



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
INTERNA ENTRE DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA DE
TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGIA.**

Edgar Rodrigo García Alonzo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Guatemala Octubre 2021



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
INTERNA ENTRE DEPARTAMENTOS DE UNA EMPRESA DE
TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGIA.**

Presentado por:

Edgar Rodrigo García Alonzo

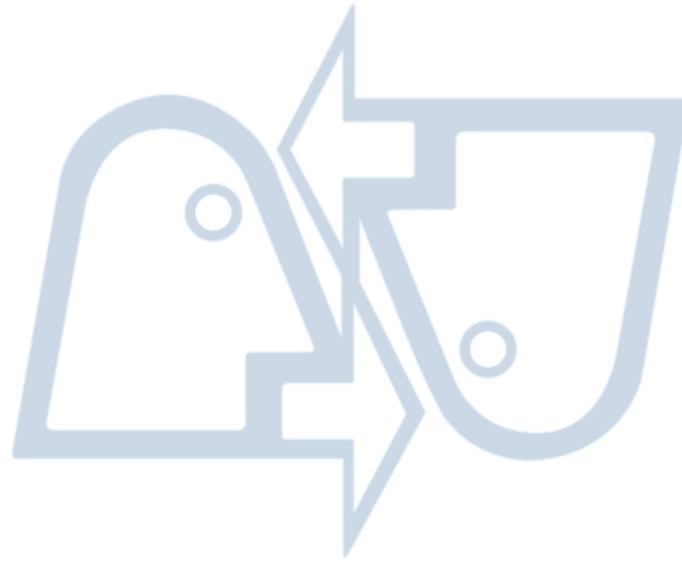
Previo a optar por el título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Master Marvin Sarmientos

Guatemala, Octubre 2021



Comunicación
creando futuro



Universidad San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lcdo. Cesar Augusto Paiz Fernandez

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A Silvia Regina Miranda Lopez

Representantes Estudiantiles

Jose Guillermo Herrera Lopez

Gerardo Ivan Porres Bonilla

Representante de Egresados

N. Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. Jose Maria Torres Carrera

Supervisores

Lcdo. Luis Fernando Lucero

Marvin Sarmientos Yuman

M.A Evelin Hernandez

M.A Evelin Morazan Gaitan

Supervisores

Lcda. Krista Maria RamirezM.A

Lcda. Brenda Yanira Chacón

Lcdo. Mynor Rene Martinez

Lic. Julio Sebastian Chilin



HCL

HCL Guatemala, S. A.

HR – 000003783

Guatemala 11 de marzo, 2021

Dr. Jose Maria Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacerle de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante **Edgar Rodrigo Garcia Alonzo**, con numero de carne **201400566**, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala la realización del Ejercicio Profesional Supervisado correspondiente a la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en nuestra empresa **HCL Guatemala, S.A**, nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir con la realización del respectivo diagnostico comunicacional en el periodo de marzo a octubre del 2021.

Atentamente,

Hana Lea Martínez Hossy
Generalista de Recursos Humanos

HCL GUATEMALA, S.A.
HCL



Guatemala 4 de marzo de 2021
EPSL-C055

Sra:
Marta Flores
HCL Technologies
Presente.

Distinguida Señora Flores:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, al estudiante **Edgar Rodrigo García Alonzo**, carné no. **201400566** quién manifestó su deseo de hacer Práctica Supervisada en su institución, para el efecto se requiere lo siguiente:

- Extenderle, por favor una carta de aceptación y trabajar por medios electrónicos, plataformas virtuales, presencial, semipresencial, híbrida, o como su institución lo determine.
- Facilitarle los materiales para hacer su práctica.
- Aceptar dentro del Plan y Estrategia de Comunicación del 2021 de su institución, que la estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico con medios electrónicos o plataformas virtuales, elaborar un plan y ejecutar una estrategia, que contribuya al mejoramiento del 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,


Marta Flores

HCL GUATEMALA, S.A.
HCL


"ID Y ENSEÑAR A TODOS de la Comunicación
Coordinación EPS
Escuela de Ciencias de la Comunicación
LICENCIATURA
USAC"

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, octubre 21 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Edgar Rodrigo García Alonzo
Carné: 201400566
Presente.

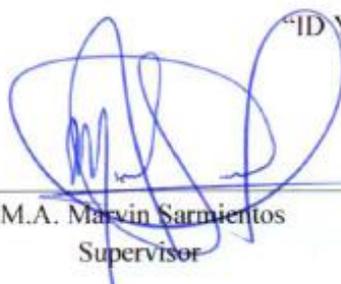
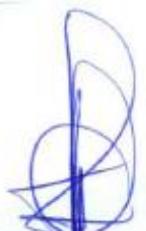
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico impreso y de manera virtual, titulado: **“Diagnóstico y estrategia de comunicación interna entre departamentos de una empresa de telecomunicaciones y tecnología”** y luego 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.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva e impresión de su trabajo final de EPSL en un número de cinco (5) ejemplares impresos; así como tres (3) CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar un ejemplar a la institución o empresa, el resto a Coordinación del EPSL, que luego serán entregados a la Biblioteca Central, a Biblioteca de Flavio Herrera, y a Secretaría de la E.C.C.

Sin más que hacer constar:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

 _____ M.A. Marvin Sarmientos Supervisor	 _____ M.A. Evelin Morazán Supervisora
 _____ Dr. José María Torres Carrera Coordinador	





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



Dedicatoria

A **Dios**, por guiarme y acompañarme siempre en todo momento de mi vida



Agradecimientos

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, mi segundo hogar, gracias por abrirme las puertas y formarme como profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por brindarme apoyo y conocimiento a lo largo de mi carrera.

A la empresa, **HCL**, por permitirme realizar mi EPS en sus instalaciones, por brindarme apoyo y siempre estar dispuesto a brindarme el material necesario para la realización de este proyecto.

A **M.A EVELIN HERNANDEZ** y **MARVIN SARMIENTOS**, por su apoyo incondicional, por su paciencia, consejos, disposición y por su ejemplar labor de enseñar a los demás.

A **M. A EVELIN MORAZAN** y **Dr. JOSE MARIA TORRES**, por su asesoría, paciencia, tiempo, empatía, entrega a su trabajo y apoyo para culminar satisfactoriamente el informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

A mis padres, **RAFAEL GARCIA** y **EDNA ALONZO**, por cuidarme y apoyarme, por su incondicional amor y por sus sacrificios que me han hecho ser el profesional de hoy en día.

A mis hermanos, **LIGIA GARCIA** y **RAFAEL GARCIA**, por ser una guía y un ejemplo en mi vida, por su amor, por su apoyo incondicional y por ser mis segundos padres.

A mi sobrina, **MONTSERRAT VIDAL**, por ser la luz de mi vida y motor de mi felicidad.

A mis cuñados, **LALO VIDAL** y **JACKELINE VALENZUELA**, por siempre celebrar conmigo las victorias y apoyarme en todo momento.

A **ERWIN ELIAS**, por todo el apoyo brindando para la realización de mi ejercicio profesional supervisado, por acompañarme en las victorias y celebrar los logros alcanzados. Tap, tap, tap.

A mis mejores amigos, **JANE MENDEZ**, **OZURY ARCHILA** y **LUISA BARREDA**, por compartir conmigo risas, felicidad, triunfos y lágrimas. Gracias por nunca dejar de creer en mí.

A **MARTA FLORES**, por ser la mejor jefa que alguien puede tener. Gracias por ser una excelente líder y apoyarme a lo largo la realización de este proyecto.

A **ANA TOBAR**, por apoyarme siempre con su tiempo, paciencia y disposición a brindarme el material necesario para la culminación del ejercicio práctico supervisado.

A **CLAUDIA CIFUENTES**, por su amistad y apoyo incondicional para este trabajo.



Índice de contenido

Introducción	I
Antecedentes	II
Justificación	IV
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 alianzas estratégicas	2
1.5 Origen e historia	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.	4
1.7 Organigrama de la institución	5
1.8 Misión	6
1.9 Visión	6
1.10 Objetivos institucionales	6
1.11 Público objetivo	6
1.12 Diagnóstico	7
1.13 Objetivos general y específicos	7
1.13.1 Objetivo general	7
1.13.2 Objetivos específicos	7
1.14 Enfoque o tipo de investigación	8
1.14.1 Enfoque cuantitativo	8
1.14.2 Enfoque cualitativo	9
1.14.3 Enfoque mixto	9
1.15 Método de investigación	10
1.16 Técnicas de recolección de datos	10
1.16.1 La entrevista	11
1.16.2 Resultados de entrevista	13
1.16.3 Observación	21



1.16.3.1 Tipos de observación	21
1.16.3.2 Participativa o interna	21
1.16.3.3 No participante o externa	22
1.16.3.4 Simple o no estructurada.....	22
1.16.3.5 Sistemática o estructurada.....	23
1.16.3.6 Observación individual	23
1.16.3.7 Observación grupal	23
1.17 FODA.....	34
1.18 Problemas detectados.....	37
1.19 Planteamiento del problema comunicacional.....	37
1.20 Indicadores de éxito:	38
1.21 Proyecto a desarrollar.....	39
Capítulo 2.....	40
2. Plan estratégico de comunicación	40
2.2 Misión	42
2.3 Visión.....	42
2.4 Elementos comunicacionales	42
2.4.1 La comunicación	43
2.4.2 Elementos de la comunicación: teoría funcionalista	44
2.4.3 Tipos de comunicación	44
2.4.4 Comunicación organizacional.....	45
2.4.3.1 Comunicación interna	46
2.4.4.2 Medios y canales de la comunicación interna.....	46
2.4.4.3 Formas de desarrollo de la comunicación interna.....	47
2.4.4.4 Ubicación de la comunicación interna	48
2.4.5 Contenido digital.....	48
2.4.6 Revista digital	49
2.4.6.1 Diagramación.....	49
2.4.6.2 Tipografía.....	50
2.4.7 Excel y word	51
2.5 Alcances y límites	52
2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional.....	53



2.6.1 Creación de la mascota de la empresa.....	53
2.6.2 Temas para la edición de la revista.	54
2.6.3 Identificar y definir contenido para los afiches.....	54
2.6.4 Uso de imágenes en revista y afiches.....	55
2.6.5 Diseño y colores de revista	55
2.6.6 Creación y mejora de documentos de estandarización de procesos.....	55
2.6.8 Acciones para conseguir los objetivos	56
2.6.9 Indicadores para medir cumplimiento.....	59
2.6.10 Instrumentos.....	61
Tabla 12	61
2.6.11 Actividades para la operatividad de la estrategia.....	62
2.6.11.2 Propuesta 2: Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones. ...	62
2.6.11.3 Propuesta 3: Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto.....	62
2.6.11.4 Propuesta 4: Documentación de procesos estandarizados organizaciones.	63
2.6.11.5 Propuesta 5: Modificación de reportes en excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.....	63
2.7 Financiamiento.....	64
2.8 Presupuesto	64
2.9 Beneficiarios	65
2.10 Recursos humanos.....	66
2.11 Área geográfica de acción.....	67
2.12 Cuadro comparativo de la estrategia.....	68
2.13 Cronograma del plan de comunicación.....	71
Capítulo 3.....	72
3. Ejecución de la estrategia.....	72
3.1 Ejecución 1: Creación de mascota para la empresa de telecomunicaciones.	72
3.1.1 Objetivo de la actividad	72
3.1.2 Medio utilizado	72
3.1.3 Área geográfica de impacto	72
3.1.4 Presupuesto invertido en esta acción.....	73
3.1.5 Comprobación de material	73
3.2 Ejecución 2: Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.....	74



3.2.1 Objetivo de la actividad	74
3.2.2 Medio utilizado	74
3.2.3 Área geográfica de impacto	74
3.2.4 Presupuesto invertido en esta acción.....	74
3.2.5 Comprobación de material	74
3.3 Ejecución 3: Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto.....	76
3.3.1 Objetivo de la actividad	76
3.3.2 Medio utilizado	76
3.3.3 Área geográfica de impacto	76
3.3.4 Presupuesto invertido en esta acción.....	76
3.3.5 Comprobación de material	77
3.4 Ejecución 4: Documentación de procesos estandarizados organizaciones.....	78
3.4.1 Objetivo de la actividad	78
3.4.2 Medio utilizado	78
3.4.3 Área geográfica de impacto	78
3.4.4 Presupuesto invertido en esta acción.....	78
3.4.5 Comprobación de material	79
3.5 Ejecución 5: Modificación de reportes en Excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.....	79
3.5.1 Objetivo de la actividad	79
3.5.2 Medio utilizado	80
3.5.3 Área geográfica de impacto	80
3.5.4 Presupuesto invertido en esta acción.....	80
1.5.5 Comprobación de material	80
3.6 Actividades y calendarización	81
Conclusiones.....	82
Recomendaciones	83
Referencias bibliográficas.....	84
Anexos	87



Índice de tablas

Tabla 1	4
Tabla 2	12
Tabla 3	13
Tabla 4	15
Tabla 5	16
Tabla 6	17
Tabla 7	19
Tabla 8	26
Tabla 9	35
Tabla 10	56
Tabla 11	59
Tabla 12	61
Tabla 13	64
Tabla 14	66
Tabla 15	68
Tabla 16	71
Tabla 17	71
Tabla 18	81



Índice de figuras

Figura 1	5
Figura 2	28
Figura 3	29
Figura 4	29
Figura 5	30
Figura 6	31
Figura 7	32
Figura 8	33
Figura 9	33
Figura 10	67



Introducción

A continuación, se presenta el informe completo del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), como parte de la culminación de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo diagnostica la comunicación presente en la empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala. La necesidad surge al momento de observar que la comunicación interna en dicha empresa presenta debilidades y con este lograr plantear soluciones de suma importancia para que la información que nace de los diferentes departamentos de la empresa puedan llegar correctamente a sus respectivos destinos.

La empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala prefiere mantener su identidad de forma confidencial, es por eso, que en el siguiente ejercicio de practica supervisada se menciona a la sede como una empresa de telecomunicaciones dedicada a proveer los mejores servicios a sus clientes, así como mantener como prioridad a cada uno de sus empleados.

Respetando la decisión de la empresa y con el visto bueno del coordinador de EPS, José María Torres Cabrera, el nombre de la empresa de telecomunicaciones se mantendrá en el anonimato, al igual que cualquier tipo de información sensible que ponga en riesgo a la organización.

La información que nace de los diferentes departamentos observados no llega correctamente a otros destinatarios, debido a esto, el presente trabajo logra diagnosticar las diferentes necesidades comunicaciones que la empresa contiene, así como presentar soluciones que logren mejorar la comunicación interna de la empresa de telecomunicaciones.



Antecedentes

La empresa de telecomunicaciones es una empresa de tecnología global de próxima generación con más de 40 años de experiencia en ayudar a las organizaciones a reinventar su negocio con el poder de lo digital.

Su experiencia en productos, servicios e ingeniería de tecnología sigue una filosofía de gestión de renombre mundial, una cultura vibrante de innovación y toma de riesgos, y un enfoque incesante en las relaciones con los clientes. La misma opera en 44 países con su la promesa de brindar el mejor servicio a sus clientes, laboratorios de innovación y centros de distribución que reúnen a más de 147.000 empleados en todas las industrias.

Su sede guatemalteca se enfoca constantemente en mejorar la eficiencia operativa general y los servicios a través de la escala global, los mejores procesos e inversiones en tecnologías digitales como inteligencia artificial, automatización de procesos robóticos, IOT, análisis y herramientas de transformación.

A pesar de sus numerosos empleados, sedes y departamentos, la comunicación efectiva y eficaz es un problema significativo en el departamento de cumplimiento de Guatemala, ya que la información no llega a los mejores puntos estratégicos para mejorar la operación y producción, por lo que es complicado llevar a cabo un buen análisis de calidad relacionado al manejo de producción que realizan las personas evaluadas.

Con capacidades digitales de clase mundial, amplias redes de tecnología, laboratorios de innovación y centros de entrega, la empresa de telecomunicaciones atiende a más de 250 empresas en la lista de mayor capital para inversión abierta “*Fortune 500*”

En colaboración con una corporación global estadounidense de *Fortune 500*, HCL ayudó a establecer un centro de investigación piloto en 2009. A medida que la colaboración se transformó en un compromiso a gran escala, el alcance se expandió para incluir mejor tecnología, infraestructura y procesos digitales empresariales integrados de extremo a extremo que mejorarían los procesos de producción y servicio para todas sus sedes en sus diferentes países.



La empresa de telecomunicaciones es socialmente responsable. Es una de las primeras empresas de tecnología en centrarse en la diversidad y la inclusión y, con más del 60% de diversidad, es una fuerza laboral unida en estas regiones.

Las creencias de HCL se centran en el modelo de gestión adoptado y conocido como "Los empleados primero y el cliente segundo". Con compromisos clave de los empleados planificados en el futuro, la empresa se esfuerza por hacer que su lugar de trabajo sea acogedor para toda la comunidad y desarrollar una fuerza laboral en custodios de marca para impulsar la tecnología en el panorama.

La sede guatemalteca ofrece a sus empleados numerosos beneficios para que el trabajador logre hacer una carrera dentro y fuera de la empresa, las posibilidades de incrementar su educación y su Curriculum Vitae.

Desde el 2019, una alianza con “*ESI: School of Management*” se llevó a cabo para que sus empleados tuvieran la oportunidad de recibir diplomados, maestrías y carreras a nivel de licenciatura con descuentos especiales.



Justificación

La comunicación ha sido considerada la base de toda relación humana, la evolución ha brindado nuevas formas y plataformas, además, nuevas perspectivas para evaluar el término comunicación como tal.

La comunicación no solo ha requerido una serie de avances en el ámbito de la tecnología e instrumentos para la difusión de la información, también ha impulsado a una preparación mayor y más específicos de quienes quieran utilizarla, y es imposible dejar de lado la comunicación en cualquier aspecto de la vida, los profesionales se han visto en la necesidad de profundizar en esta área.

Dentro del acto de la comunicación existe un proceso, el cual implica diferentes elementos que hay que tomar en cuenta para que esta acción se complete, cada uno debe de cumplir con ciertos requerimientos y todos en conjunto ver a un mismo objetivo.

Como parte del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de Guatemala, en dicha investigación se manejan aspectos que suceden en el ámbito comunicacional que se encuentra en la empresa de telecomunicaciones, el objetivo es fortalecer cada uno de los procesos comunicativos que se manejan tanto en el área de cumplimiento, como en el área de producción, incluyendo también, fomentar y mejorar la comunicación que existe en la empresa para sus empleados, tomando en cuenta la fomentación de una cultura de cuidado para prevenir la pandemia que arribó en Guatemala el pasado 13 de Marzo de 2020.

El objetivo principal del ejercicio profesional supervisado realizado en la empresa de telecomunicaciones es mejorar la comunicación interna que existe entre departamentos de producción, cumplimiento y recursos humanos, para que la misma información que recibe un departamento, sea distribuida de la mejor manera a todos los puntos clave y empleados interesados y de esa misma manera, mejorar la calidad de servicio y producto que se le brinda a los clientes.



Capítulo 1

1. Diagnóstico de Comunicación

1.1 La institución

Empresa de Telecomunicaciones con sede en Guatemala.

1.2 Perfil institucional

Consiste en una empresa multinacional hindú de consultoría y servicios de tecnología de la información (TI), con sede en Noida, Uttar Pradesh, India. Es una subsidiaria de HCL Enterprise. Originalmente es una división de investigación y desarrollo de HCL, surgió como una empresa independiente en 1991 cuando entró en el negocio de servicios de software. La empresa tiene oficinas en 32 países, incluidos Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Alemania y Guatemala con una red mundial de I + D, "laboratorios de innovación" y "centros de distribución", más de 159,000 empleados y sus clientes incluyen 250 empresas de las "Fortune 500", las empresas con mayor capital para la inversión.

1.3 Ubicación geográfica

La empresa de telecomunicaciones tiene sedes en 32 países, actualmente. Sin embargo, para la realización del ejercicio de prácticas supervisadas, el diagnóstico comunicacional se realizó en los departamentos de cumplimiento, producción y recursos humanos en una de sus sedes de Guatemala, ubicada en 15 avenida 5-00 Zona 13, edificio WTC, Torre Norte.

Ya que la pandemia global, COVID -19, llegó a Guatemala el 13 de marzo de 2020, todos los empleados de la empresa se encuentran en *Home Office* desde el 17 de marzo de 2020 hasta la fecha actual, por ende, ninguna persona perteneciente a los departamentos estudiados se encuentra en sus oficinas.



1.4 Integración y alianzas estratégicas

Al ser una organización e institución privada, la empresa de telecomunicaciones mantiene alianzas con otras instituciones privadas que brinda a sus empleados el crecimiento personal y profesional como lo es “ESI: *School of Managment*”, una escuela de negocios enfocada a la gestión cuyo objetivo primordial es integrar educación ejecutiva y formar líderes con propósito, los cuales se desarrollen con una base sólida y competitiva, promoviendo cambios en el ambiente de negocios dentro de las diferentes regiones en que ESI tiene influencia. Como escuela de negocios regional, ESI logra esto a través de las alianzas con prestigiosas instituciones educativas y también con los programas exitosos, de los cuales las competencias profesionales se combinan con un enfoque humano verdadero.

Así como también, la Academia Europea, líderes en innovación tecnológica y de enseñanza, que con las mejores alianzas continentales como la realizada con *National Geographic Learning* y la certificación ISO 9001-2015. Esto promueve que los trabajadores puedan aprender diferentes idiomas para mejorar la comunicación en cada una de sus sedes en sus 32 países.

Por último, el programa de aprendizaje *Lean Six Sigma*, cuyo objetivo es proporcionar a los miembros interesados un conjunto adicional de herramientas y la mentalidad para administrar e identificar oportunidades de mejora de procesos dentro de la organización.

1.5 Origen e historia

En 1976, un grupo de seis ingenieros, todos ex empleados de *Delhi Cloth & General Mills*, dirigido por Shiv Nadar, fundó una empresa que fabricaría ordenadores personales. Inicialmente flotaba como *Microcomp Limited*, Nadar y su equipo comenzaron a vender calculadoras tele digital para reunir capital para su producto principal. El 11 de agosto de 1976, la empresa pasó a llamarse *Hindustan Computers Limited*.



La empresa de telecomunicaciones opera en 32 países, incluida su sede en Noida, India. Tiene establecimientos en Australia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Israel, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica, Emiratos Árabes Unidos y Qatar. En Europa, cubre Bélgica, República Checa, Dinamarca, Estonia, [61] Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Suecia, Suiza, Portugal y Reino Unido. En las Américas, la compañía tiene oficinas en Brasil, Canadá, México, Puerto Rico, Guatemala y Estados Unidos.



1.6 Departamentos o dependencias de la institución.

TABLA 1

Principales departamentos de la sede en Guatemala de la empresa de telecomunicaciones	
Dependencia	Descripción
Transformación	Identificar el cambio necesario, crear una visión para guiar el cambio a través de la inspiración y ejecutar el cambio en conjunto con miembros comprometidos de un grupo
Dirección General	Identifica principales problemas para solucionar, gestiona la empresa y mantiene comunicación con directores generales de otras sedes.
Recursos Humanos	Gestión y administración de empresas que organiza y maximiza el desempeño de los funcionarios, o capital humano, en una empresa u organización con el fin de aumentar su productividad
Reclutamiento	Obtener la máxima creación de valor para la institución a través de la selección de perfiles calificados y competitivos, la contratación y adecuadas relaciones laborales, etc.
Direcciones de dependencias	Encargado de entregar los objetivos clave (desempeño), controles y métricas de costos dentro de su área de responsabilidad a través de una estructura de Líderes de equipo y equipos de Alto desempeño.
Cumplimiento y entrenamientos	Responsable de la evaluación, inspección y comunicación del cumplimiento de las políticas y procedimientos que rigen el proceso de cada departamento.
Jefes de Primera Línea	Proporciona liderazgo y dirección al equipo determinado y desarrolla planes de acción estratégicos a corto y largo plazo que respaldan la dirección estratégica de la empresa.
Áreas de Producción	Apoyando la operación actuando como líder para resolver problemas relacionados con producción y servicio para el cliente y facturación.

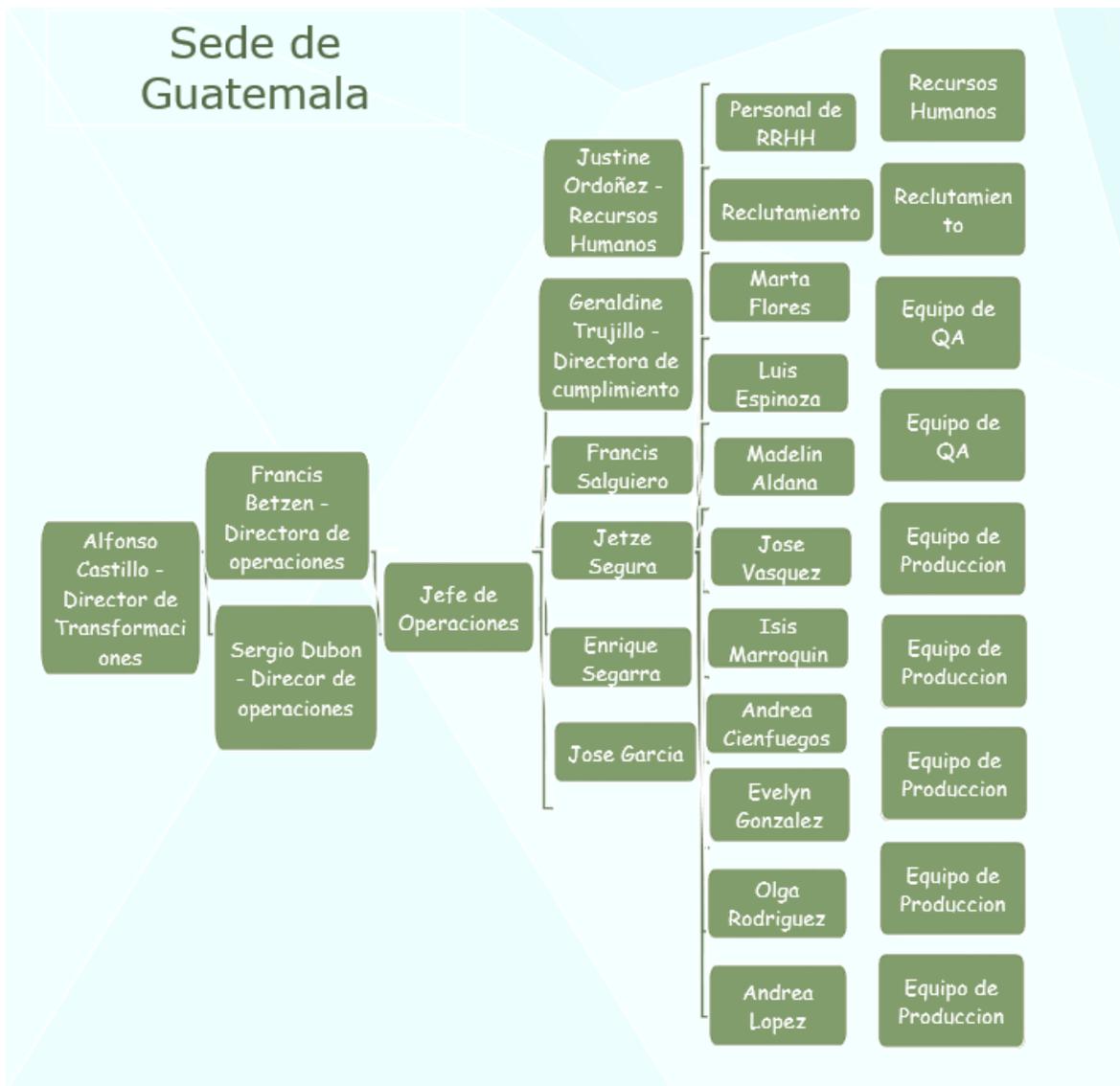
Fuente: Elaboración propia con base a los principales departamentos de la sede guatemalteca de la empresa de telecomunicaciones



1.7 Organigrama de la institución

Sede guatemalteca:

FIGURA 1



Fuente: Elaboración propia con base al organigrama de la sede guatemalteca.



1.8 Misión

Seremos el empleador preferido y el socio preferido al enfocarnos en nuestros valores declarados de Empleados Primero, Confianza, Transparencia, Flexibilidad y Centralidad en el Valor.

1.9 Visión

Nuestra visión es ser un líder mundial en el suministro de soluciones y servicios de TI del más alto nivel. Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros clientes y crear un lugar de trabajo en el que todos los empleados prosperen en un entorno colaborativo que celebre la excelencia.

1.10 Objetivos institucionales

La empresa cuenta con los objetivos institucionales, sin embargo, son de carácter privado y no dieron autorización para publicarlos.

1.11 Público objetivo

Los principales grupos objetivos de la empresa de telecomunicaciones es para empresas que operan en sectores que incluyen aeroespacial y defensa, automotriz, banca, mercados de capitales, industrias químicas y de procesos, energía y servicios públicos, salud, alta tecnología, manufactura industrial, bienes de consumo, seguros, ciencias de la vida, manufactura, medios y entretenimiento, minería y recursos naturales, petróleo y gas, comercio minorista, telecomunicaciones y viajes, transporte, logística y hotelería.



1.12 Diagnóstico

Es el acto o arte de conocer, lo que se busca son las causas de los problemas o dificultades que tiene la organización, para así ofrecer soluciones acordes a estos. (Pierre, 1994, p. 17)

Es un tipo de análisis que se ejecuta con el fin de conocer cómo se encuentra el objeto de estudio.

Es un proceso con el cual se identifican metodologías, los problemas, deficiencias o necesidades de un grupo, así como sus potencialidades, sus fortalezas y debilidades. Su finalidad es identificar una solución.

El diagnóstico comunicacional consiste de un procedimiento sistemático, contiene diferentes pasos para lograr establecer de manera clara una circunstancia que parte desde una observación y datos concretos.

1.13 Objetivos general y específicos

1.13.1 Objetivo general

- a) Diagnosticar la comunicación interna de la empresa de telecomunicaciones y tecnología dentro de los departamentos de cumplimiento, producción y Recursos Humanos.

1.13.2 Objetivos específicos

- a) Evaluar las debilidades de la comunicación que existen entre departamentos, así como las fallas y la falta de traslado de información.
- b) Establecer las necesidades comunicativas entre departamentos en la empresa.
- c) Analizar los procesos de comunicación que existen dentro de la empresa de telecomunicaciones y tecnología.



1.14 Enfoque o tipo de investigación

Son los diferentes enfoques y modalidades que se puede emplear para realizar una investigación. Como la herramienta principal para expandir el conocimiento. La investigación se usa con el propósito de describir, descubrir o hacer predicciones acerca de fenómenos, eventos, relaciones, entre otros. Los tipos de investigación son: cualitativo, cuantitativo y mixto.

1.14.1 Enfoque cuantitativo

Busca recolectar datos numéricos. Sus técnicas son estandarizadas, sistemáticas y buscan obtener datos precisos. Por esta razón tienen mayor aplicación en estadística o en las ciencias exactas.

“Se plantea como un proceso totalmente estructurado de captación de información con la finalidad de crear un bando de datos, posteriormente analizado estadísticamente como en cualquier técnica cuantitativa de obtención de información primaria.” (Nogales, 2004, p. 40)



1.14.2 Enfoque cualitativo

S.J Taylor y R. Bogdan (1987) expresa que “el objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven”.

El enfoque cualitativo busca obtener información sobre el contexto y las características de los fenómenos sociales. Los datos numéricos no son suficientes y requieren técnicas que permitan conocer más profundamente las realidades que se desean analizar.

El enfoque cualitativo utiliza el análisis de palabras, reacciones verbales etc. Su propósito es explicar y obtener conocimiento profundo de un fenómeno a través de la obtención de datos extensos narrativos.

Cuenta con un diseño flexible, se especifica en términos generales en el desarrollo del estudio. Puede o no haber distracción. Este enfoque recolecta información de documentos, observación participativa, entrevistas informales, y no estructuradas, notas de campo detalladas y extensas. En el tipo de datos recaba y analiza palabras y reacciones verbales. (Mérida, 2020, p. 7)

Se optó por utilizar un enfoque cualitativo debido a que se usaron las técnicas de la observación y la entrevista, para la recolección de datos. Este será de utilidad principalmente para lograr hacer una investigación descriptiva, para obtener una comprensión a fondo. Utilizando este tipo de enfoque se recolectan datos partiendo de los específicos hasta llegar a conclusiones generales.

1.14.3 Enfoque mixto

Como su nombre lo indica, son aquellas que permiten recolectar información cualitativa y cuantitativa a la vez.

“Suele presentar el método, la recolección y el análisis de datos, tanto cuantitativos como cualitativos. Los resultados se muestran bajo el esquema de triangulación, buscando consistencia



entre los resultados de ambos enfoques y analizando contradicciones o paradojas.” (Gómez, 2006, p. 108)

1.15 Método de investigación

Es un modo, manera o forma de realizar algo de forma sistemática, organizada y/o estructurada. Hace referencia a una técnica o conjunto de tareas. Se define el método como un procedimiento concreto que se emplea, de acuerdo con el objeto y con los fines de la investigación, para propiciar resultados coherentes. (Strauss, 2013, p. 112)

El método inductivo parte desde lo más particular hacia lo más general. Es decir, se emplea la observación y contraste de la información. Este funciona a partir de generalizaciones apoyadas en observaciones específicas.

Es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados. (Rodríguez, 2005, p. 57)

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el método inductivo debido al enfoque de carácter cualitativo, por lo tanto, se partirá de datos particulares para llegar a conclusiones generales.

1.16 Técnicas de recolección de datos

Recurso utilizado por el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos la información, es amplio el espectro disponible, que, manejado con sensatez e imaginación, permite la necesaria correspondencia entre la teoría y la práctica. (Morales, 2000, p. 46)

Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información. Todos los instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en



común. Entre algunas técnicas se pueden mencionar la entrevista, la observación, la encuesta, grupos focales, documentación, entre otras.

Para la presente investigación se utilizaron específicamente las técnicas de la entrevista y observación. Sin embargo, se describirán otras técnicas con el objetivo de que sea más comprensible la investigación. Para la siguiente investigación, la observación y la entrevista son los principales medios que fueron útiles para llevar a cabo la presente investigación.

Es necesario tomar en cuenta que la información recopilada puede dar información inexacta o incompleta. Por ese motivo, debe ser analizada en relación con otros datos para que pueda ser útil a la investigación. Ya que la institución es de carácter privado, y los problemas de comunicación son de forma interna, no hay documentación, investigaciones previamente realizadas o noticias en medios relevantes.

1.16.1 La entrevista

“La vía más directa para saber lo que piensan, sienten o creen las personas radica en preguntarlo”. (Hungler, 1998, p. 82)

La entrevista es la recopilación de información en forma directa, cara a cara; es decir, el entrevistador obtiene datos del entrevistado siguiendo una serie de preguntas preconcebidas que adapta, a las circunstancias que las respuestas de la entrevista le presenten. La entrevista sigue el siguiente proceso: apertura, inicio, clima, cierre. (Mérida, 2020, p. 15)

La entrevista es una técnica de investigación muy utilizada en la mayoría de las disciplinas empíricas. Apelando a un rasgo propio de la condición humana – la capacidad comunicacional- esta técnica permite que las personas puedan hablar de sus experiencias y sensaciones, ideas, etc.



La posibilidad que da la entrevista como herramienta para acceder a información de fenómenos de estudio ubicados en distintos contextos temporales es muy amplia, ya que permite indagar sobre el pasado, sobre el presente y también sobre las anticipaciones acerca del futuro.

La entrevista, en tanto técnica de recolección de datos, se encuadra dentro de las técnicas de auto informes, ya que se basa en las respuestas directas que los actores sociales dan al investigador en una situación de interacción comunicativa. Existe una variedad de formas de entrevista que, en gran modo, dependen del grado de regulación de la interacción entre él y los actores.

Las investigaciones basadas en entrevistas son relevantes para la investigación social y cultural porque permiten obtener información provista por los propios sujetos, y con ello se obtiene un acceso más directo a los significados que estos le otorgan a la realidad.

Mediante la entrevista el investigador obtiene descripciones e informaciones que proveen las mismas personas que actúan en una realidad social dada. Por lo tanto, a través de las entrevistas se obtiene información sobre ideas, creencias y concepciones de las personas entrevistadas.

Para el siguiente proyecto se entrevistaron a las personas pertinentes de los siguientes departamentos:

TABLA 2

Departamento de Cumplimiento
Departamento de Producción
Departamento de Recursos Humanos



El departamento de producción se encarga de brindar el mejor servicio de recolección de datos, facturación, cobros y comunicación con el cliente interesado. La labor de este departamento exige calidad para brindar la mejor experiencia hacia los clientes.

Esa misma calidad debe de ser evaluada por el departamento de cumplimiento para identificar errores que el departamento de producción comete, encargarse de trasladar la información de resultados a cada uno de los empleados de producción.

El departamento de Recursos Humanos, como en cualquier otra empresa, su función está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal durante la permanencia en la empresa.

Es por eso que se entrevistaron a trabajadores pertenecientes a las tres áreas mencionadas anteriormente, con la finalidad de indagar en los problemas de comunicación entre estos tres departamentos.

1.16.2 Resultados de entrevista

A continuación, se presenta un cuadro con las conclusiones pertinentes a cada uno de los empleados pertenecientes a los departamentos involucrados:

TABLA 3

Recursos Humanos	Conclusiones de respuestas basado en todos los entrevistados.
¿Qué tan seguido mandan los correos con prevención a COVID?	Los correos se envían todos los lunes para todo el personal de la empresa.
¿Qué tipo de información agregan a los correos de prevención a COVID? (¿Cambia en cada correo? ¿Cómo consiguen la información?)	La información de los correos cambia en cada correo, brindada desde una perspectiva que sea interesante para el empleado. La información se consigue de parte de los comunicados que brinda la OMS, revistas de salud e información gubernamental.



<p>¿Sabe gerencia que hacer cuando un agente tiene COVID?</p>	<p>Gerencia está informada sobre la información que envía recursos humanos, paso a paso con las actividades que debe realizar el jefe inmediato cuando un empleado presenta síntomas, cuando su prueba es positiva. Recursos Humanos traslada la información al ministerio de salud.</p>
<p>¿Quién es el encargado de mandar estos correos de prevención a COVID?</p>	<p>Recursos Humanos es el encargado de enviar los correos con información de prevención a COVID. El departamento de Marketing y algunos departamentos en la India también ayudan a mandar información y aprobar la información que recursos humanos envía a sus empleados.</p>
<p>¿Hay un departamento de comunicación y diseño?</p>	<p>No hay un departamento de comunicación y diseño. Sin embargo, la colaboración de un equipo de mercadeo generalmente presta su ayuda para el diseño y la información en los correos.</p>
<p>¿Consideras que todos leen los correos de COVID? ¿Por qué o por qué no?</p>	<p>Todos deberían de leer los correos que envía Recursos Humanos con información para prevenir la enfermedad. Sin embargo, no todos los leen.</p>
<p>¿Sabén los jefes de producción que hacer en caso un agente tenga COVID? ¿Hay alguna guía referente a esto?</p>	<p>Hay una guía que se trasladó a cada encargado de cada departamento para saber específicamente que hacer cuando un agente presenta síntomas y es positivo a coronavirus. Recursos Humanos planea estratégicamente entrenamiento y presentaciones para los empleados.</p>
<p>¿De qué manera podría mejorar la información con prevención a COVID?</p>	<p>Recursos Humanos tiene la idea de realizar una mascota de la empresa que pueda ayudar a brindar y llevar la información mejor a sus empleados. Una figura que presente carisma e informa a los empleados, tanto de una manera digital en cada correo y al momento de señalar las instalaciones de la empresa.</p>

Fuente: Elaboración propia.



TABLA 4

Analistas de Calidad del departamento de cumplimiento	Conclusiones de respuestas basado en todos los entrevistados.
¿Cómo le das los resultados a los agentes? (¿Semanal, diario, mensual?) (¿Por correo, por llamada?)	Los resultados se brindan de una manera no estandarizada para cada proceso que se audita. Algunos son semanales, otros son diarios y algunos son mensuales. El proceso no está estandarizado en su mayoría.
¿Cómo es la recepción de esos resultados? (¿responden todos, pides respuesta por parte de ellos? debaten?)	No todos los agentes evaluados responden los correos de resultados que se les envía. Los analistas de calidad no solicitan una respuesta por parte de ellos. Son pocos las personas que se toman el tiempo de revisar todo lo auditado y sus calificaciones.
¿Cómo es la comunicación con los jefes de producción y la gerencia de ese departamento? (¿les interesa los resultados, buscan mejorarla, no les importa, como trasladan esa información a los agentes?)	No a todos les parece información interesante, sin embargo, en su mayoría, buscan ayudar y mejorar las notas de las personas cuyos resultados no fueron positivos.
¿Los jefes de producción o gente con información del proceso te trasladan información de errores? (¿Para auditar o para estar informado?)	Los procesos constantemente tienen actualizaciones y los analistas de calidad usualmente son los últimos en enterarse de esos cambios. Los jefes de producción no se encargan de mantener informados y trasladar la información al departamento de cumplimiento.
¿Has tenido problemas de comunicación con los jefes de producción, con los agentes, personal de gerencia o personal de otros departamentos? (¿Experiencias, problemas donde comuniquen información importante como actualización de	Problemas de comunicación son generalmente un obstáculo al momento de trasladar resultados a los agentes, ya que la información no está actualizada, no existe una buena relación comunicativa con los departamentos que se auditan.



procesos o cambios del proceso en general?) ¿Por qué crees que esto suceda?	
¿Cómo podría mejorar la comunicación con la gente auditada para que mejoren sus notas, la comunicación con los jefes de producción y gerencia?	Con la creación de comunicados oficiales se podría mejorar la comunicación. La estandarización de los procesos crea una mejor manera de trabajar y enlazar los departamentos de producción y los departamentos de cumplimiento.
¿Cómo es la comunicación con tu jefe inmediato? ¿Crees que pueda mejorar? ¿Está enterado de la auditoria o problemas que tienes con los agentes y jefes de producción?	No es la mejor comunicación y no es la más eficiente. Generalmente se comunican cuando existe un problema a solucionar o una nueva instrucción que debe de darse a los analistas de calidad.
¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?	Todos están enterados de los correos, sin embargo, no todos se toman el tiempo de leerlos o no los leen en su totalidad.

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 5

Agentes de Producción	Conclusiones de respuestas basado en todos los entrevistados.
¿Cómo es la comunicación con los analistas de calidad? (¿Te buscan, los buscas? ¿Sabes quiénes son, quien es su jefe directo? ¿Has tenido problemas con alguno de ellos?	Los resultados siempre son trasladados a los agentes de producción. No todos se toman el tiempo de leer cada uno de sus resultados a menos que sean negativos.
¿De qué manera te trasladan los resultados? (¿semanal, mensual, diario?) ¿Es por medio de correos o llamadas?	Es diferente para cada proceso que existe, en su mayoría suceden de forma semanal y es por correo. Las llamadas de resultados generales suceden a finales de cada mes.



<p>¿Has debatido algún error que te hayan dado los analistas de calidad?</p>	<p>La cantidad de resultados que se debaten es mínima, sin embargo, si sucede y los analistas de calidad resuelven sus dudas.</p>
<p>¿Revisas los correos a fondo que Mandan los analistas de calidad con tus notas y resultados?</p>	<p>No todos se toman el tiempo de revisar los correos que se envían con resultados a menos que la nota sea negativa.</p>
<p>¿Consideras que la comunicación con los analistas de calidad es efectiva? ¿Te solicita comunicarse con el constantemente o está disponible para ayudarte?</p>	<p>La comunicación es efectiva y los analistas siempre están dispuestos a ayudar.</p>
<p>¿De qué manera consideras que los analistas de calidad pueden mejorar el proceso a auditar?</p>	<p>Mantener a los analistas de calidad informado de cuando los procesos de actualizan para brindar resultados más certeros es la mejor manera de mejorar el proceso para auditar y presentar resultados a los empleados.</p>
<p>¿De qué manera podrían los analistas de calidad mejorar el traslado de resultados? ¿Qué ideas se te ocurren o consideras que se ha manejado de una buena forma?</p>	<p>La mayoría de entrevistados consideran que se realiza de buena manera. Sin embargo, algunos comentaron que la información y la actualización de procesos es constante y los analistas de calidad no están enterados.</p>
<p>¿Consideras que la comunicación con tu jefe inmediato y gerente es efectiva? ¿Están disponibles al momento de alguna duda o problema? (¿Si, no, como puede mejorar?)</p>	<p>Los jefes de producción generalmente están ocupados, pero siempre buscan el tiempo para ayudar y apoyar a sus agentes. Ninguno tuvo ninguna queja respecto a eso.</p>
<p>¿Lees a detalle los correos de resultados y errores que te envían? ¿Los respondes, los revisas? ¿Te parecen muy largos?</p>	<p>No todos se toman el tiempo de responder los correos que se los analistas de calidad envían. La información podría consolidarse de mejor manera para que se pueda leer de una manera más efectiva.</p>
<p>¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?</p>	<p>Todos están enterados de los correos, sin embargo, no todos se toman el tiempo de leerlos o no los leen en su totalidad.</p>

Fuente: Elaboración propia.



TABLA 6

Jefes del departamento de producción	Conclusiones de respuestas basado en todos los entrevistados.
<p>¿Cómo es la comunicación con los analistas de calidad? (¿Te buscan, los buscas? ¿Sabes quiénes son, quien es su jefe inmediato? ¿Has tenido problemas con alguno de ellos?)</p>	<p>Los analistas de calidad son quienes en su mayoría de veces buscan a los jefes de producción, a menos que tengan dudas sobre algún tipo de resultado. Los jefes de producción si saben quién es el analista de calidad asignado para su proceso y algunos han tenido inconvenientes relacionados con problemas de actitud.</p>
<p>¿De qué manera te trasladan los resultados? (¿semanal, mensual, diario?) ¿Es por medio de correos o llamadas?</p>	<p>Es diferente para cada proceso, los jefes de producción desean que sea más estandarizado la forma en que se comunica al momento de presentar los resultados. En su mayoría son semanales.</p>
<p>¿Has tenido situaciones en donde la comunicación no es efectiva con los analistas de calidad? (¿falta de información? ¿No hay traslado de resultados?)</p>	<p>Solamente un entrevistado tuvo problemas con un analista de calidad al no presentar resultados para los agentes. Sin embargo, todos los demás no tuvieron ningún inconveniente con ningún analista de calidad.</p>
<p>¿Cómo trasladas información de errores a los analistas de calidad? ¿Cuándo los encuentras? ¿Les notificas al analista de calidad para que lo auditen o lo tomen en cuenta?</p>	<p>Los errores no son comúnmente trasladados a los analistas de calidad. Son los analistas de calidad quienes buscan a los jefes de producción para identificar errores. Esto es un problema de comunicación que se busca mejorar.</p>
<p>¿Le has dado puntos de contacto a los analistas de calidad referente a gente que tiene conocimiento previo en otros departamentos? ¿Existe alguien? ¿Los analistas de calidad te preguntan referente a esto?</p>	<p>No todos los entrevistados dan puntos de contacto a sus analistas de calidad, sin embargo, es algo que tanto los jefes de producción como los analistas de calidad buscan implementar y mejorar.</p>



<p>¿De qué manera podrían los analistas de calidad mejorar el traslado de resultados? ¿Qué ideas se te ocurren o consideras que se ha manejado de una buena forma?</p>	<p>Los jefes de producción consideran que la forma en que se comunica a los agentes de producción podría mejorar para que los agentes siempre estén enterados de sus resultados, sin embargo, están satisfechos con el trabajo que se realiza de parte del departamento de cumplimiento.</p>
<p>¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?</p>	<p>Todos están enterados de los correos, sin embargo, no todos se toman el tiempo de leerlos o no los leen en su totalidad. Sin embargo, un entrevistado dijo estar enterado de cada uno de los correos que envían y es algo que se toma con bastante seriedad.</p>

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 7

<p>Jefes del departamento de cumplimiento</p>	<p>Conclusiones de respuestas basado en todos los entrevistados.</p>
<p>¿Consideras que el traslado de información y actualización de procesos es efectivo entre el departamento de cumplimiento y el departamento de producción? ¿Has tenido inconvenientes en donde el analista de calidad no tiene información actualizada?</p>	<p>El traslado de información por parte del departamento de producción no es efectivo ya que los analistas de calidad no están informados de la actualización de procesos o cambios en general. Es común que el analista de calidad no tenga la información necesaria para auditar de forma actualizada.</p>
<p>¿Cómo es la comunicación con los jefes de producción? ¿Existe una? ¿Te han escrito con problemas que tienen los analistas de calidad?</p>	<p>La comunicación con los jefes de producción y jefes de cumplimiento es poca. No existe una comunicación efectiva. La comunicación existe entre el jefe de producción y el analista de calidad asignado al proceso.</p>



<p>¿Existen problemas de comunicación con la gente que está bajo tu cargo? ¿Te buscan, los buscas?</p> <p>¿Tienen tareas distribuidas proporcionalmente a la carga laboral?</p>	<p>Los analistas de calidad buscan al jefe de cumplimiento cuando necesitan ayuda con algún proceso o con procesos administrativos. El jefe de cumplimiento busca al analista de calidad cuando se tiene que dar una nueva instrucción.</p>
<p>¿Qué tipo de debates o problemas has tenido al momento de trasladar información a gente importante de la empresa con resultados generales?</p> <p>(¿Están de acuerdo? ¿Qué tipo de preguntas te hacen? ¿Sabes cómo responderlas?)</p>	<p>Los jefes de cumplimiento no saben las respuestas a todas las preguntas que gente de otros departamentos tienen, generalmente están de acuerdo, sin embargo, cuando existe una pregunta, esto se escala para poder resolver cualquier tipo de malentendido o inconveniente.</p>
<p>¿Sabes bien el proceso y las preguntas que auditan los analistas de calidad? ¿Crees que están bien?</p> <p>¿Pueden mejorar?</p>	<p>Los jefes de cumplimiento saben bien cada uno de los procesos que se auditan. Se pueden mejorar y pueden abordarse desde otra perspectiva. Uno de los objetivos y proyectos es mejorar la forma en que auditan los analistas de calidad.</p>
<p>¿Cómo se podría mejorar la comunicación entre producción y cumplimiento? ¿La actualización de procesos lo tienen los analistas de calidad?</p>	<p>Lograr estandarizar los procesos y la auditoria es la forma en que se pueden mejorar las notas y trasladar esa información a la gente que es auditada.</p>
<p>¿Cómo es el traslado de resultados de parte de los analistas de calidad hacia producción? ¿Están alineados? ¿Es el mismo proceso? ¿Se puede estandarizar?</p>	<p>Las auditorias no están alineadas y los analistas de calidad trabajan de forma diferente, una meta es lograr estandarizar los procesos para mejorar las auditorias y la presentación de resultados.</p>
<p>¿Consideras que las herramientas para auditar están bien? ¿Se pueden mejorar?</p>	<p>Las herramientas para auditar se pueden mejorar. Preguntas que se auditan pueden removerse al no tener relevancia y agregar preguntas que tengan más peso para así mejorar las notas de los agentes que son evaluados.</p>



<p>¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso de que uno de tus empleados tenga COVID?</p>	<p>Todos están enterados de los correos, sin embargo, no todos se toman el tiempo de leerlos o no los leen en su totalidad. Los jefes de cumplimiento si saben que hacer al momento de que un agente tenga COVID.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia.

1.16.3 Observación

La observación se puede definir como el examen atento de los diferentes aspectos de un fenómeno con el propósito de estudiar sus características y comportamiento dentro del medio donde este se desenvuelve. Esta adopta varias formas dependiendo de las necesidades de la propia investigación: directa, indirecta, oculta, participativa y no participativa. Los instrumentos o medios para realizar la observación son elementos que facilitan, amplían y perfeccionan la aplicación de varias técnicas. (Mérida, 2020, p. 18)

La observación tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y/o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico.

1.16.3.1 Tipos de observación

Para la presente investigación se utilizaron específicamente el tipo de observación participativa e interna, sin embargo, se describirán otros tipos con el objetivo de que sea más comprensible la investigación.

1.16.3.2 Participativa o interna

En este caso el observador se involucra por completo con su objeto de estudio. A través de este tipo de observación es posible conseguir información profunda sobre aquello que se está investigando. El investigador tiene la posibilidad de indagar más sobre las características del objeto de estudio, sus motivaciones, formas de actuar y otros datos que solo pueden conocerse desde un acercamiento íntimo.



Este tipo de observación permite captar tanto los elementos objetivos como los subjetivos. Si el investigador forma parte del elemento que se está investigando, se considera que es una observación participativa natural, en cambio, si el investigador es un ente ajeno al objeto de estudio, se trata de una observación participativa artificial.

La observación participativa es abierta cuando el objeto de estudio sabe que será observado desde la cercanía. Por el contrario, se le considera cerrada o encubierta cuando el objeto de estudio desconoce por completo que será observado.

1.16.3.3 No participante o externa

“La observación es no participante o externa cuando el investigador permanece distanciado del objetivo de estudio y no existe interacción entre ambos. La principal ventaja es la independencia del observador, que no se halla constreñido por el sujeto observado”. (Gras, 1990, p. 135).

En este tipo de observación, el investigador se mantiene al margen del objeto de estudio, puede darse de manera directa a través del empleo de herramientas de recolección de datos como encuestas o entrevistas. También puede darse de manera indirecta, sin tener ningún tipo de contacto con el objeto de estudio, sino basándose en otros trabajos realizados, artículos de prensa, estudios académicos, entre otros.

1.16.3.4 Simple o no estructurada

En esta, el investigador se limita a describir los datos que obtiene de su propia indagación. Es abierta, aunque también planificada y metódica, tiene la intención de obtener información sobre un hecho específico a través de observar su contexto natural.



1.16.3.5 Sistemática o estructurada

Se basa en una estructura más específica que la observación simple. En este caso, ya se tienen determinados con claridad cuáles serán los aspectos puntuales que se observarán, que incluso estarán categorizados. Este tipo de observación favorece la recolección de datos relacionados con algún fenómeno ya identificado. En la estructurada suelen emplearse sistemas para contabilizar los datos recogidos de la investigación.

1.16.3.6 Observación individual

Solo participa un solo investigador, quien tiene la tarea de observar detenidamente al objeto de estudio, registrar los datos recopilados de dicha observación y realizar el posterior análisis propio de una investigación científica. Esta pueda aplicarse en los demás tipos de investigación. La única condición es que el investigador sea un solo individuo.

Esto puede traer el beneficio de agilizar procesos analíticos y puestas en práctica de algunos procedimientos. Por el contrario, la participación de una sola persona podría favorecer la subjetividad, al no contar con otros investigadores que generen debate sobre el problema a investigar.

1.16.3.7 Observación grupal

Intervienen varios investigadores, quienes observan distintas fases o aspectos del objeto de estudio y, posteriormente, comparten los resultados obtenidos, que son complementarios entre sí. Otra manera de poner en práctica la observación grupal es permitir que todos los observadores analicen un mismo elemento del objeto de estudio. Luego de esta indagación, los investigadores debaten para determinar cuáles fueron los datos encontrados, evitando así la subjetividad. Este tipo de observación es conveniente cuando el objeto a estudiar es muy amplio.



Lo observado en la empresa:

Para el siguiente informe se observaron de cerca de dos departamentos que sirven para la producción y el cumplimiento del servicio que se presenta al cliente. El departamento de producción vela por que el trabajo se realice de la mejor manera posible, con varios procesos, se encargan de la creación de contratos para el cliente, realizar convenios de pago, recolectar información para facturar, cobrar al cliente y encargarse de que el cliente cumpla con el pago establecido. La comunicación que manejan dentro de ese departamento es efectiva e inmediata, los jefes de producción se encargan de trasladar de forma pronta, cualquier actualización de procesos, dar instrucciones y lograr llevar a cabo el trabajo establecido. Sin embargo, la comunicación entre diferentes departamentos no es efectivo.

El departamento de cumplimiento se encarga de auditar, evaluar y corregir a los agentes de producción. Velar por trasladar resultados a los trabajadores, informarles de procedimientos positivos, así como negativos para que se puedan corregir. Este departamento es el encargado de organizar reuniones, enviar correos y llamadas para transmitir los resultados individuales y grupales. La comunicación en este departamento es efectiva, pero puede mejorar con diferentes proyectos que se desean realizar. Sin embargo, el principal problema es la comunicación no efectiva entre el departamento de producción y el departamento de cumplimiento, la forma en que la auditoria no está estandarizada para los agentes de calidad y que obstaculiza que la información llegue de manera adecuada a las personas que se audita.

Con base a lo observado, la estandarización de procesos y mejora de herramientas para los analistas de calidad es el método efectivo de mejorar la comunicación y que el traslado de resultados funcione de mejor manera.

Por otro lado, el ultimo departamento observado es de Recursos Humanos, el cual busca mejorar el traslado de información con prevención a COVID-19 para sus trabajadores. Mejorar los correos que envían para que todos sus trabajadores estén informados sobre cómo prevenir la enfermedad de Coronavirus. Para esto, mejorar sus afiches y crear una mascota carismática que los trabajadores logren identificar fácilmente y los mensajes de prevención sean visualmente atractivos. De esta



forma, los trabajadores estarán familiarizados con la mascota y las instrucciones de prevención que mencione la misma.

Actitud activa “La curiosidad, las conductas exploratorias, la indagación de lo desconocido están presentes en la acción humana, conformando una actitud activa que nos sitúa continuamente ante situaciones problema” (Ángel, 2005, p. 21)

“La actitud activa implica un pensarse a sí mismo, problematizar las situaciones y actuar en consonancia a este proceso. Es decir, quien toma una actitud activa ante la realidad, la va a pensar, se va a interrogar sobre ella y luego va a actuar en función de esa reflexión. Se mueven por valores cuidadosamente meditados y seleccionados, pueden pasar muchas cosas a su alrededor, pero son dueñas de cómo quieren reaccionar ante esos estímulos. Centran sus esfuerzos en el círculo de influencia, se dedica a aquellas cosas con respecto a las cuales pueden hacer algo. Su energía es constructiva, con lo cual amplían su círculo de influencia.” (Zuno, 2012, p. 10)

La actitud que tomo la empresa de telecomunicaciones y tecnología ante la pandemia global COVID -19 fue activa. Cuando el presidente Alejandro Giammattei dictó cuarentena al país, la institución contaba con el proyecto de Home Office, y todos los colaboradores de la empresa contaban con laptops y equipo tecnológico para realizar sus actividades proporcionadas por la empresa, entre programas necesarios para realizar las labores de cada colaborador.

Hasta la actualidad, la empresa cuenta con medidas preventivas, medidas higiénicas dentro de las instalaciones para las pocas personas que aún deben llegar a trabajar a las oficinas. Recursos Humanos se encarga semanalmente de enviar al colaborador cuáles son las medidas que deben tomar en sus hogares o lugares en caso de salir. Se recuerda a los colaboradores que lo más importante es su salud.



Bitácora de Observación

Nombre del observador: Edgar Rodrigo García	Fecha: 16/4/2021 Hora: 10:00 am	Participante	Virtual
---	--	---------------------	----------------

Comunicación Interna:

TABLA 8

Empresa de telecomunicaciones y tecnología	
Correo Institucional	La empresa con dos tipos de correos. Uno principalmente con información de recursos humanos e información sobre todo lo relacionado a la empresa en sí. El otro funciona principalmente para la labor de cada uno de los empleados. Ya sea para comunicarse con los clientes o con otros empleados para solucionar o brindar más información sobre un problema.
Canales de comunicación	La plataforma de Teams y correo en Outlook son los canales de comunicación que usa la empresa para la comunicación interna. Ya que la empresa labora actualmente en home office, estos medios sirven para que los empleados se comuniquen entre sí. Los agentes de producción usan diferente tipo de plataformas y sistemas telefónicos para poder comunicarse con los clientes por llamadas telefónicas.
Buzón de sugerencias	La empresa no cuenta con un buzón de sugerencias. Las sugerencias son generalmente brindadas al jefe inmediato.
Intranet	
Sala de Reuniones	Ya que la empresa está en Home Office, las reuniones son virtuales por medio de la plataforma de Teams.
Planta telefónica o PBX	22257000



Salón de usos múltiples	Ya que la empresa está en Home Office, las reuniones son virtuales por medio de la plataforma de <i>Teams</i> .
Presencial o home office	Desde el día 17 de Marzo de 2020 la empresa y todos sus empleados se encuentran laborando desde casa.
RRHH	La empresa cuenta con un departamento de Recursos Humanos cuya función está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal durante la permanencia en la empresa. Así como mandar información sobre prevención a COVID.
Canales informales de comunicación	Algunos trabajadores usan grupos informales de comunicación como grupos de WhatsApp para que un jefe inmediato pueda comunicarse con sus trabajadores e informarle de actualizaciones laborales o alguna noticia importante.
Reuniones semanales	Varios jefes inmediatos usan este medio para estar en constante comunicación con sus agentes. Brindar mejor información sobre noticias importantes o cambios en el proceso. El departamento de producción generalmente tiene reuniones diarias y semanales. Recursos Humanos tienen semanalmente reuniones y también información diaria que debe ser compartida. El departamento de cumplimiento no tiene reuniones semanales, sino mensuales tanto dentro del departamento como para brindar información al departamento de producción.
Personal calificado acuerdo al puesto	La empresa cuenta con personal calificado para cada uno de los puestos que ejercen.
Manual de puestos de trabajo	La empresa no cuenta con un manual de puestos, sin embargo, cuenta con fichas que brindan información general sobre el puesto al momento que un empleado desea aplicar.
Incentivo laborales	Existen bonificaciones para los empleados.

Fuente: Elaboración propia



Lo observado en las herramientas de comunicación de la empresa:

Se observaron algunos comunicados por parte de Recursos Humanos que envían al correo de cada uno de sus empleados. La información observada es general y se observó que en la mayoría de información no es realizada por parte de la empresa si no cuenta con apoyo de otro tipo de información brindada por otras empresas.

En relación con la pandemia COVID – 19, se consultaron correos que Recursos Humanos hicieron llegar a sus empleados para prevenir la enfermedad. Este departamento se encarga de constantemente brindar información para prevenir el contagio de sus empleados.

FIGURA 2



Fuente: Imagen enviada por medio de correo electrónico de Recursos Humanos.



FIGURA 3



Fuente: Imagen enviada por medio de correo electrónico de Recursos Humanos

FIGURA 4



Fuente: Coreos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por Agexport.



FIGURA 5

COVID-19
ENFERMEDAD POR EL CORONAVIRUS 2019

CONÓCELO.

COVID-19 es una enfermedad respiratoria nueva que se identificó por primera vez en Wuhan, China. Actualmente, la propagación se da principalmente **de persona a persona.**

OPS Organización Panamericana de la Salud Organización Mundial de la Salud

Conócelo. Prepárate. Actúa.
www.paho.org/coronavirus

Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OPS: Organización Panamericana de la Salud.



FIGURA 6

Manténgase activo en casa durante el brote de la #COVID19

- 1** Clases en línea de ejercicios físicos
- 2** Bailar
- 3** Jugar videojuegos activos
- 4** Saltar a la cuerda
- 5** Entrenamientos de fuerza muscular y equilibrio

OPS
Organización Panamericana de la Salud Organización Mundial de la Salud
#SeamosActivos #QuédateEnCasa

Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OPS: Organización Panamericana de la Salud.



FIGURA 7

 Organización Mundial de la Salud

Lidiar con el estrés durante el brote de 2019-nCoV

Es normal sentirse triste, estresado, confundido, asustado o enfadado durante una crisis.

Puede ser de ayuda hablar con personas de confianza. Póngase en contacto con amigos y familiares.

Si debe permanecer en casa, mantenga un estilo de vida saludable, lo que incluye seguir una dieta adecuada, dormir, hacer ejercicio y mantener contactos sociales con sus seres queridos en casa y por correo electrónico y teléfono con otros familiares y amigos.



No recurra al tabaco, el alcohol u otras drogas para lidiar con sus emociones.

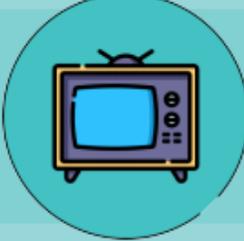
Si se siente superado por la situación, hable con un trabajador de la salud o un consejero en cuestiones de salud. Tenga un plan, sepa dónde y cómo buscar ayuda para atender sus necesidades de salud física y mental, si es necesario.



Infórmese sobre los hechos. Reúna información que le ayude a determinar con precisión su nivel de riesgo para poder tomar precauciones razonables. Busque una fuente creíble, en la que pueda confiar, como el sitio web de la OMS o una agencia de salud pública local o estatal.



Limite su nivel de preocupación y nerviosismo reduciendo el tiempo que usted y su familia pasan viendo o escuchando noticias de los medios de comunicación que les generen malestar.



Recurra a capacidades que ya haya utilizado en el pasado y le hayan ayudado a sobreponerse a las adversidades de la vida, y utilice esas capacidades para manejar sus emociones durante este difícil periodo de brote.



Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OMS: Organización Mundial de la Salud.



Los canales que se utilizan para la comunicación son *Microsoft Teams* y *Outlook*.

FIGURA 8



FIGURA 9



Fuente: Logos tomados por Google Imágenes de las herramientas que utiliza la empresa de telecomunicaciones y tecnología.

Se observó que, a pesar de utilizar estos grandes canales de comunicación, la información que envía Recursos Humanos no es leída por todos los empleados y no contiene información generada por la empresa misma sino utiliza ayuda de otros medios de información brindada por *Agexport* y la Organización Panamericana de la Salud.



1.17 FODA

Según (Matias, 2016) el FODA ayuda a evaluar la situación de una institución y encontrar donde están los inconvenientes internos y externos de la institución investigada, para desarrollar posterior un plan estratégico de comunicación.

Cabe resaltar que tiene un impacto en la organización, debido a que a partir de allí se tomaran disposiciones y gestiones en cuanto a lo que se va a implementar.

El siguiente FODA se aplicó a la empresa de telecomunicaciones para identificar los problemas internos de comunicación que existen entre los departamentos estudiados, de producción, de cumplimiento y Recursos Humanos.



TABLA 9



Fuente: Elaboraci3n propia con base a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa



Ya que no se evalúa a la empresa como tal, sino a los departamentos donde la comunicación puede mejorar, el FODA contiene información dedicada específicamente a los tres departamentos: de cumplimiento, de producción y Recursos Humanos.

- a) Las principales fortalezas que contiene es debido a la comunicación que existe dentro de cada departamento es efectiva y cumple su función al momento de entregar una buena calidad de servicio y producto. Recursos Humanos tiene calendarizado los días que mandara los correos para informar a los agentes sobre la prevención y el cuidado ante la pandemia.
- b) Las debilidades de los departamentos se reflejan principalmente en la comunicación entre los departamentos de producción y cumplimiento no es eficiente y genera confusión al momento de brindar resultados a los agentes. Los procesos dentro del equipo de cumplimiento no están estandarizados y no siguen una misma línea lo cual genera confusión para los jefes de producción.
- c) Las amenazas que la empresa afronta son debido a la pandemia de COVID-19, la comunicación se limite a solo ser virtual y afectar a las personas que no tienen el alcance tecnológico. La comunicación puede llegar a ser ineficiente y obstaculizar la relación con clientes que tiene la empresa.
- d) Sin embargo, los departamentos presentan grandes oportunidades para mejorar con la estandarización de procesos por parte del equipo de cumplimiento es un área que puede mejorar para presentar información clara y no de espacio a confusión y malentendidos. La comunicación entre departamentos tiene una gran oportunidad para mejorar y presentar mejores resultados a los agentes que son auditados.



1.18 Problemas detectados

Debido a la pandemia del virus COVID-19 por la que se encuentra el país, se pudieron detectar algunos problemas en el momento de hacer el diagnóstico.

- a) La comunicación entre el departamento de producción y cumplimiento no es el más efectivo, ya que el departamento de producción no traslada la información más actualizada de procesos al departamento de cumplimiento.

- b) La información de resultados que envía el departamento de cumplimiento no es el más adecuado y no está estandarizado. La información para evaluar puede mejorar brindar información clara y concisa al departamento de producción.

- c) Recursos Humanos envía información para prevenir la enfermedad de Coronavirus por medio de otros medios y canales de información como lo es *Agexport*, OPS y la OMS, sin embargo, no todos leen los correos y carecen de información originada por la empresa misma.

1.19 Planteamiento del problema comunicacional

¿Cuál es el impacto que se tiene dentro de los departamentos al no tener una comunicación asertiva y no trasladar información actualizada correctamente?

Respuesta hipotética: Si se evidenció que la comunicación no es efectiva ni asertiva, ya que el traslado de información no es el correcto, no es el más actualizado, estandarizado y genera que la información no sea clara ni específica.



1.20 Indicadores de éxito:

Según la información observada y la recopilada con los datos de las personas entrevistadas se puede concluir que los problemas de comunicación interna son grandes y pueden llegar a generar confusión entre los departamentos. Los procesos no están estandarizados por parte de los analistas de calidad al momento de brindar los resultados al departamento de producción.

La información que Recursos Humanos envía a los empleados con prevención de COVID no es original y no es visualmente atractiva, no es leído por todos los empleados y puede mejorar.

La estandarización de procesos generaría un mejor traslado y manejo de información para los agentes de producción. La información estaría clara y los agentes sabrían cuando recibir sus resultados y consultarlos en cualquier momento deseado.

La creación de una mascota propia de la empresa para incluirla en los afiches de información que envía Recursos Humanos generaría información visualmente atractiva y que todos los empleados podrían leer e informarse sobre los diferentes protocolos e información actualizada que la empresa desea comunicar.

La alianza con los departamentos observados genera una visión clara y concisa de los problemas de comunicación que se tienen y genera la herramienta más beneficiosa para poder realizar el proyecto de mejorar la comunicación interna.



1.21 Proyecto a desarrollar

Nombre del proyecto: Estrategias de comunicación Interna entre departamentos de una empresa de telecomunicaciones y tecnología.

Este nombre fue adaptado para el proyecto a realizar, para lograr mejorar la comunicación interna que existe entre tres departamentos, de producción, cumplimiento y recursos humanos. La cual se realizarán proyectos para estandarización de información y procesos, creación y mejora de herramientas visuales para prevenir el COVID.



Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

El plan de estrategia comunicación parte de un documento que identifica los objetivos, estrategias, recursos y acciones de comunicación interna, que se proponen para mejorar una empresa u organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

Llevar a cabo una estrategia con plan de comunicación sirve para lograr mejorar la comunicación interna o externa, en este caso, interna. Mejorar la relación que existen entre los distintos departamentos que contiene dicha empresa, armonizarlos y lograr un traslado de información efectivo.

Los efectos de la pandemia COVID-19 se ven reflejados en el declive de la comunicación interna que contiene la empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca. Debido a que todos sus trabajadores actualmente se encuentran trabajando desde casa, la comunicación se encuentra inestable e ineficiente al momento de trasladar información de un departamento a otro.

El plan estratégico estará aplicado por medio de fases, anteriormente se tiene que diagnosticar y posteriormente se diseñan estrategias que contribuyan al cumplimiento de metas y objetivos de forma exitosa.

En la empresa de telecomunicaciones se realizó un trabajo de investigación en el cual se recolectaron datos como objetivos, estrategias, políticas y acciones en las estrategias de comunicación que ayudaran a mejorar la comunicación que existe entre tres departamentos diferentes.



2.1 Plan estratégico de la comunicación

Las técnicas que apoyarán a la ejecución del plan comunicacional de forma interna harán que se logren resultados satisfactorios y para el desarrollo del mismo se utilizarán las siguientes técnicas: Observación y entrevistas.

Por medio de los resultados obtenidos a través de las entrevistas y la observación realizada se llevarán a cabo tres estrategias, las cuales se harán por medio interno para mejorar la relación y comunicación de tres departamentos de la empresa de telecomunicaciones brindándole información y herramientas con la que los empleados no cuentan con normalidad o no están estructurados y estandarizados de una manera correcta.

La primera estrategia cuenta con la realización de una mascota de la empresa para que los empleados puedan relacionarse e identificarse con el personaje. La finalidad del mismo es poder introducirlo como una figura que cuida de los empleados y da consejos a los mismos para poder prevenir la transmisión del COVID-19. Este personaje también estará incluido en afiches y la realización de una revista que cuente con datos para mejorar el cuidado de los empleados ante la pandemia.

También se realizarán documentos estandarizados que mejore los procesos ya establecidos por parte del equipo de cumplimiento. Estos documentos servirán primordialmente como una guía para que los analistas de calidad puedan mejorar el traslado de resultados que se le brinda al equipo de producción. Este material de apoyo quedará regido para las nuevas instrucciones de como poder realizar el trabajo de una manera más satisfactoria.

La última estrategia será mejorar las herramientas que los analistas de calidad utilizan para realizar sus auditorías, por medio de archivos de Excel que incluirá nuevas preguntas para auditar y mejorar la calidad de resultados para el equipo de producción.

Llevando a cabo estas estrategias se estará mejorando la relación y el traslado de información entre los tres departamentos: Recursos Humanos, Cumplimiento y Producción.



2.2 Misión

El principal objetivo es lograr mejorar la comunicación efectiva interna que existe en la empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala dentro de tres principales departamentos: producción, cumplimiento y recursos humanos. así como la creación de una mascota y una revista informativa referente a medidas preventivas de COVID- 19.

2.3 Visión

Ser un referente atractivo para los trabajadores de la empresa, lograr que los empleados puedan identificarse con la mascota y la revista y llevar a cabo la prevención de la transmisión de COVID -19. Lograr mejorar los instrumentos de análisis de los trabajadores para transmitir una información más adecuada y certera a los empleados evaluados y de esa manera poder mejorar los resultados como producción de la empresa.

2.4 Elementos comunicacionales

Los elementos de comunicación interna del siguiente proyecto son la creación de una mascota de la empresa que logre identificar a los empleados y brinde consejos para lograr prevenir la transmisión del COVID 19.

La mejora de las herramientas utilizadas por los analistas de calidad para poder mejorar y brindar mejores resultados a los empleados auditados.

- a) Emisor: Individuo, empresa o departamento la cual comienza con la transmisión comunicacional y esto se logra a través de un canal se da el mensaje y este llega a un grupo de personas, el mensaje que se emite es interpretado en un código cultural y social.
- b) Receptor: Individuo, empresa o departamento al cual es entregado un mensaje, este cumple una función inversa al del emisor ya que el receptor debe interpretar lo que el emisor le quiso comunicar. Hay dos tipos de receptores: pasivo y activo. El pasivo que solamente



toma el mensaje y el activo que no es solo el que lo recibe, sino que también es el encargado de guardarlo, percibirlo y expone una respuesta.

- c) Mensaje: Conjunto de información que transfiere el emisor y es tomada por el receptor, dentro de una empresa o una institución como lo es un departamento en una empresa, puede llegar a ser un mensaje que brinde ordenes, ideas, solicitudes, dudas, rumores.
- d) Fuente: Una fuente es el sitio del cual proviene la información recolectada.
- e) Código: Conjunto de reglas que han sido establecidas en cada uno de los sistemas de símbolos y signos que el emisor usara para transmitir el mensaje, siendo establecido cultural y socialmente para su mejor entendimiento.
- f) Canal: a través del cual es emitido el mensaje creando así un vínculo con el emisor y receptor, el canal puede ser artificial o natural, el canal de voz es natural, al contrario del que se utiliza en la radio es artificial.

2.4.1 La comunicación

Con el paso del tiempo la comunicación ha sido parte importante de toda relación humana, este progreso ha ofrecido nuevas plataformas y al mismo tiempo, nuevos aspectos para examinar el término comunicación; esto quiere decir que la comunicación parte en dos su enfoque dependiendo el contexto desde el cuál ésta sea visto "El mercado actual de la comunicación -es decir, el ámbito de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos- abarca numerosas actividades de distintos tipos que, al colocar a la capacidad comunicativa inherente a la especie como principal fuerza productiva, requiere de una formación profesional cada vez más amplia y, a su vez, específica". (Rosario, 2015)

La comunicación no solo ha requerido una sucesión de progresos en el tema de la tecnología y herramientas para la expansión de información, de alguna manera ha empujado a la elaboración de modo más específica de quienes vayan a utilizarla, claro está que es imposible no tomar en cuenta la comunicación en cualquier aspecto del día a día.

"El tema clave es que mientras que los medios de masas son un sistema de comunicación de un sentido único, el proceso de comunicación real no lo es, sino que depende de la interacción del emisor y el



receptor en la interpretación del mensaje. Los investigadores han encontrado pruebas de la importancia de lo que denominan la “audiencia activa”. (Manuel, 2000)

Manuel (2000) realiza una afirmación importante, en esta aclara que no todos los impactos que se producen son audiencia activa, se puede decir que es una de las nuevas maneras que ha elegido la comunicación con el manejo de la tecnología y se esta debe ser examinada de manera cautelosa, el mensaje con facilidad podría llegar a miles de personas, y no por eso se va a transmitir de la forma debida o será entendida de la manera en la cual se espera.

2.4.2 Elementos de la comunicación: teoría funcionalista

El funcionalismo es conocido por ir de la mano de los procesos de comunicación social y por estudiar de qué manera el receptor entiende el mensaje, depende el contexto del que se hable, así es como lo cita Agudo Terrón en su libro “el funcionalismo concibe los procesos sociales y las funciones que los configuran sobre la base de un modelo general del equilibrio y el control. Toda dinámica social se articula sobre un modelo de estructura que presupone un reparto de funciones dirigido a su mantenimiento o perpetuación.

En términos estrictos, el funcionalismo es una teoría de la causalidad de los procesos sociales, es decir, se centra en las relaciones causa-efecto de los acontecimientos sociales entendidos como cadenas de procesos, obviando con ello otros aspectos de la vida social (simbólicos, éticos, culturales, etc.) (Aguado Terrón, 2004). Lo que quiere decir el autor es que el funcionalismo orienta su estudio a la causa y efecto que se encuentra en cada individuo con el contexto social en el cual este esté introducido.

2.4.3 Tipos de comunicación

La comunicación posee un proceso en la que la entrega del mensaje hay tipos de comunicación, en los cuales se encuentran la comunicación verbal y no verbal, la comunicación para verbal la cual ayudan que la comunicación se haga de manera clara ya sea de una persona a otra o a un grupo.



Dentro de los tipos de comunicación que existen, está la comunicación verbal que es la que se usa en el lenguaje para comenzar una conversación y que se logre transmitir el mensaje que se desee y de esa forma obtener respuestas que tenga información útil, para lograr una comunicación efectiva algunos factores importantes son el saber escuchar, escribir, leer y que el mensaje sea emitido de forma clara y concisa. (Prieto, 2001, p. 14).

La comunicación verbal es la que se muestra a través de gestos, posturas, expresiones y movimientos que refuerzan a la interpretación de la comunicación. Esta posee mecanismos fisiológicos que hace que la comunicación no verbal sea emitida de una forma adecuada como lo es la respiración, la sudación, el flujo sanguíneo, la activación muscular y las palpitaciones.

En la comunicación para verbal se transmite el mensaje de una forma correcta, ya que debe ser transmitido de una manera clara y concisa, en el caso de que se busque obtener una respuesta se debe asegurar de tener la fluidez adecuada, la voz, las perturbaciones del habla y que la velocidad sea la ideal para que el mensaje pueda ser entendido de la mejor manera.

2.4.4 Comunicación organizacional

Conjunto de normas que establece dentro de la empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala, las actividades que se realizaran se concretan con la autodeterminación estratégica y ambiente con el fin de proporcionar aspectos básicos que el análisis pasa desapercibido; cómo, cuándo y por qué, unión del personal, desenvolvimiento laboral y se motiva al personal de la institución.

La comunicación organizacional es un conjunto de herramientas y actividades que son guiadas con el propósito de acelerar y facilitar la comunicación que se tiene entre los trabajadores de la institución. Por otro lado, influye en las actitudes, conductas y opiniones de grupos internos, como de externos de la institución esto con el propósito de que se cumplan con los objetivos de servicio, radica en la emisión y recepción de los mensajes entre una complicada organización en este caso de la empresa de telecomunicaciones.



La comunicación organizacional posee una representación utilizada en el proyecto:

- a) **Comunicación interna:** todos los mensajes que se emitan serán para el personal que labora dentro de la empresa, esto con el propósito de mejorar la comunicación dentro de los departamentos.

2.4.3.1 Comunicación interna

García, (2007) explica que la comunicación interna es la que se produce dentro de la organización, y que está destinada al ámbito interno que integra al propio personal, la dirección, accionistas, secciones sindicales y demás grupos de la empresa, los 8 cuales pueden comunicarse por medio de revistas internas, documentos de trabajo, seminarios, eventos internos y talleres.

La comunicación interna se basa en las relaciones laborales flexibles que permite alcanzar los objetivos y metas propuestas. Esta comunicación debe ser en todos los sentidos y tener una retroalimentación constante para lograr los mejores resultados, el no tener un sistema de retroalimentación adecuado, hace que se pierda mucha información que los empleados pueden ofrecer y que es fundamental para satisfacer cada día mejor a los clientes.

Esta comunicación existe como elemento globalizador de información es imprescindible para el buen funcionamiento de la empresa, este incide directamente en la motivación de los trabajadores y, en consecuencia, en el clima laboral notándose sus efectos en la productividad.

2.4.4.2 Medios y canales de la comunicación interna

Carretón, (2007) hace referencia a los medios impresos más utilizados, pero no los únicos, por las empresas para mantener una relación informativa bidireccional con sus públicos internos; se pueden mencionar los siguientes:



- a) Boletín informativo
- b) Revista digital
- c) Periódicos
- d) Correos electrónicos
- e) Afiches
- f) Circulares
- g) Cartas
- h) Reuniones
- i) Entrevistas
- j) Conferencias
- k) Entrenamientos
- l) Buzón de sugerencias
- m) Encuestas
- n) Carteleras

2.4.4.3 Formas de desarrollo de la comunicación interna

Fernández, (2005), comenta que dentro de la comunicación interna se establecen dos formas de desarrollo muy diferenciadas y con características diferentes:

- a) La comunicación formal, está puntualizada por la su misma organización jerárquica de la organización, se puede controlar de una manera planificada y dispone de una sucesión de herramientas para su aplicación. Su sentido se detalla en tener informaciones concernientes a la realización de las tareas y actividades del trabajo.
- b) La comunicación informal, se define íntimamente con las relaciones interpersonales. Es muy dinámica, directa y es difícil de controlar, ya que es el personal de la organización quien lo instituye fuera de toda rigidez laboral. Su forma la establece un conjunto de hábitos, empatías, costumbres y diferentes situaciones dentro de la actividad cotidiana



2.4.4.4 Ubicación de la comunicación interna

La gestión de la comunicación interna suele hacerse habitualmente desde el área de recursos humanos, aunque, a veces, llega a depender del departamento de marketing. Sin embargo, lo ideal es que alcance su pleno desarrollo y expansión. Depende de la dimensión de la empresa, del sector donde ésta ópera, y de las circunstancias que la rodean, puede asegurarse que el comité de empresa desconfía de esta herramienta si no se gestiona con absoluta profesionalidad, transparencia y honestidad.

Los trabajadores suelen conocer lo que acontece a su empresa a través de los medios de comunicación, sin ninguna explicación por parte de su dirección. Cuando la comunicación interna es gestionada por la dirección de RR.HH. suele tener una orientación, fundamentalmente dirigida a la visión laboral, comunicaciones relacionadas con los empleados, motivación y formación.

2.4.5 Contenido digital

Crear contenido de calidad para la revista digital ayudará a atraer al grupo objetivo, dar consejos para prevenir el contagio de la pandemia, presentar al nuevo personaje que sirve de mascota para la empresa de telecomunicaciones.

Los contenidos digitales son clave a la hora de desarrollar cualquier estrategia de marketing y comunicación. Sin ellos, el internet sería un espacio vacío sin ningún tipo de valor ni interés para nadie. En el momento de la creación de contenido es importante que este sea de calidad, que ayude a las personas a ser más precavidos y les aporte valor.

Los contenidos digitales son cualquier pieza de información que se puede incluir en un medio digital. Pueden estar formados por textos, imágenes, videos, mapas, cualquier elemento creativo. Los contenidos digitales son cualquier forma de datos o información en forma digital (archivos electrónicos), en oposición a la forma física.



Un contenido digital puede ser cualquier cosa; desde un simple gráfico a fotos, videos, documentos de investigación, artículos, informes, estadísticas, bases de datos, planes de negocios, e-libros, música, etc. (Tum, 2019, p. 29)

2.4.6 Revista digital

Es un elemento de transición entre lo que es una revista impresa y lo que vendrá. Para definir nuevos medios, se usa conceptos de viejos medios y aunque eso puede limitar, se ahorra el papel y ayuda también a crear productos que los usuarios puedan entender.

Las revistas digitales son distribuidas digitalmente. Suelen utilizar multimedia o elementos interactivos que explotan el medio en el que se encuentran ya sea, computadoras, tabletas, smartphones, entre otros. Los usuarios pueden suscribirse a este tipo de revistas. Además, las revistas digitales pueden incluir estadísticas de manera que se pueda saber mucha más información acerca de los lectores y los hábitos de lectura.

Es una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica, capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales. (Manovich, 2005)

2.4.6.1 Diagramación

Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, prensa y revistas. La diagramación también conocida como maquetar, si se refiere a esta palabra solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso.



La diagramación se encarga de reunir de una manera orgánica y armónica los textos e imágenes que pretenden ser vistos por el lector.

Melfi (2013) define diagramación como “la figura gráfica que explica un fenómeno determinado o también el arte de distribuir la composición en una página.” Por lo tanto, se entiende como la organización de un conjunto de elementos ubicados por su valor o importancia, basada en un sistema de desarrollo armónico de la técnica visual, que permite la descodificación del mensaje.

En la diagramación de la revista se pondrá en práctica los conocimientos sobre el recorrido visual que una revista debe tener, organizando los temas que abarca el programa, utilizando todas las herramientas antes mencionadas para lograr una revista digital que cumpla con las expectativas del grupo objetivo.

2.4.6.2 Tipografía

Es la forma de escribir con diferentes tipos de letras y caligrafía. Esto es especialmente importante en lo que respecta a la publicidad, el marketing, el diseño, el arte y muchas otras actividades en las cuales lo visual es esencial para atraer la atención del público o generar diferentes reacciones en él. La tipografía sirve para expresar con diferentes formas de letras y dibujos distintas sensaciones, estilos, etc.

La tipografía existe desde el mismo momento en que el ser humano inventa la escritura ya que encontramos distintas formas y letras en la antigüedad que variaban según quién escribiera, la región, la utilidad del documento escrito, etc. En la actualidad se ha desarrollado la tipografía como arte de un modo más sistemático, lo cual habla de su importancia en el mundo del diseño, del arte.

La tipografía es una forma de escribir con diferentes huellas, estilos y diseños y esto se hace visible hoy en día de manera clara y evidente en las publicidades, el marketing, el diseño gráfico, el arte, todas las actividades en las que lo visual tiene peso y diferentes formas de escribir una palabra, con trazos finos o gruesos, con letras encadenadas entre sí, con letras sueltas y simples, con serif o sin serif, etc.



Estas generan sensaciones en aquel que las observa. “Es la técnica de generar una impresión mediante el uso de formas con relieve que reciben el nombre de tipos y que, una vez entintadas, serán aplicadas sobre papel u otro soporte para generar una serie de formas.” (Flores, 2012, pág. 123)

Se utilizará una tipografía adecuada al tipo de revista que se trabajará, tipografía legible, creativa, que capte la atención del lector y asimismo se interese por continuar leyéndola.

2.4.7 Excel y word

Excel es un software que permite crear tablas, y calcular y analizar datos. Este tipo de software se denomina software de hoja de cálculo. Excel permite crear tablas que calculan de forma automática los totales de los valores numéricos que especifica, imprimir tablas con diseños, y crear gráficos simples. Excel forma parte de “*Office*”, un conjunto de productos que combina varios tipos de software para crear documentos, hojas de cálculo y presentaciones, y para administrar el correo electrónico.

Microsoft Excel es una aplicación distribuida por *Microsoft Office* para hojas de cálculo. Este programa es desarrollado y distribuido por *Microsoft*, y es utilizado normalmente en tareas financieras y contables.

Microsoft Word, es un programa editor de texto ofimático muy popular, que permite crear documentos sencillos o profesionales. *Microsoft Word* es incluido en el paquete *Microsoft Office* de *Microsoft*. De todas maneras, también es vendido por separado. *Microsoft Word* posee herramientas de ortografía, sinónimos, gráficos, modelado de texto, etc. Además, tiene una integración con el resto de las aplicaciones del paquete *Microsoft*



Además, *Word* proporciona diversas características de ayuda para la creación de texto, de modo que pueda completar documentos profesionales, como artículos o informes, con facilidad. También puede imprimir direcciones de tarjetas postales o sobres.

El uso de estas herramientas es indispensable para la realización del proyecto, ya que la empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala, utiliza reportes para llevar a cabo sus diferentes auditorías y producción.

2.5 Alcances y límites

Poder brindar mejores herramientas actualizadas a los analistas de calidad para tomar en cuenta una mejor muestra de trabajo por medio del departamento de producción. Realizar documentos de apoyo que estén al alcance de cualquier empleado para regir normas y reglas, así como brindar nuevas instrucciones que estandarice la forma de trabajar en el departamento de producción.

Realizar afiches y una revista digital que contenga la creación de una mascota para que los empleados puedan identificarse y generar interés y atracción a los lectores. Este personaje brindara información actualizada de COVID y su prevención, así como actualizaciones y noticias importantes con temática relacionada a la empresa de telecomunicaciones.

Las limitantes del siguiente proyecto son los siguientes:

- a) La revista no será de forma impresa, si no que llegara de forma virtual a los trabajadores de la empresa.
- b) La creación de la mascota será únicamente para la sede guatemalteca y no para las otras sedes internacionales de la empresa.
- c) Los documentos de apoyo con reglas e instrucciones son para departamentos específicos de la empresa y rigen únicamente para ellos, no para otros departamentos que contiene la empresa.



2.6 Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

La importancia de establecer productos comunicacionales que mejoren y estandaricen los procesos organizacionales se basan en tres pilares importantes y en tres departamentos estudiados y evaluados; de cumplimiento, de producción y recursos humanos. Los tres pilares se basan en la creación de una revista digital y afiches que brinden información de prevención de COVID para los empleados, la creación de un símbolo institucional que sirva para la identificación de los trabajadores en la empresa de telecomunicaciones y la mejora de herramientas de procesos organizacionales que utilizan los departamentos mencionados.

Para lograr la atención de los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones y fortalecer la comunicación interna de los departamentos de cumplimiento, recursos humanos y producción, la metodología está basada en pasos a seguir ante el requerimiento de la estrategia los cuales serán realizados de la siguiente manera:

2.6.1 Creación de la mascota de la empresa

Se cuenta con el personaje creado para representar a la empresa de telecomunicaciones, el cual lleva por nombre “Beto”, un quetzal con gafete de la empresa que brinda información relevante sobre la empresa a los trabajadores. El boceto fue brindado un trabajador que brindo su idea de realizar un quetzal para que los empleados guatemaltecos se identificaran con el mismo.

Este es un personaje llamativo, los colores tienen un significado y valor, por lo tanto, ayudará a conservar una línea de colores que den unidad con el resto de los contenidos incluidos. El verde y rojo son los colores que representan el quetzal, así como un gafete con cinta de color azul que representa a la institución.



2.6.2 Temas para la edición de la revista.

Se establecen cuáles serán los temas que se tratarán y los formatos a utilizar como artículos, crónicas, reportajes, columnas, consejos prácticos, novedades, etc. Así como principalmente brindar información de prevención que logre llamar la atención de los trabajadores para poder cuidarse de la transmisión de la pandemia.

2.6.3 Identificar y definir contenido para los afiches

Se comenzará a investigar, recopilar y redactar información, recopilar material de apoyo como fotografías e ilustraciones. Lo más importante en un afiche es el contenido, por este motivo se debe prestar especial atención a los detalles como títulos correctamente elaborados y atractivos que al final atraerán a los lectores.



2.6.4 Uso de imágenes en revista y afiches

Se debe utilizar imágenes, fotografías o ilustraciones de buena calidad y el lector se tomará el tiempo para observarlas sin ningún problema. En una revista digital se debe usar de forma moderada las imágenes para evitar cansar la vista del usuario y en los afiches poder brindar la respectiva calidad y flujo de contenido para que el lector quede informado e interesado.

2.6.5 Diseño y colores de revista

Se debe tomar en cuenta que la empresa ya contiene una línea de colores por lo que se respetarán y se continuará con la misma línea aplicando un diseño con el toque creativo que la distinguirá en la institución.

2.6.6 Creación y mejora de documentos de estandarización de procesos

Verificar la calidad del contenido a realizar e incluir en los distintos documentos de apoyo que servirán como herramientas para los trabajadores de la empresa en los departamentos de cumplimiento y producción. Se deben utilizar reportes concisos y claros, que no sean redundantes y que no den pauta a una mala interpretación de reglas e instrucciones que se deben seguir al momento de realizar actividades asignadas a los trabajadores. Así mismo, realizar reportes que ayuden y mejoren la calidad de trabajo de los analistas de calidad de la empresa.

2.6.7 Objetivo general y específico

Objetivo general

- a) Fortalecer la comunicación interna de la empresa de telecomunicaciones para promover una comunicación efectiva entre los departamentos de cumplimiento, producción y recursos humanos.



Objetivos específicos

- a) Impulsar una herramienta de comunicación interna para poder organizar y distribuir de manera óptima la información para estandarizar procesos de comunicación y mejorar la calidad de auditorías realizadas por el departamento de cumplimiento.
- b) Crear un símbolo para la empresa de telecomunicaciones que sirva como anclaje para mejorar la recepción de la información.
- c) Establecer formatos de comunicación visual para informar a los empleados de la empresa de telecomunicaciones.

2.6.8 Acciones para conseguir los objetivos

Para la realización de la revista digital, los afiches, la creación de la mascota y la documentación y reportes de procesos organizacionales se utilizarán las siguientes herramientas para fortalecer el objetivo de las mismas, entre ellas se encuentran las siguientes:

TABLA 10

Actividades realizadas	Descripción de actividades	Mensaje a transmitir	Canal
Ilustración y digitalización de Beto	Beto fue ilustrado por medio de herramientas de Adobe con la finalidad de digitalizarlo con diferentes poses y herramientas que promuevan el cuidado del COVID-19	Creación de símbolo que permita identificación de la sede guatemalteca y sus empleados.	La presentación de Beto será por medio de la revista digital enviada a los empleados.
Realización de afiches	Los afiches contienen información de prevención a	Medio visual que permite a	Los afiches serán



	<p>COVID que serán utilizados en las diferentes sedes y oficinas guatemaltecas de la empresa de telecomunicaciones.</p>	<p>los empleados identificar las medidas de prevención de COVID en Guatemala y en las instalaciones.</p>	<p>distribuidos por medio de correo electrónico y colocados en las instalaciones del edificio.</p>
<p>Realización de revista digital</p>	<p>Se estructuró la revista con los colores institucionales, se colocó el orden de la información de manera a que llevara una secuencia, se mandó a diseñar. Se revisa la ortografía, redacción, estructura, imágenes e ilustraciones. Para dicho diseño se utilizó el programa de Figma, las ilustraciones fueron descargadas de <i>Freepik</i>, las tipografías fueron descargadas de <i>Dafont</i> y el contenido digital fue redactado.</p>	<p>Realización de herramienta visual que permita a los trabajadores estar informados de las medidas de prevención e información actualizada de COVID.</p>	<p>La distribución de la revista será digital por medio del correo institucional de la empresa.</p>
<p>Creación de documentos de estandarización de procesos organizacionales.</p>	<p>Para la creación de los documentos se utilizó <i>Microsoft Word</i> utilizando plantillas institucionales que promovieron nuevas instrucciones para los</p>	<p>Mejora y estandarización de documentos que permitan beneficiar el proceso</p>	<p>La distribución de este contenido es por medio de correos institucionales</p>



	analistas de calidad y el departamento de producción.	el de para los analistas de calidad.	organizacional que fomenten las nuevas medidas para los trabajadores.
Modificación de herramientas de Excel que utilizan los analistas de calidad para auditar al departamento de producción.	Se removieron categorías auditables que no mejoraban los resultados en el departamento de producción y se agregaron distintas categorías que van más enlazadas al trabajo realizado por producción.	Mejora y estandarización de herramientas que permitan beneficiar el proceso organizacional para los analistas de calidad.	La distribución de este contenido es por medio de correos institucionales que fomenten las nuevas medidas para los trabajadores.

Fuente: Elaboración propia, ver a los anexos.



2.6.9 Indicadores para medir cumplimiento

Los productos de comunicación utilizados se miden puramente de manera cualitativa. Para lograr los objetivos de cada uno los productos realizados en el proyecto, se debe medir su cumplimiento por medio de una base cualitativa, siendo aprobados por alta gerencia, evaluando la recepción del grupo objetivo y midiendo su impacto en la empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca.

TABLA 11

Actividad	Descripción de proceso	Medición de cumplimiento
Creación de mascota para la empresa de telecomunicaciones.	Beto es un quetzal con mascarilla que promueve el cumplimiento de normas de prevención ante la pandemia de coronavirus.	Deben de ser evaluados, aprobados y firmados por recursos humanos. Una vez aprobados, se publica en los afiches y la revista digital.
Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.	Los afiches contienen información de prevención para la propagación de COVID -19 en las instalaciones. Los afiches contienen a Beto como personaje central informativo.	Deben de ser evaluados, aprobados y firmados por recursos humanos. Una vez aprobados, se publican en las instalaciones de la empresa para ser visibles a los empleados. Se mide por medio de la retroalimentación después de enviada la información.
Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto.	La revista contiene información de prevención a COVID, introducción de personaje Beto para los	Deben de ser evaluados, aprobados y firmados por recursos humanos. Una vez aprobado, se envía a cada uno



	empleados e información general de la empresa.	de los empleados de la empresa de telecomunicaciones. Se mide por medio de la retroalimentación después de enviada la información.
Documentación de procesos estandarizados organizaciones.	Los procesos estandarizados organizaciones consisten en documentos que rigen a la designada operación para su cumplimiento.	Deben de ser evaluados, aprobados y firmados por partes interesadas. Se deben presentar a alta gerencia para su aprobación. Se mide por medio del impacto de las evaluaciones del equipo de analistas de calidad.
Modificación de reportes en Excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.	Los analistas de calidad utilizan reportes en Excel especializada para categorizar cada uno los procesos que el departamento de producción realiza.	Deben de ser evaluados, aprobados y firmados por partes interesadas. Se presenta a gerencia y una vez aprobados rigen como las nuevas formas de evaluar por parte de los analistas de calidad hacia el departamento de cumplimiento. Se mide por medio del impacto de las evaluaciones del equipo de analistas de calidad.

Fuente: Elaboración propia, ver a los anexos.



2.6.10 Instrumentos

Tabla 12

No.	Actividad	Meses																		
		Junio					Julio					Agosto					Septiembre			
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
1	Creación de mascota para la empresa de telecomunicaciones. Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.																			
2	Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.																			
3	Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto. Documentación de procesos estandarizados organizaciones.																			
4	Documentación de procesos estandarizados organizaciones.																			

No.	Actividad	Meses																	
		Junio					Julio				Agosto				Septiembre				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5
6	Diagramación de la revista e inicio de diseño de la misma, Ilustración de Beto, Estandarización de procesos entrega de 2. Plan Estratégico de Comunicación																		
7	Modificación de reportes n Excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.																		

Fuente: Elaboración propia, ver a los anexos.



2.6.11 Actividades para la operatividad de la estrategia

Desarrollo de cada una de las actividades que se realizarán para reforzar la comunicación de los departamentos de recursos humanos, de cumplimiento y producción.

2.6.11.1 Propuesta 1: Creación de mascota para la empresa de telecomunicaciones.

Con base a las necesidades de la empresa de telecomunicaciones se realiza la creación de una mascota que sirva para que los trabajadores puedan identificarse con la empresa y su sede guatemalteca, así como un personaje que fomente las precauciones de la transmisión de coronavirus. El personaje será un quetzal con sus colores respectivos, utilizando mascarilla e instrumentos como gel anti bacterial y gafete de la empresa.

2.6.11.2 Propuesta 2: Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.

Para evitar la transmisión de coronavirus en las instalaciones, es necesario contar con la propia y debida información de prevención para que los empleados que utilizan los espacios recreativos o de trabajo, puedan estar enterados de las normas que se requieren para evitar un contagio. Beto servirá como protagonista de los afiches, dándoles instrucciones a los empleados en diferentes versiones de los afiches.

2.6.11.3 Propuesta 3: Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto.

La revista digital contendrá como primer y principal punto, la introducción de Beto como mascota oficial de la empresa de telecomunicaciones con sede en Guatemala. Se le asignarán atributos humanos a Beto, como personalidad, gustos afines, pasatiempos e información de prevención de coronavirus, así como también información general de la empresa, noticias y fotografías.



2.6.11.4 Propuesta 4: Documentación de procesos estandarizados organizaciones.

Un procedimiento operativo estándar (POE) es un conjunto de instrucciones paso a paso compiladas por una organización para ayudar a los trabajadores a realizar operaciones de rutina.

Ya que el lenguaje predominante en la empresa es el inglés, las siglas del procedimiento operativo estándar es *SOP (Standard Operating Procedure)*, su función es asignar responsabilidades, indicar normas de producción, operaciones de rutina

Un procedimiento operativo estándar es un documento que contiene instrucciones paso a paso para guiar a los empleados sobre cómo realizar un proceso técnico repetitivo dentro de una organización. Es básicamente, un libro de jugadas sobre cómo realizar una tarea.

Los POE están escritos para un conjunto de personas que realizarán la tarea. Sin pautas, cada persona podría completar el trabajo a su manera. Para lograr mejorar procesos rutinarios y asignar responsabilidades, se crearon diferentes POE que servirán para regir nuevas instrucciones tanto para los analistas de calidad, como para los agentes en producción.

2.6.11.5 Propuesta 5: Modificación de reportes en excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.

Los analistas de calidad del departamento de cumplimiento utilizan reportes de registro de control de calidad. Los registros de control de calidad proporcionan información detallada sobre el éxito de cada prueba realizada para validar la calidad, el rendimiento y la funcionalidad del software. En el caso de la empresa de telecomunicaciones, un control de registro de calidad es la herramienta principal de Excel para lograr evaluar y auditar la calidad del trabajo realizado por el departamento de producción.

Las modificaciones de los registros de control de calidad se realizarán para lograr una mejor auditoria. Remover procesos auditables que ya no son válidos y agregar nuevos procesos que rigen de una mejor manera y proporcionan un resultado más certero.



2.7 Financiamiento

El financiamiento que está destinado para el plan de comunicación lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria en el 100% de su ejecución.

2.8 Presupuesto

TABLA 13

Presupuesto		
Cantidad	Descripción	Total
1	Diseño de revista digital 2 hojas tabloide tiro y retiro full color, para un total de 8 páginas tamaño carta. Diseño de afiches. (50%)	Q1,000.00
1	Ilustración y digitalización de Beto y afiches (50%)	Q500.00

Fuente: Elaboración propia.



2.9 Beneficiarios

Según el proyecto planteado, se definen a continuación dos grupos beneficiarios importantes dentro de la estrategia:

2.9.1 Principales

- a) Departamentos de recursos humanos, departamento de cumplimiento y departamento de producción por medio de la implementación de diferentes recursos, herramientas e instrumentos que mejoran la calidad del trabajo.

2.9.2 Secundarios

- a) Trabajadores de la empresa de telecomunicaciones por medio de la revista digital, los afiches con prevención a la propagación de la pandemia y la creación de Beto.



2.10 Recursos humanos

TABLA 14

Personal	Puesto	Actividad
Ana Tobar	Generalista de Recursos Humanos	Encargada de brindar información relevante sobre el departamento de recursos humanos y sus diferentes necesidades.
Geraldine Trujillo	Gerente General del departamento de cumplimiento	Encargada de brindar información relevante a los diferentes departamentos estudiados, de cumplimiento y producción.
Marta Flores	Gerente de primera línea del departamento de cumplimiento.	Encargada de brindar información relevante a los diferentes departamentos estudiados, de cumplimiento y producción.
M.A. Evelin Hernández	Supervisor del EPSL	Encargado de supervisar el proyecto por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Dr. José Torres	Coordinador General del EPSL	Encargado de brindar apoyo e información en las diferentes etapas.
M. A. Evelin Morazán	Supervisora del EPSL	Encargada de brindar apoyo e información en las diferentes etapas del EPS.
Edgar Rodrigo García Alonzo	Estudiante de EPS	Encargado de realizar el proyecto de los productos de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.



2.11 Área geográfica de acción

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala. Su segunda ubicación, localizada en 15 avenida 5-00 Zona 13, edificio WTC, Torre Norte.

FIGURA 10



Oficinas centrales en Due Corporativo

Fuente: Aleluia cerámicas



2.12 Cuadro comparativo de la estrategia

TABLA 15

Actividad o producto Comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Diseño de mascota institucional	Crear un símbolo para la empresa de telecomunicaciones que sirva como anclaje para mejorar la recepción de la información.	Q500.00, Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.	Estudiante de EPS Edgar Rodrigo García Alonzo, diseñador de la mascota, Licenciado Erwin Elias.	Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.	Grupo objetivo de la empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca.	Actividad programada de 01/06/2021 a 01/09/2021
Diseño de afiches y material a distribuir.	Emplear una herramienta de comunicación interna para poder organizar y distribuir de mejor manera la	Q1000.00. Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.		Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, Torre No, Zona 10,	Grupo objetivo de la empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca	Actividad programada de 01/06/2021 a 01/09/2021



	información.			Guatemala, Guatemala.		
Diagramación de revista digital con contenido para la empresa.	Emplear una herramienta de comunicación interna para poder organizar y distribuir de mejor manera la información.	Q1000.00. Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.	Estudiante de EPS, Rodrigo García Alonzo, Licenciado en diseño gráfico, Erwin Elias.	Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, Torre No. 10, Zona 10, Guatemala, Guatemala.	El grupo objetivo son tres departamentos principales: De producción, de cumplimiento y Recursos Humanos, así como también los empleados de la empresa de telecomunicaciones.	Actividad programada de 01/06/2021 a 01/09/2021
Implementación de procesos estandarizados organizacionales que promueve la mejora de herramientas utilizado por los analistas de calidad.	Estandarizar procesos de comunicación para mejorar la calidad de auditorías realizadas por el departamento de cumplimiento y	Q0.00	Estudiante de EPS Edgar Rodrigo García Alonzo	Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, Torre No. 10, Zona 10, Guatemala, Guatemala.	Analistas de calidad del departamento de cumplimiento y empleados del departamento de producción.	Actividad programada de 01/06/2021 a 01/09/2021



	procesos del departamento de producción					
Modificación de reportes en Excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.	Estandarizar procesos de comunicación para mejorar la calidad de auditorías realizadas por el departamento de cumplimiento.	Q0.00	Estudiante de EPS Edgar Rodrigo García Alonzo	Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.	Analistas de calidad del departamento de cumplimiento y empleados del departamento de producción.	Actividad programada de 01/06/2021 a 01/09/2021

Fuente: Elaboración propia.



2.13 Cronograma del plan de comunicación

TABLA 16

No.	Actividad	Meses																			
		Marzo					Abril					Mayo					Junio				
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	
1	Elaboración y entrega de informes de Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial	■	■																		
2	Proceso de entrega papelería para completar inscripción EPS- Licenciatura	■	■	■	■	■															
3	Elaboración, revisión, conferencias informativas y entrega de la evaluación 1. Diagnóstico de Comunicación						■	■	■	■											
4	Elaboración de la segunda fase, investigación de contenido para la revista digital, conferencias informativas																	■	■	■	

TABLA 17

No.	Actividad	Meses																		
		Julio					Agosto				Septiembre				Octubre					
		S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	
6	Diagramación de la revista e inicio de diseño de esta, Ilustración de Beto, Estandarización de procesos entrega de 2. Plan Estratégico de Comunicación	■	■	■	■	■														
7	Seguimiento de objetivos y cumplimiento de procesos.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					



Capítulo 3

3. Ejecución de la estrategia

3.1 Ejecución 1: Creación de mascota para la empresa de telecomunicaciones.

Se elaboró el diseño de un personaje institucional que sirva para identificar a la empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca. Utilizándose el quetzal, ave que representa a Guatemala, con características caricaturescas que promueven el uso de herramientas de prevención de COVID para todos los trabajadores. La mascota lleva por nombre “Beto”, llevando mascarilla, gel anti-bacterial y promoviendo el distanciamiento social.

3.1.1 Objetivo de la actividad

Crear un símbolo para la empresa de telecomunicaciones que sirva como anclaje para mejorar la recepción de la información. La implementación de Beto sirve también para que los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones logren identificarse con el personaje y fomentar el uso de herramientas que previenen la transmisión de COVID.

3.1.2 Medio utilizado

La presentación de Beto fue por medio de la revista digital enviada a los empleados. Utilizando el principal canal de comunicación de la empresa, el correo institucional que brinda información actualizada y primordial a todos los trabajadores de la empresa.

3.1.3 Área geográfica de impacto

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.



3.1.4 Presupuesto invertido en esta acción

La totalidad invertida en la creación del personaje fue de Q500.00, Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.

3.1.5 Comprobación de material

FIGURA 11



Fuente: Ilustración de Beto. Ver al anexo 3 y 4.



3.2 Ejecución 2: Diseño de afiches para indicar medidas de prevención en las instalaciones.

Para evitar la transmisión de coronavirus en las instalaciones, fue necesario contar con el debido apoyo visual que fomentara a los empleados que visitan las instalaciones a siempre usar su mascarilla, promover el distanciamiento social, la toma de temperatura y uso de gel antibacterial. Beto sirvió como protagonista de los afiches, dándoles instrucciones a los empleados en diferentes versiones de los afiches.

3.2.1 Objetivo de la actividad

Emplear una herramienta de comunicación interna para poder organizar y distribuir de mejor manera la información y así cuidar de los empleados que visitan las diferentes instalaciones de la empresa.

3.2.2 Medio utilizado

Los afiches fueron distribuidos por medio de correo electrónico y colocados en las instalaciones del edificio.

3.2.3 Área geográfica de impacto

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.

3.2.4 Presupuesto invertido en esta acción

La totalidad de la creación de los afiches va incluida en el presupuesto de Q1000.00. Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.

3.2.5 Comprobación de material



FIGURA 12

HCL

PROTOCOLO Y REGLAS

CUÍDATE DEL COVID-19

USA MASCARILLA & GEL DE MANO

Nuestro protocolo se ha implementado para resguardar la salud y seguridad de sus colaboradores, contratistas, proveedores, visitantes y clientes. Los parámetros a cumplir son los siguientes:

- Desinfección constante de manos: La compañía se encargará de facilitar gel anti-bacterial para la desinfección inmediata de todos los colaboradores.
- Se debe cumplir con el distanciamiento social en ascensores, gradas, corredores, baños y cualquier área común de la empresa.
- Debe designarse al menos un monitor por edificio basado en la cantidad de colaboradores.

WWW.MYHCL.COM

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, afiche ilustrativo. Ver anexo 7.



3.3 Ejecución 3: Creación de revista digital para prevención de COVID e introducción de personaje Beto.

La revista tiene como punto principal la introducción del personaje Beto, en este punto fueron presentadas sus características, sus aficiones, su talento y consejos que brinden a los empleados a cuidarse de la transmisión de la pandemia COVID-19. La revista también contó con información importante y actualizada referente a las nuevas cepas de COVID y cómo afectan al mundo así como también maneras de cuidarse y evitar el contagio.

3.3.1 Objetivo de la actividad

Emplear una herramienta de comunicación interna para poder organizar y distribuir de mejor manera la información. Presentación de Beto de forma oficial a todos los empleados de la empresa de telecomunicaciones.

3.3.2 Medio utilizado

La revista fue distribuida por medio del canal de comunicación oficial de la empresa de telecomunicaciones y fue enviada a todos los trabajadores de esta.

3.3.3 Área geográfica de impacto

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.

3.3.4 Presupuesto invertido en esta acción

La totalidad de la creación de la revista va incluida en el presupuesto de Q1000.00. Lo asume el estudiante de EPS de forma honoraria.



3.3.5 Comprobación de material

FIGURA 13



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital. Ver anexo 8.



3.4 Ejecución 4: Documentación de procesos estandarizados organizaciones.

Ya que el lenguaje predominante en la empresa es el inglés, las siglas del procedimiento operativo estándar es *SOP (Standard Operating Procedure)*, su función es asignar responsabilidades, indicar normas de producción, operaciones de rutina. Se crearon dos documentos de procedimientos operacionales que rigen para ayudar a los analistas de calidad y al departamento de producción a poder obtener y transmitir información de una mejor manera, así como lograr mejorar los procedimientos que tienen ambos departamentos y conseguir mejores resultados.

3.4.1 Objetivo de la actividad

Estandarizar procesos de comunicación para mejorar la calidad de auditorías realizadas por el departamento de cumplimiento y mejorar los procesos de obtención de información por medio del departamento de producción.

3.4.2 Medio utilizado

Los documentos fueron enviados por el canal de comunicación oficial de la empresa a los departamentos designados para definir responsabilidades y lograr su cumplimiento.

3.4.3 Área geográfica de impacto

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.

3.4.4 Presupuesto invertido en esta acción

Para la implementación del proceso, no se tomó ningún gasto en cuenta ya que fueron creados en *Microsoft Word* y distribuidos por medio de correo electrónico.



3.4.5 Comprobación de material

FIGURA 14

NAO/XBS Standard Operating Process **HCL**

Topic: Operation and Compliance RACI for SOP Updates
Number:
Effective Date: 6/11/2021 **Supersedes /**
Date:

Purpose:	The purpose of this SOP is to highlight and align responsibility and accountability actions between the Operations, Compliance and Quality team for receiving approval on SOP updates.
Reference:	

Table of Contents

Contents

Overview:	1
SOPs:	2
RACI (Informed, consulted, accountable and responsible)	3
SOP Approval Process	4
How to capture SOP approval and Signature:	5
Responsibilities for signature on SOP.	6
Timeframe to get approval email.	7

Overview:

Due to contractual agreement between HCL and Xerox, this SOP provides a separation of actions

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, documentación de estandarización de operación Ver anexo 5.

3.5 Ejecución 5: Modificación de reportes en Excel utilizada por los analistas de calidad del departamento de cumplimiento.

Las modificaciones de los registros de control de calidad se realizaron para lograr una mejor auditoria. Remover procesos auditables que ya no son válidos y agregar nuevos procesos que rigen de una mejor manera y proporcionan un resultado más certero.

3.5.1 Objetivo de la actividad

Estandarizar procesos de comunicación para mejorar la calidad de auditorías realizadas por el departamento de cumplimiento.



3.5.2 Medio utilizado

El nuevo documento fue implementado en *Microsoft Excel* y se presentó de forma virtual en reuniones que explica los nuevos procesos de auditorías.

3.5.3 Área geográfica de impacto

Empresa de telecomunicaciones con sede guatemalteca, ubicada en 4a Avenida, 16-61, Torre No, Zona 10, Guatemala, Guatemala.

3.5.4 Presupuesto invertido en esta acción

Para la implementación del proceso, no se tomó ningún gasto en cuenta ya que fueron creados en *Microsoft Excel* y distribuidos por medio de correo electrónico y reuniones.

1.5.5 Comprobación de material

TABLA 18

Was the meter collector able to make calls during the day	Did the associate acknowledge feedback emails?	Was the meter read number correctly included?	Was the estimated meter read calculated correctly? (No overestimations)
Was the meter source code correctly used in E- Automate (Does it match with the report if applicable?)	If applicable, were there proper remarks on E- Automate?	Were the daily reports sent to the QA (Call Screenshot, PMR, GODO report)	Was the contract worked on time?
Did the person replied the email before closing it (When applicable)	Were the proper remarks left on E - Automate regarding the ticket #	Was the ticket correctly solved.	

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, herramienta de evaluación de cumplimiento. Ver anexo 6.



3.6 Actividades y calendarización

TABLA 19

CRONOGRAMA DE TODAS LAS ACTIVIDADES DEL EPSL 2021

No.	Actividad	MESES																																											
		Febrero				Marzo					Abril					Mayo					Junio					Julio					Agosto					Septiembre					Octubre				
	Descripción	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2			
1	Semana Propedéutica	█	█																																										
2	Elaboración y entrega de informes de la Fase Propedéutica, más investigación de campo inicial.	█	█																																										
3	Entrega de Cartas para las Instituciones o empresas					█	█	█	█																																				
4	Proceso de entrega papelería de EPS para completar inscripción					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█																														
5	Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█																														
6	Elaboración y entrega de Plan Estratégico de comunicación										█	█	█	█	█	█	█	█	█	█																									
7	Ejecución del Plan-Estratégico de Comunicación																				█	█	█	█																					
8	Presentación y revisión del borrador																									█	█																		
9	Elaboración del Informe Final																											█	█	█															
10	Evaluación individual (privados)																											█	█	█	█														
11	Entrega del informe digital y escrito-con copias de correo de entrega a bibliotecas, según Normativo																																			█	█								
12	Finalización del EPS de Licenciatura																																												
13	Graduación																																								█	█			

Fuente: M.A Evelyn Morazan, Classroom 2021



Conclusiones

1. Con la creación de la revista digital y los afiches se pretende mejorar la comunicación entre el departamento de recursos humanos hacia los departamentos de cumplimiento, producción y otros departamentos de los colaboradores de la empresa de telecomunicaciones.
2. La implementación de la mascota “Beto” permitió que los colaboradores de la empresa pudieran identificarse con el personaje y ser receptores de información visual agradable, dando como resultado el cuidado de los empleados de la empresa para prevenir la transmisión de la pandemia.
3. La estandarización de procesos organizacionales y la mejora de herramientas de parte del departamento de cumplimiento mejoró la comunicación para el departamento de producción, logrando mejores resultados y una mejor calidad de auditorías.



Recomendaciones

1. Implementar el uso de la mascota “Beto” al momento de continuar distribuyendo la información con prevención para la propagación de la pandemia, fomentar su uso en afiches y correos electrónicos que contengan información importante para los colaboradores de la empresa.
2. Continuar con la planificación y realización de afiches que brinden información relevante para la prevención de COVID en las diferentes sedes guatemaltecas que cuenta la empresa de telecomunicaciones.
3. Realizar revisiones constantes entre los procesos operacionales y las herramientas que se utilizan en los departamentos de cumplimiento y producción, con el objetivo de mejorar la calidad de auditorías y el trabajo realizado.



Referencias bibliográficas

- Ángel, J. B. (2005). *La utilización del material y del espacio en educación física*. En J. B. Ángel, *La utilización del material y del espacio en educación física* (p. 21). España: INDE.
- Ávila González, R. (2004). *Critica de la comunicación organizacional*.
- Carretón, C. (2007). Las relaciones públicas en la comunicación interna de la Banca española. España: netbiblo
- Cervera, Á. (2008). *Comunicación total*. España: ESIC.
- Dasi, F. d. (2000). *Comunicación y negociación comercial*. En F. d. Dasi, *Comunicación y negociación comercial* (p. 73). Madrid: ESIC.
- Fairchild. (2006). *La técnica de Entrevista*. En J. Yuni, *Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación* (p. 68). Argentina: Brujas.
- Fernández, C. C. (2005). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Flores, S. I. (2012). *De la tipografía en el libro al libro - arte tipográfico*. México: Elartista.
- García, J. (2007). *La comunicación interna*. Madrid: Diaz de Santos.
- Garza, A. (2009). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*. En A. Garza, *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades* (p. 33). México: El Colegio de México, A. C.
- Gras, J. A. (1990). *Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento*. España: Murcia.



Halpern, D. (2010). *Gestión de crisis, teoría y práctica de un modelo comunicacional*. Chile: RIL EDITORES.

Hungler, P. y. (1998). *La técnica de la entrevista* En J. Yuni, Recursos metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación (p. 82). Argentina: Brujas.

Lüscher, M. (1993). *Psicología del Color*. Alemania: ECON.

Manovich, Lev. (2005) *El lenguaje de los nuevos medios*. España: The MIT Press.

Manuel, C. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*; LaMelfi, J. (26 de septiembre de 2013). *Cátedra Cosgaya*. Obtenido de Cátedra Cosgaya: catedracosgaya.com.ar

Mérida, A. (2020). *Manual para Elaborar y Presentar la Tesis*. Guatemala: M&G.

Pérez Rivera, M. R. (2006). *Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional en Guatemala, Tesis de Licenciatura en ingeniería industrial*. Guatemala: universidad de San Carlos de Guatemala.

Prieto, M.F.S (2001). *La aplicación de las nuevas tecnologías en la educación*. Didáctica universitaria, p. 14.

Ramírez, K. (2020). *Enfoques cualitativos y cuantitativos*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.

Ramos, J. (2016). *Marketing de contenidos*. México: XinXii.

Rosario, V. S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. (1a ed. ed.). Rosario: UNR Editora: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, E-book. sociedad Red (Vol. Vol. I). (T. p. Jesus., Trad.) Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos.

Taylor y Bodgan. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós. VII

Tum, J. J. (2019). *Medios de comunicación, contenidos digitales y derecho de autor*. España: REUS.Unidos.: Blackwell Publishers Inc.



Zuno, J. (2012). *La frecuencia armónica*. México



Anexos

Anexo 1: Preguntas a entrevistados

Las preguntas fueron las siguientes para cada uno de los departamentos, los empleados, los jefes y recursos humanos:

Agentes del departamento de producción:

- ✓ ¿Cómo es la comunicación con los analistas de calidad? (¿Te buscan, los buscas? ¿Sabes quiénes son, quien es su jefe directo? ¿Has tenido problemas con alguno de ellos?)
- ✓ ¿De qué manera te trasladan los resultados? (¿semanal, mensual, diario?) ¿Es por medio de correos o llamadas?
- ✓ ¿Has debatido algún error que te hayan dado los analistas de calidad?
- ✓ ¿Revisas los correos a fondo que Mandan los analistas de calidad con tus notas y resultados?
- ✓ ¿Consideras que la comunicación con los analistas de calidad es efectiva? ¿Te solicita comunicarse con el constantemente o está disponible para ayudarte?
- ✓ ¿De qué manera consideras que los analistas de calidad pueden mejorar el proceso a auditar?
- ✓ ¿De qué manera podrían los analistas de calidad mejorar el traslado de resultados? ¿Qué ideas se te ocurren o consideras que se ha manejado de una buena forma?
- ✓ ¿Consideras que la comunicación con tu jefe inmediato y gerente es efectiva? ¿Están disponibles al momento de alguna duda o problema? (¿Si, no, como puede mejorar?)
- ✓ ¿Lees a detalle los correos de resultados y errores que te envían? ¿Los respondes, los revisas? ¿Te parecen muy largos?
- ✓ ¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?



Jefes del departamento de producción:

- ✓ ¿Cómo es la comunicación con los analistas de calidad? (¿Te buscan, los buscas? ¿Sabes quiénes son, quien es su jefe inmediato? ¿Has tenido problemas con alguno de ellos?)
- ✓ ¿De qué manera te trasladan los resultados? (¿semanal, mensual, diario?) ¿Es por medio de correos o llamadas?
- ✓ ¿Has tenido situaciones en donde la comunicación no es efectiva con los analistas de calidad? (¿falta de información? ¿No hay traslado de resultados?)
- ✓ ¿Cómo trasladas información de errores a los analistas de calidad? ¿Cuándo los encuentras? ¿Les notificas al analista de calidad para que lo auditen o lo tomen en cuenta?
- ✓ ¿Le has dado puntos de contacto a los analistas de calidad referente a gente que tiene conocimiento previo en otros departamentos? ¿Existe alguien? ¿Los analistas de calidad te preguntan referente a esto?
- ✓ ¿De qué manera podrían los analistas de calidad mejorar el traslado de resultados? ¿Qué ideas se te ocurren o consideras que se ha manejado de una buena forma?
- ✓ ¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?

Analistas de Calidad del departamento de cumplimiento:

- ✓ ¿Cómo le das los resultados a los agentes? (¿Semanal, diario, mensual?) (¿Por correo, por llamada?)
- ✓ ¿Cómo es la recepción de esos resultados? (¿responden todos, pides respuesta por parte de ellos? debaten?)
- ✓ ¿Cómo es la comunicación con los jefes de producción y la gerencia de ese departamento? (¿les interesa los resultados, buscan mejorarla, no les importa, como trasladan esa información a los agentes?)



- ✓ ¿Los jefes de producción o gente con información del proceso te trasladan información de errores? (¿Para auditar o para estar informado?)
- ✓ ¿Has tenido problemas de comunicación con tu jefe inmediato, con los agentes, personal de gerencia o personal de otros departamentos? (¿Experiencias, problemas donde comuniquen información importante como actualización de procesos o cambios del proceso en general?) ¿Por qué crees que esto suceda?
- ✓ ¿Cómo podría mejorar la comunicación con la gente auditada para que mejoren sus notas, la comunicación con los jefes de producción y gerencia?
- ✓ ¿Cómo es la comunicación con tu jefe inmediato? ¿Crees que pueda mejorar? ¿Está enterado de la auditoria o problemas que tienes con los agentes y jefes de producción?
- ✓ ¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso te de COVID?

Jefes de analistas de calidad del departamento de cumplimiento:

- ✓ ¿Consideras que el traslado de información y actualización de procesos es efectivo entre el departamento de cumplimiento y el departamento de producción? ¿Has tenido inconvenientes en donde el analista de calidad no tiene información actualizada?
- ✓ ¿Cómo es la comunicación con los jefes de producción? ¿Existe una? ¿Te han escrito con problemas que tienen los analistas de calidad?
- ✓ ¿Existen problemas de comunicación con la gente que está bajo tu cargo? ¿Te buscan, los buscas? ¿Tienen tareas distribuidas proporcionalmente a la carga laboral?
- ✓ ¿Qué tipo de debates o problemas has tenido al momento de trasladar información a gente importante de la empresa con resultados generales? (¿Están de acuerdo? ¿Qué tipo de preguntas te hacen? ¿Sabes cómo responderlas?)
- ✓ ¿Sabes bien el proceso y las preguntas que auditan los analistas de calidad? ¿Crees que están bien? ¿Pueden mejorar?



- ✓ ¿Cómo se podría mejorar la comunicación entre producción y cumplimiento? ¿La actualización de procesos lo tienen los analistas de calidad?
- ✓ ¿Cómo es el traslado de resultados de parte de los analistas de calidad hacia producción? ¿Están alineados? ¿Es el mismo proceso? ¿Se puede estandarizar?
- ✓ ¿Consideras que las herramientas para auditar están bien? ¿Se pueden mejorar?
- ✓ ¿Estas informado de los correos de COVID por parte de recursos humanos? ¿Los lees todos? ¿Son muy largos? ¿Sabes que hacer en caso de que uno de tus empleados tenga COVID?

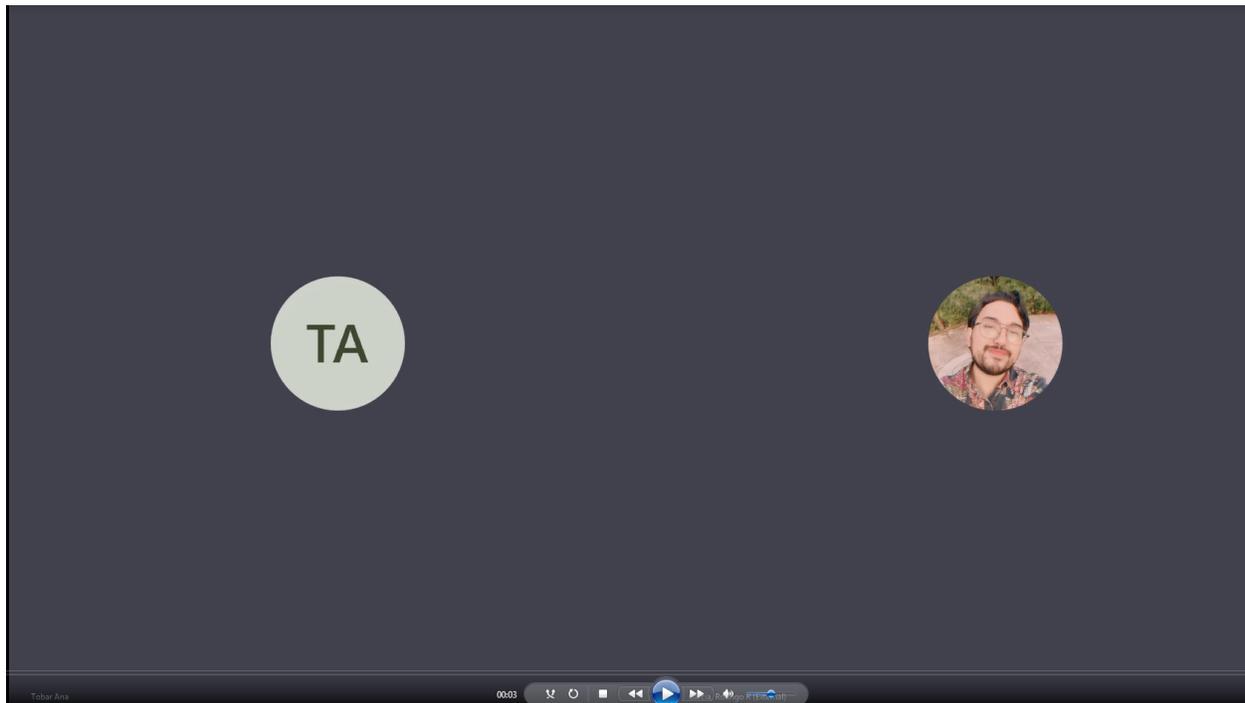
Recursos Humanos:

- ✓ ¿Qué tan seguido mandan los correos con prevención a COVID?
- ✓ ¿Qué tipo de información agregan a los correos de prevención a COVID? (¿Cambia en cada correo? ¿Cómo consiguen la información?)
- ✓ ¿Sabe gerencia que hacer cuando un agente tiene COVID?
- ✓ ¿Quién es el encargado de mandar estos correos de prevención a COVID?
- ✓ ¿Hay un departamento de comunicación y diseño?
- ✓ ¿Consideras que todos leen los correos de COVID? ¿Por qué o por qué no?
- ✓ ¿Saben los jefes de producción que hacer en caso un agente tenga COVID? ¿Hay alguna guía referente a esto?
- ✓ ¿De qué manera podría mejorar la información con prevención a COVID?



Anexo 2: Capturas de pantalla de entrevistas

Recursos humanos: Entrevista a generalista de recursos humanos, Ana Tobar.



Entrevista a: Generalista de Recursos Humanos.

Objetivo: Indagar sobre las publicaciones y correos enviados por recursos humanos a los trabajadores de la empresa de telecomunicaciones.

Entrevista: Ana Tobar

Fecha: 13 de abril, 2021

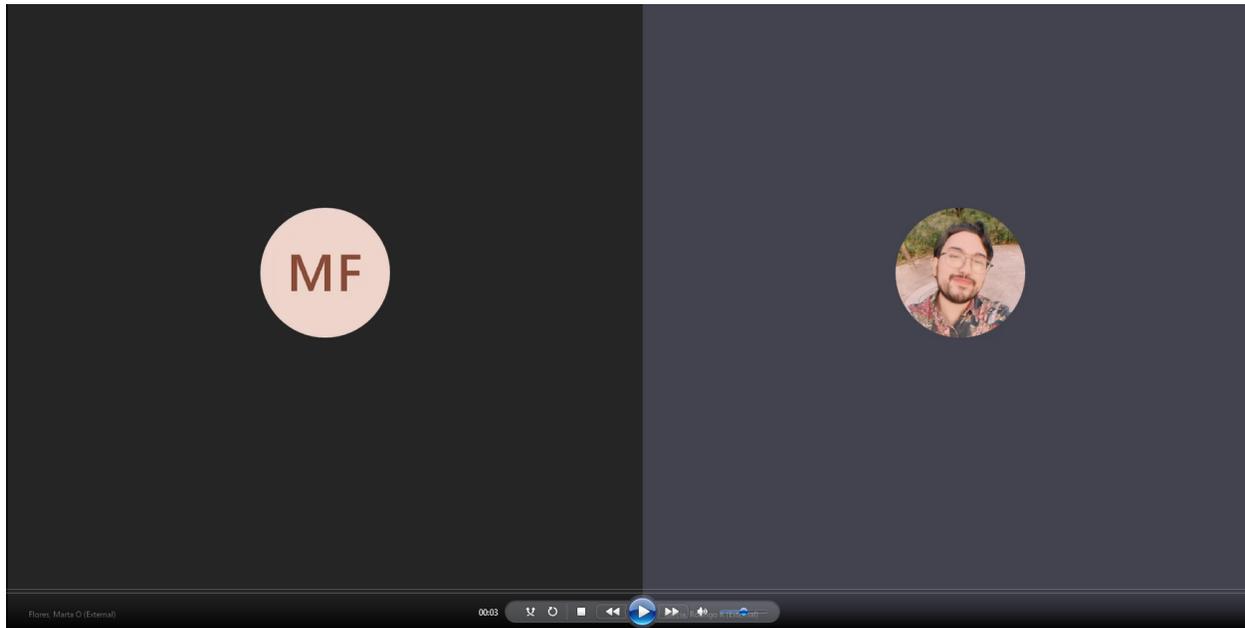
Duración: 20 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Jefe de analista de calidad: Entrevista a Marta Flores.



Entrevista a: Jefa de analista de calidad, cumplimiento.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Marta Flores.

Fecha: 13 de abril, 2021

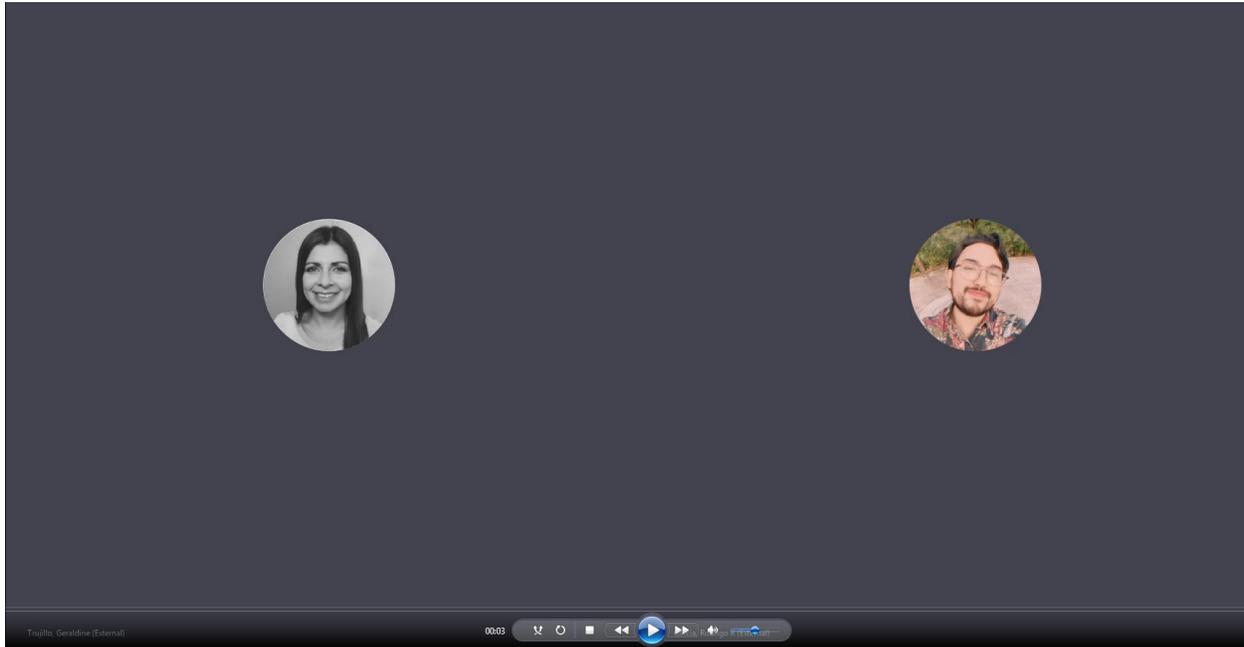
Duración: 30 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Gerente de cumplimiento: Entrevista a Geraldine Trujillo



Entrevista a: Gerente de cumplimiento.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad y los jefes de analistas de calidad.

Entrevista: Geraldine Trujillo

Fecha: 22 de abril, 2021

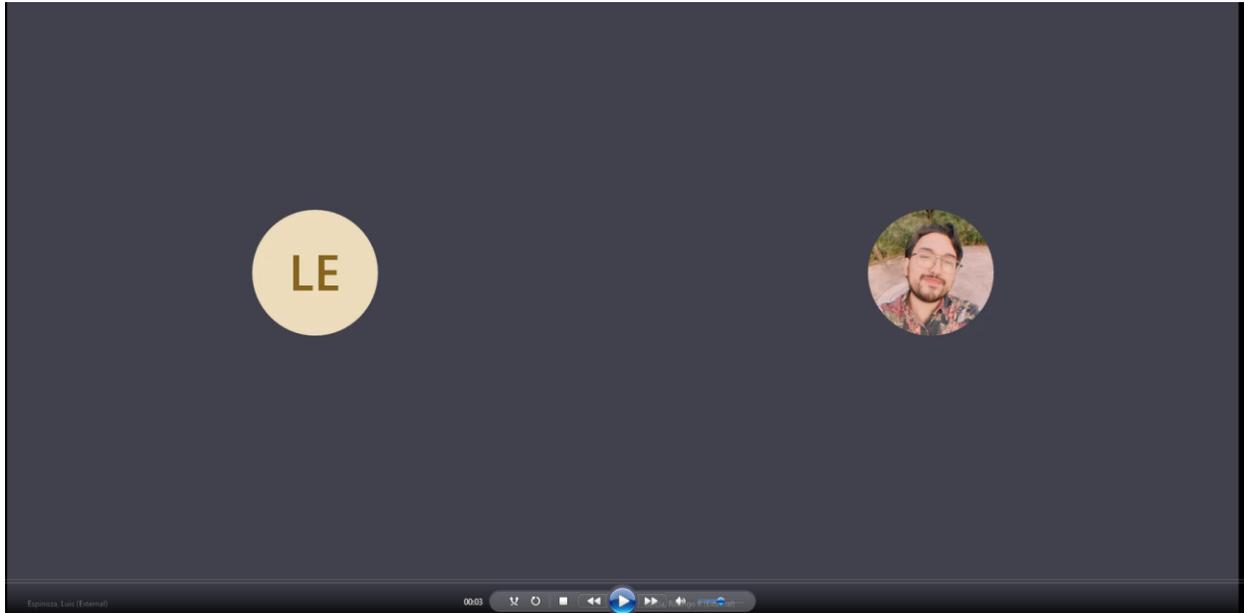
Duración: 30 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo García Alonzo

Fuente: Edgar García Alonzo, reunión de revisión de revista



Jefe de analista de calidad: Luis Espinoza



Entrevista a: Jefe de analista de calidad, cumplimiento.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Luis Espinoza

Fecha: 14 de abril, 2021

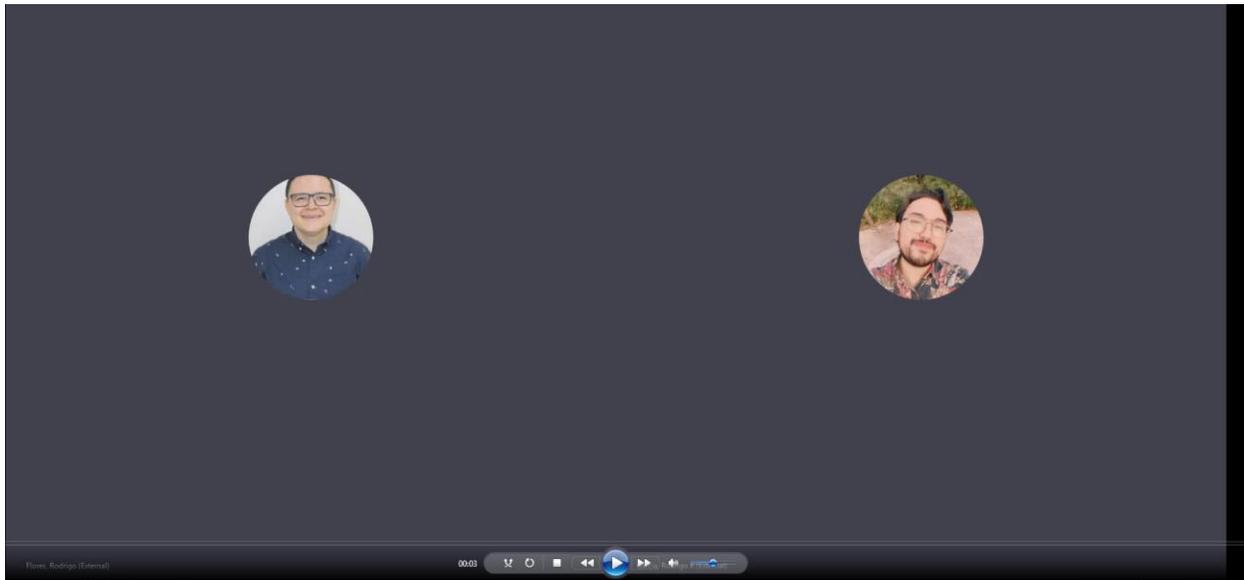
Duración: 1 hora. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo García Alonzo

Fuente: Edgar García Alonzo, reunión de revisión de revista



Analista de calidad: Rodrigo Flores



Entrevista a: Analista de calidad.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Rodrigo Flores

Fecha: 13 de abril, 2021

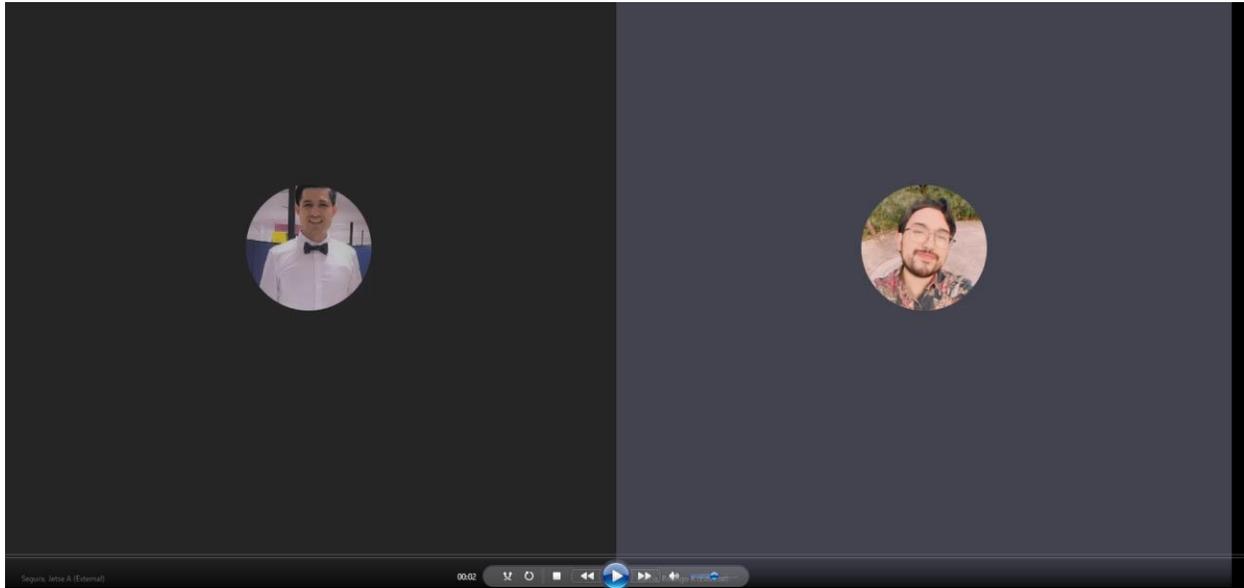
Duración: 20 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo García Alonzo

Fuente: Edgar García Alonzo, reunión de revisión de revista



Gerente de producción: Jetse Segura



Entrevista a: Gerente de producción.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas en el departamento de cumplimiento.

Entrevista: Jetse Segura

Fecha: 22 de abril, 2021

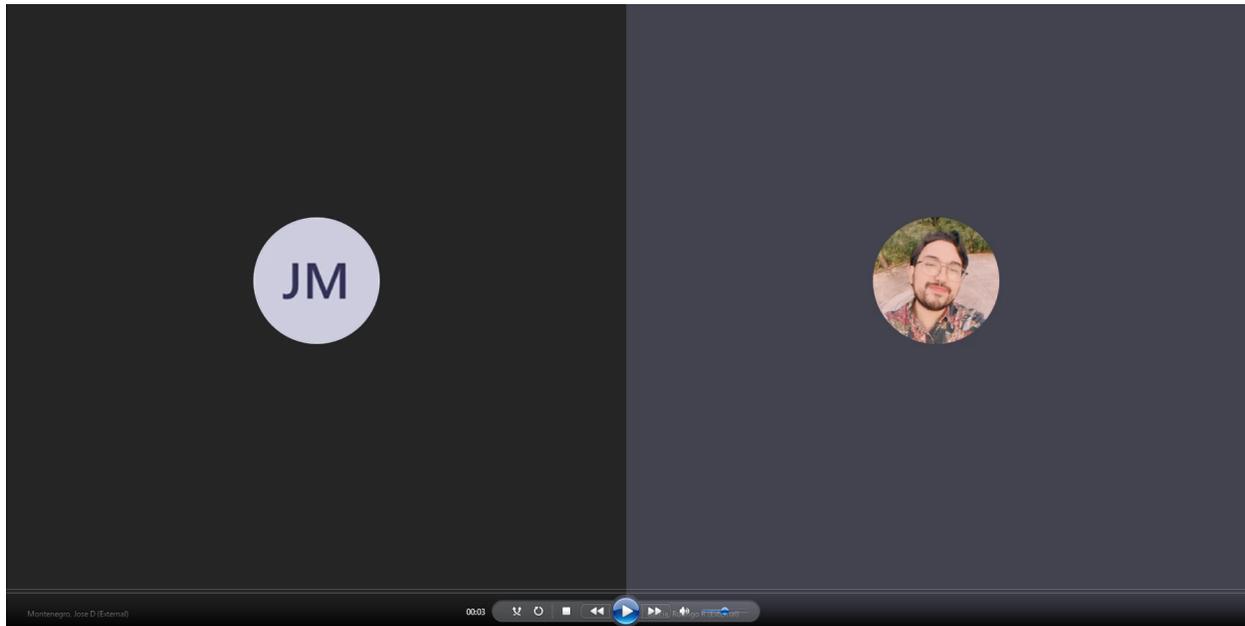
Duración: 20 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Analista de calidad: José Montenegro



Entrevista a: Analista de calidad.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Jose Montenegro

Fecha: 13 de abril, 2021

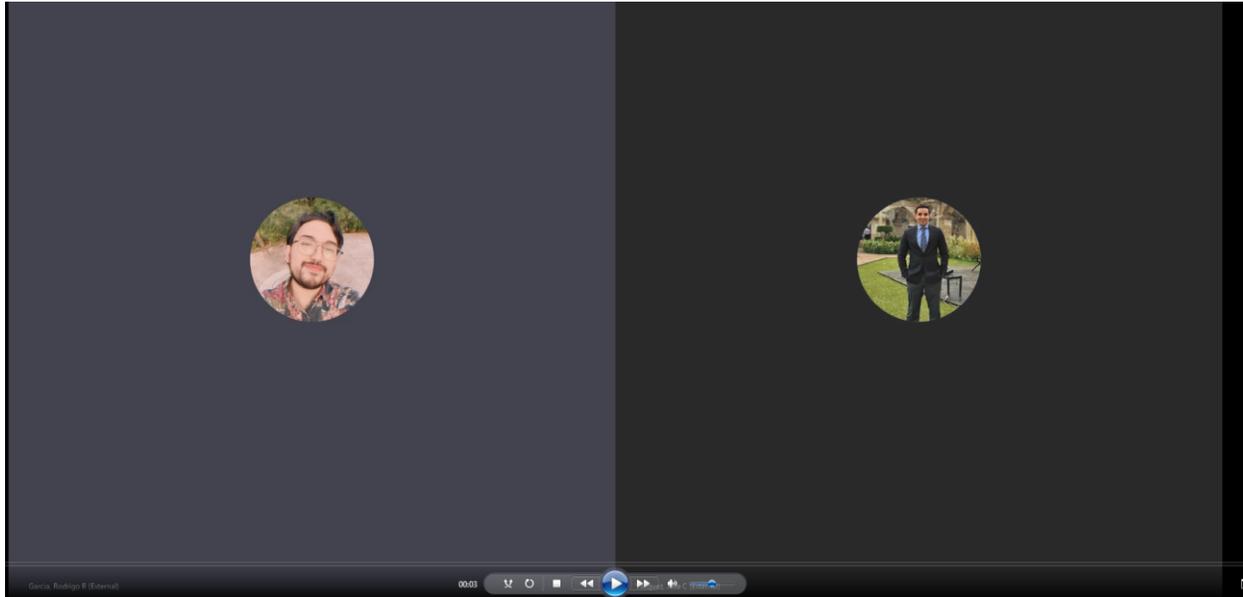
Duración: 20 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Jefe de producción: José Vásquez



Entrevista a: Jefe de producción.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas en el departamento de cumplimiento.

Entrevista: Jose Vasquez

Fecha: 13 de abril, 2021

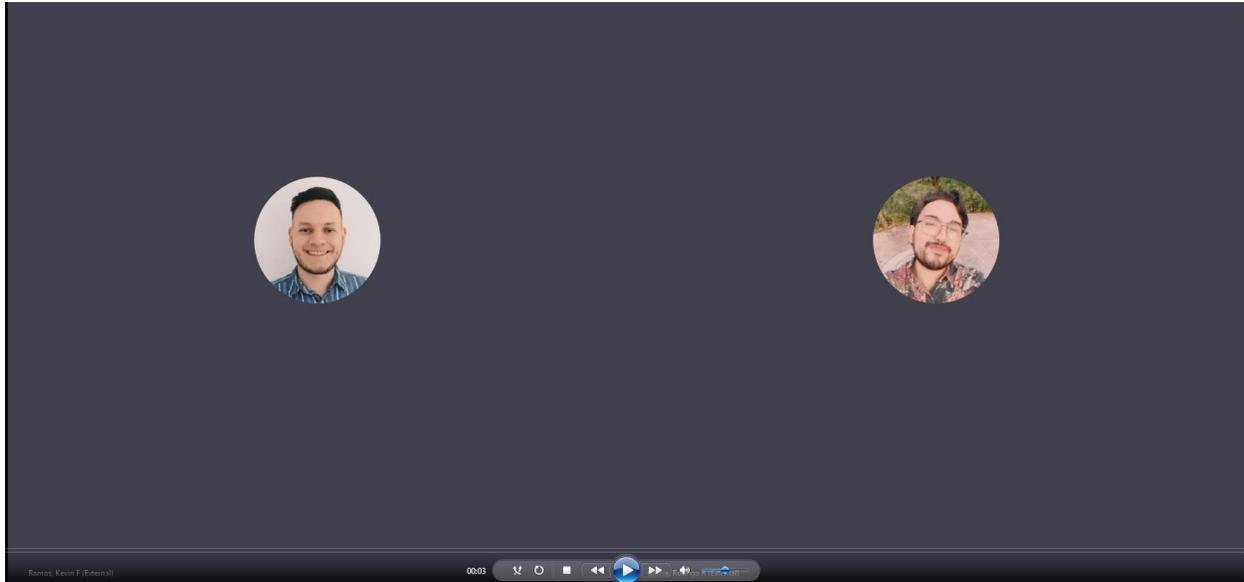
Duración: 25 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar García Alonzo, reunión de revisión de revista



Analista de calidad: Kevin Ramos



Entrevista a: Analista de calidad.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Jose Montenegro

Fecha: 13 de abril, 2021

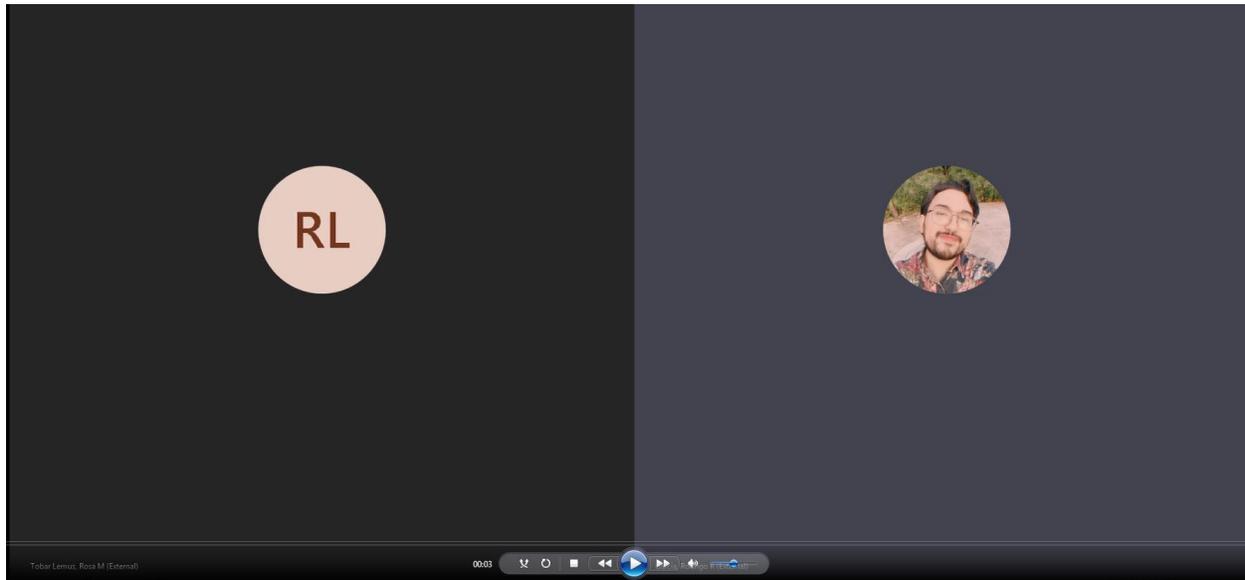
Duración: 20 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Analista de calidad: Rosa Tobar Lemus



Entrevista a: Analista de calidad.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Rosa Tobar

Fecha: 13 de abril, 2021

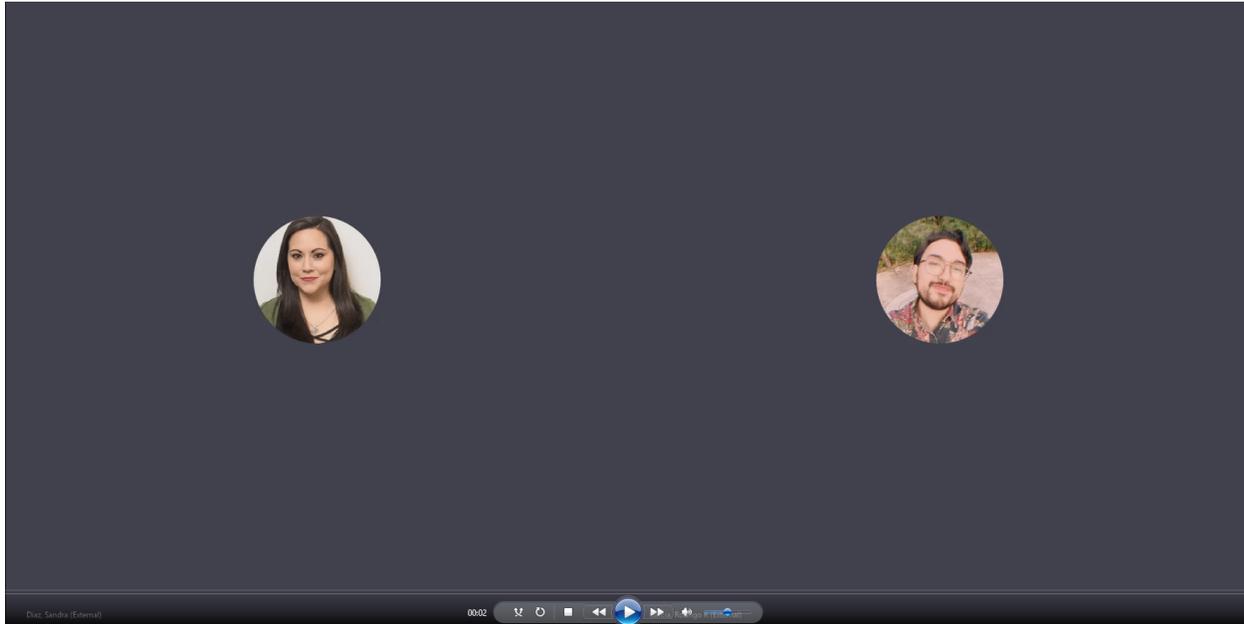
Duración: 25 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Analista de calidad: Sandra Diaz



Entrevista a: Analista de calidad.

Objetivo: Indagar sobre los procesos y estandarización de herramientas utilizadas por los analistas de calidad.

Entrevista: Sandra Diaz

Fecha: 28 de abril, 2021

Duración: 40 minutos. por medio de *Teams*.

Entrevistador: Edgar Rodrigo Garcia Alonzo

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, reunión de revisión de revista



Anexo 3: Boceto de diseño de Beto



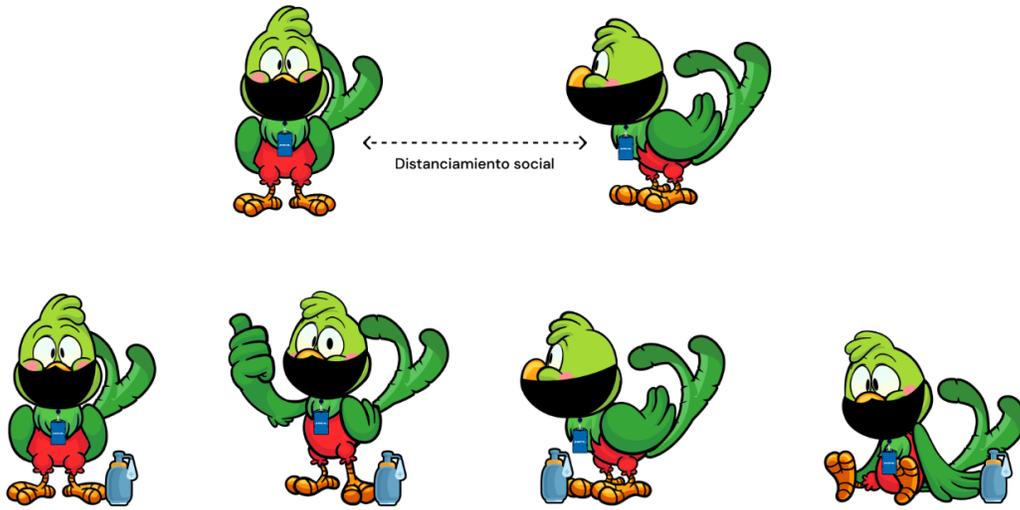
Fuente: Edgar Garcia Alonzo, boceto ilustrativo



Anexo 4: Ilustraciones digitales de Beto



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, ilustración digital



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, ilustración digital



Anexo 5: Documentación de procesos estandarizados organizacionales:

NAO/XBS Standard Operating Process

Topic: Operation and Compliance RACI for SOP Updates
Number:
Effective Date: 6/11/2021 **Supersedes /**
Date:

Purpose:	The purpose of this SOP is to highlight and align responsibility and accountability actions between the Operations, Compliance and Quality team for receiving approval on SOP updates.
Reference:	

Table of Contents

Contents

Overview:	1
SOPs:	2
RACI (Informed, consulted, accountable and responsible)	3
SOP Approval Process	4
How to capture SOP approval and Signature:	5
Responsibilities for signature on SOP.	6
Timeframe to get approval email.	7

Overview:

Due to contractual agreement between HCL and Xerox, this SOP provides a separation of actions

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, documentación de estandarización de operación.



NAO/XBS Standard Operating Process

HCL

Topic: POC Acquisition for Meter Collection on Estimated / Zero-Click Reads.

Number:

Effective Date: 7/1/2021 **Supersedes /**

Date:

Purpose:	The purpose of this SOP is to highlight and align responsibility and accountability actions between the Operations and Sales team onshore in order to obtain updated POC for Meter Collection on Estimated and Zero – Click reads.
-----------------	--

Reference:	
-------------------	--

Table of Contents

Contents

Overview:	1
Estimated and Zero Click Report	2
How to obtain the report	3
How to send report to sales team or on shore service team	10
Ticket Creation	10
How to update POC information	16

Overview:

The proper Meter read collection and validation process ensures an accurate billing for the client; capture more revenue and customer satisfaction. There are several methods to acquire the meter reading of a device. Automatic and manual emails, phone calls and service calls.

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, documentación de estandarización de operación.



Anexo6: Mejora de herramienta utilizada por los analistas de calidad:

Preguntas realizadas por el departamento de cumplimiento:

Was the meter collector able to make calls during the day	Did the associate acknowledge feedback emails?	Was the meter read number correctly included?	Was the estimated meter read calculated correctly? (No overestimations)
Was the meter source code correctly used in E- Automate (Does it match with the report if applicable?)	If applicable, were there proper remarks on E- Automate?	Were the daily reports sent to the QA (Call Screenshot, PMR, GODO report)	Was the contract worked on time?
Did the person replied the email before closing it (When applicable)	Were the proper remarks left on E - Automate regarding the ticket #	Was the ticket correctly solved.	

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, herramienta de evaluación de cumplimiento.



Anexo 7: Afiches para las instalaciones de la empresa de telecomunicaciones

HCL

PROTOCOLO Y REGLAS

CUÍDATE DEL COVID-19

USA MASCARILLA & GEL DE MANO

Nuestro protocolo se ha implementado para resguardar la salud y seguridad de sus colaboradores, contratistas, proveedores, visitantes y clientes. Los parámetros a cumplir son los siguientes:

- Desinfección constante de manos: La compañía se encargará de facilitar gel anti-bacterial para la desinfección inmediata de todos los colaboradores.
- Se debe cumplir con el distanciamiento social en ascensores, gradas, corredores, baños y cualquier área común de la empresa.
- Debe designarse al menos un monitor por edificio basado en la cantidad de colaboradores.

WWW.MYHCL.COM

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, afiche ilustrativo.



HCL

MASCARILLA Y DISTANCIAMIENTO

- Es obligatorio el uso de mascarillas para todos los colaboradores de HCL, proveedores, personal subcontratado y visitantes en general, en caso de no portarlo no se permitirá el ingreso a las instalaciones. La cual deben portar en todo momento, desde su ingreso hasta su salida de las instalaciones de la compañía.
- La empresa está proporcionando de forma gratuita y periódica mascarilla de tela a todos los colaboradores. Así como insumos de limpieza y desinfección para la ejecución de sus labores como gel anti-bacterial, jabón de manos, entre otros.



Usa tu
mascarilla



Revisa tu
temperatura



Mantén el
distanciamiento



Lava tus
manos

WWW.MYHCL.COM





PREVENCIÓN DEL COVID-19

EN HCL

Nuestro propósito velar por el cumplimiento de las normas y medidas para la salud y seguridad para la prevención de Coronavirus (COVID-19). Además de proporcionar lineamientos específicos como mecanismos de respuesta.

1 Utiliza mascarilla

Siempre que estés dentro de las instalaciones



2 Lava tus manos

Usa jabón desinfectante y gel de mano constantemente



3 Revisa tu temperatura

Revisala antes de entrar a las instalaciones



4 Distanciamiento

Mantén al menos 2 metros de distancia con tus colaboradores



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, afiche ilustrativo.



Anexo 8: Revista digital



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital



EDITORIAL

Andrea Marroquin

Gerente Recursos Humanos

Vivian Castillo

Generalista de Recursos Humanos

Ana Tobar

Generalista de Recursos Humanos

Hana Martines Hossy

Generalista de Recursos Humanos

Justine Ordoñez

Generalista de Recursos Humanos

Rodrigo Garcia

Editor en jefe

Mario Garcia

Ilustrador

Camilo Gandinni Motta

Boceto

Erwin Elias

Diseñador Gráfico

HCL
REVISTA COVID



Fuente: Edgar García Alonzo, revista digital

¡LE DAMOS LA BIENVENIDA A BETO!



Beto nació en las selvas mágicas de Petén, desde muy pequeño siempre tuvo el sueño de ser un superhéroe, luchar contra fuerzas malignas y poder salvar a la humanidad de peligros.

Fue entonces cuando la pandemia llegó a Guatemala que vio la oportunidad de poder cuidar a la humanidad con su valiosa sabiduría y poder combatir la propagación de la enfermedad.

Quiso enfocarse principalmente en los valiosos trabajadores de la empresa donde siempre soñó trabajar, prometió cuidarlos y velar por la salud de los colaboradores de HCL Guatemala.

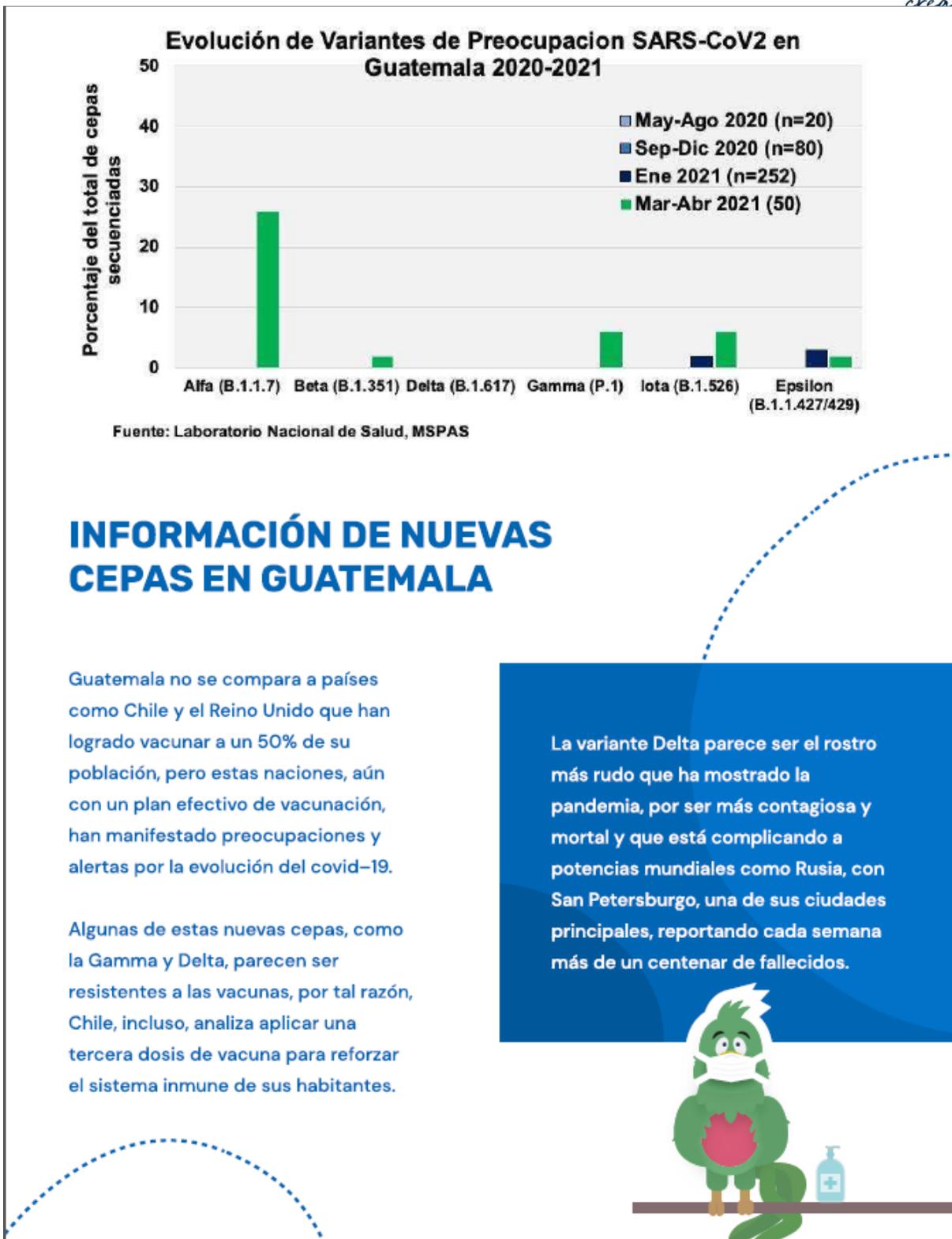
Brindando importantes consejos para los colaboradores, generando información que los trabajadores pudieron contemplar y velar por su seguridad fue como Beto se convirtió en la mascota de HCL que siempre a gusto quiere apoyar y cuidar a los trabajadores.

PERFIL

- Nombre: Beto
- Ocupación: Cuidar de la salud de los trabajadores de HCL.
- Especie: Ave
- Hobbie: Volar para velar por la salud de los colaboradores de HCL.
- Color Favorito: Azul y Blanco
- Postre favorito: Helado de mora
- Comida favorita: Frutos de arboles
- Lugar de Origen: Peten



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital



Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital



La Organización Mundial de la Salud (OMS) definió cuatro de las mutaciones que han surgido hasta ahora como 'variantes de preocupación' y ocho como 'variantes de interés'.

CEPA ALFA

La cepa B.1.1.7, detectada en el Reino Unido en septiembre de 2020 por primera vez y luego denominada alfa, fue la primera mutación de COVID-19 que la OMS definió como una variante preocupante.

En un estudio realizado por el Centro de Modelado Matemático de Enfermedades Infecciosas de la Escuela de Higiene y Medicina Tropical de Londres (LSHTM, por sus siglas en inglés), se descubrió que la variante era entre un 43% y un 90% más contagiosa que el tipo nativo (fenotipo natural) de COVID-19 en las muestras examinadas en el Reino Unido.

CEPA BETA

B.1.351, o variante beta, se detectó por primera vez en Sudáfrica en octubre de 2020, en un asentamiento cerca de la bahía de Nelson Mandela.

Se estima que la variante beta, que se cree que mutó en mayo de 2020, es la primera mutación de COVID-19 que ha surgido entre las cepas definidas como variantes de preocupación por la OMS.

Se observó que la variante era más común entre individuos jóvenes sin antecedentes de enfermedades agudas y presentaba un mayor riesgo de enfermedad grave en el grupo de edad en comparación con el tipo nativo de COVID-19.

CEPA DELTA

Detectada por primera vez en la India en octubre de 2020 y llamada doble mutante, la 1.617.2 fue la última mutación de COVID-19 descrita por la OMS como una variante preocupante.

Se estima que la variante Delta del virus, que causa mutaciones en la proteína de pico que pueden afectar la infecciosidad y la resistencia a los anticuerpos, fue responsable de la segunda ola de la pandemia, que comenzó en marzo en India y aumentó el número diario de casos, hasta 400.000.

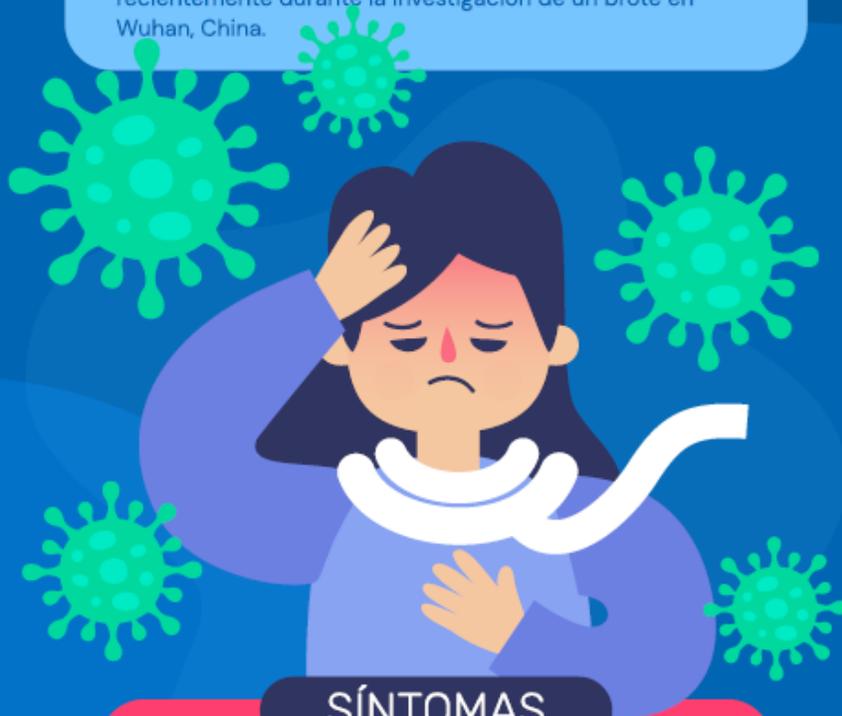
El Servicio de Salud Pública de Inglaterra advirtió, después de una evaluación en mayo, que la tasa de propagación de la variante delta es de un 51% a 67% más alta que la variante alfa.

COVID-19

Coronavirus
descubierto en 2019

¿QUÉ ES?

La enfermedad del coronavirus 2019 (Covid-19) es una afección respiratoria muy contagiosa que se puede propagar de persona a persona. El virus que causa el Covid-19 es un nuevo coronavirus que se identificó muy recientemente durante la investigación de un brote en Wuhan, China.



SÍNTOMAS

- Fiebre
- Tos seca
- Falta de aire
- Cansancio
- Dolor de cabeza
- Malestar

Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital

CONSEJOS DE PREVENCIÓN

¿Qué puedo hacer para protegerme?



ESTAR EN CASA

Permanece en casa el mayor tiempo posible para evitar exponerte al virus.



HIGIENE

Lava tus manos de forma frecuente con agua y jabón o soluciones alcohólicas.



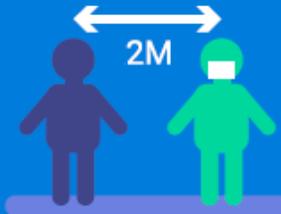
SECRECIONES

Utiliza pañuelos desechables para toser o estornudar o usa la cara interna del codo.



EVITA TOCAR

Procura no tocarte la cara (ojos, boca y nariz) para evitar que puedan entrar virus o bacterias.



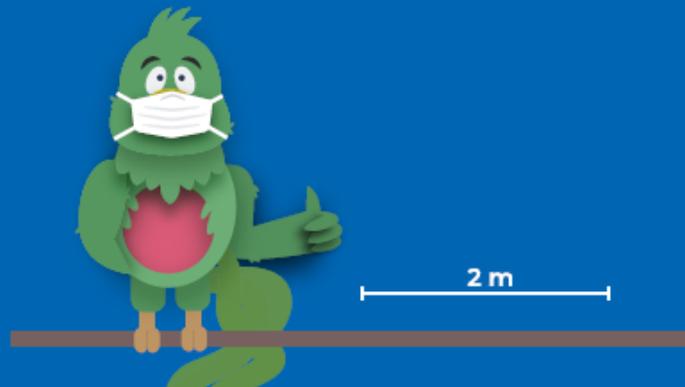
DISTANCIA

Evita el contacto con personas contagiadas o que presenten síntomas.



LIMPIEZA

Limpia y desinfecta los objetos y superficies que suelen ser muy utilizados.





Fuente: Edgar Garcia Alonzo, revista digital



Anexo 9: Imágenes observadas en comunicaciones por parte de Recursos Humanos.



Fuente: Imagen enviada por medio de correo electrónico de Recursos Humanos.



Fuente: Imagen enviada por medio de correo electrónico de Recursos Humanos



NOTIFICA SI EN TU CASA
hay personas con síntomas de Covid-19

Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por Agexport.



COVID-19

ENFERMEDAD POR EL CORONAVIRUS 2019

CONÓCELO.

COVID-19 es una enfermedad respiratoria nueva que se identificó por primera vez en Wuhan, China. Actualmente, la propagación se da principalmente **de persona a persona.**

OPS Organización Panamericana de la Salud Organización Mundial de la Salud

Conócelo. Prepárate. Actúa.
www.paho.org/coronavirus

Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OPS: Organización Panamericana de la Salud.



Manténgase activo en casa durante el brote de la #COVID19

- 1 Clases en línea de ejercicios físicos
- 2 Bailar
- 3 Jugar videojuegos activos
- 4 Saltar a la cuerda
- 5 Entrenamientos de fuerza muscular y equilibrio

OPS

Organización Panamericana de la Salud Organización Mundial de la Salud
Américas

#SeamosActivos #QuédateEnCasa

Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OPS: Organización Panamericana de la Salud.



 Organización Mundial de la Salud

Lidiar con el estrés durante el brote de 2019-nCoV

Es normal sentirse triste, estresado, confundido, asustado o enfadado durante una crisis.

Puede ser de ayuda hablar con personas de confianza. Póngase en contacto con amigos y familiares.

Si debe permanecer en casa, mantenga un estilo de vida saludable, lo que incluye seguir una dieta adecuada, dormir, hacer ejercicio y mantener contactos sociales con sus seres queridos en casa y por correo electrónico y teléfono con otros familiares y amigos.



No recurra al tabaco, el alcohol u otras drogas para lidiar con sus emociones.

Si se siente superado por la situación, hable con un trabajador de la salud o un consejero en cuestiones de salud. Tenga un plan, sepa dónde y cómo buscar ayuda para atender sus necesidades de salud física y mental, si es necesario.



Infórmese sobre los hechos. Reúna información que le ayude a determinar con precisión su nivel de riesgo para poder tomar precauciones razonables. Busque una fuente creíble, en la que pueda confiar, como el sitio web de la OMS o una agencia de salud pública local o estatal.



Limite su nivel de preocupación y nerviosismo reduciendo el tiempo que usted y su familia pasan viendo o escuchando noticias de los medios de comunicación que les generen malestar.



Recurra a capacidades que ya haya utilizado en el pasado y le hayan ayudado a sobreponerse a las adversidades de la vida, y utilice esas capacidades para manejar sus emociones durante este difícil periodo de brote.



Fuente: Correos enviados por parte de Recursos Humanos con alianza e información brindada por OMS: Organización Mundial de la Salud.