

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna para el departamento de reclutamiento de English for Call Centers.

Sergio Fernando Sosa Almengor

LICENCIADA/O EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

Plan estratégico de comunicación para el departamento de reclutamiento de
English for Call Centers.



Presentado por:
Sergio Fernando Sosa Almengor
creando futuro

Previo a optar el título de:

Licenciado en Ciencias de La Comunicación

Asesor/a:

M.A Marvin Sarmientos

Guatemala, octubre 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M.A Edgar Martínez

M.A Allan López

DICTAMEN FAVORABLE



Guatemala 24 de octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura

Sergio Fernando Sosa Almengor

Registro académico **201018024**

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna para el departamento de reclutamiento de English for Call Centers** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Coordinador

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Yumán

Supervisor

CARTA DE SOLICITUD DE PRÁCTICAS



Guatemala, 8 de febrero 2022

EPSL-2022

Pablo Dorantes
Área de coaching
E4cc
Presente.

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Sergio Fernando Sosa Almengor** con número de registro académico **201018024** y Carné **1917678400116** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- a. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- b. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- c. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- d. Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- e. Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- f. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- g. Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866

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

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



Copia estudiante / supervisor

CARTA DE ACEPTACIÓN DE PRÁCTICAS

Guatemala 18 de febrero del 2022

Lic. Luis Pedrosa
Coordinador de EPS licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Estimado: Lic. Luis Pedrosa

Con respuesta a la carta EPSL 2022 86-86 recibida el 17 de febrero de 2022. Se autoriza al estudiante Sergio Fernando Sosa Almengor realice su Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- dentro de las instalaciones de English 4 Call Centers, en el departamento de recursos humanos.

Atentamente,

Nombre del jefe o encargado
de la empresa o Institución Firma y Sello

Nidia de los Angeles Ghacón Merhies

Nombre del Jefe o encargado
de la empresa o Institución Firma y Sello



Nombre del estudiante

Para efectos legales, únicamente la/el autor (a)
es responsable del contenido del presente trabajo.q

DEDICATORIA

A mi madre Lidia Almengor

Por estar a mi lado y apoyarme cuando no podía más, por su amor y su constante dedicación, por sus desvelos y por creer en mí.

A mi amigo: Iván Luna

Por apoyarme y darme aliento cuando lo necesitaba y lo necesito. Por regañarme cuando hacía falta.

A mi amigo: Carlos Tziboy

Por sus palabras de aliento y oportunos consejos.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Donde crecí como profesional y me dio todas las herramientas necesarias para poder desarrollarme, por eso siempre estaré eternamente agradecido.

A la Escuela de Ciencias de La Comunicación

Gracias por ampliar mi horizonte y permitirme desarrollarme como profesional y como persona.

A English for Call Centers

Por la confianza brindada y abrireme las puertas para poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, en especial a la Licenciada Nidia Chacon por todo su apoyo, confianza y confiar en mí.

Al Programa de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-

Por toda la experiencia recibida y gracias a las autoridades por el apoyo incondicional.

A mis amigos

Por ser un gran apoyo en todo momento del proceso de EPS, no lo habría logrado sin ustedes.

A mi familia

Gracias por apoyarme en momentos de necesidad.

A mis compañeros de trabajo y jefe inmediato

Por apoyarme con permisos cada vez que los necesité.

INDICE

Introducción.....	i
Justificación.....	iii
Antecedentes.....	v
Capítulo 1.....	1
1. La institución.....	1
1.2 Perfil institucional	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Integración y alianzas estratégicas.....	1
1.5 Origen e historia	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	2
1.7 Organigrama de la empresa.....	3
1.8 Misión.....	4
1.9 Visión	4
1.10 Objetivos institucionales.....	4
1.11 Público objetivo.....	4
1.12 Diagnóstico.....	4
1.12.1Pregunta de investigación	5
1.12.2 Objetivo General.....	5
1.12.3 Objetivos específicos.....	5
1.3 Metodología	5
1.13.1 Descripción del método	6
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección.....	6
1.13.3 Interpretación de los resultados.....	7
1.14 FODA.....	12
1.15 Problemas detectados.....	12
1.16 Planteamiento del problema comunicación.....	14
1.17 Indicadores de éxito	14
1.18 Límites y alcance de la investigación.....	14

1.19 Cronograma del diagnóstico.....	14
1.20 Proyecto a desarrollar.....	15
Capítulo 2.....	16
Plan estratégico de comunicación.....	16
2.1 Plan de comunicación (concepto).....	16
2.2 Elementos comunicacionales.....	17
2.3 Objetivos del plan de Comunicación (General y específicos)	20
2.4 Estrategia.....	20
2.5 Actividades o Acciones de la estrategia.....	21
2.6 Público objetivo.....	25
2.7 Mensaje clave.....	25
2.8 Indicadores de las acciones.....	26
2.9 Recurso Humano	26
2.10 Financiamiento y presupuesto	29
2.11 Beneficiarios	30
2.12 Áreas Geográficas de Acción	31
2.13 Cuadro operativo de la estrategia.....	31
2.14 Cronograma del Plan de comunicación	33
Capítulo 3.....	36
3. Informe de ejecución	36
3.1 Página de FAQ	36
3.2 Capacitación Comunicacional.....	41
3.3 Cronograma.....	44
Conclusiones	47
Recomendaciones	48
Referencias Bibliográficas.....	49
Anexos.....	51

Índice de tablas

Tabla 1	21
Tabla 2	23
Tabla 3	23
Tabla 4	24
Tabla 5	25
Tabla 6	26
Tabla 7	26
Tabla 8	29
Tabla 9	30
Tabla 10	31
Tabla 11	33
Tabla 12	34
Tabla 13	34
Tabla 14	35
Tabla 15	37
Tabla 16	41
Tabla 17	44
Tabla 18	45

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación Física.....	1
Figura 2: Organigrama de la empresa.....	3
Figura 3: Claridad de la información.....	8
Figura 4: Consistencia de la información proporcionada.....	9
Figura 5: Información escrita.....	9
Figura 6: Posibles recomendaciones.....	10
Figura 7: Comunicación en términos generales.....	11
Figura 8: Invitación a la primera entrevista.....	11
Figura 9: Comunicación.....	17
Figura 10: Área geográfica de acción.....	31
Figura 11: Página de inicio.....	38
Figura 12: Vínculo directo para hablar con reclutamiento.....	39
Figura 13: Código QR.....	39
Figura 14: Mensaje de bienvenida y medios de comunicación.....	40
Figura 15: Información sobre horarios.....	40
Figura 16: Página de bienvenida de la capacitación.....	42
Figura 17: Capacidades que los empleados tendrán después de la capacitación.....	43
Figura 18: Parte de la presentación que se dará en comunicación organizacional.....	43
Figura 19: Practicas durante la capacitación con el objetivo de ejecutar lo aprendido.....	44

Introducción

El siguiente documento presentado es una bitácora del trabajo realizado en la empresa english for call centers como parte del examen profesional para aplicar al grado de licenciado en ciencias de la comunicación.

El diagnóstico sobre la comunicación interna en la empresa English for Call Center específicamente en el área de reclutamiento dicho proyecto fue realizado con un enfoque descriptivo con el objetivo de analizar el proceso de contratación de dicha empresa.

El plan fue un proceso por el cual se tomaron en consideración todos los factores internos y externos que pueden llegar a afectar cualquier acción. La creación de un plan se hace con la intención de que la decisión tomada sea la más apropiada en todos los casos.

El plan comunicacional fue realizado con la intención de facilitar la comunicación interna, así como eliminar el ruido y de esa manera facilitando a gerencia concentrarse en otras áreas que requieran mayor atención.

El objetivo fue tomando en cuenta ya que la empresa cuenta con un nivel de contratación alto, pero al mismo tiempo una gran cantidad de renuncias por diversos motivos. Analizando el proceso de comunicación podemos verificar si hay algún factor comunicacional que pueda llegar a afectar este proceso.

Durante todo el capítulo se priorizo llegar a conocer la empresa, sus valores y fortalezas, así como sus áreas de oportunidad. Principalmente durante el proceso de reclutamiento y capacitación para identificar y describir el estado de la comunicación actual entre los reclutadores y capacitadores para con los nuevos empleados.

El proceso de contratación consiste en un sistema de 3 entrevistas, la primera es una entrevista general, la segunda es personal y la tercera es con la gerente de contratación y recursos humanos que realiza da la confirmación final.

Durante el diagnóstico 55 personas empezaron y cuarenta de esas cincuenta y cinco personas no llegaron a terminar el proceso de capacitación. Esto dio la pauta para poder iniciar el diagnóstico, el objetivo del mismo consiste en identificar las áreas de oportunidad comunicacionales.

Basados en esta información se procedió a la propuesta comunicacional presentada, la misma se hizo con base a la información requerida durante el periodo de diagnóstico y los datos brindados por los empleados que se encontraban en capacitación durante ese proceso.

Con las propuestas buscamos crear un sistema o posición que funcione como centro comunicacional, contestando cualquier pregunta nuevos y existentes empleados puedan llegar a tener filtrándolos para que solamente las cosas de mayor relevancia sean enviados a gerencia u otro departamento encargado.

Otra de las áreas de oportunidad de la empresa en la que se busca trabajar en la inmediatez con la que respondo a los empleados, buscando reducir el tiempo que el empleado pueda recibir una respuesta que satisfaga su petición a un periodo no mayor de 24 horas entre semana y 48 fines de semana.

Una el plan comunicacional consiste en capacitaciones y material digital para apoyar a los nuevos empleados, esto se presentó a manera de una página web con información especial solamente para los nuevos empleados.

Esto se hizo con la intención de que los empleados encontraran respuestas a sus dudas de manera rápida y sencilla. Así como facilitar la comunicación entre departamentos y dependencias de English for Call centers.

Justificación

English for call center es una empresa de servicios, cuando se ofrece un servicio es de vital importancia poder cubrir la demanda del mismo. Siendo el capital humano el que toma mayor relevancia.

La empresa utiliza todos sus recursos para que solamente las personas ideales pasen a la capacitación, dicho proceso puede llevar de unas horas a 1 o 2 días. La pérdida de una de estas personas causa pérdida, tanto como de la inversión que se realiza para capacitarlos, así como en las proyecciones de clases y entrenadores disponibles.

La empresa busca contratar 50 personas, nueva cada 2 semanas, 25 para el turno de la tarde y 25 para el turno de la mañana. Cada de una de estas personas tiene proyectadas entre 1 a 6 clases al día. Una renuncia implica capacitar a alguien más para que pueda cubrir esas clases de manera permanente, este proceso puede tomar entre semanas a meses.

De acuerdo con Diego Rene Gonzales Miranda, en su libro Estrategias de retención de personal establece que “Las organizaciones consideran que los empleados calificados constituyen la diferencia entre ganar y perder.”

Con la idea de reducir el abandono de labores y con un enfoque comunicacional se propuso el plan comunicacional. Esté tomo un formato digital debido a la naturaleza de la empresa y de sus muchos empleados online.

English4 call center es una empresa que sigue creciendo a nivel tanto guatemalteco como internacional lo cual genera la necesidad de más personal para poder cubrir la demanda de los servicios prestados por la misma.

El objetivo del siguiente proyecto es presentar soluciones ante las problemáticas encontradas durante el proceso de diagnóstico buscando agilizar la comunicación interna y evitar un sentimiento de alienación que se puede generar con empresas que manejan mucha información.

Considerando que los resultados beneficiaran a corto y a largo plazo la institución, tanto facilitando la comunicación entre el personal, como entre el mismo la gerencia del departamento. Dichas propuestas fueron hechas después de haber observado los procesos actuales.

Los procesos actuales cuentan con una gran cantidad de beneficios, aun así, estos cuentan con espacio para crecer, para que estos siendo estos más rápidos y más eficientes. Otro de los objetivos es poder brindar claridad a los nuevos reclutas con toda la información que se les brinda a los nuevos empleados.

El proyecto presentado elimino una gran barrera comunicacional, la de la inmediatez, se les dio a los empleados la posibilidad de obtener información en sus términos y sin restricciones de horario o dispositivo.

Tal trabajo puede ser actualizado y mejorado con cada uso, haciéndolo no solo más eficiente si no más completo. E4cc verá ventajas de largo y mediado plazo.

Antecedentes

Han existido muchos estudios que tienen como enfoque el proceso de contratación y retención de personal, Diego Rene Gonzales Miranda, en su libro Estrategias de retención de personal establece que: “Por movimiento del personal se entiende la suma de las separaciones voluntarias e involuntarias entre los empleados y la empresa.”

Gonzales Miranda establece que no implementar estrategias de retención de personal conlleva consecuencias para la empresa. Gonzales Miranda también resalta la importancia de una estrategia de retención de personal con la intención de no perder al personal capacitado con el que ya se cuenta.

Gonzales Miranda define una estrategia de retención como: “acción colectiva orientada en una dirección común” (Diego René Gonzales Miranda, 2009) los planes de retención pueden ser de tipo de varios tipos como financieros o comunicacionales.

Washington Davis Ramos Reyes en su libro comunicación organizacional agrega información adicional a la importancia de la comunicación dentro de las organizaciones estableciendo que: “A través de la comunicación organizacional se establecen estrategias de desarrollo, productividad y relaciones internas y externas a fin de obtener un mejor desempeño por parte del recurso humano.” (DAVID, 2017)

Washington Ramos agrega a su vez una excelente definición de comunicación interna: “aquella que busca el logro de los objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior” (DAVID, 2017)

La comunicación interna puede ayudar al proceso de retención aplicando la estrategia de retención, creando una identidad organizacional o apoyando otros procesos con la finalidad de que el proceso de retención sea mejorado o más rápido.

Capítulo 1

Diagnóstico

1.1 Institución

English For Call Centers (E4CC)

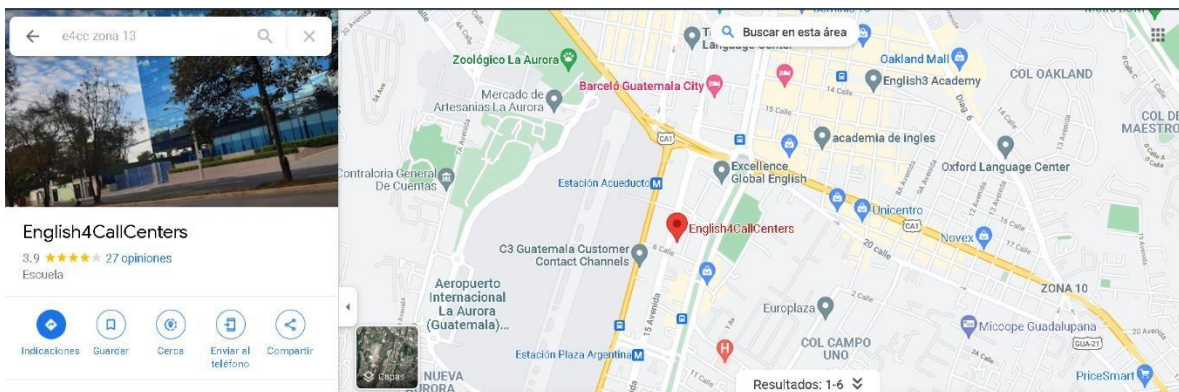
1.2 Perfil institucional

La institución se dedica a educar a estudiantes en inglés, así como enseñarles las habilidades que puedan llegar a necesitar para poder laborar en uno de los varios *call centers* en Guatemala.

1.3 Ubicación:

15 avenida 5-65, Zona 13 Ciudad de Guatemala

Figura 1 Ubicación física



Fuente: Google Maps

1.4 Origen e historia

E4cc o English for call center fue fundado en el salvador en el año 2014 por Rodrigo Galdámez, la empresa ha crecido desde sus orígenes y conforme fue creciendo se fue expandiendo en 2012 la empresa abrió una nueva sucursal en Guatemala y seguido funcionando desde ese momento.

Al momento de este trabajo la empresa cuenta con sucursales en El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. También cuenta con 800 de empleados de acuerdo con la información brindada por Rodrigo Galdámez.

1.5. Integración y alianzas estratégicas

La empresa cuenta con alianzas con la aseguradora médica ASESUISA para brindar servicios a los trabajadores y con diferentes call centers para apoyar la contratación de los estudiantes en estas empresas.

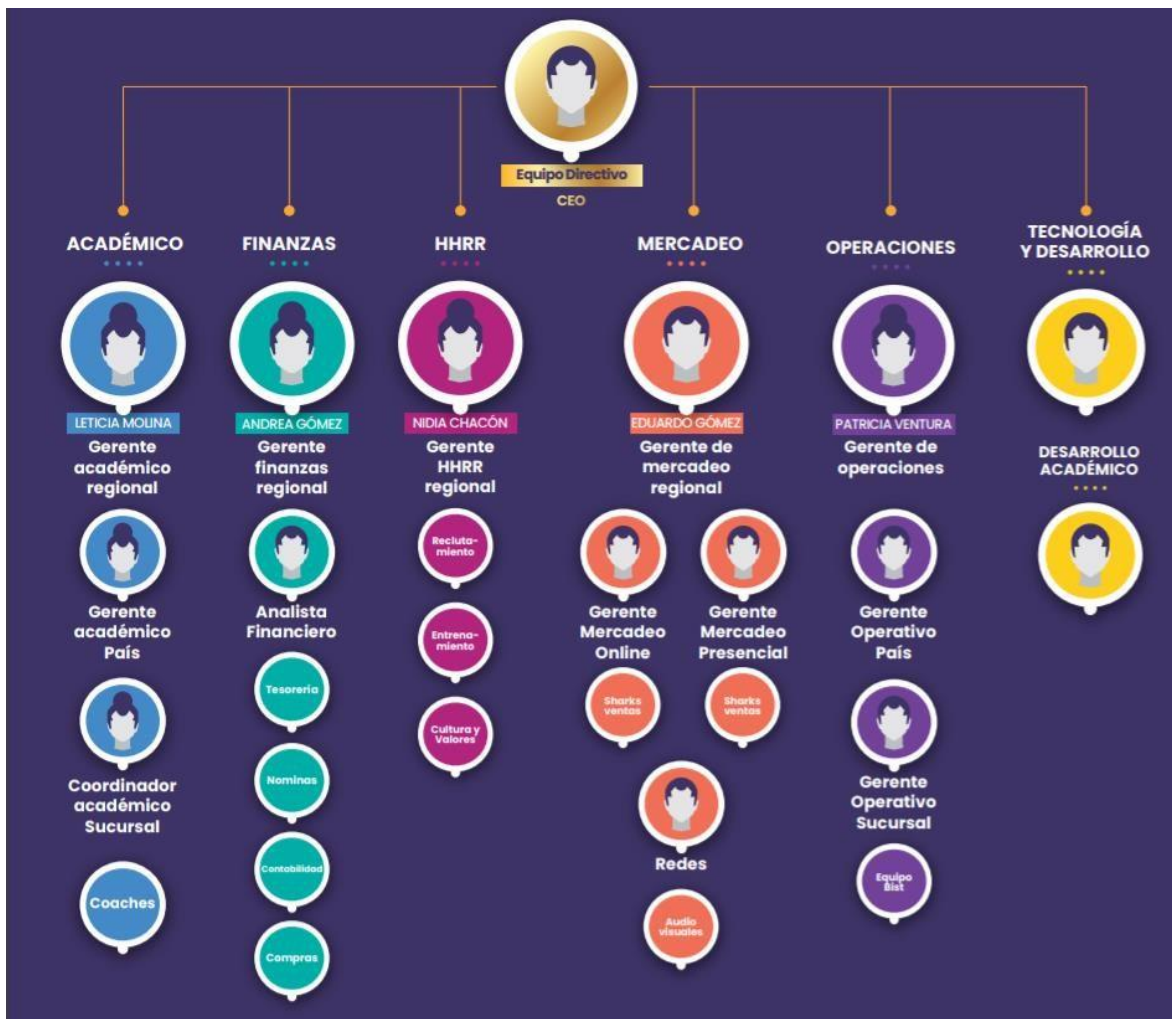
1.6 Departamento o dependencias de la instalación

- Equipo directivo: Encargado de supervisar el funcionamiento apropiado de todas las otras dependencias de la empresa, así como brindar soluciones a todos los problemas que la empresa pueda tener.
- Equipo Académico: El equipo académico se encarga de brindar las clases a los estudiantes, así como asegurarse que todas las mismas cumplan con la calidad que la empresa desea brindar a los estudiantes.
- Equipo de finanzas: El equipo de finanzas maneja todo lo referente los gastos de la empresa, ingresos y cobros.
- Recursos Humanos: Encargados de manejar todas las actividades internas de la empresa, así como la comunicación interna y resolución de conflictos.
- Equipo de Mercadeo: Encargados de publicidad en redes sociales, así como todo el material que la empresa utiliza para poder llegar a más gente, entre los cuales se encuentran videos, fotos, volantes y trifoliales.

- Equipo de operaciones: El equipo de operaciones trabaja de cerca con todos los equipos ya que son los encargados de brindar atención al cliente, así como recibir pagos, hacer ventas y brindar apoyo al equipo académico.
- Tecnología y desarrollo: Este equipo brinda apoyo al equipo académico brindando todo el material que se debería de utilizar, así como actualizarlo y hacerlo más fácil de comprender para todos los estudiantes.

1.7 Organigrama de la empresa:

Figura 2: Organigrama de la empresa



Fuente: E4CC

1.8 Misión

25 mil cambiadas antes del 31 de diciembre 2023. Esta misión se refiere a tener 25,000 estudiantes contratados en diferentes call centers.

1.9 Visión:

Ser el mejor centro de capacitación de inglés para call centers en centro América.

1.10 Objetivos institucionales:

“Ayudar a nuestros estudiantes y colaboradores a superarse con mentalidad y disciplina para evitar que sufran económicamente”

1.11 Público objetivo

La academia brinda servicios a todas las edades incluyendo niños con su programa kids aunque la publicidad de la misma va dirigida a un grupo joven entre los 17 a 25 años que busquen generar ingresos en un call center del país.

1.12 Diagnóstico

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) define diagnosticar como el hecho de recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

De acuerdo con Javier Rodríguez Cauqueva en su texto “Guía de Elaboración de diagnósticos” podemos afirmar que un diagnóstico es “es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información.” (Rodríguez, 2007)

Este estudio consiste en analizar y comprender para poder proponer cambios que tengan impacto positivo. Cauqueva agrega que “Nos permite conocer mejor la realidad, la existencia de debilidades y fortalezas” (Rodríguez, 2007)

Esta afirmación se ve reflejada en “El diagnóstico de comunicación” de Daniela Bruno en el cual afirma “Todo proceso deliberado de cambio se inicia con el reconocimiento de la situación actual de una organización, grupo o comunidad.” (Bruno, 2007)

Ambos autores afirman que para iniciar un proceso de cambio se debe de recopilar información de la situación de lo que estemos estudiando y que dicho proceso es conocido como la fase diagnóstica.

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Son los factores comunicacionales un problema para la contratación y retención de personal en la empresa?

Respuesta: Si, estos factores afectan la manera en los empleados perciben a la empresa y a la manera en la que estos trabajan.

1.12.2 Objetivos general

A. Analizar el proceso de comunicación interna en English for Call centers.

1.12.3 Objetivos específicos

A. Identificar los problemas comunicacionales durante el proceso de contratación y capacitación del personal.

B. Identificar los canales de comunicación que se utilizan durante el proceso.

C. Identificar el tipo de mensaje que la institución transmite a la persona que será reclutada.

1.13 Metodología

La metodología es el enfoque que tiene la investigación y ayuda a la recolección de información, así como su interpretación. Sampieri (2014) menciona varios tipos de enfoque: Exploratorios, Descriptivos, Correlacionales, Explicativos, (Pag 35)

Exploratorios: investigan problemas poco estudiados o con perspectiva innovadora.

Descriptivos: Miden conceptos y definen variables, pero no realizan predicciones, correlacionales: busca asociar conceptos y puede realizar predicciones, explicativos: Estos mismo son estructurados y buscan generar un sentido de entendimiento. Para esta investigación se utilizará un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo.

1.13.1 Descripción del método

De acuerdo con Roberto Hernandez Sampieri: “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (investigación, 2014)

Se busca un enfoque cualitativo con énfasis descriptivo para poder determinar todas las partes que tienen lugar en el proceso de contratación y capacitación, así como las reacciones de los miembros que están sujetos al mismo. Se busca poder medir estas descripciones para que los datos puedan ser interpretados por los miembros de empresa.

Refiriéndose a técnicas, existen varias dependiendo del tipo de enfoque que la investigación tenga. De acuerdo a Sampiere existen 3 tipos de metodología: cuantitativa, cualitativa y mixta.

Para esta investigación se usará un enfoque cualitativo ya que lo importante es describir el problema para poder encontrar una solución más que medirlo.

1.13.2 Técnicas e instrumentos

El instrumento es el medio utilizado para recolectar datos. Dependiendo del tipo de enfoque la investigación tenga así será el medio utilizado. La investigación actual tiene un enfoque descriptivo por lo tanto se utilizarán 2 medios para recolectar información la observación y el cuestionario.

A. Observación: Este método es de vital importancia para poder recibir dato, medir las características y reacciones de los participantes en el medio de contratación con la

intención de identificar si este se encuentra satisfechos o insatisfechos con el proceso de contratación.

De acuerdo con Gladys Patricia Guevara Aldan Los métodos de recolección de datos serán Observación, Encuestas y estudios de datos. (Alban, 2020) Siendo la observación el medio de obtención de datos más útil y utilizado.

B. Encuestas: La encuesta será uno de los medios de recolección de datos con mayor relevancia para este proceso. Se utilizará para que los sujetos puedan brindar mayor información desde otra perspectiva y con eso poder describir el hecho desde ambas partes del proceso y obtener información más fidedigna y completa.

C. Cuestionario: De acuerdo con Tomás Garcia Muñoz: “El cuestionario es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación” (Muñoz, 2003)

La encuesta necesitará un medio para que los sujetos a observar puedan brindar la información necesaria para que esta pueda cumplir su objetivo. El cuestionario contará preguntas sobre los incentivos brindados por la empresa y los que desearían que se brindaran.

1.13.3 Interpretación de resultados

Durante el diagnóstico se presentó una encuesta para obtener mayor información de los nuevos empleados y basado en sus respuestas se obtuvieron los siguientes resultados de un total de 15 preguntas

De una población total de 12 personas de las cuales 6 son hombres 6 mujeres 7 colombianos, 3 salvadoreños, 1 guatemalteco y 1 nicaraguense.

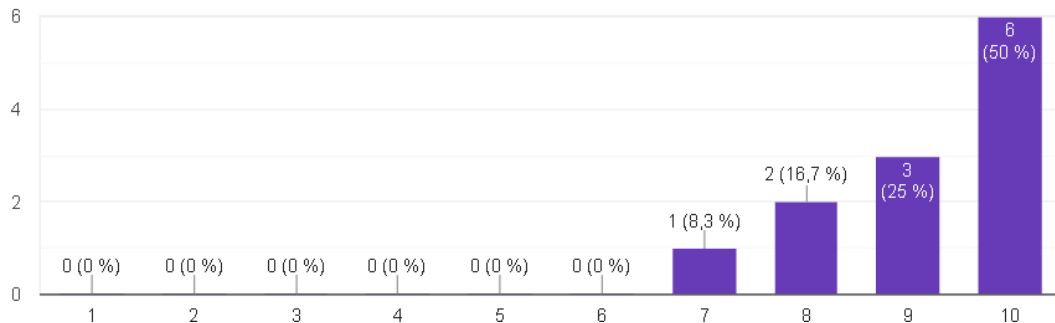
De los detalles brindados por los entrevistados, así como la observación realizada es posible denotar varios detalles como que la información brindada no siempre llega clara a su receptor

y siendo esta de vital importancia para los nuevos empleados estos pueden llegar a tener problemas o terminar su relación laboral con la empresa de manera definitiva.

Figura 3: Claridad de la información

4. De 1 a 10 ¿Qué tan clara fue la información que se le brindó durante la entrevista?

12 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Nota: La mayoría de las entrevistas fueron claras y las personas demuestran en su mayoría una satisfacción con la misma.

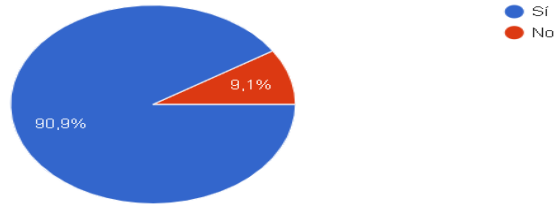
Hay un pequeño porcentaje que demuestra que si bien la empresa brinda la información necesaria para empezar labores con ellos estos no son brindados de una manera completa o quedan dudas.

Esto lo podemos tomar de las personas que asignaron 7 y 8 en esta pregunta ya que demuestra una insatisfacción parcial en el mensaje brindado ya sea por falta de información o por falta de información necesaria para interpretarlo de manera concisa.

Figura 4: Consistencia de la información proporcionada.

2. ¿La información proporcionada en la entrevista estaba acorde con la mencionada en el anuncio de trabajo?

11 respuestas



Fuente: Propia

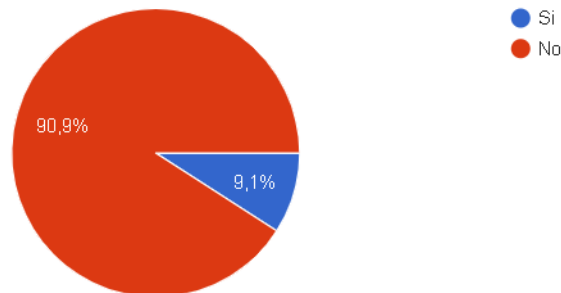
Nota: La mayoría tuvo una primera experiencia sin problemas sin embargo hay varios de ellos que encontraron diferencias entre lo ofrecido y lo que se les brindó, denotando cierta inconsistencia.

En esta podemos observar como la información proporcionada generalmente es correcta, sin embargo, hay un porcentaje de 9% que la encuentra inconsistente. Este puede tener un impacto en las bajas de nuevo personal.

Figura 5 Información escrita

12. Hubo algún inconveniente entre la información que se le brindó durante su entrevista la información que recibió a su correo o whatsapp

11 respuestas



Fuente: Propia

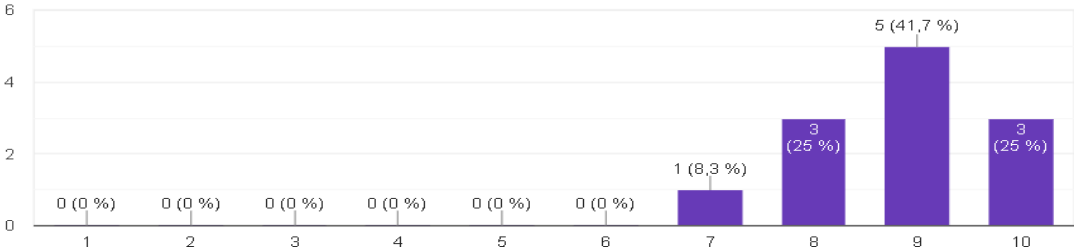
Nota: Durante la mayoría del proceso no se presentó ningún inconveniente, aunque no fue así en todas lo cual indica algunas discrepancias y falta de consistencia durante el proceso de contratación.

Este factor puede totalmente afectar como la empresa es percibida por los nuevos empleados ya que puede ser percibida como poco profesional.

Figura 6: Probabilidad de Recomendar a la empresa

8. Teniendo en cuenta su experiencia completa con dentro de la organización, ¿Qué tan probable sería recomendar esta organización a un amigo o colega?

12 respuestas



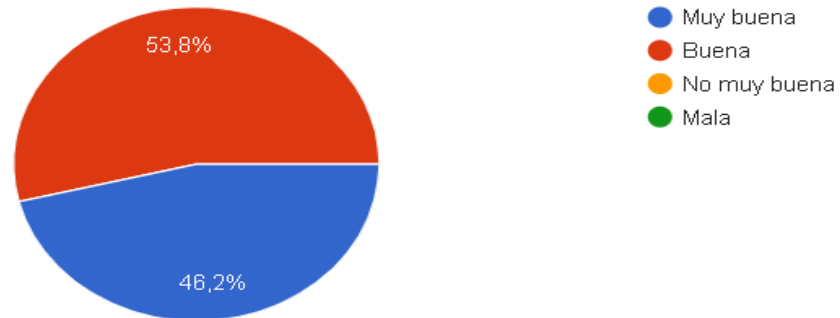
Fuente: Propia

Nota: La figura 6 muestra que no todos ven a la empresa como algo que se pueda recomendar, los 9 y 10 dan una muy buena impresión, sin embargo, los 8 y 7 resalta el hecho que no todos se encuentran satisfechos con la misma.

Figura 7: Comunicación en términos generales

11. En terminos generales considera que la comunicación de la institución con usted ha sido...

13 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

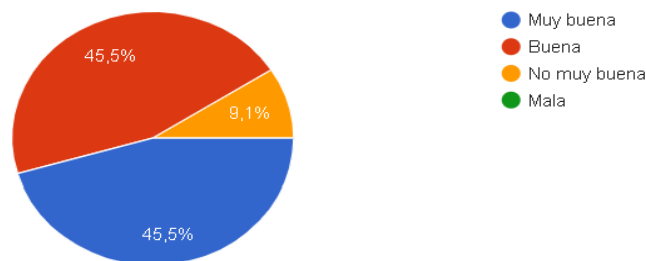
En la figura 7 podemos ver que la comunicación en términos generales es muy bien percibida por empleados, sin embargo, el 53.8% no lo categorizaron como muy buena dejando en claro un área de posible mejora.

La comunicación en todas las empresas debe de ser optima , rápida y clara para poder ser efectiva, El 53.8% de los nuevos empleados vieron más de alguna falla en la misma y por lo tanto no fue considera óptima.

Figura 8: Invitación a la primera entrevista

5. Como evalúa la invitación que recibió para su primera entrevista

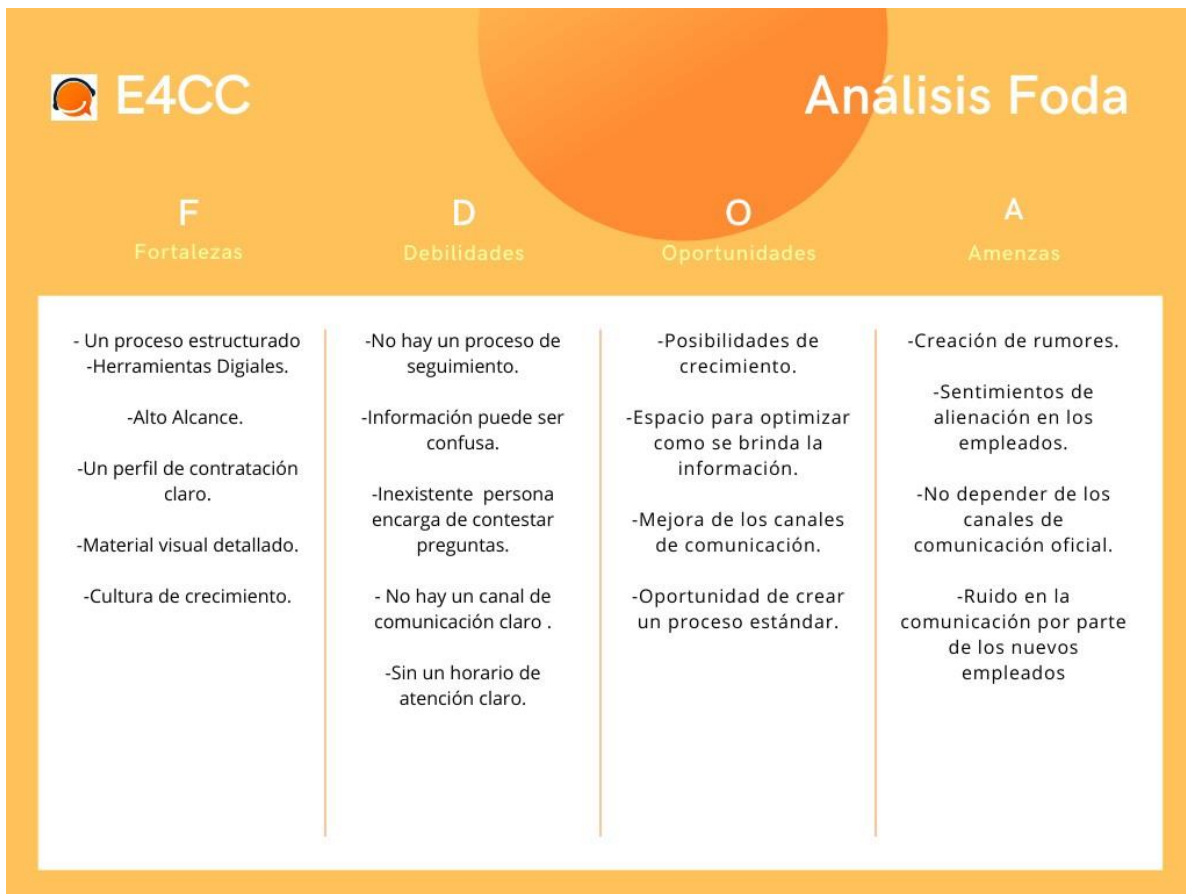
11 respuestas



Fuente: Propia

La primera impresión es de vital importancia para que una empresa se pueda establecer profesionalmente, el 9,1% de los nuevos empleados no tuvieron la oportunidad de llevarse una buena impresión ya que su primera interacción fue mancillada por una mala invitación a la primera entrevista.

1.14 FODA comunicacional



1.15 Problemas destacados

La empresa está utilizando un programa especializado para organizar las primeras entrevistas, pero no todos se encuentran satisfechos con dicha plataforma.

Una vez expuesta la información brindada por los empleados y basados en la información obtenida a través de observación podemos ver un patrón claro, entre las recomendaciones hechas por los empleados el comentario más recurrente que se presenta es sobre expectativas.

Los empleados anotaron que deberían de brindar información clara sobre los pagos de training y como estos funcionarían, así como los periodos de entrenamiento y la disponibilidad que los empleados deben de tener para poder empezar con ellos.

Esto no es decir que la empresa no cuenta grandes incentivos que se puedan utilizar para mantener a los nuevos empleados y atraer a nuevos candidatos, entre los cuales se mencionan los siguientes: Los pagos, los horarios flexibles y el trabajo desde casa, dichos beneficios fueron los más mencionados en la pregunta 10 de la encuesta.

Uno de los temas principales que se repitieron durante la observación fue el abandono laboral durante este periodo 35 personas abandonaron el entrenamiento 11 de ellos fueron por motivos personales, entre los cuales se puede ver un patrón de comportamiento.

Cuando estas personas iniciaron entrenamiento sin saber que esperar o cómo iba a funcionar, luego cuando fueron brindados los detalles del entrenamiento y pago decidieron abandonar el entrenamiento.

Durante la encuesta un 41% de los comentarios sobre mejoras eran con respecto a las expectativas y se tuvo un total de 35 bajas durante todo el entrenamiento.

- A. La cantidad de personal que se da de baja es alta.
- B. No siempre hay expectativas claras.
- C. Los nuevos empleados no siempre son informados de todo su proceso de contratación.
- D. El tiempo de respuesta es muy elevado

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

Durante el proceso de contratación y entrenamiento hay muchos ruidos en la comunicación y no suficientes canales para que los empleados contacten lo cual tiene un efecto en la retención del personal, así como en la contratación de personal no apto para el proceso.

1.17 Indicadores de Éxito

A. El departamento cuenta con 5 personas, Marco Nardelly, Morena Lemus, Sonia Flores, Christian Muller, 2 reclutadores y 2 entrenadores, al ser un departamento pequeño la comunicación entre todos es más fluida y sencilla.

B. Nidia Chacon gerente de recursos humanos brinda todo el apoyo al equipo online.

C. La organización es muy abierta a cualquier retroalimentación y cuentan con una mentalidad de crecimiento que facilita aplicar cambios.

1.18 Límites y alcance de la investigación

El diagnóstico fue realizado en un periodo de 10 días del 7 de marzo al 17 de marzo con un universo de 30 personas que fueron los nuevos empleados en entrenamiento durante este periodo de los cuales 13 respondieron a la encuesta presentada.

1.19 Cronograma del diagnostico

07/03/2022 Inició del proceso (Introducción al personal, así como la manera de trabajo)

08/03/2022 Reunión con los jefes de área y se brindaron expectativas y roles que se desarrollaran durante el EPS

09/03/2022 Trabajo para recolectar información y observación del comportamiento de los nuevos empleados.

15/03/2022 Autorización de Gerencia para poder pasar la encuesta a los empleados.

16/03/2022 Información recibida por parte de empleados.

1.20 Proyecto a desarrollar

Plan estratégico de comunicación interna para el departamento de reclutamiento de English for Call Centers.

Capítulo 2

Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan estratégico de comunicación

El plan de comunicación es la realización de una guía que apoye el seguimiento de un proyecto de manera sistemática utilizando procesos para que todas las partes afectadas se vean beneficiadas a corto y largo plazo.

Dentro del mismo se pueden encontrar detalles que fueron presentados durante la fase diagnóstica y fueron colocados en el FODA institucional. Así como también se presentarán estrategias comunicacionales para que la empresa considere y pueda implementar en sus procesos.

Daniel Martínez Pedrós define en su monografía “Introducción al plan estratégico” varias definiciones de estrategias que pueden aplicar sin embargo la definición más apropiada sería “La estrategia es el modelo de objetivos, propósitos o metas y de las principales políticas y planes para alcanzarlo, planteados de tal manera que definen en qué negocio está o va a estar la compañía y la clase de compañía que va a ser”

English 4 callcenters ha presentado grandes fortalezas que facilitan y brindan claridad a sus empleados sobre cuales son y no son los procesos adecuados y/o a seguir en situaciones específicas. Basado en el análisis FODA se presentan soluciones que buscan robustecer estos proyectos para que cada empleado pueda funcionar de manera autónoma.

Este plan se centrará en el proceso de comunicación interna específicamente en el área de reclutamiento de nuevo personal y de capacitación de dicho personal. Tomando en cuenta la problemática que la organización muestra basados en la observación y la información recolectada durante el informe.

Las partes que se ven afectadas por el proceso de comunicación son los capacitadores, los nuevos empleados, los reclutadores y coordinación de dicho departamento. Por lo tanto, se

dará prioridad a la comunicación entre coordinación y reclutadores, seguidos por reclutadores y los nuevos empleados y por último la comunicación entre capacitadores y nuevos empleados. Buscando brindar una solución apropiada a las problemáticas presentadas durante en el estudio FODA.

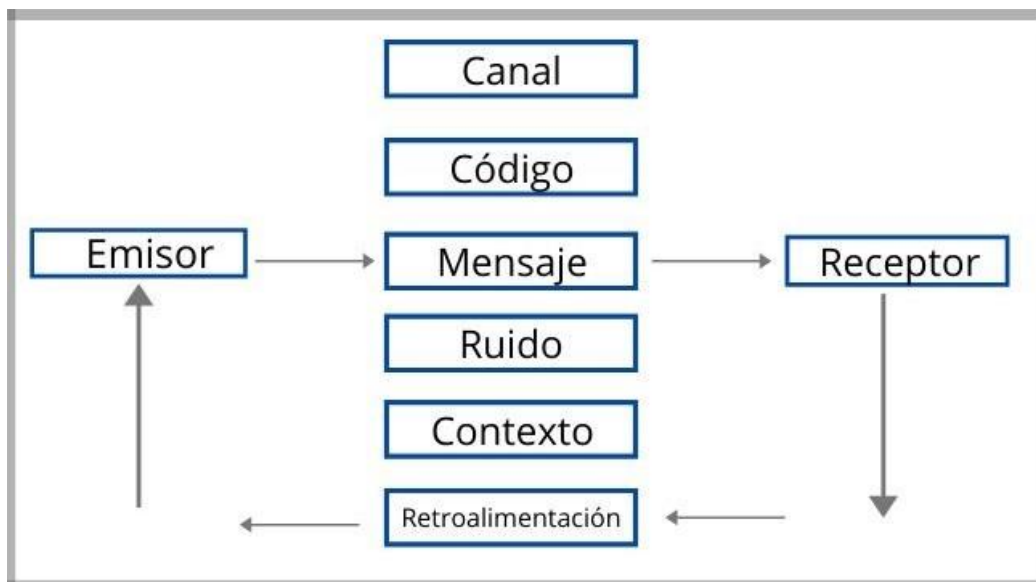
2.2 Elementos comunicacionales

Una definición a grandes rasgos sería “El proceso de comunicación se genera a través de que un emisor envíe un mensaje a un receptor y que este pueda comprender.” Aunque hay muchos otros factores que puede llegar a afectar este suceso.

De acuerdo con Miquel Rodrigo en su texto: Modelos de la comunicación; “El proceso de la comunicación se inicia en la fuente del mensaje que es la que genera el mensaje” sin embargo él también incluye que “No se puede pedir a un modelo que tenga en cuenta todos los elementos existentes en la realidad porque sería innecesario e inútil” (Rodrigo, 2005)

Se ha decidido trabajar con el modelo comunicacional presentado por la licenciada Catherina Chen presentada en Significados.com:

Figura 9



Fuente: Significado.com

- A. El emisor: como su nombre lo dice el emisor es la parte encargada de mandar el mensaje seleccionado un canal y un código, llegando este al receptor el cual puede o puede que no envíe un mensaje de vuelta convirtiéndose en el emisor de ese mensaje.

En English4call Centers el emisor y el receptor tanto los empleados como gerencia pueden ser el emisor del mensaje, Gerencia por su parte busca que el mensaje llegue a todos los empleados de manera clara y evitando cualquier tipo de mal entendido.

Mientras que los empleados se convierten en el emisor cuando estos quieren comunicarse con gerencia o reclutamiento, esto con el motivo de resolver dudas, hacer alguna recomendación o necesita hacer algún tipo de pedido.

- B. Receptor: El receptor es la parte que recibe el mensaje este puede ser voluntario o involuntario y podría ser que el mensaje que es recibido necesite o una respuesta.

Esta área en e4cc el receptor puede ser cualquier persona ya que no hay una persona al frente de la comunicación interna de dicho departamento lo cual puede dificultar la posibilidad de recibir respuestas tanto apropiadas como rápidas.

Las personas encargadas de dar respuestas también tienen otras posiciones entre la empresa u otros roles, esto genera que cuando reciban una pregunta no siempre se pueda contestar de manera inmediata.

Esto puede generar trabajo pendiente para los miembros de gerencia o capacitación y para los empleados una expectativa sobre el tiempo que tomara su mensaje para ser respondido apropiadamente.

- C. Código o lenguaje: Este es la manera en el que el mensaje es enviado, Chen afirmar que los códigos pueden ser escritos, orales u no verbales.

La empresa utiliza en su mayoría mensajes orales y escritos, dependiendo del canal que se esté utilizando. Algo que debemos resaltar que estos mensajes se pueden encontrar tanto en español como en inglés.

D. Mensaje: Chen define el mensaje como “El mensaje es el contenido que se quiere transmitir desde el emisor hacia el receptor.” (Chen, 2021) El mensaje es la idea o que el emisor desea enviar al receptor, para poder viajar necesita todos los medios anteriormente presentados.

El mensaje se maneja de manera clara y simple buscando los mensajes sean cortos y comprensible mientras transmiten toda la información que se debe de saber, colocando la información necesaria en mensajes cortos.

E. Canal: El canal es el medio por el cual el mensaje viaja del emisor al receptor, todas las empresas cuentan con diferentes canales de comunicación. Entre los cuales podemos mencionar WhatsApp, llamada u correo electrónico.

Junto con la variedad de canales pueden llegar problemas relacionados con lo el tamaño de la empresa, mientras más persona y/o departamentos tenga la empresa la información se verá segmentada y hablar con la persona correcta puede llegar a ser difícil. E4cc presenta un problema similar en el cual se tiene que hablar con 2 o 3 personas para poder obtener una respuesta.

F. Ruido: El ruido comunicacional puede ser definido como cualquier cosa que no permita que el mensaje llegue claramente del receptor al emisor. Este ruido se puede presentar de varias maneras.

El departamento de reclutamiento los ruidos más frecuentes son problemas de conexión u internet, mensajes vistos sin ser respondidos y tiempo de espera largos que le quita prioridad a los mensajes enviados.

G. Comunicación Interna: Es un tipo de comunicación no hecha para un público general, sino que se mantiene limitada a través de los canales para que solamente las personas

elegidas por el emisor puedan acceder o comprender el mensaje. Este factor es el determinante.

2.3 Objetivos del plan de comunicación

2.3.1 Objetivo general

Crear un canal de comunicación entre la empresa y los empleados para que puedan comunicarse con la institución de forma eficaz.

2.3.2 Objetivos específicos

- A. Difundir entre los colaboradores el nuevo canal comunicacional.
- B. Capacitación de personal para reducir el tiempo de respuesta de los pedidos.
- C. Crear contenido Digital que sea accesible para facilitar la comunicación entre empresa y empleado.
- D. Crear un manual de procedimientos comunicacionales para apoyar la retención de personal

2.4 Estrategia

La estrategia comunicacional tiene como objetivo centralizar la comunicación de la empresa para que este funcione de manera organizada y sin problemas. Para esto han hecho 4 propuesta.

La capacitación del personal actual para que estos doblen sus funciones y tengan la capacidad de apoyar a los empleados dentro de sus capacidades.

Podría facilitar toda comunicación interna dentro de la empresa. Apoyando cuando se tenga una discusión sobre políticas de la empresa o podría encargarse de toda la información que circula entre los empleados evitando rumores, mal interpretaciones y removiendo trabajo a otros gerentes o staff.

Este personal sería capacitado en tiempos de respuesta aceptables, funciones de otros departamentos, contactos empresariales entre otros. Esto con el fin de beneficiar la comunicación interna.

Junto con la capacitación del personal viene la creación de un Manual de comunicación que se irá actualizado de acuerdo a las necesidades de la empresa. Este será brindado a todos los nuevos y existentes miembros del departamento a manera que se puedan responder a todas las consultas posibles sin necesidad de recurrir a ningún otro medio.

La siguiente propuesta que será presentada es la creación de un proceso estandarizado y aprobado con opciones reales que le permita al reclutador, capacitador o cualquier otra persona que se encuentre haciendo el proceso de retención tener respuesta apropiadas a cualquier persona que desee retirarse de la empresa por cualquier motivo.

Siempre buscando la eficiencia y facilidad la estrategia contempla la creación de material de apoyo administrativo. Entiéndase videos respondiendo todas las preguntas más frecuentes, así como dando acceso a un portal de autogestión que permita a los trabajadores poder hacer sus gestiones en cualquier momento.

Esta propuesta funcionaría mejor con la creación de un departamento de comunicación interna ya que esta persona se encargaría de responder estas preguntas, organizarlas, resolverlas o enviarlas a la persona encargada de resolverlas.

Todas estas propuestas fueron realizadas tomando en cuenta las problemáticas que el departamento presenta al momento de que el diagnóstico fue realizado.

2.5 Actividades o acciones de estrategia

Tabla: 1

Estrategias	Acciones
La capacitación de personal para hacer la comunicación interna más eficaz	1. Crear una presentación para la capacitación

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Establecer quién sería el capacitador. 3. Acordar una fecha y una hora para que la capacitación tenga lugar. 4. Iniciar la capacitación
La creación de un manual de comunicación con las mejores prácticas aplicadas al ambiente laboral de e4cc.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción del manual 2. Presentación del manual 3. Impresión y distribución
Creación de un manual de apoyo para el proceso de retención.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitar en que momento es una retención. 2. Limitar las acciones a tomar en caso fuera necesaria una retención. 3. Capacitar a al personal en el proceso. 4. Generar documentación y dejarla accesible.
Creación de material audiovisual accesible en el portal de <i>coaches</i> (entrenadores).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acordar que procesos deben y no deben de ser presentados. 2. Crear un mensaje corto y claro. 3. Mover ese mensaje a un formato multimedia. 4. Edición del mensaje 5. Inclusión del material dentro del portal de coaches

Fuente: Propia

El plan estratégico consistirá en una serie de propuestas que buscan agilizar y organizar el proceso comunicacional entre los miembros de la organización.

- A. La capacitación de personal para que sean capaces de contestar a los empleados de manera rápida y organizada.

Tabla 2

Estrategia No. 1	La capacitación de personal para que sean capaces de contestar a los empleados de manera rápida y organizada.
Problema	La empresa no cuenta con departamento de comunicación
Producto	Una capacitación comunicacional
Objetivo de la Comunicación	Agilizar la comunicación con gerencia
Tipo de Mensaje	Educativo
Público Objetivo	Los miembros gerenciales de primera línea.
Canal de Comunicación	Digital

Fuente: Elaboración Propia

- B. La creación de un manual de comunicación con las mejores prácticas aplicadas al ambiente laboral de e4cc.

Tabla 3

Estrategia No.2	La creación de un manual de comunicación con las mejores prácticas aplicadas al ambiente laboral de e4cc.
Problema	La información puede ser confusa
Producto	Manual

Objetivo de la Comunicación	Crear un documento de referencia sobre los procesos.
Tipo de Mensaje	Educativo y de referencia
Público Objetivo	Miembros de English 4 call centers
Canal de Comunicación	Digital y escrito

Fuente: Elaboración Propia

C. Creación de un proceso estandarizado de retención que brinde opciones al personal para retener a los nuevos empleados.

Tabla 4

Estrategia No.3	Creación de un proceso estandarizado de retención que brinde opciones al personal para retener a los nuevos empleados.
Problema	No se cuenta con un proceso de retención
Producto	Manual
Objetivo de la Comunicación	Centralizar y agilizar los proceso comunicacionales
Tipo de Mensaje	Educativo y de referencia
Público Objetivo	Miembros de primera gerenciales de primera línea
Canal de Comunicación	Digital y Escrito

Fuente: Elaboración Propia

D. Creación de material de apoyo administrativo que sea accesible a través del portal de coaches.

Tabla 5

Estrategia No.4	Creación de material de apoyo administrativo que sea accesible a través del portal de coaches.
Problema	La información puede ser confusa
Producto	Videos y formularios
Objetivo de la Comunicación	Crear contenido que sea auto accesible para facilitar la comunicación entre empresa y empleado.
Tipo de Mensaje	Educativo y de referencia
Público Objetivo	Miembros de English 4 call centers
Canal de Comunicación	Digital y Audiovisual

Fuente: Elaboración Propia

2.6 Público Objetivo

La propuesta comunicacional va dirigida a todos los empleados del área online de la empresa english4 call centers que necesiten contactarse con gerencia por cualquier pregunta administrativa. Dichos empleados se encuentran en un rango de edad de entre 20-35 años.

Utilizando un mensaje Jovial y abierto que invite a las personas a contactarse con ellos y abrirse.

2.7 Mensaje Clave

- A. Tú puedes ser la diferencia entre el salario competitivo y el salario mínimo
- B. E4CC Apoyando a nuestros empleados y estudiantes desde 2014
- C. Colocamos la E en “Excelente Servicio”

2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 6

Estrategia	Indicadores de éxito
La capacitación de personal para que sean capaces de contestar a los empleados de manera rápida y organizada.	Todas las consultas recibidas se responden en menos de 24 horas. Presentará una evaluación con el objetivo de evaluar lo aprendido.
La creación de un manual de comunicación con las mejores prácticas aplicadas al ambiente laboral de e4cc.	Encuesta de satisfacción.
Creación de un proceso estandarizado de retención que brinde opciones al personal para retener a los nuevos empleados.	Los miembros de gerencia pueden hacer retención de personal sin previa autorización. Las bajas de personal se resuelven en menos de 24 horas.
Creación de material de apoyo administrativo que sea accesible a través del portal de coaches.	Se mantendrá un control de cuantas personas accedan al portal semanalmente.

Fuente: Elaboración Propia

2.9 Recurso humano

Tabla 7

Nombre	Profesión	Cargo dentro de English4CallCenters	Descripción del Cargo	Participación dentro del proyecto
Sergio Sosa	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado	Practicante	Apoyo al área de reclutamiento online.	Autor

	de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación		Contactarse con los nuevos empleados para poder crear sus perfiles.	
Sonia Flores	Reclutadora	Reclutadora	Encargada de contactarse con posibles nuevos empleados. Filtrar quienes son aptos para la plaza. Organizar la última entrevista. Contarse con los empleados. aprobados para que estos tengan toda la información necesaria para empezar labores.	Apoyo en la implementación del programa
Nidia Chacon	Gerente de Recursos Humanos	Gerente de Recursos Humanos	Encargada de área. Entrevista final de nuevos empleados.	Supervisión y facilitar información y accesos

			Coordinación con los otros departamentos.	
Morena Lemus	Entrenadora	Entrenadora	Capacita a los nuevos empleados. Punto de contacto con la empresa durante su entrenamiento	Apoyo en la implementación del programa
Cristopher Ayala	Entrenador	Entrenador	Capacita a los nuevos empleados. Punto de contacto con la empresa durante su entrenamiento	Apoyo en la implementación del programa
Marco Nardelly	Reclutador	Reclutador	Encargado de contactarse con posibles nuevos empleados. Filtrar quienes son aptos para la plaza. Organizar la última entrevista.	Apoyo en la implementación del programa

			Contarse con los empleados. aprobados para que estos tengan toda la información necesaria para empezar labores.	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración Propia

2.10 Financiamiento y presupuesto

2.10.1 Financiamiento

El financiamiento dependerá de las propuestas aceptadas por par de gerencia, ya que hay varias que no requerirían mayor inversión económica de la institución como lo son el manual de comunicación y el proceso estandarizado de retención que pueden ser realizados por el estudiante que recibirá guías de la empresa para que cumpla con los requerimientos necesarios. Así que el estudiante podrá financiar estas propuestas.

Mientras que otras como la posición comunicacional o la capacitación del personal se dividirán un 10% para la empresa y un 90% para el estudiante ya que este podrá impartir la capacitación gracias a la información que la empresa facilitará.

2.10.2 Presupuesto

Tabla 8

Concepto	Precio Unitario	¿Cuántas veces se utilizaría?	Total
Salario Mensual de las personas envueltas	Q. 45.00 por persona por hora	2	Q. 675.00

Costo del Capacitador	Q. 2026.55	1	Q. 2026.55
Costos de Capacitación	Q. 2410.00	1	Q. 2410.00
Costo de edición	Q. 810.62	1	Q. 810.62
Costo por Manual	Q. 2083.30	2	Q. 4166.6
Costos de creación de encuestas de servicio	Q. 1000.00	2	Q. 2000.00
Costo de edición	Q. 1378.06	1	Q. 1378.06

Total Q. 13,466.83

Fuente: Elaboración Propia

2.11 Beneficiarios

Tabla 9

Beneficiarios	Actividad
<p>Primarios:</p> <p>Trabajadores nuevos y actuales del área online de la empresa English4CallCenters</p>	<p>Fortalecimiento de la conexión entre la empresa y los empleados permitiendo a los trabajadores.</p> <p>Permitiendo que los empleados se sientan escuchados.</p> <p>Facilitando cualquier gestión que puedan tener.</p>
<p>Secundarios:</p> <p>Empleados gerenciales de primera fila que son el punto de contacto entre</p>	<p>Los empleados de primera fila tendrán más recursos y se les simplificará su trabajo al removerles responsabilidades.</p>
<p>Terciarios:</p> <p>Estudiantes y catedráticos que puede llegar a usar el material como referencia en el futuro.</p>	<p>Todos los futuros estudiantes podrán utilizar el siguiente documento como punto de referencia que les permitirá obtener información sobre trabajos en comunicación interna de una empresa.</p>

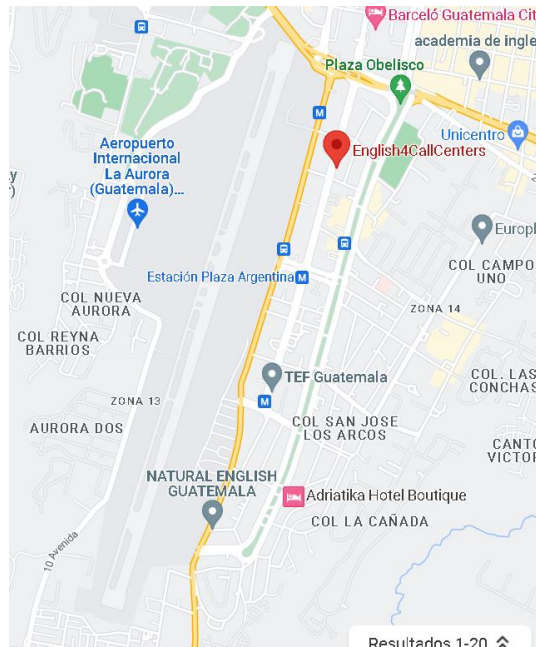


Fuente: Elaboración Propia

2.12 Áreas geográficas de acción

El plan será aplicado en la sucursal central de la empresa en Guatemala ubicada en zona 13 de la ciudad capital.

Figura 10: Área geográfica de acción



Fuente: Google Maps

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 10

Actividad o producto comunicacional	Objetivos Específicos	Presupuesto	Recursos Humanos	Área Geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
La capacitación	Reducir el tiempo de	Gasto total	Nidia Chacon	Departamento de	Empleados de E4cc y	Segunda

de personal para que sean capaces de contestar a los empleados de manera rápida y organizada.	respuesta de la empresa para darle inmediatez a todos los pedidos.	unitario: Q.970.00	Gerente de recursos humanos Sergio Sosa Autor	recursos humanos	miembros gerenciales de primera fila.	semana de Junio
La creación de un manual de comunicación con las mejores prácticas aplicadas al ambiente laboral de e4cc.	Reducir el tiempo de respuesta de la empresa para darle inmediatez a todos los pedidos.	Gasto total: Q.1,175.00	Nidia Chacon Gerente de recursos humanos Sergio Sosa Autor	Departamento de recursos humanos	Empleados de E4cc y miembros gerenciales de primera fila.	Segunda semana de Junio
Creación de un proceso estandarizado de retención que brinde opciones al personal para retener a los	Crear un proceso retención, disponible para los miembros gerenciales.	Gasto total: Q. 1,145.00	Nidia Chacon Gerente de recursos humanos	Departamento de recursos humanos	Empleados de E4cc y miembros gerenciales de primera fila.	Tercera Semana de junio

nuevos empleados.			Sergio Sosa Autor			
Creación de material de apoyo administrativo que sea accesible a través del portal de coaches.	Crear contenido que sea auto accesible para facilitar la comunicación entre empresa y empleado.	Costo total: Q. 6,360.00	Nidia Chacon Gerente de recursos humanos Sergio Sosa Autor	Departamento de recursos humanos	Empleados de E4cc y miembros gerenciales de primera fila.	Tercera semana de junio

2.14 Cronograma del Plan de comunicación

Capacitación de personal para que sean capaces de contestar a los empleados de manera rápida y organizada.

Tabla 11

Actividad	Junio 2022				Julio 2022				Agosto 2022				Septiembre 2022				Octubre 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recolección de información																				
Creación del material de apoyo																				
Capacitación																				

Recolección de información																				
Creación del manual																				
Revisión y aprobación de gerencia																				
Inicio de uso																				

Fuente: Elaboración Propia

Creación de material de apoyo administrativo que sea accesible a través del portal de coaches.

Tabla 14

Actividad	Junio 2022				Julio 2022				Agosto 2022				Septiembre 2022				Octubre 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recolección de información																				
Creación de los libretos																				
Grabaciones																				
Edición																				
Aprobación de Gerencia																				
Subirlos al portal																				

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 3

Ejecución del plan de comunicación

3. Ejecución del plan de comunicación para mejorar la comunicación

La presentación del proyecto fue realizada el 29 de Julio del 2022 y estuvieron presentes Nidia Chacon gerente de Recursos Humanos, el estudiante de EPS y el supervisor Marvin Hernández dicha presentación tuvo una duración de 30 minutos y en los cuales se discutieron las 2 estrategias que serán explicadas en este documento.

Uno de los mayores problemas comunicacionales que la empresa presentaba eran los tiempos de respuesta elevados que variaban de 1 hora de respuesta a ninguna respuesta para solucionar esta situación se hicieron 2 propuestas.

La primera propuesta fue la creación de una página de preguntas frecuentes, esta fue propuesta con el objetivo de crear un portal donde todas las preguntas que nuevos empleados podrían llegar a tener fueran resueltas en la menor cantidad de tiempo posible.

La segunda propuesta fue una capacitación en comunicación efectiva dada al personal de gerencia y miembros administrativos, dicha capacitación fue propuesta con el objetivo que el personal administrativo y gerencial tuviera las herramientas necesarias para poder comunicarse efectivamente con sus empleados y demás.

Después de dicha presentación ambas propuestas fueron aprobadas por Nidia Chacon por la cual ambos proyectos comenzaron a ser preparados ambos proyectos cuentan con una fecha de presentación de agosto 19.

3.1 Pagina de FAQ

Una página de FAQ consiste en una página web que contesta las preguntas frecuentemente hechas por los usuarios de algún sitio. FAQ corresponde a Frequent Asked Questions preguntas frecuentes en español.

Con el Objetivo de reducir el tiempo de respuesta, así como de brindar a los trabajadores con toda la información que ellos pueden necesitar para poder iniciar labores sin ningún tropiezo uno de los materiales comunicaciones propuestos fue una página web con todas las preguntas y respuestas que ellos puedan tener.

En la misma se puede encontrar, fechas de pago, documentos a presentar para iniciar labores, numero de contacto de la empresa, como iniciar una clase, así como que hacer cuando tienen problemas de pago entre otras cosas.

Objetivo: Reducir el tiempo de espera que los nuevos empleados, así como crear un portal de fácil acceso.

Medio Utilizado: Digital

Presupuesto utilizado:

Tabla 15: Presupuesto desarrollo online

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
50	Hora de diseño	Q.25.00	Q.1250.00
1	Membrecía de Wix	\$.16.75	\$16.75
		Total:	Q. 1379.44

Fuente: Elaboración propia

Taza de cambio Q. 7.73 por dólar

Resultado Obtenido: Con la presencia del portal creado para los nuevos coaches se logró una reducción del tiempo de espera y se incrementó la accesibilidad a la información a la que si bien se tenía acceso no era fácil de encontrar o de recibir.

Con el portal dándole acceso a todos los nuevos empleados de área educativa se creó una disminución en la cantidad de mensajes pendientes de contestar de los capacitadores y reclutadores.

Se creó un beneficio para el departamento de capacitación el cual logró reducir los tiempos de espera y facilitar la manejo de información.

Evidencia del material:

Link de la página: <https://tqusosa.wixsite.com/e4cc-faq>

Figura 11: Página de inicio.

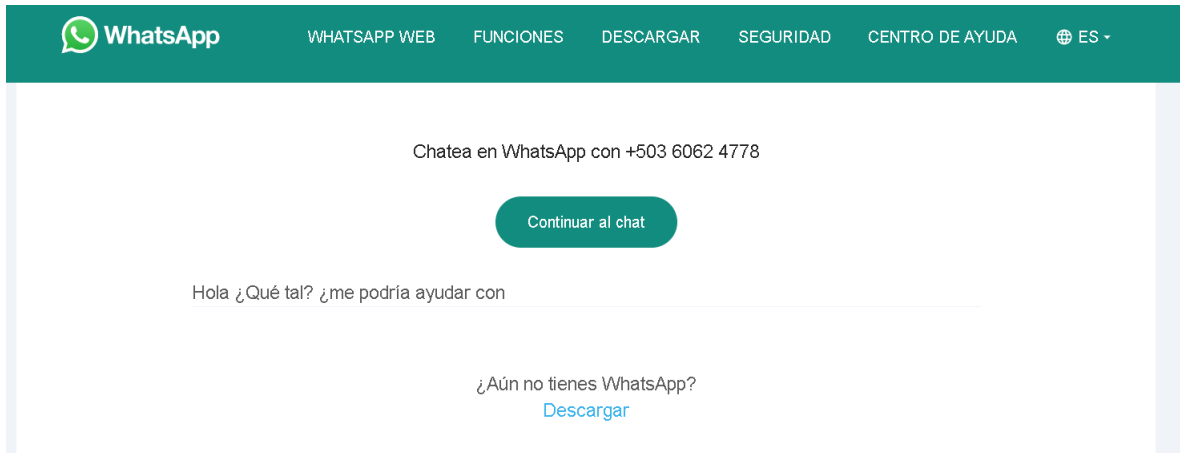


Fuente: Elaboración Propia

Página de Inicio: La página principal cuenta con vínculos a cada página que están distribuidas por país, así como acceso a las redes sociales de la empresa, canal de learning oficial de YouTube donde pueden encontrar material audiovisual sobre los procedimientos de la empresa.

También cuenta con links para contactar a reclutamiento directamente por medio de WhatsApp.

Figura 12: Vínculo directo para hablar con reclutamiento.



Fuente: Elaboración propia

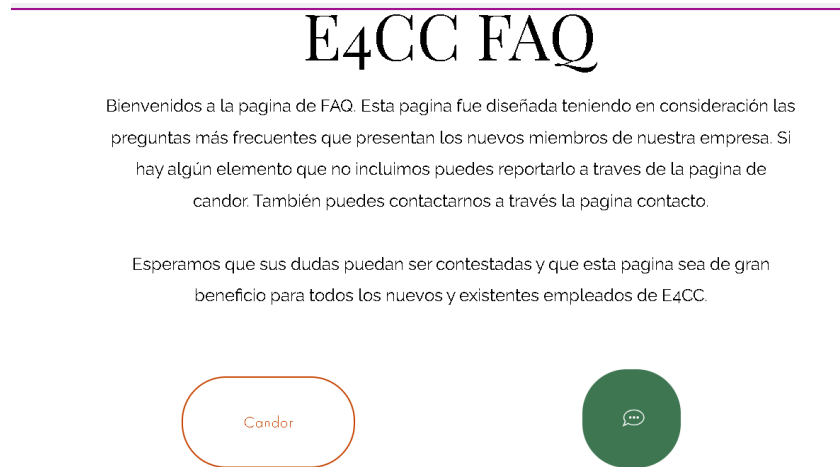
Figura 13: Código QR



**Mira tu sitio publicado en versión
móvil**

Fuente: Elaboración Propia

Figura 14: Mensaje de bienvenida, así como medios de comunicación



Fuente: Elaboración Propia

Figura 15: Información sobre horarios

¿CUÁLES SON LOS HORARIOS DE CLASE?

Para turno AM son horarios de 90 horas al mes (4.5 diarios) con fines de semana libre y 106 al mes (4.5 diarios +4 weekend) empiezan de 6:00 AM y finalizan a 11:30 AM.

Para turno Pm hay 3 horarios

PM 1 es de 120 horas al mes (6 diarios) con fines de semana libre y 136 al mes (6 diarias + 4 weekend) empiezan de 2:00 PM y finalizan a 9:05 PM)

PM 2 es de 90 horas al mes (4.5 diarios) con fines de semana libre y 106 al mes (4.5 diarias + 4 weekend) empiezan de 4:00 PM y finalizan a 9:05 PM)

PM 3 es de 90 horas al mes (4.5 diarios) con fines de semana libre y 106 al mes (4.5 diarias + 4 weekend) empiezan de 4:00 PM y finalizan a 9:05 PM)

Fuente: Elaboración propia

3.2 Capacitación Comunicacional

Otro de los problemas comunicacionales encontrados fueron que la información se encuentra segmentada y dispersa por lo cual se ha propuesto una capacitación a todos los empleados de gerencia sobre maneras correcta de comunicarse, así como de procedimientos de reclutamiento para que todos tengan una mayor claridad.

La capacitación tiene una fecha 27 de agosto de 2022 y esta se brindará a los miembros gerenciales de la empresa para que estos tengan la capacidad de apoyar nuevos empleados

Objetivo: Brindar a los miembros gerenciales con herramientas comunicacionales para que puedan apoyar a los nuevos empleados.

Para dicha capacitación

Link: [Acá](#)

Medio utilizado: Capacitación digital.

Presupuesto utilizado:

Tabla 16: Presupuesto Capacitación

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
20	Horas de preparación	Q.25.00	Q.500.00
1 por 20	Horas de capacitación por miembro.	Q. 45	Q.900.00
		Total:	Q. 1400.00

Fuente: Elaboración propia

Resultados obtenidos: Una vez terminada la capacitación todos los gerenciales que participaron tuvieron la capacidad de comunicarse efectivamente con sus trabajadores, así como estar en la capacidad de apoyar a los nuevos empleados con sus preguntas.

Evidencia material

Figura 16: Página de bienvenida de la capacitación.



Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Capacidades que los empleados tendrán después de la capacitación.

Competencias

Al final de esta capacitación los participantes habrán aprendido sobre:

1. Reaccionar apropiadamente a situaciones de emergencia
2. Hacer llegar la información correcta a las áreas pertinentes
3. Como comunicarse efectivamente
4. Usar la comunicación como herramienta para que los empleados creen una identidad empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18: Parte de la presentación que se dará en comunicación organizacional.

Tipos de comunicación organizacional



Fuente: Comunicación Organizacional Pag. 27




Fuente: Elaboración propia.

Figura 19 Practicas durante la capacitación con el objetivo de ejecutar lo aprendido.

Practice Time

Caso 1.
 Un empleado lleva una semana llegando tarde, cada día brinda una excusa diferente y se rehúsa a tener una conversación directa afirmado que no tiene tiempo.

Caso 2
 Un empleado debe de ser despedido debido a sus métricas y mala actitud, con tendencias a colocarse a la defensiva.
 ¿Cómo hablaría con este empleado?



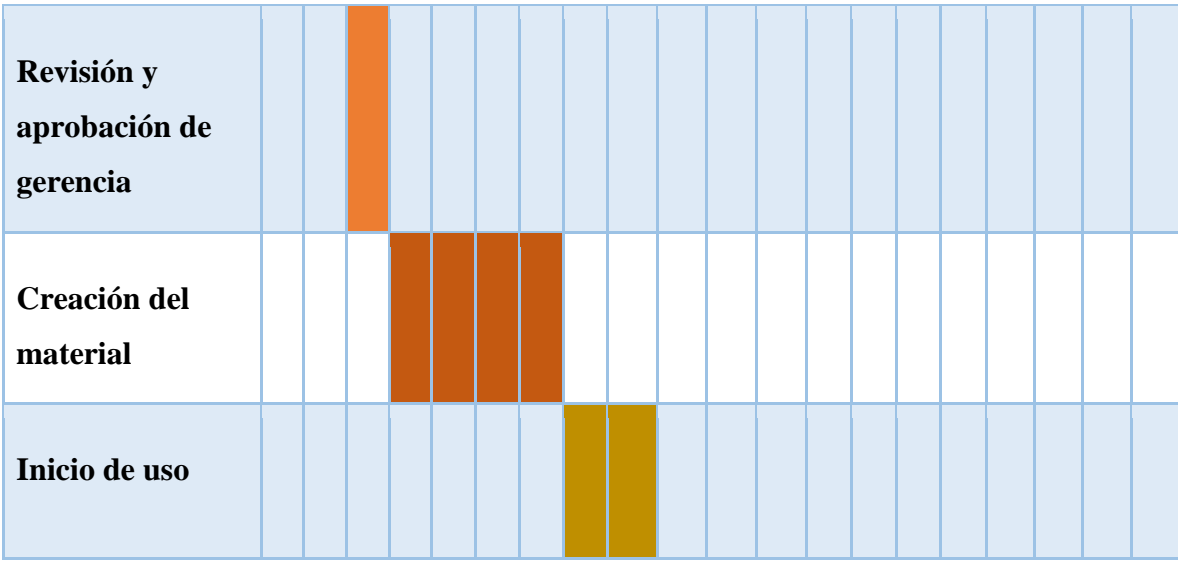
Fuente: Elaboración propia.

3.3 Cronograma de actividades

Página de FAQ

Tabla 17 Cronograma Pagina de FAQ

Actividad	Julio 2022				Agosto 2022				Septiembre 2022				Octubre 2022				Noviembre 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recolección de información																				



Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

- A. La empresa E4cc tiene una muy buena imagen ante sus nuevos empleados y ofrece muchos beneficios.
- B. Basados en la información brindada en la encuesta muchos la recomendarían para sus amigos y familiares.
- C. El proceso de contratación cuenta con algunas discrepancias comunicacionales al momento de que la empresa brinde información clara y provea expectativas claras sobre su rol en la empresa a los nuevos empleados.
- D. Muchos empleados no tienen claros cuales son todos los medios que ellos pueden utilizar para comunicarse con la empresa.
- E. Un plan de comunicación facilitará las relaciones internas permitido que la comunicación entre empleados y empresa sea más fácil. Este pequeño cambio puede hacer que las personas se sientan valorados.
- F. Una plaza comunicacional podría aumentar el tiempo de respuesta de la empresa tomando en cuenta que en este momento no hay ningún canal de comunicación claro entre gerencia y sus colaboradores.
- G. La comunicación interna en la empresa se encuentra sobre cargada por la cantidad de canales de comunicación y los tiempos de respuesta de la misma.
- H. Un portal de auto gestión puede ser implementado en la empresa para poder disminuir la carga de mensajes recibidos y repuestas necesarias.
- I. E4cc cuenta con una estructura organizada, pero al verse tan organizada departamentos enteros puede llegar a ignorar información que puede ayudar a desempeñar sus labores de una manera sencilla.
- J. La comunicación en E4cc crece exponencialmente conforme se apliquen las técnicas presentadas.
- K. La implementación de este proyecto facilitará la comunicación con todos los nuevos empleados que entren a la empresa a partir de la fecha de inauguración

Recomendaciones

- A. La empresa podría considerar continuar con las capacitaciones comunicacionales para dar claridad a sus empleados y seguirlos capacitando
- B. Invertir tiempo para mejorar la comunicación debe de ser un proceso continuo.
- C. Mejorar comunicación entre departamentos y dependencias de la empresa para poder agilizar la empresa.
- D. Motivar a los miembros de reclutamiento a expresar sus opiniones.

Referencias Bibliográficas

Alban, G. P. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Saberes del conocimiento.*

Briseño, G. (2022). *www.euston96.com*. Obtenido de <https://www.euston96.com/comunicacion-efectiva/>

Bruno, D. (2007). *EL DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN*. La plata, Argentina.

Castro, A. d. (2014). *Comunicación Organizacional Tecnicas y estrategias*. Barranquilla: ECOE ediciones. Fernández Núñez, L. (2007). *¿Cómo se elabora un cuestionario?* Barcelona.

Chen, C. (20 de 01 de 2021). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/elementos-de-la-comunicacion/>

DAVID, R. R. (2017). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONA*. Guayaquil Ecuador: Ediciones Grupo Compás 2017.

Diego René Gonzales Miranda. (2009). *Estrategias de retención del personal*. Colombia: Universidad AEFIT.

Gonzales, K. H. (2021). *La Comunicación Efectiva*. Universidad Privada San Juan Bautista

Pedrós, D. M. (2012). *Introducción al Plan Estratégico*. Madrid España : Diaz Santos.

Rodrigo, M. (2005). *Modelos de Comunicación*. Madrid.

Rodríguez, J. (2007). *Guía de elaboración de diagnósticos*.

Velásquez, B. I. (2020). *Comunicación Asertiva para los Negocios* . Universidad de Quindío.

Washington, R. R. (s.f.). *Comunicación Organizacional* . Instituto Superior Tecnológico Corporativo Edward Deming.

investigación, M. d. (2014). Roberto Hernandez Sampieri . Mexico Distrito Federal: Punta Santa
Fe. Muñoz, T. G. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación7evaluación.
Paz, V. G. (2012). Comunicación Organizacional . Ciudad de Mexico : Red Tercer Milenio.

Anexos.

Encuesta:

A continuación, se presentarán varios enunciados, por favor termine una sección antes de empezar la siguiente, las preguntas con punteo de 1 a 10 son todas iguales, 1 es el rango más bajo y 10 es el más alto.

1. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la información brindada por durante tu proceso de contratación?
2. ¿La información proporcionada en la entrevista estaba acorde con la mencionada en el anuncio de trabajo?
3. Conoce los canales de comunicación que la empresa utilizará para comunicarse con usted
4. De 1 a 10 ¿Qué tan clara fue la información que se le brindó durante la entrevista?
5. Cómo evalúa la invitación que recibió para su primera entrevista
6. ¿a través de que medio se enteró del proceso de selección?
7. ¿Cuál fue su primera impresión de la empresa?
8. Teniendo en cuenta su experiencia completa con dentro de la organización, ¿Qué tan probable sería recomendar esta organización a un amigo o colega?
9. ¿Conocía usted a la institución antes de su proceso de contratación?
10. Menciona los 3 factores que hicieron que decidieras quedarte en la empresa
11. En términos generales considera que la comunicación de la institución con usted ha sido...
12. Hubo algún inconveniente entre la información que se le brindó durante su entrevista la información que recibió a su correo o WhatsApp
13. ¿Cuál canal de comunicación considera que es el más rápido y apropiado para contactarse con la institución?
14. Tiene usted alguna recomendación en materia de comunicación para que el proceso de contratación sea más efectivo
15. ¿Considera que del momento que fue confirmado a la fecha de inicio de training fue apropiado?

CURSOS DE COMUNICACION



COMUNICACION LABORAL EN LA EMPRESA:
Postgrado en Comunicación Interna y Clima Laboral
en la Empresa + Titulación Universitaria



~~4821 GTQ~~ **50% de Descuento**

Total: **2410 GTQ**



[Ver Curso Homologado](#)



Comunicación

CURSO ONLINE COMUNICACIÓN INTERNA

Aprende a optimizar el flujo de información de tu organización

350€ **AÑADIR AL CARRITO**

O solo **62,33 €**/mes en **6** cuotas con **secura** +info

PACK DE CONTENIDO BÁSICO
DE 10 TEXTOS

250€ /mes

I.V.A. no incluido

Creación de 10 textos al mes que
incluyen:

- ✓ Contenido 100% original de entre 600 y 700 palabras.
- ✓ Textos SEO optimizados y de calidad.
- ✓ Contenido especializado escrito por periodistas.
- ✗ Análisis completo del proyecto para determinar el contenido más idóneo.
- ✗ Análisis de las páginas de mayor tráfico de la competencia.
- ✗ Creación de una estrategia long tail de títulos mensuales.

SERVICIOS	PRECIOS (orientativos)
• Guion	Desde 100€
• Grabación cámara profesional	Entre 170€/media jornada a 320€/jornada dependiendo del modelo de grabación y de las necesidades de la empresa.
• Edición y postproducción	Desde 350€, dependiendo de la duración del video.
• Presentador (si necesario)	Entre 200€ a 500€/jornada (dependiendo de la notoriedad y experiencia).
• Estudio-plató (si necesario)	Desde 200€/jornada
• Banco de vídeo	Entre 5€ hasta 80€/vídeo
• Voz en off	Desde 100€.
• Música	Desde 50€ música libre de derechos.



Informe del Detector de Plagio Viper

informe final 2.docx escaneado Oct 30, 2022

Porcentaje Total

2%

0.9%

Calendario septiembre 2022

<https://www.calendario-365.es/calendario/2022/sept>

0.3%

EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO ...

<https://es.readkong.com/page/el-cuestionario-como->

0.3%

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUAT...

http://www.repositorio.usac.edu.gt/1493/1/16_0936.1

0.2%

Factores motivacionales, metacognitivos y de ...

<https://core.ac.uk/download/480272607.pdf>

0.2%

Redalyc.Estrategias de retención del personal...

<https://www.observatoriorh.org/sites/default/files/wel>

Hoja de horas Firmada

28	Del: 12 / Al: 16	Septiembre	3	3	3	3	3	0	15	Manejo y organización de documentos. Contacto con nuevos empleados
29	Del: 19 / Al: 21	Septiembre	3	3	3	3	3	0	15	Manejo y organización de documentos. Contacto con nuevos empleados
30	Del: 26 / Al: 30	Septiembre	3	3	3	3	3	0	15	Manejo y organización de documentos. Contacto con nuevos empleados
31	Del: 03 / Al: 07	Octubre	3	3	3	3	3	0	15	Manejo y organización de documentos. Contacto con nuevos empleados
32	Del: 10 / Al: 14	Octubre	3	3	3	3	3	0	15	Manejo y organización de documentos. Contacto con nuevos empleados
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									300 hrs.	


 (f) Kennia Viscueta
 Nombre, firma y sello(a) o Encargado

(f) _____
 Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

