciones que permitan reactivar los canales y medios de comunicación que se utilizan actualmente, donde se promueva la participación de los colaboradores e interactúen con las herramientas que se le pone a su disposición.

La estrategia busca varios objetivos y entre ellos podemos mencionar:

- 1- Propiciar una comunicación efectiva entre autoridades y subalternos
- 2- Fortalecer las herramientas que la empresa tiene a su disposición para trasladar información importante, dar uso y mantenimiento de las mismas
- 3- Promover al uso de las herramientas que se están creando o actualizando para que la información sea efectiva
- 4- Crear un sentido de pertenencia en la empresa donde el clima laboral se vea favorecido a fin de año

2.2 Objetivos de la estrategia

2.2.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de comunicación interna por medio de una estrategia para mejorar y fortalecer la comunicación interna de la institucional

2.2 Objetivo Específicos

1. Optimizar la utilización de los canales establecidos para una buena comunicación que sirvan para transmitir la información específica para los colaboradores como la página web interna (intranet)
2. Actualizar los canales de comunicación para proveer información actualizada y relevante de la empresa
3. Establecer los protocolos de medidas de prevención y prevención de la propagación ante la crisis sanitaria provocada por Covid-19 y que los colaboradores los conozcan

2.3 Misión del Plan

Promover los canales de información interna con los colaboradores, para mantenerlos informados de todo lo que acontece durante la pandemia Covid-19.

2.4 Visión del Plan

Que los colaboradores se sientan seguros de la información porque son importantes para la empresa y se viva un clima organizacional agradable.

2.5 Elementos comunicacionales

La comunicación como proceso dinámico, que involucra distintos emisores y receptores, tanto en número como en características, es materia de este apartado.

Comunicación:

La palabra “comunicación” es definida por la Real Academia Española simplemente como “acción y efecto de comunicarse”. (RAE, s.f.) lo cual va a ser efectivo si se comunica de la manera adecuada, para que haya una buena comunicación debe haber también buena comunicación interna.

La comunicación interna:

Es un instrumento de primer orden para la gestión de cualquier organización se visualiza claramente a través de la relación transversal que Bartoli, (Bartoli) establece entre la dirección y la comunicación.

La comunicación interna es un aspecto fundamental para que una empresa funcione a la perfección. De hecho, las grandes compañías y organizaciones han sabido siempre que el primer público en el que hay que pensar para lograr metas es el equipo humano, quien es el recurso que va a sustentar el negocio.

Una buena comunicación en la empresa nunca debe ser sólo unidireccional, ya que se perdería uno de los beneficios más importantes del proceso: la respuesta y la interacción. Para ello tanto los alternos como los subalternos tienen que tener una interacción entre los dos.

Podríamos clasificar los tres tipos de comunicación interna en la empresa:

Comunicación descendente: Es aquella que se realiza desde arriba hacia abajo en la jerarquía. La comunicación descendente comunica: Metas, Tareas, Instructivos, Retroalimentación, corrige.

Algunos de sus beneficios son:

Transmitir información relacionada con el trabajo.

Instruir, orientar la realización de tareas a los subordinados y colaboradores.

Controlar y evaluar el desempeño.

Motivar el comportamiento deseado

Canalizar las políticas y metas.

Transmitir cultura organizacional, valores.

Mantener informados a los miembros de una organización.

Surge desde los directivos de la empresa y desciende a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Para ello la empresa está comprometida con brindar la información importante sobre metas, objetivos e información relevante.

Uno de los factores para mantener o mejorar la productividad de los empleados es mediante la motivación. Tener a los empleados contentos no pasa siempre por aumentar los salarios o los beneficios sociales; también puede pasar en ocasiones por aumentar su implicación dentro de la empresa siempre que sea posible.

Lo que más se utiliza en la empresa es:

1. Publicación institucional (Sopesa News)
2. Comunicados electrónicos
3. Reuniones informativas y de rendición

La empresa debe ser responsable de los empleados y debe de asegurarse de mantenerlos involucrados en la organización. Esto para conocer cuáles son sus inquietudes y opiniones acerca de la empresa y tratar de empatizar lo máximo posible con ellos. Una posible forma de averiguarlo puede ser programar reuniones periódicas para conocer de primera mano cuál es la marcha de la organización desde el punto de vista de los empleados.

Comunicación ascendente: Es aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en la jerarquía. Siendo por consecuencia un flujo de comunicación vertical.

Los beneficios de esta comunicación son:

Permite conocer el clima social de la organización.

Contribuye a estimular la creatividad de los trabajadores.

Favorece su enriquecimiento y desarrollo personal.

Hace que el trabajo y la dirección sean más cooperativos desapareciendo elementos de tensión y conflicto en las relaciones interpersonales.

Aumenta el compromiso con la organización.

Permite a los empleados plantear ideas y sugerencias, así como dar retroalimentación a la comunicación descendente. En Sopesa hay información ascendente y la podemos encontrar en:

1. Intranet.
2. Correo electrónico
3. Reuniones de equipo

2.6 Alcances y límites de la estrategia

La situación actual que vive el país en medio de la pandemia que vino a crear una vida atípica para todos, ya que todas las empresas se tuvieron que adaptar a las nuevas medidas y formas de trabajo.

Las consecuencias del coronavirus (Covid-19) no tienen precedentes y se sienten en todo el mundo. El mundo del trabajo se ve profundamente afectado por la pandemia mundial del virus. En Guatemala, desde el 2014, el Acuerdo Gubernativo número 229-2014, Reglamento de Salud y Seguridad Ocupacional, regula, en sus 569 artículos, aspectos tan específicos que van desde el color de los teclados de computadora que se pueden usar, hasta elementos más importantes, quizá, como la obligación de contar con Plan de Prevención o un Plan de Salud

y Seguridad Ocupacional, dependiendo de la cantidad de empleados. (Chevalier Asesores forma parte de TGB Consulting, 2020)

Dado a la emergencia sanitaria que se vive en el país por la pandemia Covid-19 se tuvieron que implementar otras acciones para continuar con la comunicación con los colaboradores de la empresa.

Entre las limitaciones que se encontraron están:

- a. No se corrobora que todos hayan leído la información brindada
- b. Algunos no poseen correo corporativo
- c. No hay una línea de consultas o concentración de información en algún sitio
- d. Dentro de los alcances que podemos tener están:
- e. Plataformas digitales donde todos podemos comunicarnos
- f. Teletrabajo asignado a la parte administrativa por el tipo de trabajo
- g. Internet como herramienta principal

2.7 Metodología para la aplicación de la estrategia de comunicación

Con base a lo investigado en el diagnóstico del Ejercicio Práctica Supervisada a distancia, la investigación es: La empresa Soporte de Servicios Administrativos desde que empezó la crisis de la pandemia Covid-19 todos los colaboradores se fueron a trabajar a sus casas. El trabajo es administrativo y todos posee computadora para trabajar en casa, hasta el momento continua de la misma manera, el presente proyecto se realizará con el objetivo de llegar a cada uno de los colaboradores de la empresa, utilizando las herramientas que se tienen. Existen plataformas que se pueden utilizar y se aprovechará de las mismas. Se realizó una investigación Deductiva, con un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo para poder

determinar cuál es el problema de comunicación que se tiene y cuáles deberían de ser las estrategias comunicacionales para mejorarla.

2.8 Actividades para la operatividad de la estrategia

2.8.1 Propuesta 1

“Protocolos de medidas de seguridad e higiene para evitar el contagio y propagación de Covid-19”

Crear un contenido de protocolos establecidos para dar a conocer a los colaboradores cuales son las medidas que se deben de tomar para la emergencia sanitaria ante el Covid. Estos deben ser enviados por medios audiovisuales de información que se están utilizando como el correo electrónico por medio de comunicados organizacionales.

Capacitaciones brindadas a los colaboradores de los nuevos protocolos y medidas de seguridad e higiene para que los conozcan y los pongan en práctica También se realizarán capacitaciones de las medidas a tomar en el caso de tener personal positivo, personal con riesgo de contagio o personal con síntomas

Productos digitales:

- a. Comunicados organizacionales: Comunicados institucionales que se envían al personal cada semana informando los protocolos que deben seguir cada uno, también los cambios que se van realizando con cada protocolo o nuevos si llegan a surgir
- b. Diseños digitales: Los diseños los realiza el departamento de Desarrollo Organizacional quien está a cargo del área de comunicación, se utilizan plantillas de *PowerPoint* ya establecidas con el diseño de la empresa y las imágenes son propias de la creatividad de cada uno
- c. Correos informativos: Cada semana se envían correos a los colaboradores con actividades que se programan para continuar con el cumplimiento de protocolos, por ejemplo: Reuniones, capacitaciones, cursos etc.

2.8.2 Propuesta 2:

“Actualización y mantenimiento de información en Web Corporativa”

Dar a conocer y realizar actualización de contenido en la nueva plataforma Web interna que el departamento de Informática creo para una mejor interacción con los colaboradores, ahí podrán ver todo el contenido que se envía por medio de los comunicados organizacionales, también información relevante de la empresa

Productos digitales:

- a. Plataforma corporativa *Web Intranet*: El departamento de Informática creo una nueva plataforma donde habrá contenido únicamente para los colaboradores de la empresa, tendiendo que estar conectados a la red del trabajo para poder ingresar o estar conectados con *VPN (Virtual Private Network)* para su autorización. En la intranet hay información sobre los beneficios que la empresa ofrece a los colaboradores, la guía interna, el portal de capacitaciones, configuraciones y accesos rápidos para los equipos de cómputo por parte de informática, los protocolos establecidos, comunicados de anuncios y los cumpleaños del mes.
- b. Diseños digitales: Todo el diseño de la intranet fue creado por el Analista Desarrollador del departamento de Informática quien se encargó de la creación de la página. Los diseños de imágenes cargados a la página la Especialista Ana del Carmen Hernández deberá actualizar las imágenes en la página de los mismos diseños que se envían en los comunicados organizacionales, cada 15 días.
- c. Cumpleaños y actividades especiales: Colocar a los cumpleaños de cada mes en el portal, donde todos puedan saber quiénes son, se coloca el nombre, la fecha y una foto de cada cumpleaños.

En la empresa se realiza varias actividades durante el año celebrando cada ocasión o festejo por fecha especial. Estas fotos y la información de cada actividad también se colocarán en la plataforma Intranet, así todos podrán tener acceso a verlo.

2.8.3 Propuesta 3:

“Línea de consultas para recibir información y solventar dudas ante la pandemia”

Crear una línea de consulta donde los colaboradores puedan resolver dudas acerca de información de la empresa sobre procesos que involucren a los diferentes departamentos de la empresa. Muchas veces tienen dudas y no saben dónde poder consultar o a donde llamar para resolver sus dudas, por eso se creará una línea de consultas.

Productos digitales:

- a. Correos informativos: Los correos que se envían son totalmente institucionales, donde se quiere trasladar alguna información sobre la empresa, llega a todo el personal que cuenta con correo electrónico.
- b. Comunicados organizacionales: Los comunicados organizacionales se manejan para dar a conocer información importante, datos de la empresa, de los colaboradores e incluso anuncios informativos, aquí daremos a conocer a que correo pueden escribir o a que número de teléfono pueden comunicarse para resolver dudas
- c. Diseños digitales: Los diseños los realiza el departamento de Desarrollo Organizacional quien está a cargo del área de comunicación, se utilizan plantillas de PowerPoint ya establecidas con el diseño de la empresa y las imágenes son propias de la creatividad de cada uno.
- d. Video informativos: La creación de un video corto informando sobre esta nueva consulta, el video durará aproximadamente 15 a 20 segundos, el diseño será creado por la epecista Ana del Carmen Hernández Martínez, el mismo se enviará por correo electrónico y se subirá al portal *Web* de Intranet

2.9 Financiamiento

Para realizar los diseños del material a utilizar, Soporte de Servicios Administrativos actualmente no cuenta con un presupuesto destinado para el diseño por parte de algún proveedor externo. Se trabajará de manera interna utilizando las herramientas que la empresa proporciona para realizar dicho trabajo, los gastos que se colocan dentro del presupuesto. Se propondrá ante los jefes de la empresa para su autorización si en dicho caso se pueda llevar a cabo la propuesta presentada.

Ante la propuesta se hace la mención que todas las actividades que se van a realizar serán ejecutadas por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

2.10 Presupuesto

| Actividad o producto | Responsable | Recursos | Costo |
|--|-------------|---|-------------------|
| Artes para comunicados | Epesista | esista, computadora, intern | Q2,500.00 |
| Acrilicos para colocar comunicados impresos | Epesista | Epesista con la creación de artes para protocolos | Q1,729.00 |
| Impresión de protocolos | Epesista | Artes full color impresos en papel opalina | Q75.00 |
| Capacitación de protocolos para el personal | Epesista | vía zoom, epecista y computadora con internet | Q0.00 |
| Actualización de imágenes en plataforma Web Intranet | Epesista | , epesista, computadora, int | Q400.00 |
| Video informativo de linea de consulta | Epesista | Video, correos institucionales, epesista | Q3,500.00 |
| video sobre protocolos en los centros de trabajo | Epesista | Video, correos institucionales, proveedor | Q5,800.00 |
| Total | | | Q14,004.00 |

Fuente: Ana Hernández

2.11 Beneficiarios

Beneficiarios primarios:

Los beneficiarios directos del proyecto serán todos los colaboradores del área administrativa de la empresa Soporte de Servicios Administrativos S.A, que son 253 personas que se encuentran en esta área. Los beneficiarios indirectos serán todos los de la parte operativa ya que a ellos también llegará toda la información que se desea brindar.

Beneficiarios Secundarios:

Cada uno de los departamentos de la empresa, ya que se verá reflejado en la encuesta de clima laboral

2.12 Recursos Humanos

| RECURSOS HUMANOS | |
|---|--|
| Epecista Ana del Carmen Hernández Martínez de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Supervisores, Coordinación, ECC, USAC | Diseño de artes, diseño de comunicados, envío de correo electrónico institucional, seguimiento de comunicación y actualización de imágenes en la Web, capacitaciones al personal |
| María Elizabeth Hernández Castillo, jefe del departamento de RR.HH. | Autorización de financiamiento, material digital, comunicados organizacionales y herramientas a utilizar |
| Departamento de desarrollo organizacional, Elsa Carolina Guzmán, Mayra Azucena Girón | Apoyo en envío de comunicación y diseño a cada colaborador de la empresa |

Fuente: Ana Hernández

2.13 Áreas Geográficas de Acción

El área de cobertura para el desarrollo de cada una de las actividades programadas en la estrategia, se concentrarán en los 9 departamentos con los que cuenta la empresa de Soporte de Servicios Administrativos S.A existen 3 centros de trabajo, que a continuación se detallan:

1. Primero donde se concentra el área administrativa que es Torre Katana zona 10,
2. Segundo el área operativa se encuentra en el centro de distribución 48 calle de la capital
3. Tercero la Cadena de suministros o ensambladora de motocicletas que se encuentra en la Calle Asiote de Amatlán

2.15 Cuadro comparativo de estrategias

Proyecto a desarrollar #1

| Actividad o producto comunicacional | Objetivos específicos | Presupuesto | Recurso Humano | Área Geográfica de impacto | Beneficiarios | Fecha de ejecución |
|--|--|------------------|---|--|--|---------------------------------|
| <p>Crear un contenido de protocolos establecidos para dar a conocer a los colaboradores cuales son las medidas que se deben de tomar para la emergencia sanitaria ante el Covid-19, enviados por medios audiovisuales de información que se están utilizando como el correo electrónico y por medio de comunicados organizacionales.</p> | <p>Crear un protocolo con las medidas de higiene y seguridad para evitar la propagacion y contagio de Covid-19</p> | <p>Q4,304.00</p> | <p>La epesista creará los artes de los protocolos, diseño de presentación y comunicados</p> | <p>Las reuniones y capacitacione se realizarán por medio de plataformas digitales, los protocolos impresos se colocarán en las instalaciones de los 3 centros de trabajo</p> | <p>Los colaboradores de la empresa tanto administrativos como operativos</p> | <p>Agosto y Septiembre 2020</p> |

Fuente: Ana Hernández

Proyecto a desarrollar #2

| Actividad o producto comunicacional | Objetivos específicos | Presupuesto | Recurso Humano | Área Geográfica de impacto | Beneficiarios | Fecha de ejecución |
|---|--|-------------|--|---|---------------------------------|--------------------------|
| Dar a conocer y realizar actualización de contenido en la nueva plataforma Web Intranet, para una mejor interacción con los colaboradores, donde podrán ver todo el contenido que se envía por medio de los comunicados organizacionales, también información relevante de la empresa | Fortalecer los procesos y canales de información por medio de la página Web Intranet de la empresa | Q400.00 | Plataforma Bitrix24, comunicados e imágenes informativas | Toda el área administrativa y operativa, los 3 centros de trabajo -Torre Katana -cedis 48 calle - Sopesa Logistics Asiote | 513 colaboradores de la empresa | Agosto y Septiembre 2020 |

Fuente: Ana Hernández

Proyecto a desarrollar 3

| Actividad o producto comunicacional | Objetivos específicos | Presupuesto | Recurso Humano | Área Geográfica de impacto | Beneficiarios | Fecha de ejecución |
|--|--|-------------|---|---|---------------------------------|--------------------|
| Creación de una línea de consulta, donde el colaborador pueda resolver dudas que tengan por medio de una llamada o un correo electrónico | Promover la comunicación activa de los colaboradores con el área de comunicación | Q9,300.00 | Correo electrónico, página Web, diseños de los artes para correos | Toda el área administrativa y operativa, los 3 centros de trabajo -Torre Katana -cedis 48 calle Sopesa Logistics Asiole | 513 colaboradores de la empresa | Septiembre 2020 |

Fuente: Ana Hernández

Capítulo 3

3.INFORME DE LA EJECUCIÓN

3.1 Ejecución #1 Protocolos de Higiene y Prevención para evitar el contagio y propagación de Covid-19

1. Objetivo de la actividad: Crear un protocolo con las medidas de higiene y seguridad para evitar la propagación y contagio de Covid-19
2. Medio utilizado: Reuniones y capacitaciones por medio de la plataforma zoom, protocolo creado en PowerPoint para dar a conocer a los colaboradores cuales son las medidas de higiene, comunicados organizacionales para envío de protocolos (artes finales)
3. Área geográfica de impacto: Toda el área administrativa y operativa, los 3 centros de trabajo -Torre Katana -cedis 48 calle – Sopesa Logistics Asiole
4. Presupuesto: Q5,800.00
5. Validación:

Capacitación de protocolos a los jefes inmediatos

A  ana.hernandez@sopesatotal.com

CAPACITACIÓN-Protocolo de Higiene y Prevención, Síntomas y Diagnóstico Positivo y Reinserción de colaboradores al trabajo COVID-19

Necesario

- 'julio.ramirez@sopesatotal.com'; 'edwin.duque@sopesatotal.com'; 'yanira.rangel@sopesatotal.com';
- 'edgar.flores@sopesatotal.com'; 'jorge.garcia@sopesatotal.com'; 'herber.castellanos@sopesatotal.com';
- 'alexander.ixmay@sopesatotal.com'; 'juan.carranza@sopesatotal.com'; 'francisco.zacateco@sopesatotal.com';
- 'edgar.reynoso@sopesatotal.com'; 'isabel.acosta@sopesatotal.com'; 'peter.zeta@sopesatotal.com';

Opcional  'luis.monterroso@sopesatotal.com'

Cuándo martes, 19 de mayo de 2020 17:00-18:30 | **Ubicación** ZOOM

Estimados buenos días,

Adjunto convocatoria para la capacitación “Protocolo de Higiene y Prevención, Síntomas y Diagnóstico Positivo y Reinserción de colaboradores al trabajo COVID-19”,

Envío link para ingresar:

Join Zoom Meeting
<https://us02web.zoom.us/j/7742696492?pwd=VkNJdDY0S2tkY0xkZWx5eDdvb1pPQT09>

Es muy importante la participación de todos,

Saludos cordiales,

Fuente: Ana Hernández

19:47

1 2 3 4 5

PROTOCOLO DE INGRESO

- 01 Debes hacer uso de tu mascarilla en todo momento.
- 02 Previo a tu ingreso el monitor asignado, estará tomándote la temperatura, la misma deberá estar por debajo de 37.8 grados.
- 03 El reloj marcador por huella o tarjeta quedará temporalmente deshabilitado, como parte de las medidas de prevención. (En los lugares donde aplique).
- 04 Antes de ingresar a tu área de trabajo debes lavarte las manos con agua y jabón y posteriormente desinfectarte con gel antibacterial. Asegúrate de cumplir con el protocolo de desinfección de zapatos.
- 05 Asegúrate de ingresar al link de surveymonkey que te estará llegando diariamente por parte de tu monitor, para llevar el control de tu salud.
- 06 Si debes esperar asegúrate de colocarte donde indican las marcas de

Solicitar control

ME JG MG M J M EG

Mario Estrada Juan Francisco Giron MAYRA GIRON Mercedes (Invitado) joed (Invitado) mainor.navas@sopes... ELSA Guzman

10:19 4/08/2020

Fuente: Ana Hernández

“Protocolo de Higiene y Prevención, síntomas y diagnóstico positivo”

1 PROTOCOLO DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN

2 ÍNDICE

- Protocolos generales 01
- Protocolo de ingreso 02
- Protocolo en el área de trabajo 03
- Protocolo en salas de reuniones 04
- Protocolo para consumo de alimentos 05
- Protocolo de acceso a cocina o comedor 06
- Protocolo de visitas 07
- Protocolo para montajes, exhibidores 08
- Protocolo de medidas de prevención 09
- Síntomas 10
- Recomendaciones generales y casos 11
- Situaciones de riesgo de aislamiento y cuarentena 12
- Protocolo de limpieza de instalaciones y zonas 13
- Protocolo para medidas de transporte 14
- Recomendaciones generales uso de mascarilla 15
- Protocolo de ingreso a zona 16
- Seguridad Comunitaria 17
- Cultura de Buenas Prácticas 18
- Anexos 19

3 PROTOCOLOS GENERALES

4 PROTOCOLO DE INGRESO

- 01 Deben hacer uso de la mascarilla en todo momento.
- 02 Previamente al ingreso al recinto asegurado, deberá tomarse la temperatura de cuerpo central (axila) por debajo de 37.5 grados.
- 03 Si está acompañado por familia o amigos, deberán acompañarlo aseguradamente, tanto dentro de las medidas de prevención. (En los lugares donde aplica).
- 04 Antes de ingresar a la zona de trabajo deberá lavarse las manos con agua y jabón y/o desinfectante alcoholizado, con gel antibacteriano. Disponer de material de protección de desinfectante de superficie.
- 05 Asegurar de ingresar al Edif. de aseguramiento que se realizó previamente (documentar por parte de la muestra, para Base de control de la salud).
- 06 Si deben ingresar, asegurarse de haberse lavado también las manos de desinfectante alcoholizado de 70%.

5 PROTOCOLO EN EL ÁREA DE TRABAJO

- 01 Área de trabajo: Las Muestras, deberán desinfectar la superficie, herramientas, superficie de trabajo y cualquier otro elemento que utilicen.
- 02 En todo momento deberá seguir las condiciones para curación de muestras conservando el tiempo y desinfección de nuevas.
- 03 Después de utilizar el material deberá desinfectarlo.

6 PROTOCOLO EN EL ÁREA DE TRABAJO

- 04 Antes de contacto con objetos, equipos de oficina o superficies de forma innecesaria. De la consigna, que el uso de equipo de oficina o aparatos de uso común, deberán asegurarse de desinfectarlo con alcohol en papel y desinfectante alcoholizado y después de su uso.

7 PROTOCOLO DE SALAS DE REUNIONES

Cuando las reuniones sean indispensables y no puedan ser por medios digitales, se tomarán las siguientes medidas:

- 01 Antes de ingresar a la reunión deberá lavarse las manos con agua y jabón o desinfectante, con gel antibacteriano.
- 02 Cuando se encuentre en un edificio deberá asegurarse de mantener una distancia con respecto a los demás.
- 03 Estar atento al personal y visitantes para asegurar la ventilación del edificio.
- 04 Deben evitar cualquier fuente o fuente con las cuales permanecerá o se debe estar cerca de la reunión. El material deberá estar siempre desinfectado.
- 05 Deben asegurarse de limpiar el mobiliario al finalizar la reunión.

8 PROTOCOLO PARA CONSUMO DE ALIMENTOS

- 01 Al momento de ingreso las diferentes aseguradas de trabajo lavarán las manos con agua y jabón.
- 02 Todas las superficies deberán lavarse con un jabón de trabajo. Se mantendrá la zona para 30 minutos.
- 03 Asegurar de desinfectar la superficie de la zona al finalizar de comer.
- 04 Si no se lavan las manos, se debe evitar el contacto con superficies de trabajo o de la muestra. El material deberá estar siempre desinfectado.
- 05 Recordando que no deben ser parte de reuniones, talleres o actividades con otros participantes.

9 PROTOCOLO DE ACCESO A COCINETA O COMEDOR (Dispensador de Agua y Microondas)

- 01 Quiénes no pueden permanecer en el área 3 personas a la vez, excepto el aseguramiento de la zona.
- 02 Antes de ingresar al recinto asegurado, deberá tomarse la temperatura de cuerpo central (axila) por debajo de 37.5 grados.
- 03 No deben permanecer allí más de 15 minutos.

10 PROTOCOLO DE VISITAS (Clientes o Proveedores)

- 01 Previamente al ingreso al recinto asegurado, deberá tomarse la temperatura de cuerpo central (axila) por debajo de 37.5 grados.
- 02 Debe presentarse al receptor del área, deberá utilizar mascarilla todo el tiempo dentro del recinto y permanecer en todo momento.
- 03 Deben proporcionar datos de gel anti bacteriano a los visitantes y mantener una distancia mínima de un metro y medio con ellos.
- 04 Antes de ingresar a la zona de trabajo, deberá de tener el protocolo de desinfectante de superficie y pulverizador de gel anti bacteriano a base de alcohol.

11 PROTOCOLO EN ELEVADORES

Recomiendo utilizar mascarilla dentro del elevador.

Evitar el contacto con las superficies, utilizar alcohol cuando se despierte para limpiar el elevador.

Evitar de ingresar con una persona.

Evitar hacer las paradas y las paradas.

Quiénes grandes la muestra. Quiénes grandes la muestra. Quiénes grandes la muestra. Quiénes grandes la muestra.

12 PROTOCOLO PARA MENSAJEROS, COBRADORES, AUDITORES DE CAMPO Y VENDEDORES CON USO DE MOTOCICLETA

| KIT DE PREVENCIÓN | USO DE PAÑOS | USO DE MASCARILLA | USO DE GUANTES |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1. Guantes de nitrilo 2. Mascarilla quirúrgica 3. Pañuelos 4. Solución de gel anti bacteriano 5. Desinfectante de superficies | <ul style="list-style-type: none"> 1. Desinfectante alcoholizado de 70%. 2. Mascarilla quirúrgica. 3. Guantes de nitrilo. 4. Solución de gel anti bacteriano. 5. Desinfectante de superficies. | <ul style="list-style-type: none"> 1. Mascarilla quirúrgica. 2. Mascarilla quirúrgica. 3. Guantes de nitrilo. 4. Solución de gel anti bacteriano. 5. Desinfectante de superficies. | <ul style="list-style-type: none"> 1. Mascarilla quirúrgica. 2. Mascarilla quirúrgica. 3. Guantes de nitrilo. 4. Solución de gel anti bacteriano. 5. Desinfectante de superficies. |


Fuente: Ana Hernández

Correos informativos: Traslado de Protocolos a los colaboradores

miércoles 20/05/2020 19:18
ana.hernandez@sopesatotal.com

Material de Capacitación "Protocolos de Higiene y Prevención, Diagnóstico Positivo y Reinserción de colaboradores al trabajo"

Para julio.ramirez@sopesatotal.com; edwin.duque@sopesatotal.com; herber.castellanos@sopesatotal.com;
 edgar.reynoso@sopesatotal.com; isabel.acosta@sopesatotal.com; osiel.gutierrez@sopesatotal.com; rene.tello@sopesatotal.com;
 jose.sandoval@sopesatotal.com; marco.tello@sopesatotal.com; ivan.tello@sopesatotal.com; abner.deleon@sopesatotal.com;
 walter.guerra@sopesatotal.com; oliver.marin@sopesatotal.com; abner.deleon@sopesatotal.com; oscar.villela@sopesatotal.com;

 Protocolo de Higiene y Prevención, Síntomas y Diagnóstico Positivo y Reinserción de colaboradores al trabajo COVID 19 - CIG.pdf
1 MB

Estimados buenas tardes,


Adjunto encontrarán el material de la capacitación que se impartió el día de ayer "Protocolo de Higiene y Prevención, Síntomas y Diagnóstico Positivo y Reinserción de colaboradores al trabajo COVID-19",



Cualquier duda o consulta quedo a la orden,

Saludos cordiales,



Ana Hernández
Analista de Desarrollo Organizacional
18 Calle 24-07 Zona 10, Guatemala, C.A.
Edificio Torre Katana, 4to. nivel.
PBX: (502) 2207-0800 Ext. 1205
E-mail: ana.hernandez@sopesatotal.com





No. SC-CER647574

Fuente: Ana Hernández

Comunicados Organizacionales: Protocolos enviados como información y recordatorio a los colaboradores

miércoles 22/07/2020 10:00
comunicacion.organizacional@sopesatotal.com
PROCOLO DE VISITAS (Clientes o Proveedores)
Para comunicacion.organizacional@sopesatotal.com



PROCOLO DE VISITAS (Clientes o Proveedores)

- 01** Previo a su ingreso el monitor asignado, estará tomándole la temperatura, la misma deberá estar por debajo de 37.8 grados.
- 02** Todo proveedor o visitante deberá utilizar mascarilla todo el tiempo desde su ingreso y en cualquier área que visite.
- 03** Debes proporcionar jabón o gel anti bacterial a los visitantes y mantener una distancia mínima de un metro y medio con ellos.
- 04** Antes de regresar a tu área de trabajo, realiza de nuevo el protocolo de desinfección de zapatos y aplicación de gel anti bacterial o lavado de tus manos.

The infographic features a red background with white text. On the right side, there is a stylized illustration of a person wearing a grey suit, a white face mask, and a grey cap, standing with arms crossed.


Fuente: Ana Hernández



lunes 17/08/2020 10:49

comunicacion.organizacional@sopesatotal.com

COMUNICADO ORGANIZACIONAL

Para  comunicacion.organizacional@sopesatotal.com

COMUNICADO ORGANIZACIONAL



Estimados colaboradores,

Las medidas de seguridad y protocolos establecidos fueron creados para prevenir el contagio y la propagación del virus del Covid-19, por lo que es responsabilidad de todos cumplirlos.

Si en la empresa observas a algún compañero que no esté cumpliendo con los protocolos puedes informarlo al correo ana.hernandez@sopesatotal.com, la información se manejará de forma anónima,

No olvides que la Salud y Seguridad es Responsabilidad de todos.

Atentamente,

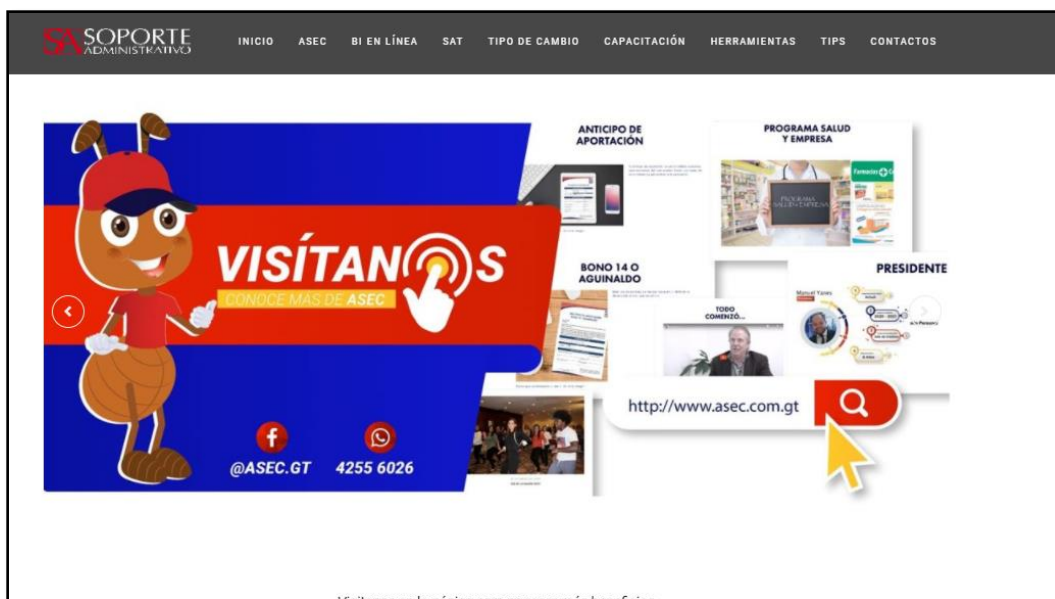
Recursos Humanos



Fuente: Ana Hernández

3.5 Ejecución #2 Actualización de la información en la página Web Intranet corporativa

1. Objetivo de la actividad: Fortalecer los procesos y canales de información por medio de la página Web Intranet de la empresa donde la información este actualizada
2. Medio utilizado: Plataforma Bitrix24 Intranet, comunicados institucionales, imágenes informativas y enlaces para descarga de documentos
3. Área geográfica de impacto: Toda el área administrativa y operativa, los 3 centros de trabajo -Torre Katana -cedis 48 calle – Sopesa Logistics Asiole
4. Presupuesto: Q400.00
5. Validación:



Fuente: Ana Hernández

Cómo ponerse, usar, quitarse y desechar una mascarilla

Recuerda que el uso diario de la mascarilla es obligatorio por favor sigue las siguientes recomendaciones:

- 

1. Antes de ponerte una mascarilla, lávate las manos con un desinfectante a base de alcohol o con agua y jabón.
- 

2. Cúbrete la boca y la nariz con la mascarilla y asegúrate de que no haya espacios entre su cara y la mascarilla.
- 

3. Evita tocar la mascarilla mientras la usas.
- 

4. Cámbiate la mascarilla al menos una vez al día y no reutilices las mascarillas esta se debe desechar después de su uso.
- 

5. Para quitarte la mascarilla retírala por detrás, deséchala inmediatamente en un recipiente cerrado, y lávate las manos con agua y jabón.


Nota: Recuerda que a partir del 13 de abril por orden Presidencial se estarán multando a las personas que no utilicen mascarilla, evítalo!

Fuente: Ana Hernández

sopesatotal.bitrix24.site


WhatsApp SOPESA

SA SOPORTE ADMINISTRATIVO INICIO ASEC BI EN LÍNEA SAT TIPO DE CAMBIO CAPACITACIÓN HERRAMIENTAS TIPS CONTACTOS




Báñate, vístete y desayuna

Debemos entender que lo que buscamos con el teletrabajo es seguir siendo productivos. Si comenzamos desde tempranas horas, tendremos más probabilidad de cumplir las metas trazadas.




Fija un horario

Planifica el tiempo que te dedicarás a cada tarea, esto te ayudará a organizar tu día, la productividad de tus proyectos y a optimizar tu tiempo.




Establece límites

El hecho de que estás en casa no significa que siempre deberás realizar una gran cantidad de labor doméstico. Estas tareas deben tener su propio horario. Mezclar horarios afectará tu productividad.



Respetar los descansos

Continúa las políticas de descansos en la empresa.



Mantener contacto con los compañeros de la empresa y jefes

5 consejos para un teletrabajo exitoso

Fuente: Ana Hernández

3.3 Ejecución #3 Creación de una línea de consulta para el colaborador

1. Objetivo de la actividad: Promover la comunicación activa de los colaboradores con el área de comunicación.
2. Medio utilizado: Correo electrónico y whatsapp
3. Área geográfica de impacto: Toda el área administrativa y operativa, los 3 centros de trabajo -Torre Katana -cedis 48 calle – Sopesa Logistics Asiole
4. Presupuesto: Q3,500
5. Validación:

Comunicado informativo sobre línea de consultas

COMUNICADO ORGANIZACIONAL – PROMOCIÓN INTERNA



Estimados colaboradores,

Para poder atender mejor a sus dudas sobre procesos de RRHH se creo una **"línea de consultas"** donde podrás:

- Conocer las extensiones de cada colaborador
- Consultas sobre uniformes
- Consultas o dudas sobre procesos
- Consultas y denuncias de incumplimiento con el código de ética
- Consultas de los protocolos de seguridad e higiene establecidos

1206



Número para línea de consultas: 22070800 ext. 1206
Correo: ana.hernandez@sopesatotal.com

Fuente: Ana Hernández

Correo sobre denuncias de incumplimiento de protocolos

comunicacion.organizacional@sopesatotal.com
COMUNICADO ORGANIZACIONAL

Para

CCO

• 'alejandros.hernandez@sopesatotal.com'; ✓ 'james.taylor@sopesatotal.com'; ○ 'julio.ramirez@sopesatotal.com';
○ 'edwin.duque@sopesatotal.com'; ○ 'cesar.cardona@sopesatotal.com'; ○ 'yanira.rangel@sopesatotal.com';
• 'edgar.flores@sopesatotal.com'; • 'jorge.garcia@sopesatotal.com'; ● 'ramiro.rac@sopesatotal.com'; ○ 'fernando.sosof@sopesatotal.com';
○ 'herber.castellanos@sopesatotal.com'; ○ 'alexander.ixmay@sopesatotal.com'; ○ 'erwin.ramirez@sopesatotal.com';

COMUNICADO ORGANIZACIONAL 

Estimados colaboradores,

Las medidas de seguridad y protocolos establecidos fueron creados para prevenir el contagio y la propagación del virus del Covid-19, por lo que es responsabilidad de todos cumplirlos.

Si en la empresa observas a algún compañero que no esté cumpliendo con los protocolos puedes informarlo al correo ana.hernandez@sopesatotal.com, la información se manejará de forma anónima,

No olvides que la Salud y Seguridad es Responsabilidad de todos.

Atentamente,
Recursos Humanos



Fuente: Ana Hernández

3.5 Conclusiones

- a) Se logra identificar que dentro de los medios de comunicación por los cuales se puede enviar contenido e información importante a los colaboradores a cerca de la empresa es el correo electrónico y se da un fortalecimiento al mismo para que no se vean como cualquier otro correo, este debe ser atractivo para el lector.
- b) Se diseñó material de protocolos para dar a conocer la información a los colaboradores sobre las medidas de higiene y prevención contra la propagación del virus Covid-19, así los colaboradores se sentirán más seguros de ir a trabajar presencialmente a la oficina.
- c) Se observó una aceptación favorable con la información enviada semanalmente a los colaboradores sobre información de interés de la empresa o que el mismo sea relacionado a Covid.
- d) Durante la ejecución de los protocolos de seguridad e higiene, se aprovecha la herramienta Web Intranet Corporativa para poder colocar la información actualizada sobre los protocolos que deben cumplir, que la misma ya existía, pero no se había dado actualización, también se utilizó para colocar información que deben conocer sobre beneficios de los colaboradores.
- e) La línea de consulta creará una mayor satisfacción en los empleados ya que tendrán un medio por el cual puedan resolver dudas o inquietudes, esto mejorará al clima laboral ya que ellos transmitirán ese sentido de pertenencia en la empresa.

3.6 Recomendaciones

- a) Continuar con la comunicación vía correos institucionales tomando en cuenta que la presencia de todos los colaboradores no está normalizada aún, actualmente se tiene un 30% de colaboradores de forma presencial en las oficinas
- b) La página Web Intranet Corporativa deberá continuar actualizada con el contenido para que los colaboradores mantengan la confianza de encontrar información al día, información relevante e información de interés.
- c) El Protocolo de seguridad e higiene ante la emergencia del virus Covid-19 servirá como un precedente y se podrá tener listo por cualquier otra emergencia que pueda suscitar al país y afecte a la empresa.
- d) Continuar con las medidas de higiene y seguridad siguiendo los protocolos establecidos para resguardar la seguridad de cada uno de los colaboradores ya que las medidas de higiene fueron creadas para el día a día de los empleados.
- e) Es necesario crear un plan de comunicación para tener una programación establecida y así poder cumplir con los procesos, el plan de comunicación también cumplirá con las metas y objetivos establecidos.

iv. Referencias Bibliográficas

Amador, M. G. (21 de 02 de 2013). *Manuel Galan Blog Spot*. Obtenido de http://manuelgalan.blogspot.com/2013/02/la-observacion-como-metodo-de_21.html

Bartoli, A. (s.f.). *Comunicación y Organización*,.

Barrios Rodríguez, Karla Xiomara 2015. *Estrategia de Comunicación Externa para promocionar el Proyecto de Internalizaciones de las Micros, Pequeñas y Medianas empresas-MIPYMES del ministerio de economía (Informe final del EPS IFEP) previo a conferirsele el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación*. Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC. 98 p.

Chacón Arévalo, Brenda. 2014. *Estrategia de Comunicación Interna para la Empresa RCM Publicidad. (Informe final de EPS IFEP) previo a conferirsele el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación*. Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. USAC. 82 p.

Chevalier Asesores forma parte de TGB Consulting. (2020). *Data Export*. Obtenido de <https://dataexport.com.gt/sobre-el-covid-19-y-la-salud-y-seguridad-en-las-empresas/>

Departamento de Calidad. (2020). *Intra*. Obtenido de <http://intra/es/sopesa-iso-gc/node/520>

Manuales prácticos de la pyme. (2015). *Como elaborar un plan de comunicación*.

Nuño, P. (19 de Octubre de 2019).

Question Pro. (2014). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>

RAE.(s.f.).Obtenidode

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicación

Survey Monkey. (6 de 2020). Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/r/RM35C3P>

UVG. (s.f.). Obtenido de https://www.uv.es/webgid/Descriptiva/331_mtodos.html

v. Anexos

Trabajo de campo

Durante la observación de las áreas de trabajo se constató que si se están siguiendo las medidas de seguridad establecidas para resguardar la salud de los colaboradores



Se ubicaron en diferentes partes papel toalla y sanitizante para desinfectar los lugares



En la entrada está el gel para manos y la indicación de desinfectar los zapatos antes de ingresar a las instalaciones



Los lugares para sentarse y las áreas de uso común están señalizadas para permitir o prohibir la utilización



Oficinas en Torre Katana donde se ubica el personal administrativo

Protocolos impresos para el personal

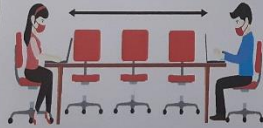


Protocolo de recomendaciones sobre lavado de manos



Protocolo para uso de impresora

PROTOCOLO DE SALAS DE REUNIONES



- 01** Antes de ingresar a la reunión debes lavarte las manos con agua y jabón o desinfectarte con gel antibacterial.
- 02** Durante la reunión no se deberá colocar recipientes de comida que permitan compartir la misma.
- 03** Evitar cerrar la puerta y ventanas para asegurar la ventilación del salón.
- 04** Debes evitar sentarte frente a frente con las otras personas y se debe dejar por lo menos 1 espacio laterales entre cada asistente.
- 05** Debes asegurarte de limpiar el mobiliario al terminar la reunión.

SA SOPORTE ADMINISTRATIVO

Protocolo para sala de reuniones

Cotización de acrílicos para colocar los protocolos en la pared



242
06/06/2020

Señores
SOPESA
Presente

ACRILICO

Estimados Señores, es un gusto dirigirnos a ustedes y al mismo tiempo presentar a continuación el presupuesto para el material solicitado:

| CANTIDAD | DESCRIPCION | UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|----------|---|----------|------------------|
| 15 | PORTA AFICHE TAMANO CARTA EN ACRILICO DE 3 MLM, 0.30x0.25, AL RAS DE LA HOJA | Q133.00 | Q1,995.00 |
| | | | Q1,995.00 |

CREDITO: 60 DÍAS CREDITO

OBSERVACIONES: ACRILICO DE 3 MLM ES EL RECOMENDADO POR LOS TAMAÑOS A MANEJAR

Sindy Barrios
TECNOPUBLICIDAD, S.A.

8va. Avenida "A" 0-45 Zona 2 San Miguel Petapa
Trabajos a realizar: Vallas publicitarias, impresiones vinilicas, cambios de imagen