



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
INTERNA Y EXTERNA PARA LA EMPRESA SOLUDX, S.A.**

FLOR DE MARÍA RIVAS MANZO

LICENCIADA 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 y Externa para la empresa Soludx, S.A.**

Comunicación

Presentado por:

Flor De María Rivas Manzo

creando futuro

Previo a optar por el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

Lcdo. Luís Fernando Lucero Vielman

Guatemala, Octubre 2021

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

Director

Lcdo. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

Dr. José María Torres Carrera

Supervisoras

M.A. Evelin Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lcdo. Luis Fernando Lucero Vielman

Lcdo. Mynor René Martínez

Lcdo. Julio Sebastián Chilín





Guatemala, octubre 15 de 2021

Estudiante de EPS de Licenciatura
Flor de María Rivas Manzo
Carné: 200215295
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 y externa para la empresa SOLUDX, S.A.”** 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:

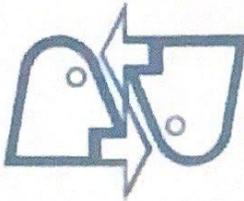
“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Fernando Lucero
Supervisor

M.A. Evelyn Morazán
Supervisora

Dr. José María Torres Carrera
Coordinador





Comunicación
creando futuro

Guatemala 8 de marzo de 2021
EPSL-C0146

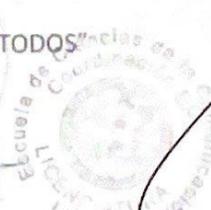
Ingeniero:
Guillermo Marcucci Aguirre
Gerente General
Soludx, S.A.
Presente.

Distinguido Ingeniero Marcucci:

Por medio de la presente se solicita aceptar como practicante del programa de graduación del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, a la estudiante **Flor de María Rivas Manzo**, carné no. **200215295** 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.
- entamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"



Dr. José María Torres Carrera

Coordinador EPS Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

cc. Archivo
MA. Evelin Morazán

SOLUDX S A
Soluciones Diagnosticas

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt



Guatemala 11 de marzo de 2021

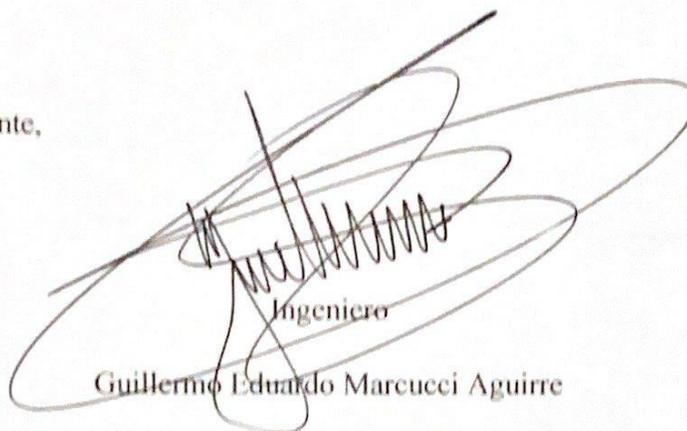
Dr. Jose Maria Torres Carrera
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad San Carlos de Guatemala

Estimado Dr. Torres:

Por medio de la presente, me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que hemos autorizado al estudiante: Flor de María Rivas Manzo, con número de carné 200215295, 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 Soludx, S.A., nos adaptaremos a las políticas de distanciamiento y protocolos sanitarios de su respetable institución.

Debiendo cumplir las horas de practica comprendidas en el período del 15 de marzo al 30 de agosto de 2021

Atentamente,



Ingeniero

Guillermo Eduardo Marcucci Aguirre

Gerente General



SDX SOLUDX S.A.
Soluciones Diagnosticas

Dirección: 19 Calle 31-54, Zona 7 Villa Linda III, Guatemala.

Teléfono: 2292- 4020

E-mail: info@soludx.com

www.soludx.com



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





Mi EPS lo dedico con todo mi amor y cariño, sin ustedes no lo hubiera logrado.

A ti Dios, me diste la oportunidad de vivir y regalarme la oportunidad de poder realizar uno de mis sueños, así como las personas que me diste para vivir en esta aventura llamada vida. Gracias por hacerme saber en cada momento que soy la niña de tus ojos y jamás me dejas, siempre me demuestras estar ahí, escuchas mis plegarias y me consientes mucho.

A mis padres por haber estado conmigo en todo momento, gracias por darme la oportunidad de vivir, por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre me dieron su apoyo y amor para salir adelante. Los quiero con todo mi corazón y con esto les estoy devolviendo un poco de lo que ustedes me han dado a mí.

A mis hijos por ser mi razón de ser, por ser mi motivo de seguir y darles el ejemplo de que si se puede, gracias Adrian y Alvaro por estar ahí siempre. Adrian mi primer amor, gracias porque eres lo mejor que me ha pasado, mi compañero de vida, siempre estaré para ti mi vida. Alvaro mi segundo amor, eres una bendición mi niño bello, mi compañero dos de vida y aunque eres un niño con carácter imponente eres mi ser de luz a quien amo con la vida, cuentas conmigo mi bebe. Los amo.

A mi amor, Allan qué más puedo decir, gracias por estos siete años juntos por tantas cosas compartidas y por estar conmigo en un día tan importante, gracias amor por caminar a mi lado recuerda eres muy importante para mí, Te amo. I♥U. es alegre compartir la misma meta juntos.

A mis primas Mónica y Andrea siempre están ahí para mí y yo para ellas, gracias por todo lo que hemos vivido nos une miles y saben que las re quiero.

A mis primas y primos, mis tías y tíos son muchos, saben que los adoro gracias, es una gran bendición tener personas así en mi vida y que sean mi sangre aún mejor.



A mis amigas y amigos por estar en los momentos felices y tristes recuerden que los llevo en mi corazón y cuentan conmigo siempre.

A mis supervisores gracias por la paciencia y dedicación, por apoyarme a realizar mi sueño y prepararme a un mejor futuro.



Índice

Índice de tablas	I
Índice de figuras	II
Introducción.....	IV
Antecedentes.....	V
Justificación.....	VI
CAPITULO 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 o historia	2
1.6. Departamentos o dependencias.....	2
1.7. Organigrama	3
1.8. Misión	3
1.9. Visión.....	3
1.10. Objetivos institucionales.....	3
1.11. Público objetivo	4
1.12. Diagnóstico	4
1.13. Objetivos del diagnóstico.....	4
1.13.1. Objetivo general.....	4
1.13.2. Objetivos específicos	4



1.14. Tipos de investigación	5
1.15. Enfoque.....	5
1.16. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	5
1.16.1. Observación	6
1.16.2. Entrevista	6
1.16.3. Encuestas	6
1.16.4. Ficha de las entrevistas	6
1.16.5. Resultado de las entrevistas	7
1.16.6. Tabla comparativa, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados	7
1.17. Interpretación de resultados	8
1.18. FODA	25
1.18.1. Fortalezas	25
1.18.2. Oportunidades.....	25
1.18.3. Debilidades	25
1.18.4. Amenazas.....	26
1.19. Problemas detectados.....	26
1.20. Planteamiento del problema comunicacional	27
1.21. Indicadores de éxito.....	27
1.22. Proyecto por desarrollar.....	27
CAPITULO 2	28
Plan estratégico de comunicación.....	28
2.1. Plan de comunicación	28
2.2. Misión	28
2.3. Visión.....	28



2.4. Elementos comunicacionales.....	28
2.4.1. Emisor	29
2.4.2. Receptor.....	29
2.4.3. Código	29
2.4.4. Mensaje	29
2.4.5. Canal de comunicación.....	29
2.4.6. Ruido	29
2.4.7. Realimentación.....	29
2.4.8. Comunicación interna.....	30
2.4.8.1. Tipos de comunicación interna.....	30
2.4.8.2. Comunicación descendente.....	30
2.4.8.3. Comunicación ascendente.....	30
2.4.8.4. Comunicación horizontal.....	31
2.4.9. Comunicación externa	31
2.4.9.1. Tipos de comunicación externa	31
2.4.9.2. Canales de comunicación externa.....	32
2.4.10. Identidad corporativa	33
2.4.10.1. Elementos	34
2.4.10.2. Diseño	34
2.4.10.3. Logotipo	34
2.4.11. Redes sociales.....	35
2.4.11.1. <i>Facebook</i>	35
2.4.11.2. <i>Linkedin</i>	36
2.4.11.3. <i>WhatsApp</i>	37



2.5. Alcances y límites de la estrategia.....	38
2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional	39
2.6.1. Metodología.....	39
2.6.2. Objetivo de la estrategia	39
2.6.2.1. Objetivo general.....	40
2.6.2.2. Objetivos específicos	40
2.6.3. Acciones para conseguir los objetivos.....	40
2.6.4. Los indicadores para medir el cumplimiento.....	40
2.6.5 Los instrumentos.....	41
2.6.6. Actividades para la operatividad de la estrategia.....	42
2.7. Financiamiento.....	43
2.8. Presupuesto	43
2.9. Beneficiarios	43
2.10. Recursos humanos	44
2.11. Áreas geográficas de acción	44
2.12. Cuadro comparativo de la estrategia.....	44
2.13. Cronograma del plan de comunicación	45
CAPÍTULO 3	46
Ejecución de la estrategia de la comunicación	46
3.1. Uniforme y mascarilla	46
3.1.1. Objetivo de la actividad	46
3.1.2. Público Objetivo	46
3.1.3. Medio utilizado.....	46
3.1.4. Área geográfica de impacto.....	46



3.1.5. Presupuesto en esta acción.....	46
3.2. Trifoliar y tarjetas de presentación	47
3.2.1. Objetivo de la actividad	47
3.2.2. Público Objetivo	47
3.2.3. Medio utilizado	47
3.2.4. Área geográfica de impacto	47
3.2.5. Presupuesto en esta acción.....	47
3.3. Señalética de visión, misión, prevención COVID- 19.....	48
3.3.1. Objetivo de la actividad	48
3.3.2. Público Objetivo	48
3.3.3. Medio utilizado	48
3.3.4. Área geográfica de impacto	48
3.3.5. Presupuesto en esta acción.....	48
3.4. Implementación comunicación por medio de la aplicación de <i>whatsapp</i>	52
3.4.1. Objetivo de la actividad	52
3.4.2. Público objetivo	52
3.4.3. Medio utilizado	52
3.4.4. Área geográfica de impacto	52
3.4.5. Presupuesto en esta acción <i>whatsapp</i> es una aplicación sin costo.....	53
3.5. Social media.....	53
3.5.1. Objetivo de la actividad	53
3.5.2. Público objetivo	53
3.5.3. Medio utilizado	53
3.5.4. Área geográfica de impacto	53



3.5.5. Presupuesto en esta acción.....	54
3.5.6. Programación y calendarización.....	57
Conclusiones.....	58
Recomendaciones	60
Referencias	62
Anexos	65



Índice de tablas

Tabla 1	Tabla comparativa	7
Tabla 2	Tabla de actividades operativas.....	42
Tabla 3	Tabla de publicaciones	42
Tabla 4	Tabla de presupuesto uniforme, artes e impresiones.....	43
Tabla 5	Tabla comparativa de propuesta estratégica.....	44
Tabla 6	Cronograma de Actividades	45
Tabla 7	Tabla de presupuesto	46
Tabla 8	Tabla de presupuesto	47
Tabla 9	Tabla de presupuesto	48
Tabla 10	Tabla de presupuesto de diseño de redes sociales.....	54
Tabla 11	Cronograma general del EPSL 2020	57



Índice de figuras

Figura 1 Ubicación Geográfica.....	1
Figura 2 Ubicación	1
Figura 3 Organigrama.....	3
Figura 4 Tiempo de laborar en la empresa	8
Figura 5 Percepción sobre el trabajo	9
Figura 6 Visualización dentro de la empresa.....	10
Figura 7 Objetivos y metas de la empresa.....	11
Figura 8 El trabajo desempeñado ayuda a cumplir los objetivos metas	12
Figura 9 Interacción de superiores con los colaboradores.....	13
Figura 10 La comunicación fluye en la empresa	14
Figura 11 Recursos y herramienta para realizar su trabajo	15
Figura 12 Buen trabajo en equipo.....	16
Figura 13 Percepción de compañeros en trabajo	17
Figura 14 Comunicación de los líderes de la empresa	18
Figura 15 Acceso a aprendizaje y desarrollo.....	19
Figura 16 Mejoraría utilizar un sistema dentro de la empresa	20
Figura 17 Área de comunicación dentro de la empresa.....	21
Figura 18 Quien es el encargado de la comunicación de clientes y proveedores.....	22
Figura 19 Medio de comunicación en la empresa	23
Figura 20 Posee correo institucional	24
Figura 21 Señalética	49
Figura 22 Trifoliar	49
Figura 23 Pantalón mujer	50
Figura 24 Pantalón hombre.....	50
Figura 25 Pantalón lona hombre.....	50
Figura 26 Blusas y camisas	51
Figura 27 Diseño tarjetas.....	51
Figura 28 Señalética prevención COVID-19.....	51
Figura 29 Mascarilla.....	52



Figura 30 Whatsapp.....	53
Figura 31 Imagen Facebook	54
Figura 32 Imagen Facebook	55
Figura 33 Post Facebook	55
Figura 34 Post Facebook	55
Figura 35 Post LinkedIn	56
Figura 36 Post LinkedIn	56



Introducción

Cuanto mejores sean las habilidades al comunicarse mejor será la relación con los demás. Por medio de éstas, no sólo recibimos y ofrecemos información, si no también expresamos sentimientos y emociones, intercambiamos ideas, opiniones y nos relacionamos con las personas, está presente en nuestra vida, también en el ámbito laboral y es fundamental mantener relaciones positivas y satisfactorias.

Es un elemento clave, en el mundo laboral, la falta de comunicación entre los miembros de la empresa puede causar problemas, que lleguen hasta afectar la salud de los trabajadores, disminuyendo su productividad y rendimiento, y esto repercute en el buen funcionamiento de la empresa. Es imprescindible que los miembros del equipo sepan qué tareas deben desarrollar y cómo deben desempeñarlas para que cualquier negocio marche de manera eficiente.

Muchas veces esto no es así, y se originan conflictos que afectan negativamente al clima laboral entre los miembros del equipo. Tener un sistema de comunicación efectivo en una organización no es sencillo como parece, pero es indispensable para consolidar el rendimiento y competitividad del equipo. Es necesario dedicar tiempo a promover la comunicación entre los trabajadores de la empresa.

Comunicarse en las empresas se ve como algo simple, sin embargo, va más allá debido a que se busca comprender las necesidades de los distintos públicos, satisfacerlas y buscar estrategias que permitan proyectar resultados satisfactorios para todos.

En la organización sirve como herramienta de motivación a los empleados, edifica y fortalece la identidad corporativa, si esta no está bien fundamentada es imposible que el público externo perciba una buena imagen corporativa.



Antecedentes

Soludx, S.A., es una empresa que está ubicada en la colonia Villa Linda III en la zona 7 de la ciudad capital de Guatemala, dedicada a la venta y distribución de insumos y equipos para laboratorios en Guatemala, se instituyó el 8 de noviembre de 2018, iniciando sus funciones el 20 de marzo de 2019.

Inicialmente su idea era dar soluciones diagnósticas para laboratorios y empresas, brindando los equipos e insumos más novedosos y de última generación a los mejores costos.

Como cualquier institución, intentó ingresar en el gremio, lo cual se le complicó, porque la gente de ese medio es muy tradicional y están casados con los proveedores, y ellos creen mucho en la lealtad.

Sin embargo, lo pensado y propuesto dio un vuelco de 360 grados, cuando ingresó la COVID-19 en el país, tuvieron la oportunidad de traer las pruebas rápidas de antígeno y de anticuerpos para detectar ese virus y así poder distribuir las tanto a empresas privadas como gubernamentales. Y de ser una empresa nueva y sin nada más que dos personas abriéndose campo y únicamente con lo que había sido su inversión inicial, se ha convertido en un monstruo que empezó a darles trabajo a varias personas en época de pandemia y calamidad.

Ahora cuenta con un personal de 20 integrantes, tres mujeres y 17 hombres con los cuales se ha formado el equipo de Soludx, S.A.



Justificación

Este trabajo se realizó como parte de Estudio Profesional Supervisado (EPS) para obtener el título de Licenciada en Ciencia de la Comunicación, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se trata de un diagnóstico y estrategia de comunicación interna y externa de la empresa Soludx.S.A. La misma no contaba con algo definido ya que estaban enfocados en que esta funcionara y empezara a dar resultados y no tanto en el funcionamiento de las áreas laborales.

Esta investigación ayudará a futuros estudiantes para fortalecerla, al realizar más indagaciones sobre la empresa ,pues contarán con suficiente material en el que se puedan apoyar y hacer mejoras en el aspecto comunicacional.

Soludx, S.A., es una empresa guatemalteca que busca ser competitiva y para esto es importante contar con una excelente comunicación. Cuenta con dos años en el mercado, por lo mismo continúan en su construcción.

La comunicación es un medio por el cual los individuos tienen contacto, enviando un mensaje, para que este se realice satisfactoriamente, debe ser recíproco de lo contrario se convierte en información.

En una empresa u organización, la comunicación es fundamental, ya que mantiene a los colaboradores en sintonía, creando un vínculo, logrando llevar a cabo la misión y visión de la corporación, y de esta manera, crear un clima laboral en el que los resultados que se desean en las diferentes áreas tengan éxito, por medio de las acciones positivas de los colaboradores se logrará una institución fuerte y sólida que proyectará en su público externo.

Aplicando la estrategia de comunicación se pretende brindar las herramientas necesarias y mejorar el desarrollo de Soludx, S.A., esto se realizará por medio de una adecuada comunicación



organizacional, que debe ser efectiva con el público interno, fortaleciendo la identidad corporativa, esto permitirá que el público externo perciba la empresa tal como se pretende.

Con la realización de este proyecto, se sugiere implementar las estrategias planteadas ante los problemas comunicacionales y dejar un aporte a futuras investigaciones referentes al tema de estudio.

Debido a una incursión temprana en el mercado y con poco tiempo de operaciones de la empresa Soludx, S.A., no cuenta con estrategias de comunicación sólidas tanto internas como externas, por lo que se pretende el fortalecimiento de la comunicación organizacional de la entidad al crear estrategias internas y externas.



CAPITULO 1

Diagnóstico de comunicación

1.1. La Institución

Soludx, S.A.

1.2. Perfil institucional

“Diagnosticar la comunicación de Soludx, S.A., interna y externa.”

1.3. Ubicación geográfica

La empresa Soludx, S.A., se encuentra ubicada en la 19 calle 31-48 zona 7, Villa Linda III.

Figura 1



Fuente: *Google maps*

Figura 2



Fuente: *Google maps*



1.4. Integración y alianzas estratégicas

Actualmente Soludx, S.A., no cuenta con alianzas estratégicas.

1.5. Origen o historia

Soludx, S.A., es una empresa fundada en 2018, con el fin de brindar una amplia gama de productos y equipos de laboratorios clínicos para satisfacer diversas áreas de diagnóstico.

Inició cuando vieron la falta de distribución de pruebas rápidas e insumos que son de bajo costo, de uso sencillo e indispensable para su público objetivo. Observaron que es un área que grandes empresas de distribución lo dejaban a un lado, y este estilo de producto podría solucionar muchos problemas y volver la vida más sencilla.

Inició con cuatro personas y a la fecha ya cuenta con 22 empleados activos.

1.6. Departamentos o dependencias

Departamento de Ventas: es el encargado de crear, y mantiene un contacto personalizado con el cliente, asegurándose constantemente de que esté satisfecho y estando en su *top of mind* de cualquier adquisición de los distintos productos que se manejan en la empresa.

Departamento de Atención al Cliente: actúa a modo de intermediario entre la empresa y el cliente: Se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que ofrece la empresa. Además, canaliza las quejas, reclamos y sugerencias.

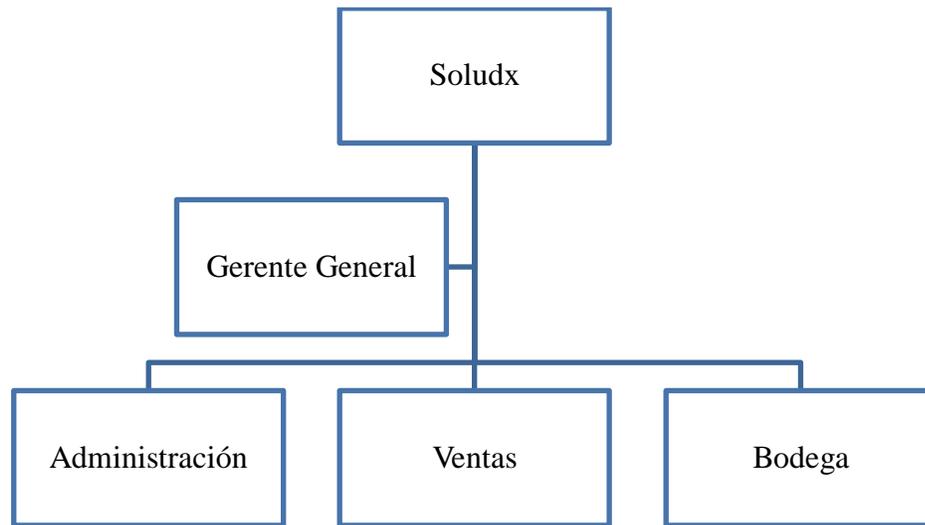
El Departamento de Contabilidad: se encarga de la gestión financiera de los clientes, de los pagos a colaboradores y proveedores contratados, de la política financiera de la empresa, la contabilidad y el control presupuestario.



Área de Bodega: es la que protege la mercadería, registro de entrada y salida de la mercancía, métodos de distribución de esta, limpieza y organización de la bodega y optimización de los espacios.

1.7. Organigrama

Figura 3



Fuente: Elaboración propia

1.8. Misión

Brindar confiabilidad en cada diagnóstico clínico, inspirando a las personas a llevar una vida saludable.

1.9. Visión

Proporcionar las mejores pruebas de diagnóstico clínico a la región centroamericana basadas en la calidad de nuestros productos y servicios.

1.10. Objetivos institucionales

- ✓ Cubrir una necesidad brindando nuestros servicios con calidad y que nos diferencien de



la competencia.

- ✓ Mantenernos en la mente del consumidor, más que las grandes empresas y seamos su única opción al adquirir un producto.
- ✓ Construir una preferencia sobre nuestra marca.
- ✓ Ser reconocida dentro del gremio como un buen lugar para trabajar.

1.11. Público objetivo

Colaboradores, empresas privadas y gubernamentales, que requieran de los distintos servicios, de la amplia gama de productos y equipos de diagnóstico y laboratorio clínico que se tienen.

1.12. Diagnóstico

Un diagnóstico son el o los resultados que se arrojan luego de un estudio, evaluación, análisis sobre determinado ámbito u objeto. El diagnóstico tiene como propósito reflejar la situación de un cuerpo, estado o sistema para que luego se proceda a realizar una acción o tratamiento que ya se preveía realizar o que a partir de los resultados del diagnóstico se decide llevar a cabo. Es el proceso por medio del cual se evalúa una situación y se le da una solución por medio de esta observación. (Definicion.de, s.f.)

1.13. Objetivos del diagnóstico

1.13.1. Objetivo general

Analizar el proceso de la comunicación tanto interna como externa de la empresa Soludx, S.A.

1.13.2. Objetivos específicos

- ✓ Observar los problemas comunicacionales internos y externos de Soludx, S.A.
- ✓ Determinar cuáles son los medios utilizados para la comunicación de Soludx, S.A., interna y externa.
- ✓ Evaluar la comunicación de Soludx, S.A., interna y externa.



1.14. Tipos de investigación

Investigación, son los métodos que nos ayudan a conocer el problema y nos da nuevos conocimientos acerca de lo que hemos observado.

Manuel Cortes y Miriam Iglesias definen la Metodología, en el libro “Generalidades sobre la metodología de la investigación” como “la ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo darnos la estrategia a seguir en el proceso” (Cortes e Iglesias, 2004).

El tipo de investigación en este trabajo será de tipo mixto, por cuanto se utilizará la combinación del enfoque cuantitativo a través del análisis estadístico a obtener de los instrumentos recolectores de datos, y del enfoque cualitativo, en las opiniones ya recabadas en las encuestas a colaboradores de Soludx, S.A.

1.15. Enfoque

Se utiliza la investigación descriptiva ya que nos permite observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera, logrando un diagnóstico preciso y cuantificable.

Se utiliza el método deductivo ya que es un tipo de razonamiento lógico que hace uso del resultado por una conclusión sobre una premisa particular con base en la observación. Se busca analizar, describir y deducir el estado de la comunicación de Soludx, S.A.

1.16. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Por medio de la técnica se adquiere información de un grupo o parte de la población, a la que se le denomina muestra.

Se trata de indagar o interrogar a cierta cantidad de personas, por medio de un cuestionario previamente preparado, probado y calificado según los objetivos que interesan alcanzar con esa técnica.



“Su instrumento es el cuestionario” (Lic. Ms. A. Gabriel Alfredo Piloña Ortiz, 2016, Décima edición, Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo).

La primera herramienta utilizada fue la observación en los procesos de comunicación en Soludx, S.A., con base en conversaciones realizadas con los trabajadores se tomaron notas de los problemas de comunicación.

La encuesta es el medio que se utilizó como segunda opción, contiene 15 preguntas sencillamente formuladas para la obtención de la información y la retención del encuestado. La muestra se sustrajo del personal que labora en Soludx, S.A.

1.16.1. Observación

Es un método de identificación descriptiva que por medio de la vista nos hace ver y comprender las cosas antes de tomar cartas en el asunto, por este medio se puede llegar a tomar la decisión de que procesos o herramienta se debe utilizar.

1.16.2. Entrevista

Es la técnica por medio de la cual se recaudan datos, se realiza por medio de una conversación y por medio de preguntas se llega a un fin determinado.

1.16.3. Encuestas

Es el medio por el cual se recopilan datos, por medio de un cuestionario que se realiza previamente y al final se demuestran las respuestas encontradas por medio de gráficas o tablas.

1.16.4. Ficha de las entrevistas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué puesto ocupa en la empresa?
3. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa?



4. ¿Cuál es el procedimiento de comunicación de Soludx, S.A.?
5. ¿Cree que las personas que laboran actualmente en la empresa saben a quién dirigirse para consultar alguna duda o inconveniente?
6. ¿Qué mejoraría para agilizar la comunicación interna y externa?
7. ¿Estaría dispuesto a crear un área que se dedique a comunicación, tanto interna como externa?

1.16.5. Resultado de las entrevistas

Se llegó a la conclusión que la empresa no tiene un procedimiento establecido para dar información al personal, por el momento se trabaja en establecer uno, pero todavía está pendiente de su aprobación.

Soludx, S.A., trabaja para ser una de las mejores empresas de Guatemala que su meta es llegar a contar con más de 100 colaboradores en su planilla, no puede darse el lujo de no tener un procedimiento, de brindar comunicación interna y externa en la cual se asegure de tomar la mejor decisión en la empresa.

1.16.6. Tabla comparativa, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Tabla 1

Tabla comparativa

Instrumento	Entrevistado	Puesto	Punto de encuentro y disenso
Entrevista	Guillermo Marcucci	Gerente General	Ambos piensan que la mayoría del personal que actualmente labora en la empresa no se le brinda la información de manera correcta.
Entrevista	Pablo Figueroa	Gerente Administrativo	Los dos están de acuerdo en que una plataforma agilizaría el proceso de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.



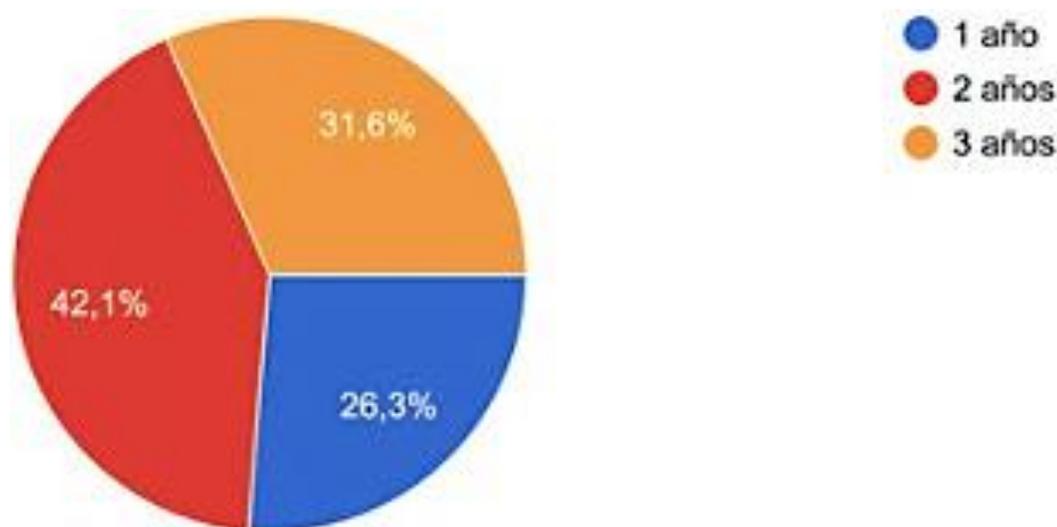
1.17. Interpretación de resultados

En este apartado se presenta de forma gráfica y descriptiva los resultados obtenidos por encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa Soludx, S.A.

Figura 4

¿Cuánto tiempo lleva trabajando para la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 año	5	26.3
2 años	9	42.1
3 años	6	31.6

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

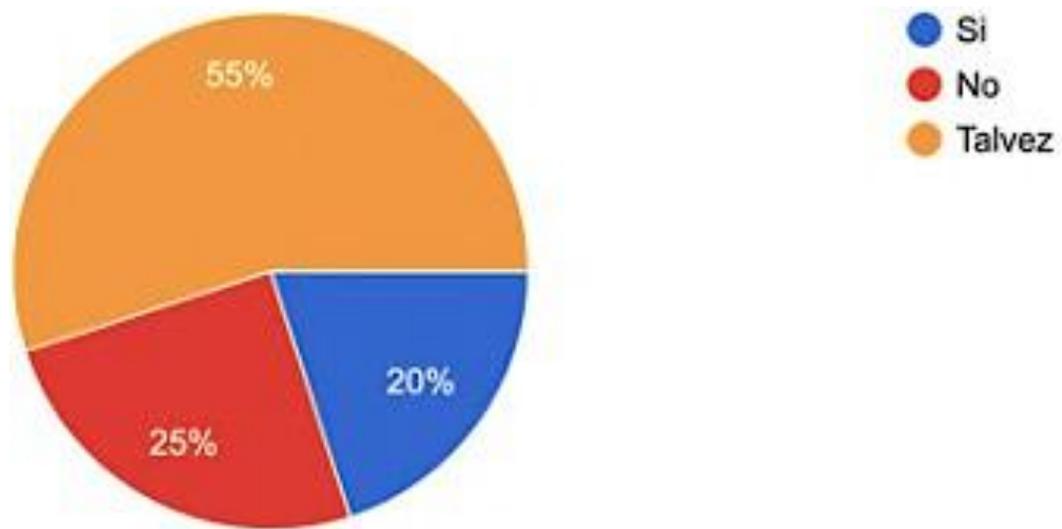
El resultado de las encuestas realizadas hace referencia a que el 31.6% de los encuestados lleva tres años trabajando, el 42.1 % lleva dos años y el 26.3% un año de laborar en la empresa. Con esto se puede notar que es una empresa nueva.



Figura 5

¿Cree usted que *LinkedIn* le ayudaría en sus relaciones laborales para su desempeño y resultados?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	4	20
No	5	25
Tal vez	11	55

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

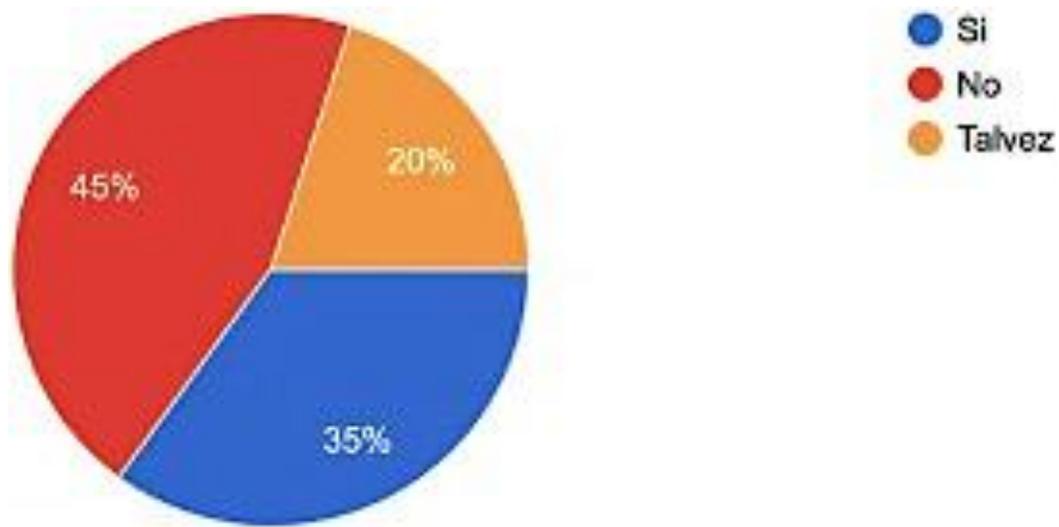
El resultado de la encuesta es que el 20% piensa que si, el 25% indica que no y el 55% no está seguro de que le ayude en su desempeño laboral y en los resultados de los mismos.



Figura 6

¿Se visualiza trabajando para la empresa dentro de cinco años?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	7	35
No	9	45
Tal vez	4	20

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

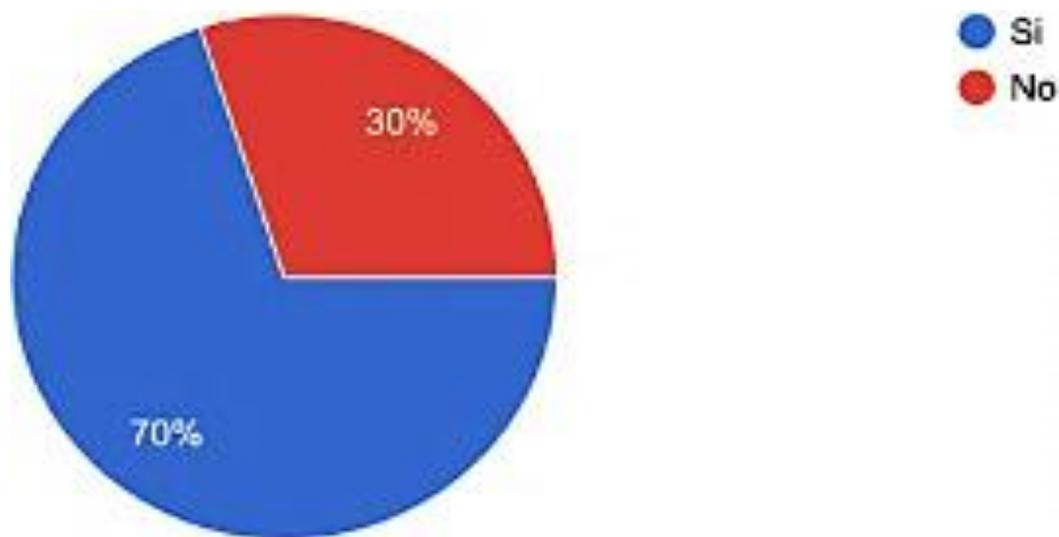
Se observa en esta pregunta que por la misma inestabilidad en la que se encuentran los colaboradores el 45% no se ve en la empresa en un futuro, el 35% indica que si y el 20% no está seguro de querer seguir siendo parte del equipo.



Figura 7

¿Conoce la misión y visión de la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	70
No	6	30

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

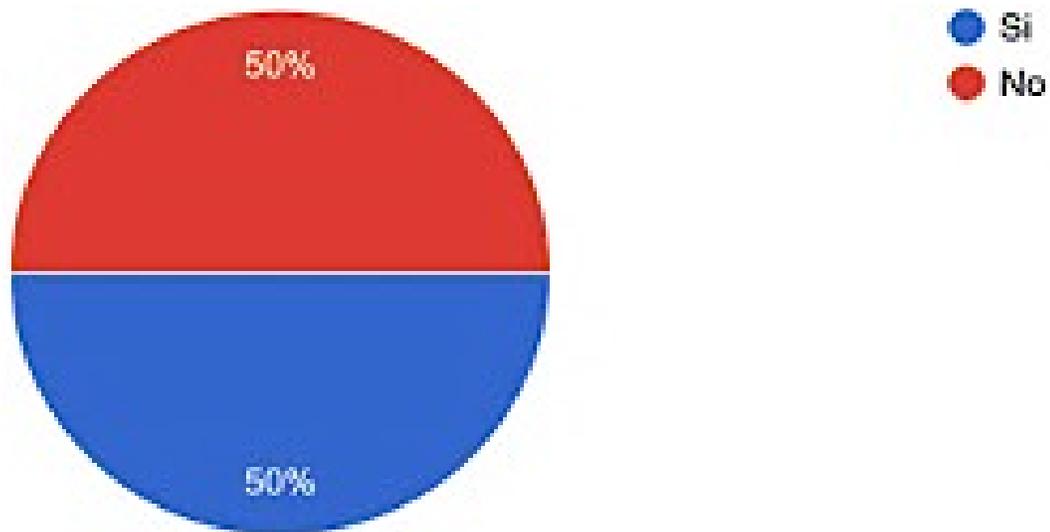
Se puede observar que la respuesta es que el 70% de los colaboradores si conoce la visión y la misión de la empresa, el 30% no sabe cuáles son, debido a que los mandos altos no se han percatado de esta falta de comunicación para hacérselos saber.



Figura 8

¿Tiene herramientas de identificación institucional para la interacción con el cliente?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	10	50
No	10	50

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

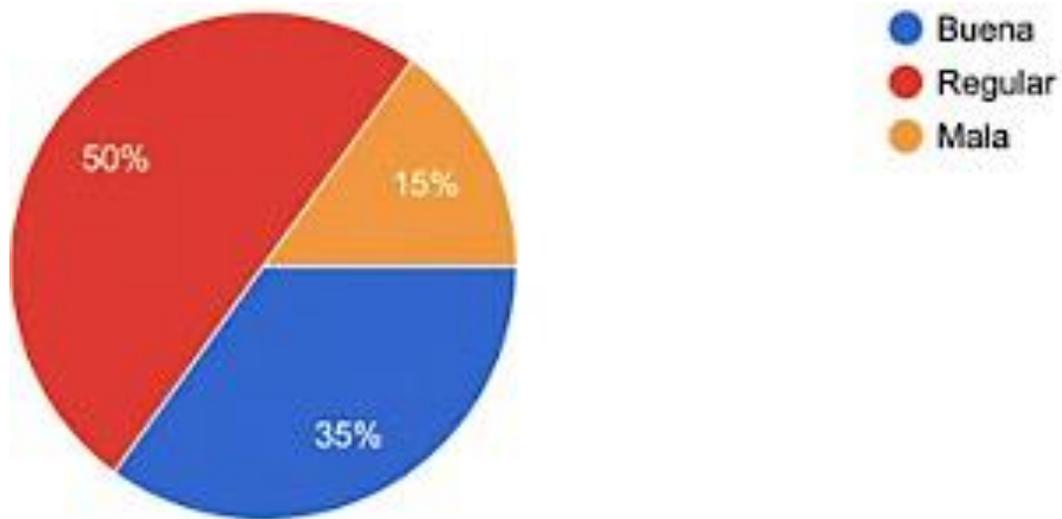
En este cuestionamiento encontramos que el 50% si cuenta con algunas herramientas institucionales que puede apoyarle a la hora de interactuar con clientes, mientras que el otro 50% no tiene idea que podría utilizar.



Figura 9

¿Qué le parece la forma en que sus superiores interactúan con usted?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Buena	7	35
Regular	10	50
Mala	3	15

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

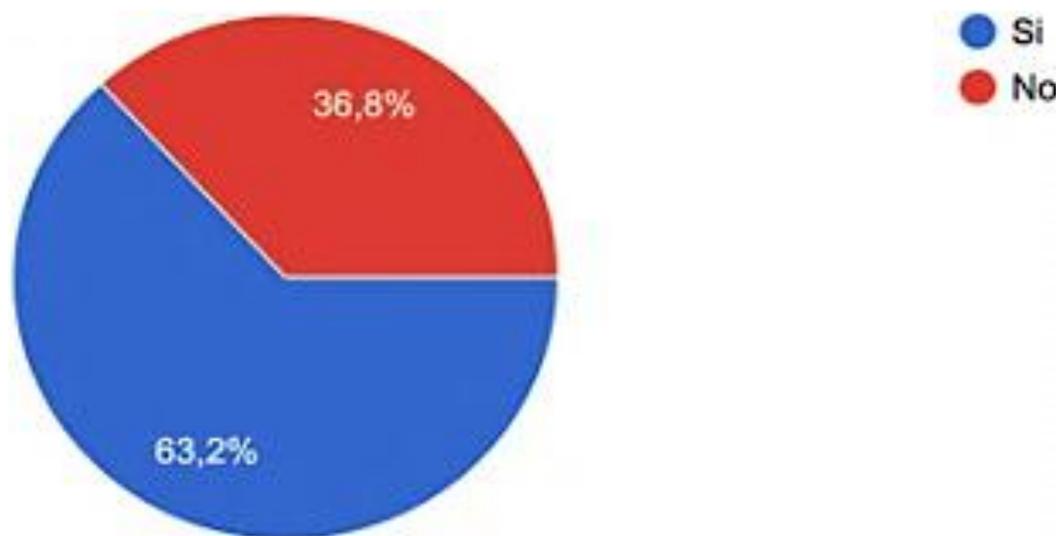
La pregunta anterior refleja que el 50% del personal indica que sus superiores no interactúan bien, el 15% piensa que es regular y el 35% piensa que si es correcta la forma en la que ellos lo hacen.



Figura 10

¿Estaría dispuesto a utilizar uniforme?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	13	63.2
No	7	38.8

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

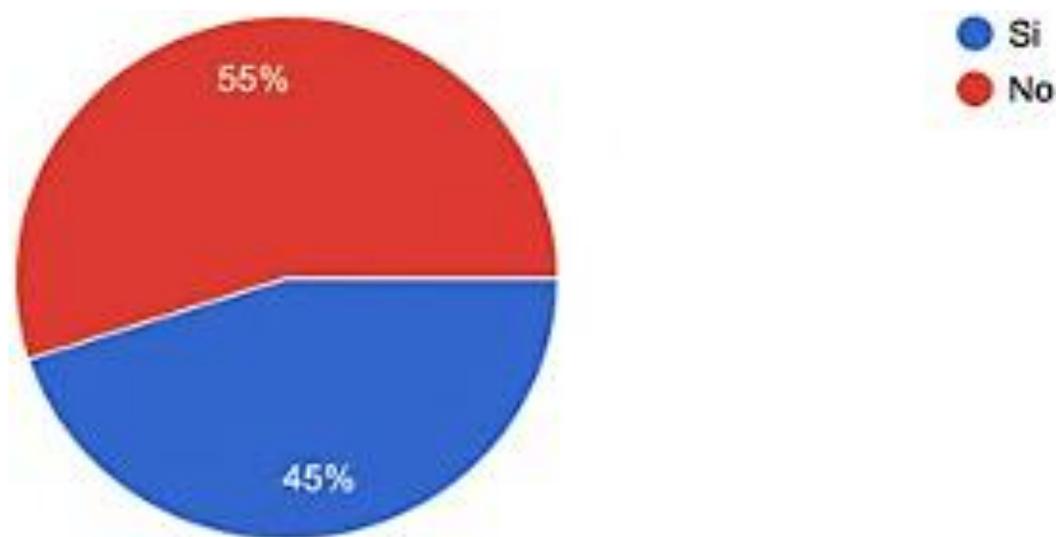
En esta pregunta el 63.2% señala que si les gustaría utilizar un uniforme, mientras que el 38.8% indica que no, lo cual es bueno porque es poco el personal que se rehúsa, será fácil que esto cambie.



Figura 11

¿Considera que tiene todas las herramientas y recursos para hacer bien su trabajo?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	9	45
No	11	55

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

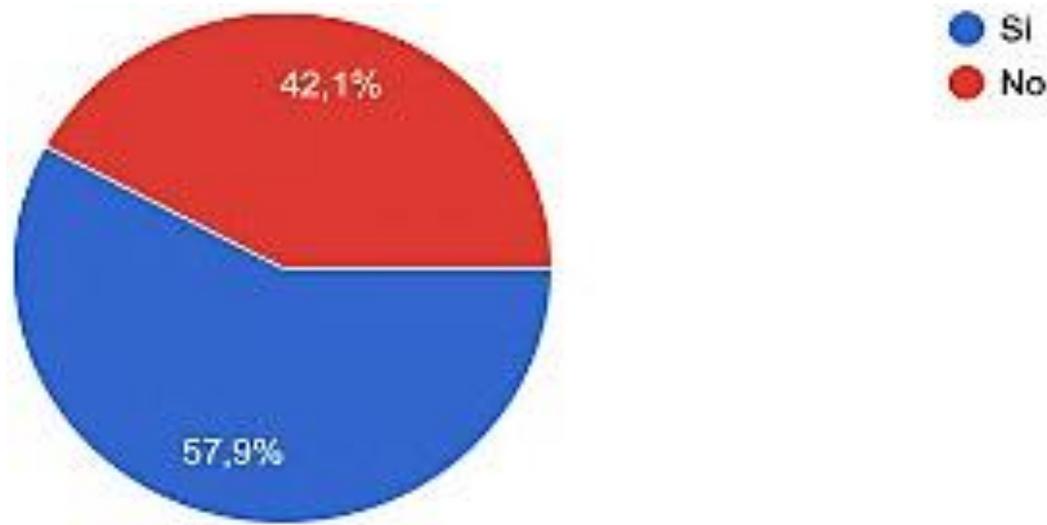
El personal de la empresa en un 55% dice que si tiene las herramientas y los recursos para realizar el trabajo que le es asignado, mientras el 45% piensa que no, que aún les falta.



Figura 12

¿Siente que hay trabajo en equipo en la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	8	42.1
No	12	57.9

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

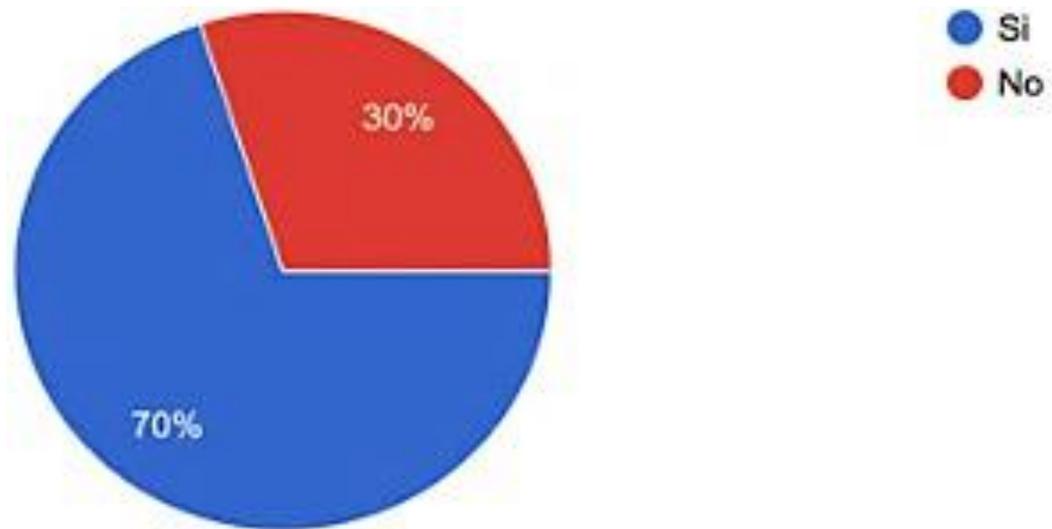
A pesar de no haber una comunicación interna y externa es considerada como buena por el 57.9% ya que piensa que si hay un buen trabajo en equipo y solamente el 42.1% que es una buena parte, indica que no hay.



Figura 13

¿Piensa que otros empleados se sienten bien de trabajar en la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	70
No	6	30

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

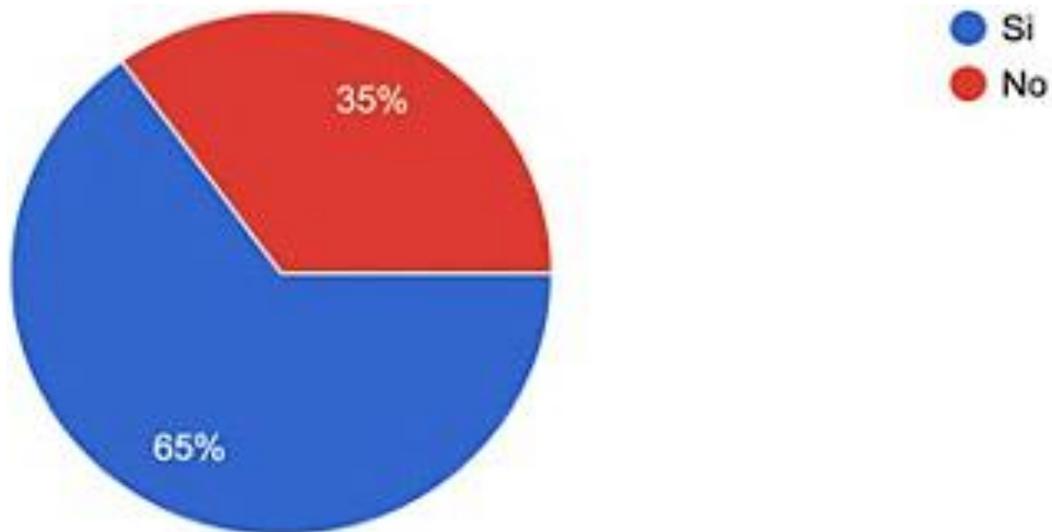
Lo que nos muestra la respuesta en esta pregunta es que el 70% comenta que si es un buen lugar donde trabajar ya que indica que sus compañeros están felices, únicamente el 30% piensa lo contrario.



Figura 14

¿Cree que los líderes de la empresa se comunican bien?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	13	65
No	7	35

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

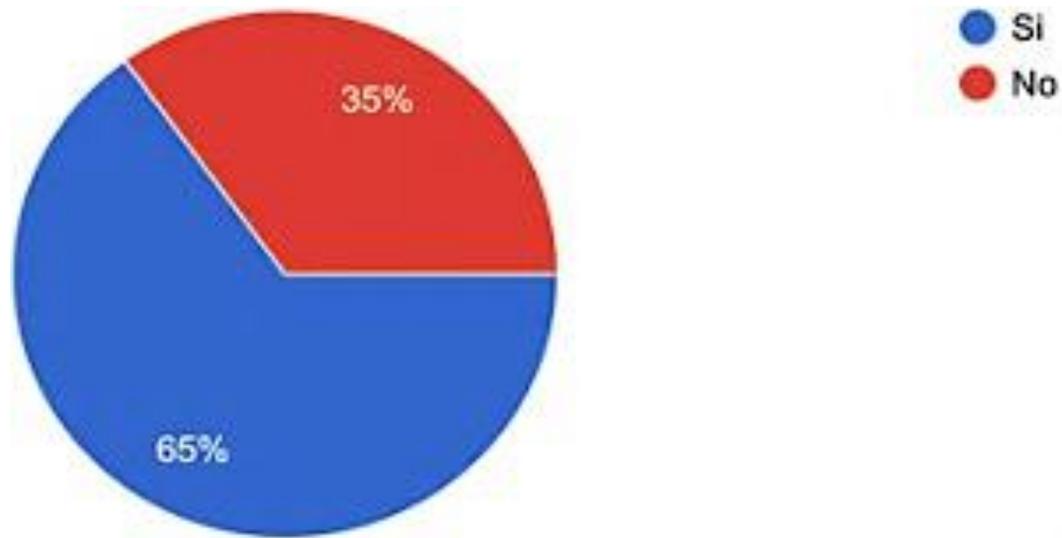
En esta pregunta tratamos de cruzar la respuesta de la pregunta número seis, sin embargo, aquí cambió la respuesta, indicando que el 65% piensa que si está bien y el 35% nos dice que no.



Figura 15

¿Conoce si la empresa se da a conocer por medio de una red social?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	13	65
No	7	35

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

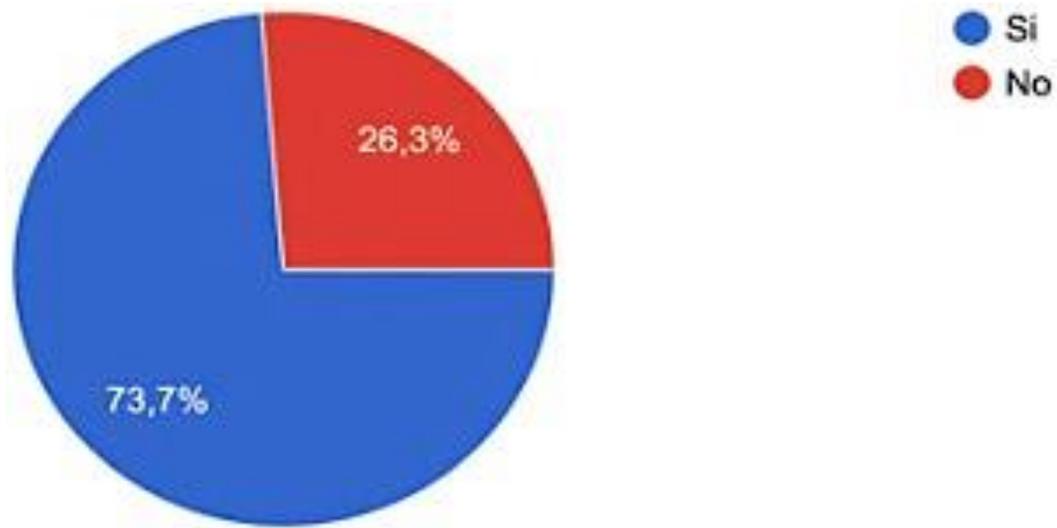
De los colaboradores, el 65% indica que si sabe que están en la red mientras que el 35% no han visto nada de la empresa.



Figura 16

¿Cree que algún medio o aplicación podría mejorar la comunicación en la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	14	73.7
No	6	26.3

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

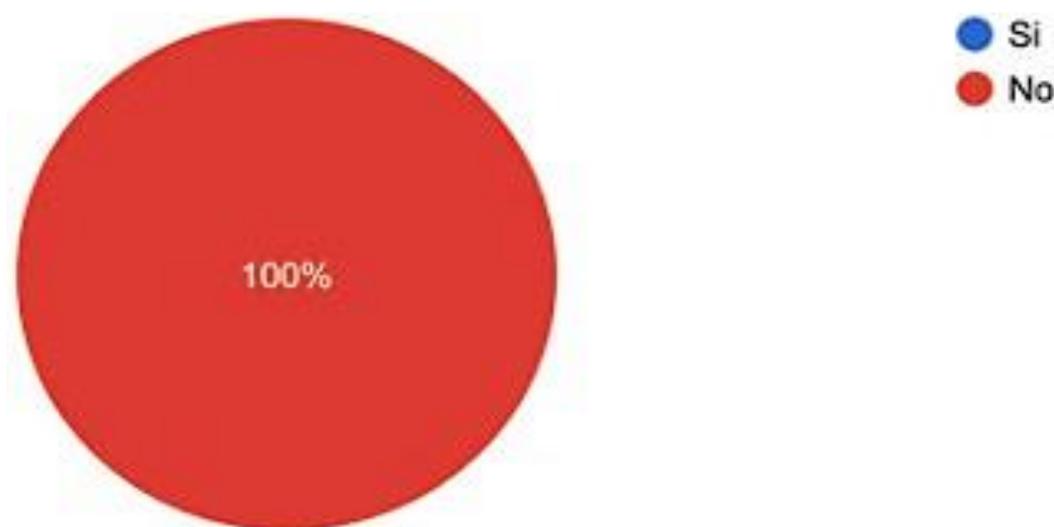
El 73.7% considera que la implementación de algún sistema de comunicación mejoraría, y el 26.3% piensa que no.



Figura 17

¿Hay un área de comunicación en la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	20	100

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

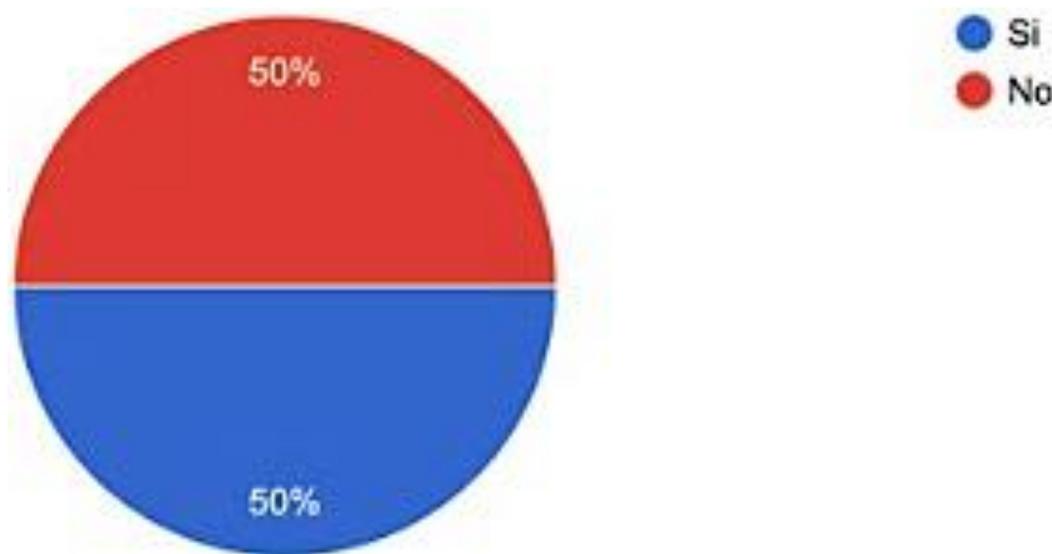
El 100% de los entrevistados indica que no hay un área de comunicación en la empresa.



Figura 18

¿Sabe quién se encarga de la comunicación con el cliente y sus proveedores?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	10	50
No	10	50

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

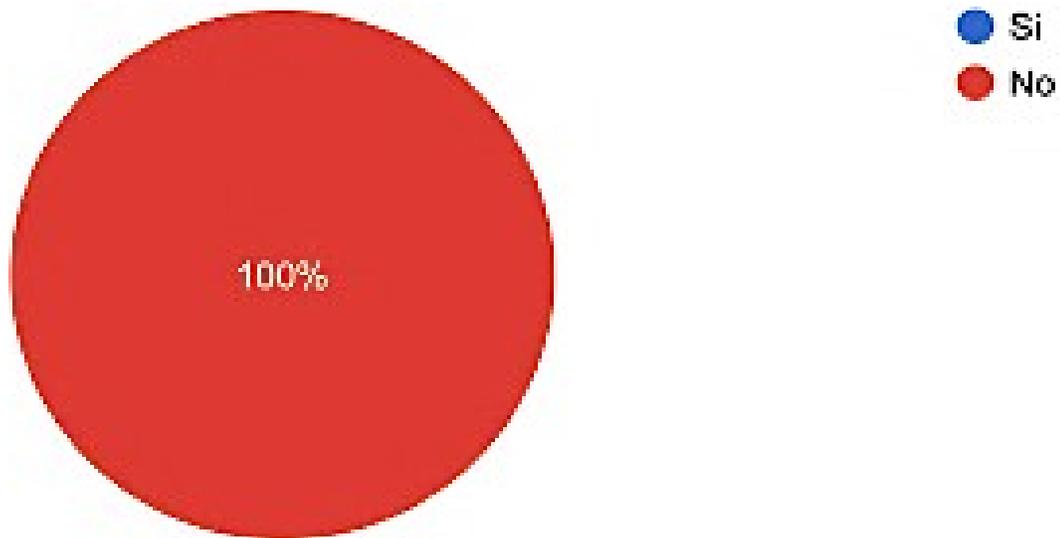
El 50% del personal piensa que los superiores son los encargados de esta área, el otro 50% no lo sabe.



Figura 19

¿Conoce algún medio de comunicación digital en la empresa por el cual se comuniquen?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	20	100

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

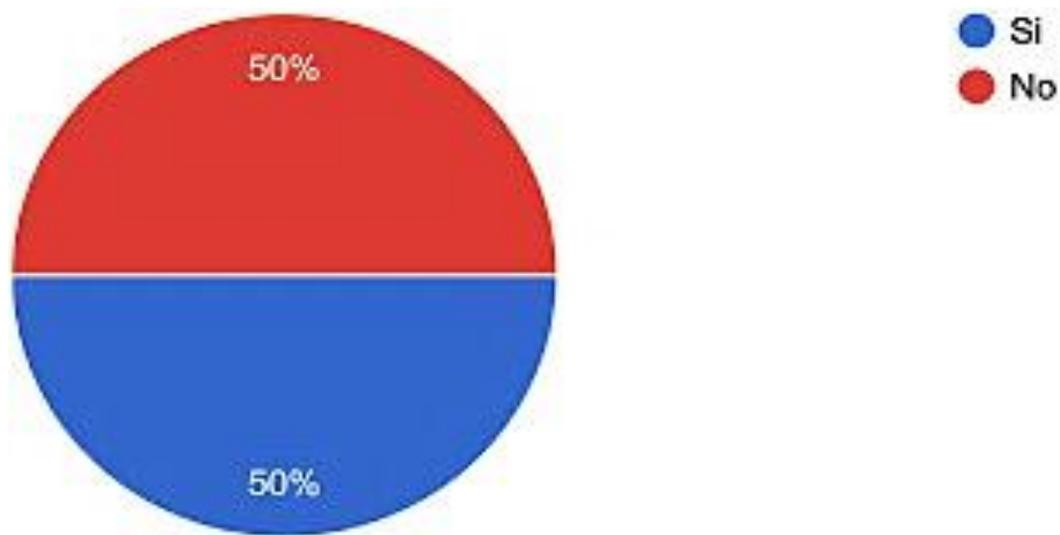
El 100% de los entrevistados indica que no hay un medio de comunicación en la empresa.



Figura 20

¿Posee correo institucional de la empresa?

Total de encuestados 20



Mujeres	Hombres
3	17

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	10	50
No	10	50

Fuente: Elaboración propia, abril 2021

El 50% de los entrevistados indica que no tiene un correo institucional en la empresa, mientras que el otro 50% si posee uno, esto debería de ser para todos los empleados y por este medio tener una comunicación interna y externa.



1.18. FODA

El FODA es una herramienta de análisis que permite trabajar con toda la información que posees sobre el negocio. Se estudia la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra, y de esta manera planificar una estrategia a futuro.

Es un método de esfuerzo para examinar la interacción entre las características propias del negocio y el entorno en el cual éste compete.

1.18.1. Fortalezas

- ✓ Manejan comunicación verbal directa entre jefe y dependientes.
- ✓ Hay realimentación en la información.
- ✓ Los colaboradores que laboran en Soludx, S.A. son unidos.
- ✓ Hay una cultura de trabajo en equipo.
- ✓ Aportan ideas todos por igual, lo cual beneficia la comunicación de la empresa.
- ✓ Cuentan con el equipo necesario para llevar a cabo un buen trabajo.

1.18.2. Oportunidades

- ✓ Al ser un grupo pequeño la comunicación puede ser buena y controlable.
- ✓ Los medios de comunicación digital de la empresa tienen potencial.
- ✓ Aprovechamiento de la referencia de los diferentes clientes, ya que existe *feedback*.
- ✓ Mejorar la comunicación interpersonal de forma ascendente, descendente y horizontal.
- ✓ La empresa está iniciando la implementación de procesos por lo que es el momento de poner en marcha el plan de comunicación.
- ✓ La página *web* está iniciando.

1.18.3. Debilidades

- ✓ No cuentan con ningún tipo de publicidad para darse a conocer.
- ✓ Los empleados no conocen en su totalidad los procesos.



- ✓ Los gerentes no pueden optimizar la búsqueda de nuevos colaboradores.
- ✓ No hay un proceso definido de comunicarse interna y externamente.
- ✓ No, se le da la importancia necesaria a la comunicación.

1.18.4. Amenazas

- ✓ Poca información dentro de la empresa puede afectar los procesos con sus clientes.
- ✓ Otras empresas del mismo gremio están más organizadas.
- ✓ No contar con manuales, puede afectar a con el crecimiento del número de empleados.

1.19. Problemas detectados

Falta de identidad corporativa, se observó, que la empresa no le brinda la importancia a la comunicación, pasa inadvertida por los usuarios, esto puede que transmita desorden, falta de compromiso y seriedad, es de suma importancia que se trabaje en ella.

Poca comunicación entre departamentos, la falta de conocimiento acerca del trabajo que realizan otras áreas en la empresa, causa desinformación con el público externo, los colaboradores se convierten en portavoces, no solo dentro de la empresa sino también fuera de ella, comentan en su entorno social lo que sucede en su día a día y por esto es necesario que conozcan cómo se manejan otros departamentos de la organización. La motivación de sus colaboradores incrementará la productividad y proyectará una excelente imagen.

Falta de Comunicación por medio de *social media* es importante que las empresas le den énfasis a ese tema, pues permitirá darse a conocer, se debe de estar preparado con información, que ayudará a gestionar una comunicación por este medio. Realizar *post* o infografías, así como dar a conocer los proyectos y diferentes cosas que surjan en la empresa en pro del grupo objetivo. Es un recurso que no debe de faltar y no necesita mayor inversión, solamente una persona que esté capacitada para realizarlo.



1.20. Planteamiento del problema comunicacional

¿Cómo fortalecer la comunicación organizacional interna y externa de Soludx, S.A., para alcanzar a sus diferentes públicos?

En una empresa la comunicación es un fundamental, ya que mantiene a los colaboradores en sintonía con las metas u objetivos que se tengan planteados, creando un vínculo de identidad corporativa, persiguiendo la misión y visión de la corporación, esto creará un clima laboral en el que los resultados que se esperan en las diferentes áreas tendrán éxito, como consecuencia de las acciones positivas de los colaboradores se tendrá una empresa fuerte y sólida que proyectará lo que su público externo espera de ella como tal.

1.21. Indicadores de éxito

1. La identidad corporativa se fortalece por medio de la implementación de un uniforme institucional que permita al colaborador sentirse parte de la organización.
2. Se redacta la misión y visión de Soludx, S.A., y se coloca en espacios estratégicos en los cuales se cumpla el objetivo de persuasión hacia todos los trabajadores.
3. La implementación de la comunicación de información relevante para las distintas áreas, con el objetivo de facilitar y fortalecer la comunicación interna la cual a su vez será reflejada en lo externo.
4. Desarrollar un *plan social media* hará que facilite la información de manera clara, exacta y verdadera, manteniendo una estructura en la estrategia a seguir según sea el caso.

1.22. Proyecto por desarrollar

Crear un plan de comunicación organizacional interna y externa para Soludx, S.A.



CAPITULO 2

Plan estratégico de comunicación

Con base en los datos obtenidos por medio del diagnóstico se pondrán en marcha acciones de comunicación para que haya una comunicación organizacional interna y externa, y así mejorar los procesos y obtener los resultados deseados.

La estrategia propuesta mejorará la comunicación de la empresa y puede crear una empatía en el equipo de trabajo.

2.1. Plan de comunicación

Es el medio por el cual se recoge, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Es una ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo.

2.2. Misión

Fortalecer la comunicación institucional de Soludx, S.A., y diseñar la identidad corporativa logrando un mayor impacto y así brindar confiabilidad y llevar una comunicación saludable dentro y fuera de la misma.

2.3. Visión

Proporcionar el mejor sistema de comunicación a Soludx, S.A., que impacte en una mejor imagen corporativa para la empresa y que se vea reflejado en la calidad del servicio.

2.4. Elementos comunicacionales

En este apartado encontraremos la base principal para que sea eficaz y se lleve a cabo con éxito el mensaje que se pretende transmitir.



2.4.1. Emisor

El emisor es aquel que emite un mensaje destinado a transmitir o informar algo en concreto.

2.4.2. Receptor

El receptor capta la información ya enviada por un emisor. Este trata de comprender el mensaje y probablemente mandar uno nuevo.

2.4.3. Código

Es un conjunto de elementos que se combinan siguiendo unas ciertas reglas y que son semánticamente interpretables, lo cual permite intercambiar información. Es indispensable que el proceso comunicativo se lleve a cabo efectivamente.

2.4.4. Mensaje

Es la información o enunciado verbal que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado.

2.4.5. Canal de comunicación

Es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve en el intercambio de información entre uno o varios receptores.

2.4.6. Ruido

El ruido es cualquier interferencia que se produzca en la comunicación que impida que esta se logre. Consiste en toda perturbación en el proceso comunicativo.

2.4.7. Realimentación

Es aquella información de vuelta en una comunicación efectiva, es bidireccional es la respuesta al receptor.



2.4.8. Comunicación interna

Es la que va dirigida al cliente interno, al trabajador. Inicia con las necesidades de las empresas de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido, ya que esto hace que las empresas sean un equipo.

2.4.8.1. Tipos de comunicación interna

La comunicación interna puede organizarse en tres tipos, teniendo en cuenta la forma en que circulan los mensajes. Conocerlos permitirá aplicar las herramientas más convenientes a cada uno, y así lograr una auténtica cultura de comunicación en la empresa, que tenga en cuenta todas las dimensiones. Apoyará a la interacción positiva del equipo.

2.4.8.2. Comunicación descendente

Inicia desde los directivos de la empresa y desciende a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Su finalidad es informar algo de la empresa.

Las herramientas más utilizadas son:

- ✓ Manual del empleado
- ✓ Cartas al personal
- ✓ Reuniones informativas
- ✓ Entrevistas
- ✓ Circulares y correos electrónicos grupales

2.4.8.3. Comunicación ascendente

Son los mensajes que se dan de abajo hacia arriba en la empresa, pueden darse por medio de una organización de los empleados y llegan a la dirección. Da la oportunidad a los empleados de plantear ideas y sugerencias, así como dar retroalimentación.

Entre las herramientas más utilizadas:

- ✓ Buzón de sugerencias
- ✓ Entrevistas



- ✓ *Intranet*
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Reuniones periódicas

2.4.8.4. Comunicación horizontal

Es la que se da en el mismo nivel jerárquico; suele ser informal a través de relaciones de amistad y compañerismo. Se fomenta desde la empresa, y esto ayuda en la colaboración y el trabajo en equipo.

Se realiza de la siguiente manera:

- ✓ Reuniones por departamentos
- ✓ Sesiones
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Redes sociales
- ✓ Reuniones con otras divisiones (comunicación horizontal)

En la actualidad se puede realizar de manera electrónica

2.4.9. Comunicación externa

La comunicación externa es el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

2.4.9.1. Tipos de comunicación externa

Comunicación externa operativa: Es la comunicación vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía, que se da con todos los públicos de la organización.

Comunicación externa estratégica: Su propósito es obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma.



Comunicación externa de notoriedad: Es el flujo de información, con el que el establecimiento trata de dar a conocer sus productos y servicios y mejorar su reputación e imagen.

2.4.9.2. Canales de comunicación externa

Notas de prensa o comunicados: por medio de las notas de prensa se brinda información que la empresa envía directamente a los medios de comunicación, por medio de estos se da a conocer hechos novedosos y de cierto interés periodístico acerca de la misma, como nuevos productos, designaciones de cargos, etc. (Facchin, s.f.)

Los comunicados, se emplean para transmitir a los medios una valoración sobre algún acontecimiento sucedido, como puede ser en un caso de crisis de comunicación (un accidente laboral de un trabajador, varios despidos, etc.).

Publicidad: es la herramienta es la manera por la cual se da a conocer a lo que se dedica la empresa; hoy en día no se debe limitar a utilizar a los anuncios tradicionales en radio, televisión, prensa o revistas, sino que hay que abrir la mente a nuevas posibilidades, como los medios digitales o el ‘*Street marketing*’. Para que por todos los lugares posibles se den a conocer. (rockcontent, s.f.)

Web corporativa: “Por medio de esta plataforma, la empresa da información al usuario sobre sus productos y servicios, propósito empresarial, política y valores, agenda de actividades, organigrama, etc. La navegabilidad, legibilidad y transparencia son los tres requisitos de toda *web* corporativa” (Arjonilla, s.f.).

Redes sociales: “Por este medio se llega a un público muy amplio, tanto general como especializado. Estas herramientas, ayudan a incorporar nuevas formas de comunicación con el público” (nossa, s.f.).



Boletines digitales o *mailing*: es una forma de dar información a las personas en la empresa. Se trata de *e-mails* en los que la institución elige temas de interés a los destinatarios: descuentos, promociones, noticias, etc.

Llamadas telefónicas: conocidos como *call centers*, es uno de los medios más difíciles ya que se tiene un contacto directo y, en la mayoría de las ocasiones, es una llamada no esperada por el cliente y si no se cuida lo que se dirá se puede perjudicar la imagen de empresa. Por ello, es importante cuidar todos los detalles para evitar que provoque el efecto contrario. (Zendesk 2021, s.f.)

2.4.10. Identidad corporativa

Es la percepción que los clientes tienen de una empresa, organización o institución, es la forma en que se proyecta, comunica su propósito y propuesta de valor a sus grupos de interés. Es decir, la manifestación física de la marca corporativa, en esto se incluye los signos y códigos que identifican a una empresa como el logotipo, símbolo o anagrama, sus códigos cromáticos, el estilo ilustrativo y de pictogramas, etc. Y también la manera en que todo esto se conjuga y se aplica en los diferentes soportes de expresión que posee la empresa. La clave está en construir un verdadero estilo visual por medio del cual la empresa será reconocida en el mercado, más allá de que contenga su logotipo y esté correctamente aplicado. (rockcontent, s.f.)

Se debe de tener un Manual de identidad corporativa, que es el documento que define elementos gráficos que lo acompañan, (Tipografías, color, diagramación, etc.) en los diferentes tipos de soporte, ya sean estos impresos (como tarjetas de presentación) o digitales (como imágenes en redes sociales). El manual ayuda a garantizar que se trabaje bajo una misma línea gráfica para que la marca sea reconocida y pueda destacar siempre en un mercado cada vez más competitivo.



2.4.10.1. Elementos

Los elementos apoyan a que se conozca la identidad e inicia desde su logotipo hasta los artículos de promoción que se realizaran de la institución como hojas, sobres, tarjetas de presentación e incluso los uniformes.

2.4.10.2. Diseño

Es el resultado de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible. (Alina Wheeler, 2003)

2.4.10.3. Logotipo

“Es el símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad” (begoromero, s.f.).

En 1800, iniciaron los primeros logotipos. Eran símbolos y colores muy rudimentarios, pero su fin era servir de identificador entre los propietarios y captar mayor atención por parte de los compradores. Después los logotipos han ido adaptándose a las diferentes épocas, convirtiéndose en una referencia de identificación por parte de las empresas a las que representan.

Existen cuatro tipos de logotipos:

- ✓ Logo o logotipo
- ✓ Isotipo
- ✓ Imagotipo
- ✓ Isoglos



2.4.11. Redes sociales

2.4.11.1. Facebook

Facebook es la principal red social que hay en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Entre las redes sociales, es la que los usuarios escogen más seguido. *Facebook* es, actualmente, el sitio *web* más accedido del mundo.

Es una red social que fue creada para mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digitales más conocidos por los usuarios que navegan hoy en día por *Internet*.

En *Facebook* se puede registrar todo tipo de usuarios: personas físicas, empresas, o grandes marcas, y estar en contacto unas con otras y así compartir contenido, también se puede ver e interactuar con imágenes, vídeos, comentarios, de otros usuarios o cuentas.

Éste es un buen medio de comunicación que ha puesto en contacto a personas que habían perdido el contacto con los años, por distancia u otras circunstancias. Del mismo modo, ayuda a reunir a ex-alumnos de escuelas, o bien trata de acercar a los usuarios a sus marcas preferidas.

Su función principal, por tanto, es conectar usuarios, poner en contacto a personas que compartan información sobre ellos mismos, sus gustos, sus experiencias y, en definitiva, su día a día. Los usuarios pueden comentarse de forma pública, enviarse mensajería privada e incluso realizar conexiones en directo a través de vídeo, por medio de su funcionalidad de *Facebook Live*.

En el proceso de evolución que ha tenido esta plataforma, no solo se puede compartir imágenes, o vídeos. Incluso se puede compartir un sentimiento, una emoción, indicar una localización o qué música se está escuchando.



Si en cambio, se pretende dar un uso profesional y convertirte en *Community Manager* esta red te proporciona la oportunidad de estar en contacto con personas que se mueven en el mismo ámbito de una empresa o varias industrias.

De esta forma se podrá hacer *Networking*, en donde se puede conocer clientes e incluso se tiene una *Fan Page*, en la que se puede vender los productos.

2.4.11.2. *Linkedin*

Es un integrador de redes profesionales de manera que, al invitar a conectar a alguien que se ya se conoce y dicha invitación es aceptada, de forma automática, se tiene acceso a los contactos de dicho profesional.

Los cuatro tipos de proyectos profesionales para los que *Linkedin* es una herramienta útil son:

- ✓ *Linkedin* utilizado en la Gestión de Carrera Profesional.
- ✓ *Linkedin* utilizado en Buscar Empleo.
- ✓ *Linkedin* utilizado en Generar Negocio.
- ✓ *Linkedin* utilizado en Captar Talento.

Esto es muy importante, porque se puede explorar en varios sectores, áreas funcionales, empresas e, incluso, cargos y contactos de los conocidos que han invitado a formar parte de la red.

Las posibilidades de implementar acciones de *networking*, y hacerlo de forma eficaz, se multiplican, tantas veces, como contactos que conocen y forman parte de los contactos directos. Es así cómo funciona *Linkedin* ya que facilita el logro de objetivos profesionales.

La función del primer nivel de relación, es abrir puertas, en el segundo nivel, llamado nivel de oportunidades, invita a conectar a toda aquella persona que ya se conozca con anterioridad, porque ese es su valor fundamental, trabaje o no en los sectores de interés.



El objetivo de esta plataforma no es la acumulación de contactos, sino crear relaciones nuevas que acerquen a objetivos profesionales, sean estos de empleo o de negocio. La creación de relaciones en persona y no solo virtuales, es una de las claves que marcan la diferencia entre un buen uso y un mal uso de *Linkedin*.

Linkedin habilita utilidades que permiten compartir contenidos, debates, vídeos, etc. que transmiten mensajes de interés, tanto en la red de contactos, como en grupos profesionales de los perfiles en que se forma parte.

Por último, tanto profesionales como empresas pueden implementar campañas publicitarias con el objetivo de alcanzar a aquellos profesionales target que se encuentran más allá de las comunidades profesionales, es decir, más allá de las audiencias.

2.4.11.3. *WhatsApp*

Es una aplicación de chat en teléfonos móviles de última generación, los llamados *smartphones*. Sirve para enviar mensajes de texto y multimedia entre sus usuarios.

Su funcionamiento es similar a los programas de mensajería instantánea para computadoras más comunes, aunque enfocado y adaptado al teléfono celular. Existe una función de *WhatsApp web* de escritorio en computadoras, también funciona *WhatsApp* en *iPad* y en la mayoría de tabletas.

Cada usuario se identifica con su número de teléfono celular. Basta con saber el número de alguien y así tenerlo en la lista de contactos de *WhatsApp*. Para conversar es imprescindible que, tanto el emisor como el destinatario, tengan instalada esta aplicación en el teléfono celular.

Los mensajes se envían a través de la red hasta el teléfono de destino. No todos los teléfonos celulares pueden utilizar esta aplicación. El primer requisito es que sea un *smartphone* y, en consecuencia, tenga sistema operativo.

Entre los teléfonos celulares, hay algunos que no soportan esta aplicación. En la página *web* de *WhatsApp* se puede descargar la aplicación, que viene preinstalada en algunos modelos. La



descarga es gratuita. Ha salido muchas veces el bulo "WhatsApp será de pago" en medios digitales y redes sociales, de momento, es gratis, incluso la aplicación *WhatsApp Business*.

Para poder usar *WhatsApp web* desde una computadora es necesario que el teléfono celular asociado tenga *WhatsApp* con una cuenta activa, ya que la versión *web* es sólo una extensión de la aplicación principal sincronizada. Si la aplicación del teléfono celular está apagada, desactivada o sin señal, *WhatsApp web* tampoco funcionará.

Las posibilidades de *WhatsApp* varían en función del teléfono o dispositivo que se tenga. Existen modelos que aceptan una versión básica y otros más avanzados. Hay versiones en *Android*, *iPhone*, *Mac*, *Windows Phone* y *Windows* de escritorio.

La aplicación permite, además del *chat* de texto, enviar fotografías, audio y vídeos. Tiene acceso directo a las llamadas convencionales, que se cobran por el operador de telefonía contratado, y a llamadas de *WhatsApp*, o incluso video llamadas, que se transmiten por *internet* y pueden, o bien salir gratis si estamos conectados a una red inalámbrica llamada *wifi*, o consumir datos.

2.5. Alcances y límites de la estrategia

Alcances:

- ✓ A la empresa ya que tendrá una identidad corporativa que les servirá para crear un vínculo con su público.
- ✓ A los colaboradores, proveedores y clientes ya que se tendrá una mejor comunicación.
- ✓ A la institución de nuevo, ya que tendrá un sistema de comunicación.
- ✓ A la compañía como tal, tendrá una línea grafica en sus diferentes publicaciones digitales.

Limitaciones:

- ✓ Debido al COVID- 19, el diagnóstico ha sido complicado, ya que por protocolo de sanidad se tienen días de trabajo en casa y muy pocos días presenciales.



- ✓ El tiempo del Ejercicio Profesional Supervisado es corto y se iniciará con lo propuesto esperando que si sea lo correcto y que se pueda concretar.
- ✓ La falta de asistencia presencial limitará la identidad corporativa ya que no estarán observando la misión y la visión y será poco el uso de uniforme.

2.6. Metodología para la aplicación de la estrategia comunicacional

2.6.1. Metodología

La metodología de la investigación es el método que utilizarás para resolver un problema de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y sacando conclusiones sobre los datos de la investigación. En esencia, la metodología de la investigación es el proyecto de una investigación o estudio. (Fernández Collado, 2000)

La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa.

Los datos cuantitativos incluyen información cerrada como la que se utiliza para medir actitudes, por ejemplo, escalas de puntuación. El análisis de este tipo de datos consiste en analizar estadísticamente las puntuaciones recopiladas, por ejemplo, a través de encuestas,

Los datos cualitativos son información abierta que el investigador suele recopilar mediante entrevistas, grupos de discusión y observaciones. El análisis de los datos cualitativos (palabras, textos o comportamientos) suele consistir en separarlos por categorías para conocer la diversidad de ideas reunidas durante la recopilación de datos.

2.6.2. Objetivo de la estrategia

Estos se realizan para lograr determinadas metas a corto o largo plazo realizando las acciones que permitan cumplir con la misión y la visión.



2.6.2.1. Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna y externa que alcance los objetivos de la empresa.

2.6.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Crear un programa institucional en la comunicación de la empresa.
- ✓ Optimizar el uso de los medios de comunicación *social media*, para que la información llegue por igual a su público objetivo.
- ✓ Fomentar la confianza de los colaboradores de la institución y así estimule una adecuada fluidez comunicacional.

2.6.3. Acciones para conseguir los objetivos

- ✓ La compra de uniforme se realizará en porcentajes pagando la empresa el 75% y el colaborador el 25%, deberá ser de carácter obligatorio.
- ✓ Implementar señalética con la misión y la visión, será distribuida en cada una de las áreas.
- ✓ La empresa que realice la impresión de estos será quien los coloque en los lugares indicados.
- ✓ Chat corporativo informativo, cada Gerente será el responsable de la distribución de información, dar a conocer a los colaboradores las actividades, información, problemas, ingresos de productos y personal entre otros.
- ✓ Realizar publicaciones en la página de *Facebook* y *LinkedIn*.

2.6.4. Los indicadores para medir el cumplimiento

- ✓ Identidad corporativa, Uniforme institucional, señalética de misión y visión por departamento: Será un único producto. Los resultados serán evaluados al finalizar cada año, se espera un cambio actitudinal en los empleados. El personal comprometido y leal a la institución logrará un desarrollo de cultura organizacional y los colaboradores fortalecen su identidad corporativa.



- ✓ Chat corporativo, Será una única herramienta. Los resultados serán evaluados por medio de encuestas al finalizar cada año, se espera un cambio actitudinal en los empleados.
- ✓ Plan de *Social Media* se trabajará material digital y se medirá por medio de seguidores en la misma.

2.6.5. Los instrumentos

- ✓ Computadora
- ✓ *WhatsApp*
- ✓ *Software* de diseño
- ✓ Contratar empresa para elaborar uniformes
- ✓ Contratar empresa de impresiones.
- ✓ Internet residencial
- ✓ Teléfono Celular



2.6.6. Actividades para la operatividad de la estrategia

Tabla 2

Tabla de actividades operativas

Para llevar a cabo el plan antes mencionado se dan las siguientes propuestas:

No.	DIAGNÓSTICO	SOLUCIÓN	PLAN DE COMUNICACIÓN
1	Falta de identidad corporativa	Diseño e implementación de uniforme que identifique a los colaboradores de Soludx, S.A Colocar la misión y visión en cada departamento al alcance visual de los públicos internos y externos.	Se pretende impulsar a los empleados a sentirse parte activa de la organización, desde su propia imagen hasta la visión y misión de Soludx,S.A.
2	Poca información entre departamentos	Creación de un chat corporativo	Pretende brindar información verídica y objetiva, que corresponda fielmente a la realidad. Se brindará a los colaboradores información del trabajo para que esta sea dispersada entre sus entornos.
3	Falta de uso de social media	Elaboración material digital para social media, Facebook e Instagram	La comunicación consiste en un acto unidireccional, esto significa que de la manera en que construye, organice y transmita su mensaje; depende de su discurso. Al tener una guía de comunicación permitirá accionar adecuadamente en el público objetivo

Fuente propia

Tabla 3

Tabla de publicaciones

Redes Sociales	Facebook	Linkedin
Grupo objetivo	Población en general	Población Profesional
Objetivo	Movilizar Contenido	Difundir Contenido
Objetivo específico	Difundir contenido audiovisual	Difundir Contenido
Tipos de Publicaciones	Post e historias	Post e historias

Fuente propia.



2.7. Financiamiento

Respecto al financiamiento es importante decir que el proyecto planteado será puesto en marcha por los medios digitales *Facebook* e *LinkedIn*, será llevado a cabo con el recurso humano de la institución. El material como afiches y trifoliales serán pagados por la empresa. El uniforme el 75% será absorbido por la empresa y el 25% por el colaborador.

2.8. Presupuesto

Tabla 4

Tabla de presupuesto uniforme, artes e impresiones

Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Camisas Caballero	Q 160.00	Q 3,200.00
Blusa Dama	Q 160.00	Q 3,200.00
Pantalon Caballero	Q 195.00	Q 7,800.00
Pantalón Dama	Q 195.00	Q 7,800.00
Post de Facebook	Q 150.00	Q 750.00
Infografía	Q 150.00	Q 750.00
Artes Trifoliales	Q 150.00	Q 150.00
Artes Visión y Misión	Q 150.00	Q 150.00
Impresión de Trifoliales	Q 2.00	Q 200.00
Impresión de Manta de Visión y Misión	Q 40.00	Q 160.00
	Total	Q 24,160.00

Fuente propia.

2.9. Beneficiarios

De manera directa el impacto del beneficio lo tendrá inicialmente, la empresa Soludx, S.A. Ya que se creará una comunicación lineal tanto interna como externa.

El público en general, ya que cuando busquen información acerca de la empresa, podrán encontrarla en la página, y esto generará un estado de formalidad y confianza.



2.10. Recursos humanos

Humano:

- ✓ Flor de María Rivas Manzo, estudiante de EPS y encargada de la elaboración de los materiales, a ser utilizados en la estrategia de comunicación y temporalmente del manejo de las redes sociales de Soludx, S.A.
- ✓ Ingeniero Guillermo Marccuci, Gerente General de Soludx, S.A.

2.11. Áreas geográficas de acción

Ciudad de Guatemala, 19 calle 31-48 zona 7 Villa Linda III oficinas de Soludx, S.A.

1. Interno: personal de Soludx, S.A.
2. Externo: proveedores, clientes y competencia.

2.12. Cuadro comparativo de la estrategia

Tabla 5

Tabla comparativa de propuesta estratégica

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Compra de uniforme, señalética de visión /misión y trífoliar	Fortalecer la identidad corporativa creando sentido de pertenencia en los colaboradores	*Inversión de Q.100.00 por cada chaleco para las personas que laboran en oficina, se comprarán 20. *Pantalón y blusa de vestir, inversión Q. 100.00 se comprarán 40. *Señalética de la misión y visión institucional por área inversión de Q. 180.00 por cada cuadro, incluye diseño e impresión. *Trífoliar con información de Soludx, Diseño e impresión de un ciento Q. 350.00	Ejecista y Gerencia de Soludx, S. A.	Soludx, S. A. 19 calle 31-54 zona 7 Villa Linda 3	Colaboradores en general	Será un único producto. Los resultados serán evaluados por medio de entrevista al finalizar cada año, se espera un cambio actitudinal en los empleados. Septiembre 2021
Desinformación de empleados entre áreas	Dar a conocer a los colaboradores las actividades, información, problemas, ingresos de productos y personal entre otros.	Será un chat corporativo que se realizará por medio de Whatsapp	Ejecista y Gerencia de Soludx, S. A.	Soludx, S. A. 19 calle 31-54 zona 7 Villa Linda 3	Colaboradores en general	Será una única herramienta. Los resultados serán evaluados por medio de encuestas al finalizar cada año, se espera un cambio actitudinal en los empleados. Agosto 2021
Social Media	Informar por estos medios todo lo referente a la empresa	Realización de línea gráfica y material digital para Facebook e Instagram. Diseños de material Q150.00 c/u	Ejecista y Gerencia de Soludx, S. A.	Soludx, S. A. 19 calle 31-54 zona 7 Villa Linda 3	Publico Objetivo	Se medirá mensualmente verificando la cantidad de seguidores que se irán obteniendo
Lanzamiento de Imagen corporativa	Dar a conocer la empresa al grupo objetivo de Soludx, S.A.	El lanzamiento se realizará por medio de la plataforma meet	Ejecista y Gerencia de Soludx, S. A.	Soludx, S. A. 19 calle 31-54 zona 7 Villa Linda 3	Publico Objetivo	Se medirá por medio de la asistencia a la reunión que se convocará a los proveedores y clientes existentes Octubre 2021

Elaboración propia.



2.13. Cronograma del plan de comunicación

Tabla 6

Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	Julio					Agosto					Septiembre				
	Semanas														
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Entrega de propuesta de Chat para aprobación			■	■											
Diseño de primer post			■	■											
Inicio de chat corporativo					■										
Entrega de diseño de primer post para aprobación					■										
Diseño de primer infografía						■									
Diseño de camisa o blusa y pantalón para uniforme							■								
Entrega de diseño de primera infografía para aprobación							■								
Entrega de diseño de camisa o blusa y pantalón del uniforme para aprobación								■							
Diseño de segundo post								■							
Diseño de segunda infografía								■							
Diseño de manta de visión y misión								■							
Entrega de diseño de segundo post para aprobación								■							
Entrega de diseño de infografía para aprobación									■						
Entrega de diseño de manta de visión y misión para aprobación									■						
Entrega de diseño de segunda infografía para aprobación									■						
Diseño de tercer post										■					
Diseño de tercera infografía										■					
Entrega de diseño de trifoliar para aprobación											■				
Entrega de diseño de tercera infografía para aprobación											■				
Entrega de diseño de tercer post para aprobación												■			
Diseño de cuarto post													■		
Diseño de cuarta infografía													■		
Entrega de diseño de cuarta infografía para aprobación														■	
Entrega de diseño de cuarta post para aprobación															■
Diseño de quinto post															■
Diseño de quinta infografía															■
Entrega de Mantas de Misión y Visión															■
Entrega de Trifoliar															■
Entrega de diseño de quinta infografía para aprobación															■
Entrega de diseño de quinta post para aprobación															■

Elaboración propia.



CAPÍTULO 3

Ejecución de la estrategia de la comunicación

3.1. Uniforme y mascarilla

señalética de visión, misión, prevención COVID-19.

3.1.1. Objetivo de la actividad

Crear una identidad visual de la empresa consolidar la percepción y reconocimiento de marca hacia los clientes y futuros clientes.

3.1.2. Público Objetivo

La empresa y los clientes de la empresa.

3.1.3. Medio utilizado

Es *merchandising* ya que lleva la marca corporativa y la señalética y trifoliales que serán impresos.

3.1.4. Área geográfica de impacto

Por el tipo de producto sería la dirección de la empresa ya que su público objetivo es la empresa.

3.1.5. Presupuesto en esta acción

Tabla 7

Tabla de presupuesto

Diseño de identidad corporativa (uniforme)	Q 500.00
Diseño de propuestas de mascarilla	Q 200.00
Total	*Q700.00

* El precio de gastos reales. Estudiantes de EPS absorbe el trabajo y precio de real.

Fuente propia



3.2. Trifoliar y tarjetas de presentación

señalética de visión, misión, prevención COVID- 19.

3.2.1. Objetivo de la actividad

Crear una identidad visual de la empresa y así poder dar información a los clientes y que se llegue a tener una realimentación.

3.2.2. Público Objetivo

La empresa y los clientes de la empresa.

3.2.3. Medio utilizado

Es *merchandising* ya que lleva la marca corporativa trifoliales que serán impresos.

3.2.4. Área geográfica de impacto

Por el tipo de producto sería la dirección de la empresa ya que su público objetivo es la empresa.

3.2.5. Presupuesto en esta acción

Tabla 8

Tabla de presupuesto

Diseño de tarjetas de presentación e impresión	Q 700.00
Diseño de propuestas de material de trifoliar e impresión	Q1,000.00
Total	*Q1,700.00

* El precio de gastos reales. Estudiantes de EPS absorbe el trabajo y precio de real.

Fuente propia



3.3. Señalética de visión, misión, prevención COVID- 19

3.3.1. Objetivo de la actividad

Crear una identidad visual y así crear consientización debido al protocolo que se esta utilizando al prevenir le contagio de COVID-19 y tambien que se sientan parte de la empresa observando la misión y la visión de la empresa.

3.3.2. Público Objetivo

La empresa y los clientes de la empresa.

3.3.3. Medio utilizado

Es *merchandising* ya que lleva la marca corporativa y la señalética estan impresos.

3.3.4. Área geográfica de impacto

Por el tipo de producto seria la dirección de la empresa ya que su público objetivo es la empresa.

3.3.5. Presupuesto en esta acción

Tabla 9

Tabla de presupuesto

Diseño de señalética de misión y visión	Q 500.00
Diseño de señalética de protocolo de prevención de Covid-19	Q 200.00
Total	*Q700.00

* El precio de gastos reales. Estudiantes de EPS absorbe el trabajo y precio de real.

Fuente propia



Señalética

Figura 21



Fuente propia.

Trifoliar

Figura 22



Fuente propia.



Uniformes

Figura 23

Pantalón mujer



Fuente propia.

Figura 24

Pantalón hombre



Fuente propia.

Figura 25

Pantalón de lona



Fuente propia.



Camisas y blusas

Figura 26



Fuente propia.

Diseño tarjetas

Figura 27



Fuente propia.

Señalética prevención COVID-19

Figura 28



Fuente propia.



Mascarilla

Figura 29



Fuente propia

3.4. Implementación comunicación por medio de la aplicación de *whatsapp*

3.4.1. Objetivo de la actividad

Informar al personal de Soludx,S.A. que por medio de *Whatsapp* se las hará saber cualquier eventualidad.

3.4.2. Público objetivo

La empresa.

3.4.3. Medio utilizado

La aplicación de *Whatsapp*.

3.4.4. Área geográfica de impacto

Por el tipo de producto, es la dirección de la empresa, ya que su público objetivo es la empresa.



3.4.5. Presupuesto en esta acción *whatsapp* es una aplicación sin costo.



Figura 30

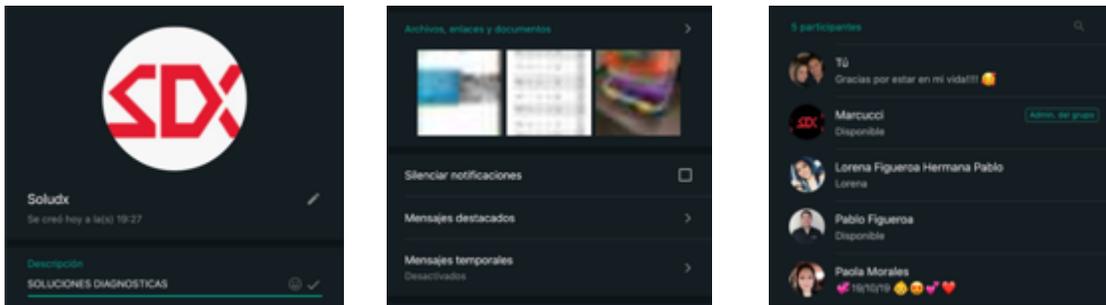


Imagen *Whastapp*

3.5. Social media

3.5.1. Objetivo de la actividad

Renovar la página oficial de la empresa, en la red social de *Facebook*.

3.5.2. Público objetivo

Las 348 personas que siguen a Soludx, S.A. por *Facebook* y las futuras personas que se agreguen.

3.5.3. Medio utilizado

Utilizando la plataforma propia de *Facebook* para poder subir material digital, se realizarán *post* de algunos productos e infografía.

3.5.4. Área geográfica de impacto

Las 348 personas que siguen la página, distribuidas en el perímetro de la ciudad capital de Guatemala.



3.5.5. Presupuesto en esta acción



Tabla 10

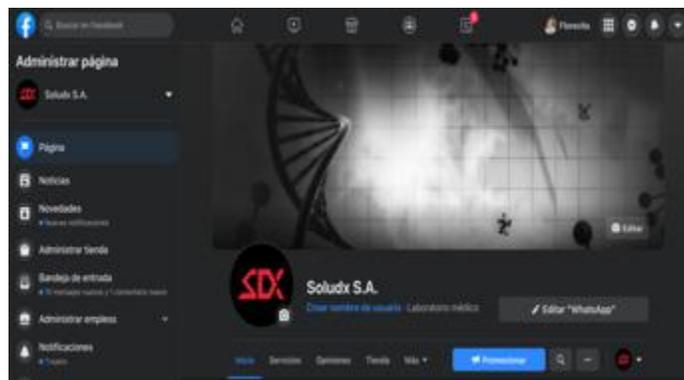
Tabla de presupuesto de diseño de redes sociales

Diseño de cinco infografías para publicarlas en la página de <i>Facebook</i>	Q750.00
Diseño de cinco <i>Post</i> de publicaciones	Q750.00
Total	*Q1500.00

* El precio de gastos reales lo absorbe el estudiante de EPS el trabajo y el precio.

Fuente propia

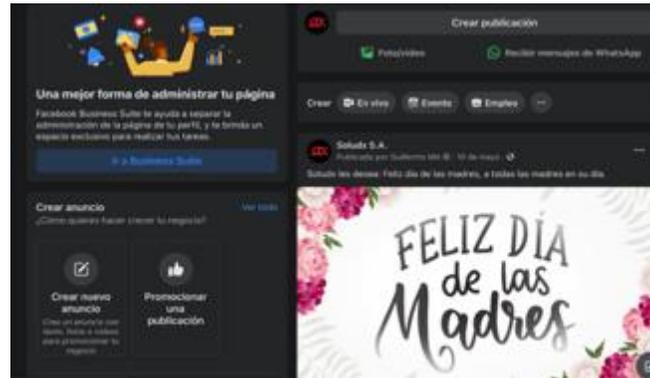
Figura 31



Fuente *Facebook*.



Figura 32



Fuente Facebook.

Figura 33



Fuente propia.

Figura 34



Fuente propia.



Figura 35



Fuente propia.

Figura 36



Fuente propia.



3.5.6. Programación y calendarización

Tabla 11

Cronograma general del EPSL 2020

Actividad	Tiempo de Duración																							
	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE					
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Semana Propedéutica	*																							
Elaboración y entrega de informes de la Fase Propedéutica más investigación del campo inicial		*																						
Primera Reunion Virtual			*																					
Proceso de entrega papelería de EPS para completar				*																				
Elaboración de la Evaluación Diagnóstica de Comunicación			*	*	*	*	*																	
Elaboración y entrega de Plan Estratégico de Comunicación				*	*	*	*																	
Ejecución del Plan Estratégico de Comunicación					*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Presentación y revisión del borrador informe final para revisión								*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Elaboración de Informe Final												*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Evaluación Final Privados																	*	*	*	*	*	*	*	*
Entrega de Informe digital y escrito con copias de correo de entrega a																	*	*	*	*	*	*	*	*
Finalización del EPS de																	*	*	*	*	*	*	*	*
Graduación																					*	*	*	*

Fuente propia



Conclusiones

La comunicación organizacional es necesaria para una micro y pequeña empresa. La implementación da como resultados procesos en los cuales se tenga más control y por consiguiente serán más efectivos al transmitir información en los canales de comunicación adecuados, como redes sociales, *email* y *whatsapp*.

El elemento comunicacional es esencial en el desarrollo de las buenas relaciones de trabajo, esta beneficia la mejora de los procesos y la motivación de las personas que la integran. Debe ser un proceso de intercambio dinámico y permanente de información entre los miembros de la organización. Se trata de involucrar en lugar de imponer, de fomentar la toma de decisiones a partir de la experiencia de sus propios integrantes y de contar con el personal como recurso principal para el logro de los objetivos estratégicos de la empresa.

Se cuenta con pilares establecidos como la misión y visión, pero los colaboradores desconocen los mismos, esto crea falta de identidad debido a que no saben hacia donde se quiere llegar, los objetivos que pretenden alcanzar en la empresa; portar una prenda de vestir que identifique al colaborador como parte de la organización, produce sentido de pertenencia, por lo que se debe considerar este factor debido a que es importante que el empleado considere la institución como parte de su familia, con ello se proyectará una imagen corporativa idónea.

Por medio de la investigación y propuesta de comunicación se determinó que no es posible posicionar la imagen e identidad en un lapso corto, sin embargo, sí es posible impulsar los cambios pertinentes y necesarios en proyectar la visión y la misión de la empresa, así como la implementación del uniforme y por medio de un trifoldar, consolidar una imagen e identidad.

Las herramientas necesarias y que son indispensables por ejemplo son las redes sociales, *Facebook*, *Linkedin*, *Whatsapp*, ya sea en información interna, atención al cliente, ventas, etc. en estas resulta ser un canal de comunicación que debe estar ligado al plan de comunicación, de lo contrario solo se crearía ruido y se perdería credibilidad.

Conocer el trabajo que se realiza en la empresa no solamente lo que hace el departamento en el que fue contratado el colaborador, al conocer esto el empleado se convierte en portavoz de la empresa fuera de ella, debido a que comunicará en los entornos que se maneja en el exterior el trabajo que



realizan, además que esto fortalece la cultura organizacional por medio de un excelente ambiente laboral con una buena comunicación.

En el desarrollo de la comunicación interna y externa es básico el rol que ejecute los directivos de la empresa quienes deben fomentar y responsabilizarse del sentimiento de adhesión al grupo haciendo participar al personal en la información relevante utilizando todos los instrumentos disponibles.

La comunicación interna es un conjunto de concepciones y prácticas que crean interacción e intercambio entre las personas, las tareas de servicios de profesionales, los productos, que son los instrumentos para mejorar la dirección y la adaptación a los cambios en el marco de los objetivos comunicacionales de cada organización.



Recomendaciones

1. Los empleados de Soludx, S.A., deberán comprometerse y estar dispuestos al cambio en mejora de la empresa.
2. El seguimiento y comunicación constante, más si se hace de forma personalizada generará una comunicación amigable entre el cliente y la empresa.
3. La creación de un puesto para la comunicación en la empresa apoyará a dar el respectivo seguimiento al plan de comunicación y fortalecerá el reconocimiento de marca.
4. Durante la pandemia que aún vivimos por el COVID 19, la mayoría de las empresas migró al servicio al cliente y ventas a las plataformas digitales y redes sociales. Pertenecer y crear nuevos canales de comunicación tanto en el servicio al cliente y publicidad serán de beneficio tanto al emisor como el receptor, implementando el uso de *Facebook, LinkedIn y WhatsApp Business*.
5. Lograr un clima laboral aceptable en el que los colaboradores se sientan parte de la empresa, conociendo el trabajo que se hace en cada uno de las áreas, transmitiendo a los públicos externos el trabajo que en Soludx, S.A., hace.
6. Reuniones y encuentros periódicos. No basta con tener una comunicación por escrito. El verse y hablarse es vital para cohesionar los equipos y conocer a las personas. Es imprescindible programar reuniones periódicas y ofrecer información, pero también es interesante crear eventos extraordinarios para reforzar la pertenencia a la empresa y estar juntos en un ambiente más distendido.
7. Proponer la elaboración de estrategias que contengan acciones que permitan mejorar los flujos de comunicación internas de en Soludx, S.A.



8. Todas las acciones de comunicación externa deben ser comunicadas a los públicos internos para que esto sea efectivo al involucrarlos y sean siempre parte de la organización.

9. La comunicación interna es un elemento de regulación y estabilización que puede ayudar a evidenciar problemáticas organizacionales para resolver hechos y acontecimientos inesperados, así como responder rápidamente a situaciones y realidades en la que se encuentre la empresa.



Referencias

Bibliográficas

- Dr. Manuel E. Cortés Dra. Miriam Iglesias León Primera edición, 2004,** Generalidades sobre Metodología de la Investigación.
- Dr. Roberto Hernández Sampieri, Dr. Carlos Fernández Collado, Dra. María del Pilar Baptista Lucio Quinta edición, 2006,** Metodología de la Investigación.
- Lic. Ms. A. Gabriel Alfredo Piloña Ortiz, 2016,** Décima edición, Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo
- Barquero, J. (2000).** Manual de relaciones públicas publicidad comunicación. España. Universidad de Barcelona.
- Brandolini, M. Gonzales, F. (2010)** Comunicación Interna. Argentina. Editorial la Crujía.
- Capriotti, P. (2008)** Planificación estratégica de la imagen corporativa. Argentina. Editorial Ariel Comunicación.
- Capriotti, P. (2009)** Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Chile. Editorial Andros Impresores.
- Contreras, H. (2000).** Gestión de Comunicación Organizacional bajo un contexto de cambio de producto de una adquisición. Tesis inédita. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela
- Alina Wheeler, (2003).** Diseño de Marcas, Quinta Edición, Editorial Wiley
- Davis, K. y Newstrom, J. (2002).** Comportamiento Organizacional. México. Editorial McGraw-Hill.
- Domínguez, K. (2002).** Diagnóstico de Comunicación Institucional a una fábrica textil. Tesis inédita. Universidad Iteso. Ciencias de la Comunicación: México.
- Dennis L. Wilcox, Philip H. Ault, Warren K. Agee y Glen T. Cameron. (2001).** Relaciones públicas, estrategias y tácticas. Madrid: Pearson Educación Madrid. S.A. 176 p.
- Dowling Grahame. (1994).** Reputación de las empresas: estrategias para el desarrollo de la marca corporativa. Londres: Kogan. 163 p.



- Gregory James R.** (Imagen corporativa: Marketin). 1991. Illinois: NTC Business Books. 271 p.
- Fernández, C.** (2002). La Comunicación en las Organizaciones. México. Editorial McGraw-Hill.
- García, J.** (1998). La Comunicación Interna, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, España. Editorial Gestión.
- Lacasa, A.** (1998). Gestión de la Comunicación Empresarial. (1a. Edición). Barcelona. Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Pere, S.** (1997). Estrategia de Comunicación en Publicidad y Relaciones Públicas. España. Editorial Gestión.
- Valdez, A.** (2007). Propuesta de un plan de comunicación interno para el área de cuartos del Hotel Viva Clarión Suites de Guatemala. Tesis inédita. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.

E-grafías

- ✓ http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- ✓ http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodo.htm
- ✓ <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- ✓ <http://www.albertoandreu.com/?p=178>
- ✓ <http://blog.acsendo.com/4-estrategias-mejorar-la-comunicacion-empresa/>
- ✓ <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>
- ✓ S.L. Cartonaje, 19 de jun. de 21, Tipos de Tipografía en diseño Gráfico y su significado <https://www.lfgcartonaje.com/blog/item/25-tipos-de-tipografia-en-disenio-grafico-y-su-significado>
- ✓ <https://concepto.de/color/#ixzz6yIPhbPav>
- ✓ <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- ✓ <https://josefacchin.com/notas-de-prensa/>
- ✓ <https://rafarjonilla.com/que-es/web-corporativa/>
- ✓ <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- ✓ <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-call-center/>



- ✓ <https://webescuela.com/>
- ✓ <https://www.exprimiendolinkedin.com/>
- ✓ <https://www.fotonostra.com/>



Anexos

Transcripción completa de las entrevistas

1. ¿Cuál es su nombre?

Mi nombre es Guillermo Marccuci

2. ¿Qué puesto ocupa en la empresa?

Ahorita estoy como Gerente General y Ventas

3. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa?

Tres años

4. ¿Cuál es el procedimiento de comunicación de Soludx, S.A.?

Pues cada Gerente se encarga de dar las instrucciones a su personal, pero no hay nada escrito y el personal de cada gerencia se dirige dependiendo su inconveniente ya sea conmigo o con Pablo.

5. ¿Cree que las personas que laboran actualmente en la empresa saben a quién dirigirse para consultar alguna duda o inconveniente?

Si, pienso que la mayoría debería de saberlo

6. ¿Qué mejoraría para agilizar la comunicación interna y externa?

Podría implementarse, un chat interno, así como que exista alguna persona encargada que pueda enviar información al correo institucional.

7. ¿Estaría dispuesto a crear un área que se dedique a comunicación, tanto interna como externa?

Si.



Entrevista

1. ¿Cuál es su nombre?

Pablo Figueroa

2. ¿Qué puesto ocupa en la empresa?

Yo soy Gerente Administrativo

3. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa?

Ya tengo tres años

4. ¿Cuál es el procedimiento de comunicación de Soludx, S.A.?

Creo que cada uno se encarga de su área y cada uno resuelve lo que tenga que resolver y al menos que uno de nosotros no esté, atiende consultas de sus otras áreas

5. ¿Cree que las personas que laboran actualmente en la empresa saben a quién dirigirse para consultar alguna duda o inconveniente?

Yo creo que si

6. ¿Qué mejoraría para agilizar la comunicación interna y externa?

Si, pienso que por medio del correo se podría enviar la información.

7. ¿Estaría dispuesto a crear un área que se dedique a comunicación, tanto interna como externa?

Definitivamente.



Modelo de la encuesta

Encuesta

1. **¿Cuánto tiempo lleva trabajando para esta empresa?**
1 año
2 años
3 años

2. **¿Han cambiado con el tiempo, sus sentimientos sobre venir al trabajo?**
Si
No
Tal vez

3. **¿Se visualiza trabajando para nuestra empresa en cinco años?**
Si
No
Tal vez

4. **¿Conoce los objetivos y metas de la empresa?**
Si
No

5. **¿Siente que tiene una comprensión clara de las metas y objetivos estratégicos de nuestra empresa y que su trabajo ayuda a cumplir los mismos?**
Si
No

6. **¿Qué le parece la forma en que sus superiores interactúan con usted?**
Buena
Regular
Mala

7. **¿Considera que la comunicación fluye bien en la empresa?**



Si

No

8. ¿Considera que tiene las herramientas y recursos para hacer bien su trabajo?

Si

No

9. ¿Siente que hay un buen trabajo en equipo en la empresa?

Si

No

10. ¿Piensa que otros empleados están felices de trabajar aquí?

Si

No

11. ¿Cree que los líderes de nuestra empresa se comunican bien?

Si

No

12. ¿Considera que tiene acceso a buenas oportunidades de aprendizaje y desarrollo?

Si

No

13. ¿Cree que algún sistema podría mejorarse en la empresa?

Si

No

14. ¿Hay un área de comunicación en la empresa?

Si

No



15. ¿Sabe usted quien se encarga y si hay quien tenga una comunicación con el cliente y sus proveedores?

Si

No

16. ¿Hay algún medio de comunicación digital en la empresa por donde se comuniquen?

Si

No

17. ¿Posee correo institucional de la empresa?

Si

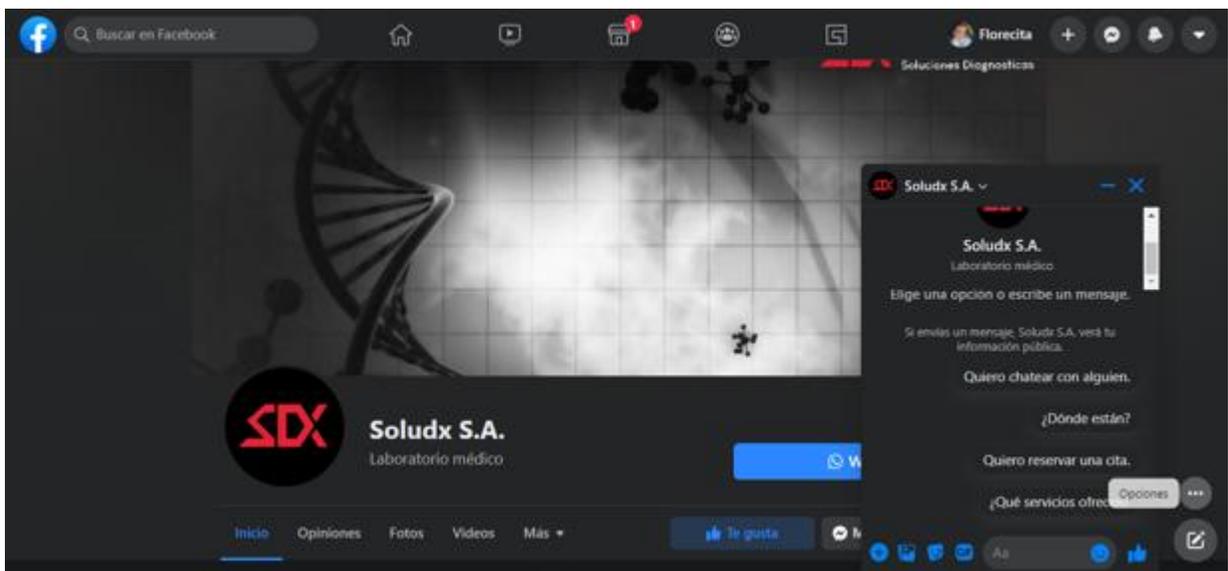
No

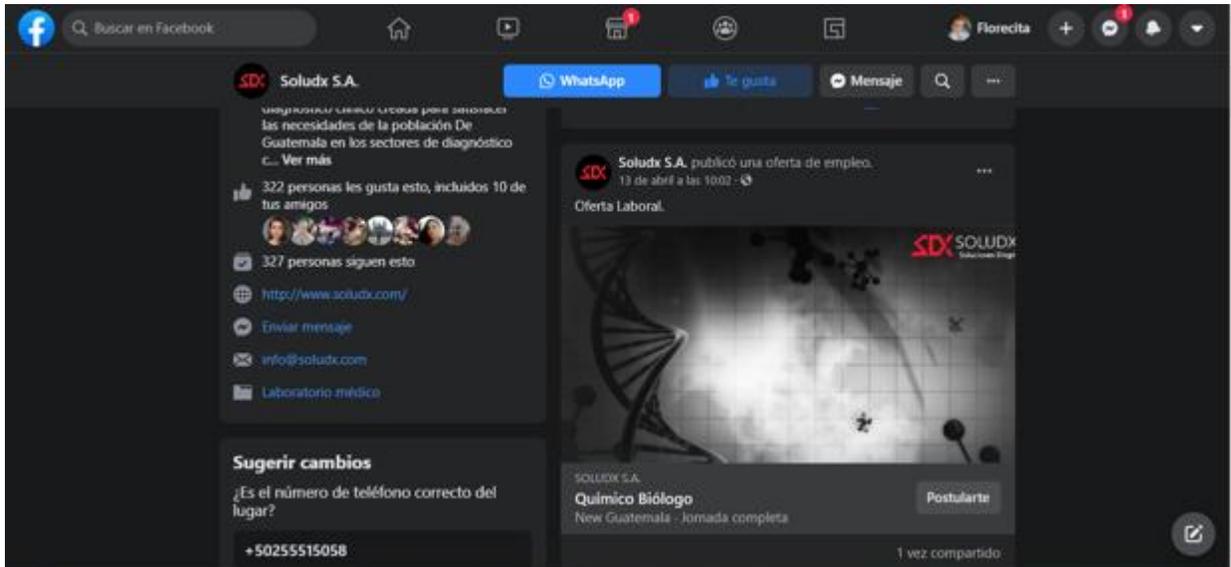
Cronograma del diagnóstico

Actividad	Tiempo de Duración												
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Propedéutico de Diagnóstico	*	*											
Entrega de Trabajo Propedeutico EPS				*									
Primera Reunion Virtual				*									
Entrega de Carta EPS en el lugar de prácticas							*						
Encuestas y Entrevista											*		
Construcción del Diagnóstico												*	
Entrega del Diagnóstico													*



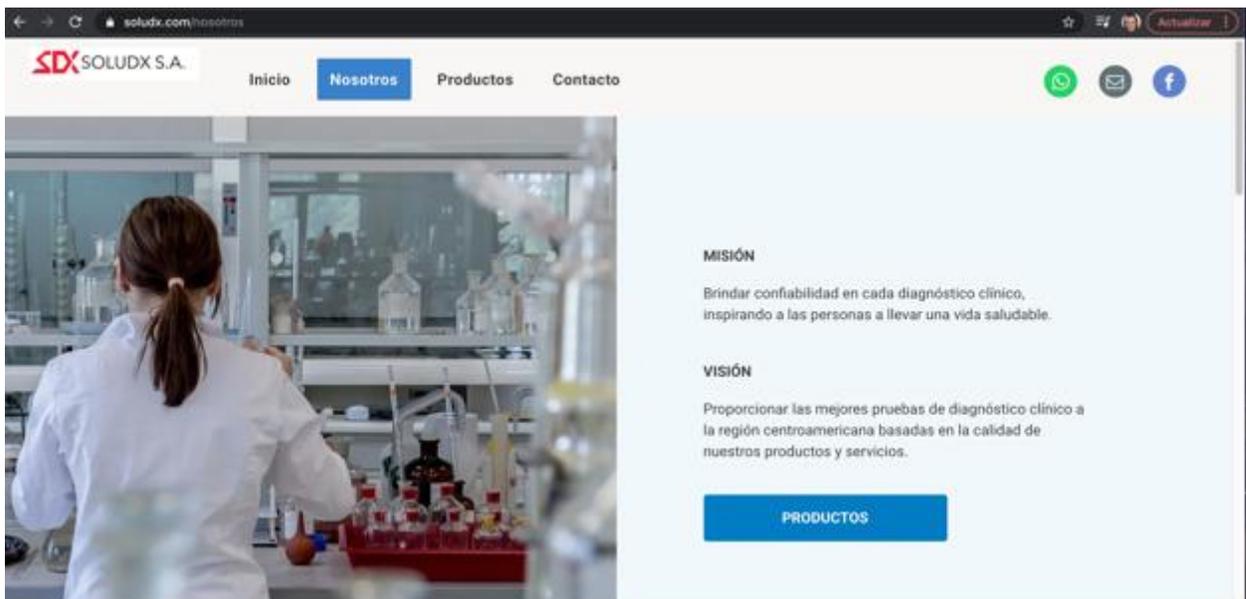
Página en Facebook de Soludx, S.A.

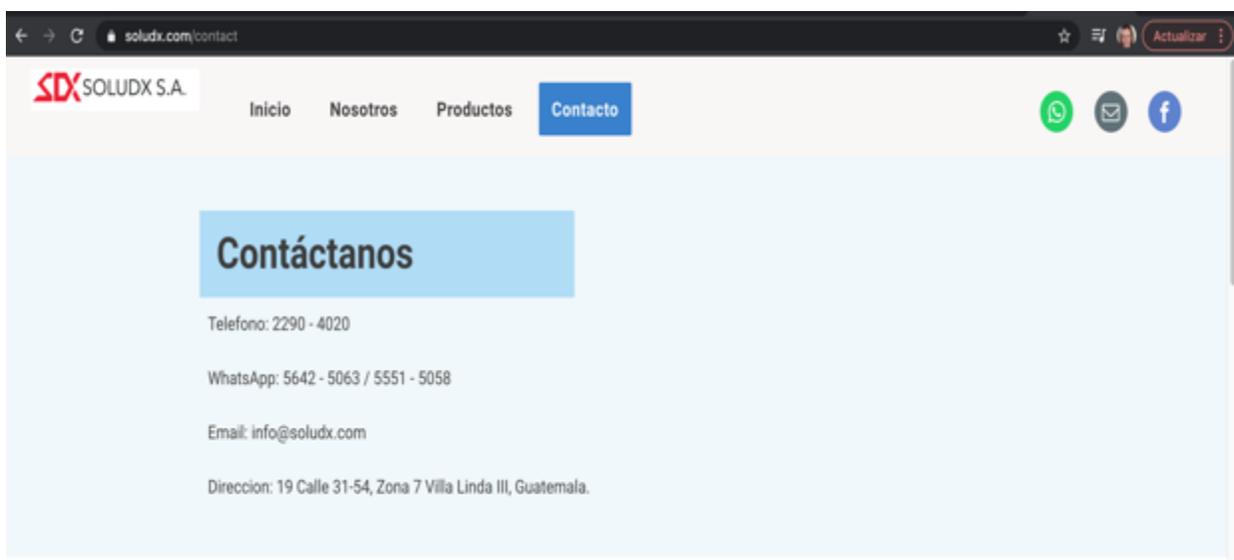
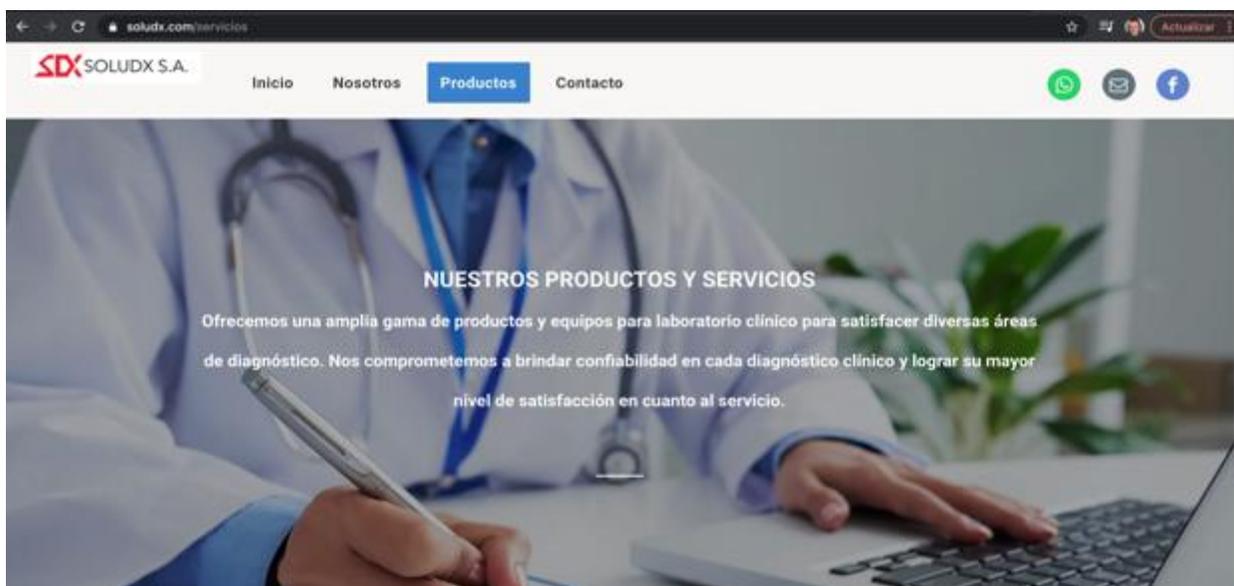






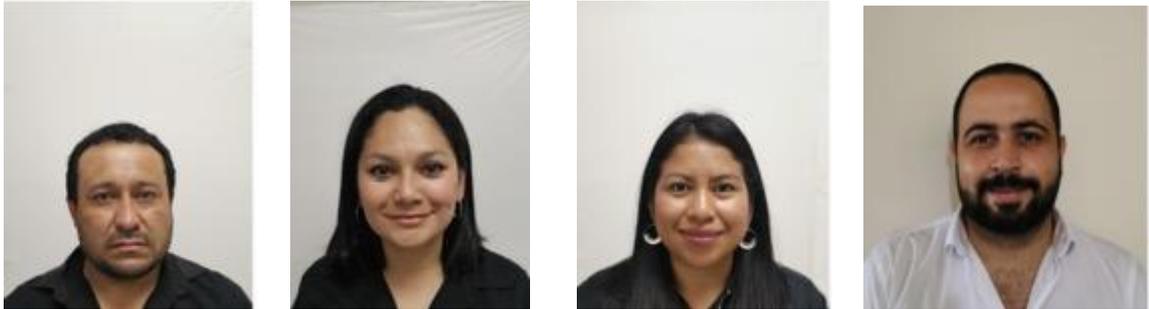
Página web de Soludx, S.A.







Parte del personal de Soludx, S.A.



Logos de Soludx, S.A.



Bitácora de observación



Institución

Observador: Flor de Maria Rivas Manzo	Fecha: marzo 2021 Hora: de 8:00 a 16:00
--	--

1. Identidad corporativa

Soludx, S.A.	
Historia	<p>Soludx, S.A., es una empresa fundada en 2018, con el fin de brindar una amplia gama de productos y equipos para laboratorios clínicos para satisfacer diversas áreas de diagnóstico.</p> <p>Inició cuando vieron la falta de distribución de pruebas rápidas e insumos que son de bajo costo, de uso sencillo e indispensable para su público objetivo. Observaron que es un área que grandes empresas de distribución lo dejaban a un lado, y este estilo de producto podría solucionar muchos problemas y volver la vida más sencilla.</p> <p>Inicio con cuatro personas y a la fecha ya cuenta con 20 empleados activos.</p>
Misión y Visión	<p>Misión</p> <p>Brindar confiabilidad en cada diagnóstico clínico, inspirando a las personas a llevar una vida saludable.</p> <p>Visión</p> <p>Proporcionar las mejores pruebas de diagnóstico clínico a la región centroamericana basadas en la calidad de nuestros productos y servicios.</p>
Valores	Honestidad, Respeto, Responsabilidad, Humildad, Trabajo en equipo, Compromiso, Optimismo, Puntualidad.
Principios	No tienen.



Público objetivo	Colaboradores, empresas privadas y gubernamentales que requieran de los distintos servicios, de la amplia gama de productos y equipos de diagnóstico y laboratorio clínico que se tienen.
Actores clave	Gerentes de la empresa.
Dirección	19 calle 21-13 zona 7 Villa Linda 3.
Teléfono	22394239.
No. de empleados	20
Manual de procedimientos	No tienen.
Código de conducta	No tienen.
Plan estratégico institucional	No tienen.
Manual de identidad gráfica	No tienen.
Organigrama	<pre>graph TD; Soludx --> GerenteGeneral[Gerente General]; GerenteGeneral --> Administracion[Administración]; GerenteGeneral --> Ventas[Ventas]; GerenteGeneral --> Bodega[Bodega];</pre>
Página web	www.soludx.com
Instalaciones propias	Son alquiladas.



Institución

1. Comunicación interna

Federación Nacional de Lucha de Guatemala	
Correo institucional	Soludx.com
Pizarra informativa	No tienen
Buzón de sugerencias	No tienen
Intranet	No tienen
Sala de reuniones	Si tienen
Planta telefónica	No tienen
PBX o 4 dígitos	No tienen
Salón de usos múltiples	No tienen
Presencial o teletrabajo	Mitad / Mitad
RR.HH.	No tienen
Canales formales de comunicación	No Tienen
Reuniones semanales	Tenían
Personal calificado de acuerdo con el puesto	Son conocidos o familiares
Manual de puestos de trabajo	No tienen
Incentivos laborales	No tienen

Sello de empresa



SOLUDX S.A
Soluciones Diagnosticas

Firma de responsable: Guillermo Marccuci

Fecha 15 de marzo de 2021.

Cotización de uniformes

IB Industrias Berna PSE: 0296 1700 | Oficina: Pl. Juan XXIII, s/n, 11013 Cádiz, España
E-mail: informacion@industriasberna.com.gt

Guatemala, 23 de junio de 2021

Licenciada
Flor Rivas
Saluda.

Estimada Licenciada Rivas:

Por medio de la presente estamos presentándole la cotización de uniformes solicitada.

CANTIDAD	PRENSION	TELA	PRECIO U	TOTAL
20	PANTALÓN DOCKER CABALLERO	GARASHWA EXCELL	Q195.00	Q3,900.00
20	PANTALÓN DOCKER DAMA	TELA STRETCH	Q195.00	Q3,900.00
20	BLUSA M / 1 LOGO	PRIMUM	Q160.00	Q3,200.00
20	CAMISERA / 1 LOGO	PRIMUM	Q160.00	Q3,200.00
TOTAL				Q14,200.00

Nota:

- La cotización tiene una validez de 15 días.
- Tiempo de entrega de 30 días hábiles.
- 70% de anticipo
- 30% contra entrega
- Estado Cheque a Nombres de Industrias Berna S.A.

En otro particular nos despedimos de ustedes.

Atentamente,

Ing. Rafael Martínez
Representante Legal

Firma y Sello Cliente
De todos y aceptados los términos y condiciones de compra contenidos en el "Anexo I", adjunto a este documento.

www.industriasberna.com.gt

IB Industrias Berna PSE: 0296 1700 | Oficina: Pl. Juan XXIII, s/n, 11013 Cádiz, España
E-mail: informacion@industriasberna.com.gt

"ANEXO I"
Políticas de Compra

INDUSTRIAS BERNA

A. GARANTIA

- Cobertura:** Nuestros productos cuentan con una garantía de 15 días por defectos de fabricación, lo cual debe de ser reportado en la siguiente semana de haber recibido su mercadería.
- Almacen:** Mal etiquetado, mala talla, errores de cantidad.
- Tolerancias:** De acuerdo a los estándares internacionales comúnmente utilizados, una talla se considera reportada si excede la tolerancia del 7% de la talla o 1 cm dimensional por lado.
- Proceso de revisión:** Comunicar su inconveniente con su asesor de ventas, esta persona le indicará los pasos a seguir.
- Facturación y pago:** La factura deberá ser recibida en el momento de entrega del producto y deberá proceder de manera normal al plazo de pago establecido por las partes. Esto no afecta ni limita la garantía. Si existe algún inconveniente, Industrias Berna será obligada a cumplir con los procedimientos de reclamos sin que el cliente afecte el pago de la compra, ni su plazo, ni su cantidad.
- Tiempo de respuesta:** El tiempo de respuesta se establecerá de acuerdo al tipo de inconveniente o reclamo. En caso que cuando una respuesta o reposición el tiempo debe ser el mínimo posible.

www.industriasberna.com.gt



ARGRAFIG
CALCOS - PUBLICIDAD

calcomanías / mantas / rolulos / franjas / imprenta / uniformes deportivos / playeras

GUATEMALA, 8 DE JULIO 2021

Estimados señores:

Es un gusto saludarles deseandoles exitos y bendiciones en sus labores diarias.
Por este medio me es grato presentarle la siguiente cotización:

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO TOTAL
2	Mantas full color de 1x50cm con informacion de mision y vision de la empresa	80.00
100	Trifolares full color tamaño carta impreso en tiro y retro	450.00
500	Trifolares full color tamaño carta impreso en tiro y retro	850.00
1000	Trifolares full color tamaño carta impreso en tiro y retro	1500.00

Atentamente,
Zindy Figueroa

4a. Avenida 28-74, Zona 3 Tel. 5350-0897 Telfax. 2440-6046 argrafig@hotmail.com

NO SE PUEDE DONAR LA DONACIÓN SI SE PAGA CON DINERO EN CASH

Control diario de horas

Ficha Técnica de Registro Diario del desarrollo de Proyectos de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 2021

Instrucciones:

Este documento registrará las fechas exactas, las horas laboradas y el trabajo ejecutado diariamente por los alumnos del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

1. Complete cada casilla procurando describir en forma ejecutiva el trabajo diario realizado.
2. Asegúrese de obtener al final de cada día la firma de su jefe inmediato y el sello oficial de la entidad en la que labora.
3. Tenga a mano y al día estos registros semanales, ya que serán fundamentales al momento en el que usted reciba visitas de campo.



Nombre del Estudiante: Flor de María Rivas Manzo No. De Carnet: 200215296
 Nombre de la Entidad en la que lleva a cabo su EPS: Soludx, S.A.
 Nombre del jefe(a) inmediat(a): Guillermo Marcucci Nombre de la fase: 1

Fecha: 15 de marzo de 2021	Fecha: 16 de marzo de 2021	Fecha: 17 de marzo de 2021	Fecha: 18 de marzo de 2021	Fecha: 19 de marzo de 2021	Fecha: 22 de marzo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Conocer la empresa y los miembros de cada area de la empresa, se compartio con la mitad del personal, ya que en tiempos de covid solo trabajan unos dias y solo la mitad del personal ya que las oficinas se encuentran en una casa y es pequeño el lugar donde estan ubicados	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Comparto con la segunda parte del personal y hablando con ellos para conocer como se puede mejorar	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrevista con el Gerente de Ventas y acompañamiento a algunas actividades	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrevista con el Gerente Administrativo y estuve el día con el para ver las actividades que realiza.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Comparto con el area de ventas y estuve participando en sus actividades	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Comparto con el area de contabilidad en sus actividades diarias
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>	Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>	Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>	Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>	Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>	Sello: SOLUDX S.A. <small>Soluciones Diagnósticas</small>



Fecha: 23 de marzo de 2021	Fecha: 25 de marzo de 2021	Fecha: 26 de marzo de 2021	Fecha: 29 de marzo de 2021	Fecha: 30 de marzo de 2021	Fecha: 31 de marzo de 2021
Número de horas laboradas: 11 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00 y 18:00 a 22:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Comparti con el area de Bodega en sus actividades diarias. Charla de la empresa en sus actividades diarias	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Comparti con el area de mensajería de la empresa en sus actividades diarias	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrevistas con los dos gerentes de la empresa para conocer mas acerca de la misma y ver sus deficit, ya que no han tenido tiempo para poder armar la empresa como se debe, según plabaras de ellos y de los empleados	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Observacion de forma de comportamiento con el cliente interno y externo y ver como se puede implementar un plan de comunicación interno.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Estuve en el area de ventas y se observo la manera en que contactan al cliente, así como solucionan cada inconveniente que les surgio, en el cual vi que no tienen una forma ordenada y no esta asignado quien es el responsable de cada problema que surga	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Estuve en el area de contabilidad y se observo que no llevan un orden en facturacion, problemas de impuestos, envios y hasta duplican entregas.
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello:

Fecha: 6 de abril de 2021	Fecha: 7 de abril de 2021	Fecha: 8 de abril de 2021	Fecha: 9 de abril de 2021	Fecha: 12 de abril de 2021	Fecha: 13 de Abril de 2021
Número de horas laboradas: 11 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00 y 18:00 a 21:00	Número de horas laboradas: 11 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00 y 18:00 a 20:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 11 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00 y 18:00 a 20:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Primer día despues de Semana Santa, se observo desorden en todas las areas respecto a todas las labores de cada una. Se dio la segunda parte de la charla El diagnostico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se realizo visitas a clientes para verificar la comunicación que tiene con el area de ventas quien es atencion al cliente	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrevista con el Gerente General la que nos apoyo para poder realizar el diagnostico.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrevista con el Gerente Administrativo la que nos apoyo para poder realizar el diagnostico.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Inicie con la lectura acerca de la comunicación organizacional	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Me reuni con mi asesor para realizarle algunas incognitas acerca de la guía para realizar el diagnostico
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello:

Fecha: 14 de abril de 2021	Fecha: 15 de abril de 2021	Fecha: 16 de abril de 2021	Fecha: 17 de abril de 2021	Fecha: 19 de abril de 2021	Fecha: 20 de abril de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Doy inicio oficial a la realizacion del Diagnostico de comunicación de Soludx, S.A.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: se realiza objetivos del diagnostico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: se inicia con la redaccion de las preguntas de la entrevista que se le enviara al personal de Soludx, S.A.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continua realizando mas puntos del diagnostico para avanzar en lo que terminan de llenar la encuesta.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continua realizando mas puntos del diagnostico para avanza	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continua realizando mas puntos del diagnostico para avanza
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello:



Fecha: 21 de abril de 2021	Fecha: 22 de abril de 2021	Fecha: 23 de abril de 2021	Fecha: 26 de abril de 2021	Fecha: 27 de abril de 2021	Fecha: 28 de abril de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 11 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00 y 18:00 a 21:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se inicia con la tabulación de las encuestas	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continúa con la tabulación de las encuestas	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continúa realizando mas puntos del diagnostico para avanza	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Se continúa realizando mas puntos del diagnostico para avanza	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrega de papelería para estar dentro del EPS, reunion con la Master para poder resolver dudas de como colocar la interpretacion de graficas de las encuestas.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Continuo haciendo el diagnostico
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas

Fecha: 29 de abril de 2021	Fecha: 30 de abril de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Revisión de cada punto del diagnostico para que no haya ningun problema y este correcto	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrega de diagnostico de Soludx, S.A.
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas

Nombre del Estudiante: Flor de Maria Rivas Manzo
Nombre de la Entidad en la que lleva a cabo su EPS: Soludx, S.A.
Nombre del jefe(a) inmediat(a): Guillermo Marcucci

No. De Carnet: 200215295

Nombre de la fase: 2

Fecha: 1 de mayo de 2021	Fecha: 2 de mayo de 2021	Fecha: 3 de mayo de 2021	Fecha: 4 de mayo de 2021	Fecha: 5 de mayo de 2021	Fecha: 6 de mayo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Feriado	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Revisión del trabajo entregado y analisis de si era correcto o no lo diagnosticado	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Reunión con gerente para comentarle que se había realizado la entrega del diagnostico para su revisión.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: debido al feriado se observó desorden en las areas esto tambien se vio cuando regresaron de semana santa	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Estuve observando las capacitaciones que los expertos de los productos iniciaron el día de hoy, un producto por día y son ocho los que tendran	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: capacitacion dia 2
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnosticas



Fecha: 7 de mayo de 2021	Fecha: 8 de mayo de 2021	Fecha: 9 de mayo de 2021	Fecha: 10 de mayo de 2021	Fecha: 11 de mayo de 2021	Fecha: 12 de mayo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 3	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Día de la Madre se les dio el día a todas las mujeres que trabajan dentro de la empresa ya que todas son madres.	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 4	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 5
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci			
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas

Fecha: 13 de mayo de 2021	Fecha: 14 de mayo de 2021	Fecha: 15 de mayo de 2021	Fecha: 16 de mayo de 2021	Fecha: 17 de mayo de 2021	Fecha: 18 de mayo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 6	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 7	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Capacitación día 8	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: evaluación de todo lo visto en las capacitaciones
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci					
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas					

Fecha: 19 de mayo de 2021	Fecha: 20 de mayo de 2021	Fecha: 21 de mayo de 2021	Fecha: 22 de mayo de 2021	Fecha: 23 de mayo de 2021	Fecha: 24 de mayo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: acompañamiento en entrevistas a personas de ventas con la carrera de química biológica	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: acompañamiento en entrevistas a personas de ventas con la carrera de química biológica	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: acompañamiento en entrevistas a personas de ventas con la carrera de química biológica	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: reunión para evaluación de candidatos nuevos para puestos de ventas
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas



Fecha: 25 de mayo de 2021	Fecha: 26 de mayo de 2021	Fecha: 27 de mayo de 2021	Fecha: 28 de mayo de 2021	Fecha: 29 de mayo de 2021	Fecha: 30 de mayo de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: acompañamiento a juzgado por	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: reunión en ministerio de salud	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: toma de fotografías para carnets de empleados solicitado por el	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: impresión de carnets y entrega	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:
demandas a clientes que no pagan		ministerio de salud			
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas

Fecha: 31 de mayo de 2021	Fecha: 1 de junio de 2021	Fecha: 2 de junio de 2021	Fecha: 3 de junio de 2021	Fecha: 4 de junio de 2021	Fecha: 5 de junio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Reunión informativa ya que	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Visita a las nuevas instalaciones	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Diseño de los nuevos espacios, colores y áreas que utilizaran para	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: apoyo en recibir producto ya que el	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: reunión para indicar como quedara	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:
cambiaran de oficinas		cada departamento	encargado no asistio	el nuevo lugar para la empresa	
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas

Fecha: 6 de junio de 2021	Fecha: 7 de junio de 2021	Fecha: 8 de junio de 2021	Fecha: 9 de junio de 2021	Fecha: 10 de junio de 2021	Fecha: 11 de junio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Inicio de la segunda fase, Plan	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico
	estratégico de comunicación.				
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci <i>AM</i>
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas



Fecha: 12 de junio de 2021	Fecha: 13 de junio de 2021	Fecha: 14 de junio de 2021	Fecha: 15 de junio de 2021	Fecha: 16 de junio de 2021	Fecha: 17 de junio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Reunión con supervisor para ver dudas e informar como se lleva la fase 2	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas

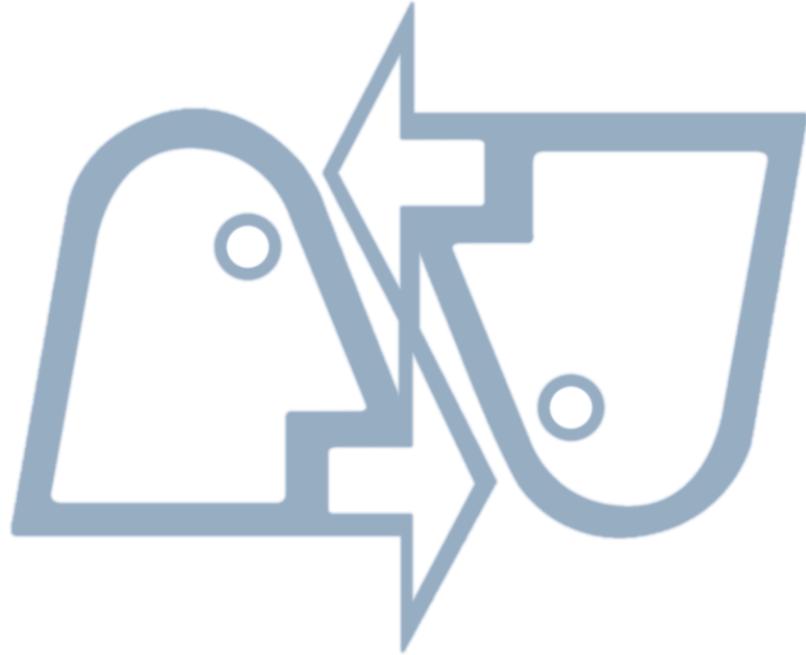
Fecha: 18 de junio de 2021	Fecha: 19 de junio de 2021	Fecha: 20 de junio de 2021	Fecha: 21 de junio de 2021	Fecha: 22 de junio de 2021	Fecha: 23 de junio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: segunda reunión con el supervisor para ver avances	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Solicitar cotización de uniformes
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas

Fecha: 24 de junio de 2021	Fecha: 25 de junio de 2021	Fecha: 26 de junio de 2021	Fecha: 27 de junio de 2021	Fecha: 28 de junio de 2021	Fecha: 29 de junio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Toma de tallas para realizar uniformes, quedan en espera de diseño	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas	Sello: SOLUDX S.A. Soluciones Diagnósticas



Fecha: 30 de junio de 2021	Fecha: 1 de julio de 2021	Fecha: 2 de julio de 2021	Fecha: 3 de julio de 2021	Fecha: 4 de julio de 2021	Fecha: 5 de julio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Solicite cotización de mantas y trifoliars	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Trabajando plan estratégico
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello:

Fecha: 6 de julio de 2021	Fecha: 7 de julio de 2021	Fecha: 8 de julio de 2021	Fecha: 9 de julio de 2021	Fecha: 10 de julio de 2021	Fecha: 11 de julio de 2021
Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00	Número de horas laboradas: 8 Hora de entrada: 9:00 Hora de Salida: 17:00
Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: realizando los últimos toques al trabajo, de las segunda fase	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: reunión con nuestro supervisor y recibiendo nuevas indicaciones a realizar para la entrega de ka segunda fase de EPS	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Revisión general del trabajo, de la segunda fase que se entrega el día 9 de julio de 2021	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día: Entrega del la fase 2 de EPS	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:	Resumen ejecutivo del trabajo realizado este día:
Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci	Firma del jefe (a) inmediato (a) Guillermo Marcucci
Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello: 	Sello:



Comunicación
creando futuro