

Regalo Corporativo



Papelería





Capítulo 3: Auditoría de Comunicación

“Lavanderías Norte”

1.- Historia:

Lavanderías Norte es una empresa que fue constituida en septiembre del año 1975. Tiene 39 años prestando servicio de lavandería y tintorería a la ciudad de Quito. La empresa fue inicialmente creada con la técnica y servicio de socios alemanes y una familia ecuatoriana, quienes establecieron un lavado tanto en húmedo como en seco profesional y de calidad.

Posteriormente la empresa fue comprada únicamente por la familia Rúaless Moncayo, quienes mantuvieron el negocio hasta el año 2003 que fue cuando decidieron venderlo. Por esta razón un grupo de socios inversionistas decide comprar la empresa, y la misma deja de ser familiar.

La empresa contaba con una planta, 6 locales y 2 camionetas de servicio a domicilio. La calidad era bastante valorada por la clientela, había una fidelidad de los usuarios del servicio, sin embargo no aumentaban las ventas. La empresa fue adquirida con todo su personal, mismo que es estable y considerado base fundamental del know how.

Se adquiere la empresa en enero del año 2003. La empresa no tenía deudas con ninguna institución financiera ni banco. Y se estableció luego del análisis un plan estratégico, que contemplaba el crecimiento de ventas, mejoras tanto en el servicio como en la calidad con la actualización de maquinaria y procesos, así como la diversificación de servicios. Lavanderías Norte inicio el cambio en cuanto a la estrategia de ventas, la imagen, la organización institucional, la actualización de maquinaria, automatización, lo cual permitió la apertura de locales.

Actualmente contamos con 16 locales que están dando servicio al público en la ciudad de Quito y los Valles. Los locales están ubicados en el norte de la ciudad, y en importantes ubicaciones de los Valles de Cumbayá y San Rafael y nuestra clientela corresponde a un segmento de clase media alta y alta.

Planta principal Av. Amazonas N47-279 y Rio Palora (frente al antiguo aeropuerto).

El terreno y la edificación de la Planta es propiedad de la empresa

- Av. Coruña y Orellana
- Fybeca Cumbayá
- Tomas de Berlanga e Isla Genovesa
- Centro Comercial la Esquina (Cumbayá)
- Centro Comercial el Bosque
- Brasil e Hidalgo de Pinto
- Shyris y República del Salvador
- Catón Cárdenas y Av. Juan Procel (entrada Urba. El Condado)
- González Suárez
- Av. Gaspar de Villaroel (Parque Real)
- Av. Coruña y Orellana
- Plaza de las Américas (Cinemark)
- Plaza del Rancho
- Av. de los Granados (a media cuadra monumento al ciclista)
- San Rafael, frente al Mall San Luis

Estamos además dando servicio a domicilio con 3 vehículos, cuyo servicio es a través de Comisionistas propietarios de los vehículos.

Y contamos con tres plantas: Lavanderías Norte, Sanyclean y manejamos la planta de lavandería ubicada dentro del Hospital Baca Ortiz.

En el año 2006 los socios crean otra empresa dada la necesidad del mercado ya que no existía una lavandería industrial que procese en grandes volúmenes en húmedo, por lo que se divide en servicio doméstico e industrial. Lavanderías Norte continua en su expansión de ventas en lavado doméstico con servicio a domicilio y locales y lo que respecta a servicio industrial en seco a los mejores hoteles de la ciudad de Quito, compañías aéreas, uniformes de empresas, etc. Y se constituye Sanyclean S.A. que realiza el lavado industrial.

La decisión para dividir el negocio en dos líneas (doméstico e industrial) fue porque tienen estrategias comerciales, infraestructura técnica y operativa, totalmente distintas. De esta forma, nuestra meta es crecer los dos negocios en forma independiente lo que si hemos logrado con éxito desde su creación. Las dos empresas tienen el mismo paquete accionario.

En la actualidad estamos importando tecnología nueva y renovando alguna maquinaria, así como buscando implementar nuevos locales.

2.- Misión:

Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes un servicio de lavandería en seco y húmedo profesional y oportuno, con la mejor calidad del mercado, respaldados por la experiencia y tecnología adquirida durante años de servicio.

3.- Visión:

Nuestra visión es ser la empresa líder en servicios de lavandería y ofrecer una diversificación de servicios afines a lavandería para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

4.- Valores:

No aplica.

5.- Filosofía:

Brindar un servicio profesional que permita a nuestros clientes obtener el mejor lavado en agua y seco al mejor costo posible, con entregas puntuales, analizando las necesidades de cada cliente y satisfaciéndolas.

6.- Sistema Normativo:

- Los horarios del personal de planta y administrativo es de 08h00 a 17h00.
Este horario incluye una hora de almuerzo, el mismo que lo toman en un restaurante del barrio, que es analizado y revisado por mi persona antes de su contratación.
- Cuando empiezan a existir quejas cambiamos de lugar, tratando siempre de conseguir calidad y cantidad adecuada. El valor del almuerzo se divide entre el empleado y la empresa 50% cada parte. Incluso enviamos a realizar exámenes de laboratorio de la comida y bebida, esporádicamente. El almuerzo se ofrece solo en planta, es un apoyo al trabajador y se da solo en comida, no en dinero. Es nuestro interés fundamental que estén bien alimentados.
- Los días sábados trabajan medio día por turnos, para cubrir servicio de hoteles y locales.

- La empresa proporciona el uniforme a los empleados.
- Los locales tienen horarios diferentes, de 09h00 a 13h30 y de 15h00 a 19h00.
- Los locales de centro comercial funcionan con dos personas que se turnan el horario por ser más extenso.
- La empresa está realizando grandes esfuerzos a fin de cumplir con todas las normas de Salud y Seguridad.
- Cumplimos hasta el momento con las normas que indica tanto el MRL como el IESS.
- Nuestra política es estar siempre al día en los pagos de IESS, salarios, SRI.

7.- Identidad Visual:

Lavanderías Norte cuenta con un manual de Identidad visual, el cual fue renovado hace dos años, mostrando una imagen más moderna y fresca que se adapta completamente a sus públicos. (Anexo Manual).

8.- Mapa de Públicos (Nivel Interno):

La empresa está dividida en:

- **Administrativo:**

Gerente General – Gerente Administrativo – Asistente de Gerente - Encargado de Salud y Seguridad - Contabilidad.

- **Plantas:**

Supervisores – Trabajadores – Servicio de Mantenimiento.

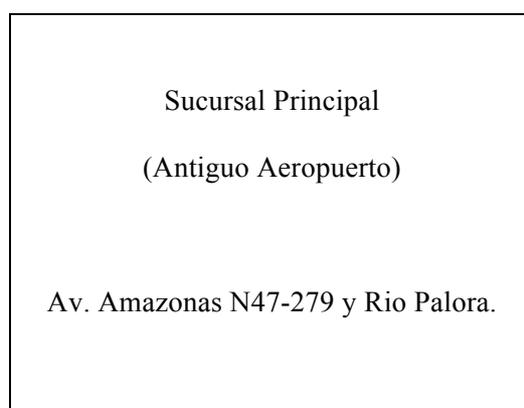
- **Locales:**

Recepcionistas (una persona por local, y dos en centros comerciales).

- **Servicio a domicilio:**

Choferes que son dueños de sus vehículos y prestan el servicio de transporte de las prendas del cliente a la planta y viceversa.

9.- Estructura Organizacional



Sucursal 1	Sucursal 2	Sucursal 3	Sucursal 4	Sucursal 5	Sucursal 6
------------	------------	------------	------------	------------	------------

Av. Coruña y Orellana.	Fybeca Cumbayá.	Tomas de Berlanga e Isla Genovesa.	Centro Comercial la Esquina (Cumbayá).	Centro Comercial el Bosque.	Brasil e Hidalgo de Pinto.
------------------------	-----------------	------------------------------------	--	-----------------------------	----------------------------

Sucursal 7	Sucursal 8	Sucursal 9	Sucursal 10	Sucursal 11	Sucursal 12
Shyris y República del Salvador.	Catón Cárdenas y Av. Juan Prócel.	González Suárez.	Av. Gaspar de Villarreal (Parque Real).	Av. Coruña y Orellana.	Plaza de las Américas (Cinemark).

Sucursal 13	Sucursal 14	Sucursal 15	Sucursal 16
Plaza del Rancho.	Av. de los Granados (a media cuadra monumento al ciclista).	San Rafael, frente al Mall San Luis.	

10.- Campañas Comunicacionales

Dentro de Lavanderías Norte no se ha realizado ningún tipo de campaña comunicacional interna a lo largo de su funcionamiento dentro del país.

11.- Tácticas Comunicacionales:

- **Reuniones:** Mensualmente realizan una reunión en la matriz donde se discuten los principales problemas y quejas de los clientes hacia el servicio que brinda lavanderías Norte, se da una retroalimentación a los empleados frente a estos problemas.

- **Cartelera:** Dentro de este medio la empresa informa todo lo que pasa dentro de la misma: Noticias, temas de seguridad, recomendaciones, sociales.
- **Skype:** Esta aplicación la posee cada una de las sucursales para crear una comunicación directa y rápida frente a los problemas laborales, quejas, interrogantes y toda la información que necesite una respuesta rápida.
- **Eventos Sociales:** realizan actividades extra laborales en fechas especiales como navidad, cumpleaños e integraciones. (Dos últimas canceladas)

Presentación de Resultados

“Auditoria Interna-Lavanderías Norte”

1.- Objetivo General

Determinar las fortalezas y debilidades fundamentales existentes en la Comunicación Interna de Lavanderías Norte.

2.- Objetivos Específicos

- Determinar el grado de conocimiento sobre los rasgos básicos de la identidad de la empresa por parte del público interno (misión, visión, valores, logotipo)

- Identificar el funcionamiento de los canales de comunicación que se manejan entre el personal de la institución.
- Determinar la eficacia de las herramientas comunicacionales utilizadas en cada sucursal de Lavanderías Norte.
- Detectar los problemas comunicacionales de cada sucursal para así identificar el ambiente laboral de los mismos.
- Identificar la imagen correcta respecto al jefe inmediato de los empleados para conocer sus fortalezas y debilidades de los jefes inmediatos.

3.- Métodos, Instrumentos o Técnicas de la Auditoría

3.1 Universo de Estudio:

Actualmente Lavanderías Norte cuenta con 53 personas que constituyen su universo. De los cuales se distribuyen de la siguiente manera.

Planta Principal: 35 Personas

Dentro de las Sucursales, trabajan 18 personas, repartidas en los distintos locales de la empresa; a excepción de las sucursales (Plaza del Rancho y Plaza de las Américas) en las cuales trabajan 2 personas.

4.- Modelo de Encuesta

"Lavanderías Norte"

Sexo: M F

Edad:

1. - Conoce usted la MISIÓN que tiene Lavanderías Norte:

Si

No

2.- Si su respuesta fue Sí, señale la opción correcta:

Misión:

A. Nuestra misión es realizar trabajos de lavandería en seco y húmedo, ofreciendo óptimos resultados en cada una de las prendas que lleguen a Lavanderías Norte, basándonos en la calidad, delicadeza y trabajo en cada uno de nuestros servicios.

B. Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes un servicio bueno de lavandería, con gran esfuerzo y dedicación por parte de quienes conforman Lavanderías Norte junto a una excelente tecnología alemana.

C. Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes un servicio de lavandería en seco y húmedo profesional y oportuno, con la mejor calidad del mercado, respaldados por la experiencia y tecnología adquirida durante años de servicio.

3.- Conoce usted la VISIÓN que tiene Lavanderías Norte:

Si

No

4.- Si su respuesta fue sí, señale la opción correcta:

Visión:

A. Nuestra visión es ser la empresa líder en servicios de lavandería y ofrecer una diversificación de servicios afines a lavandería para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

B. Nuestra visión es ser la mejor empresa en lavado en seco y húmedo del país, adquiriendo mayor tecnología para una mejor productividad en nuestros resultados.

C. Nuestra visión está dirigida a representar de la mejor manera a todas las lavanderías que pertenecen a nuestra empresa, creando la oportunidad de un crecimiento empresarial continuo y exitoso en nuestro país.

5.- Señale 3 principales valores de Lavandería Norte

Honestidad _____.

Creatividad _____.

Calidad _____.

Eficiencia _____.

Trabajo en Equipo _____.

Dedicación _____.

Pasión _____.

Responsabilidad _____.

Esfuerzo _____.

Desarrollo Personal _____.

6.- Ponga con una X cuál es la imagen correcta de Lavanderías Norte

Lavanderías Norte:



B



7.- Señale 2 de las herramientas de comunicación que más utiliza en su trabajo:

Cartelera _____.

Mail _____.

Mensajes de Texto _____.

Reuniones _____.

Otra: _____.

8.- Califique las herramientas de comunicación que se manejan dentro de Lavanderías Norte, siendo 1 la menos efectiva y 5 la más efectiva.

Cartelera 1 2 3 4 5

Mensajes de Texto 1 2 3 4 5

Reuniones Mensuales 1 2 3 4 5

Comunicados 1 2 3 4 5

Mail 1 2 3 4 5

Reuniones Semanales 1 2 3 4 5

9.- Señale 2 opciones sobre qué tipo de información le gustaría recibir a usted dentro de la empresa.

Noticias de la empresa _____.

Eventos _____.

Cumpleaños _____.

Beneficios _____.

Descuentos _____.

Otro: _____.

10.- Señale con una X cuál de las siguientes actividades realiza con sus superior.

ACTIVIDADES	SI	NO
Tiene una relación de confianza		
Siente que puede acudir a él o ella cuando tiene un problema		
Su superior valora su trabajo		
Usted siente un respeto mutuo		

Escriba el nombre de su superior: _____.

11.- En su opinión, ¿de qué manera se transmite la información dentro de Lavanderías Norte?

Señale solo una opción.

- Del jefe a empleado _____.
- De empleado a empleado _____.

- De empleado a jefe _____.
- Entre áreas _____.

12. ¿Ha realizado alguna sugerencia que beneficie a su trabajo?

A. SI _____ B. NO _____

¿A quién?

13.- ¿Recibió alguna respuesta?

A. SI _____ B. NO _____

14.- Qué medio utilizó para realizar dicha sugerencia?

Carta _____.

Entrevista personal _____.

Llamada telefónica _____.

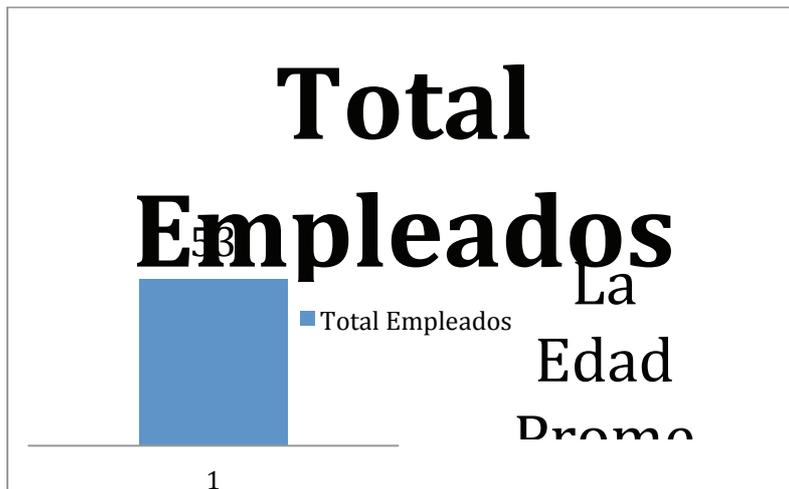
Otro, indique cuál: _____.

"Buscamos hacer de Lavanderías Norte un lugar de trabajo mejor para todos quienes trabajan aquí.

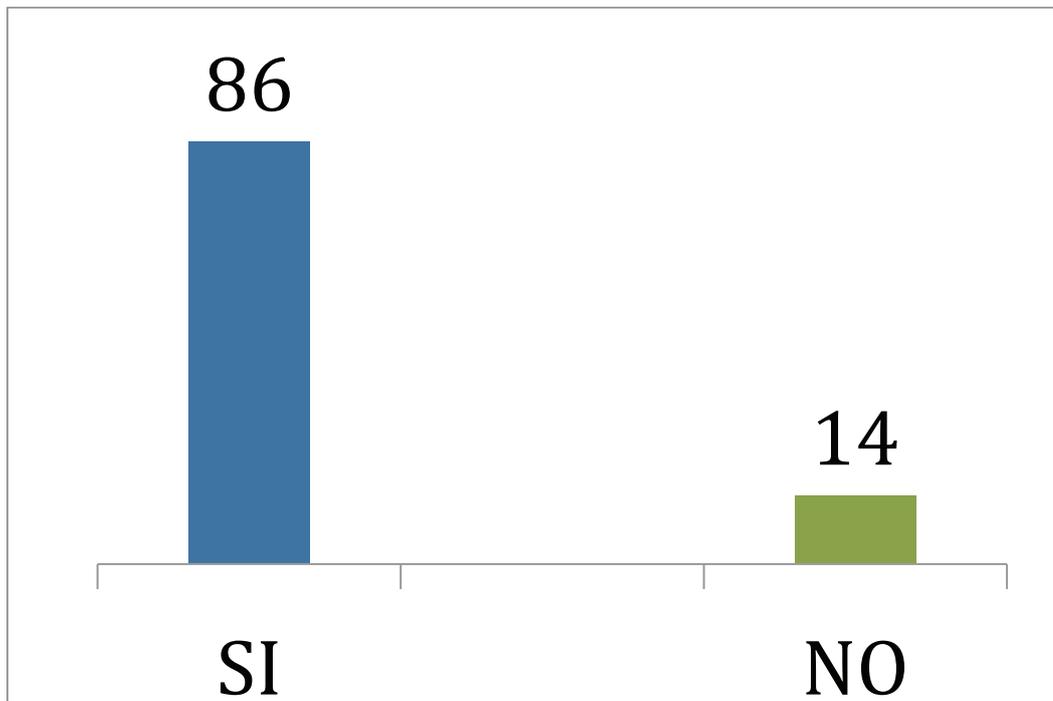
Gracias por permitirnos entrar en su entorno laboral"

5.-Presentación de Resultados

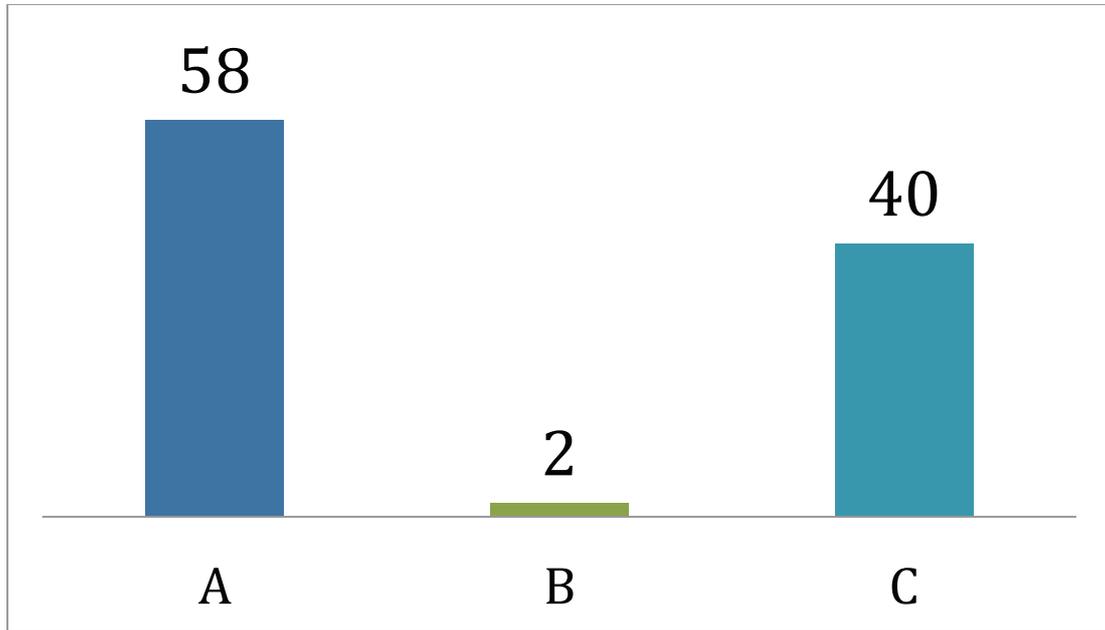
- Edad Promedio y Número de Empleados.



- 1) Conoce usted la misión, visión que rigen a Lavanderías Norte:

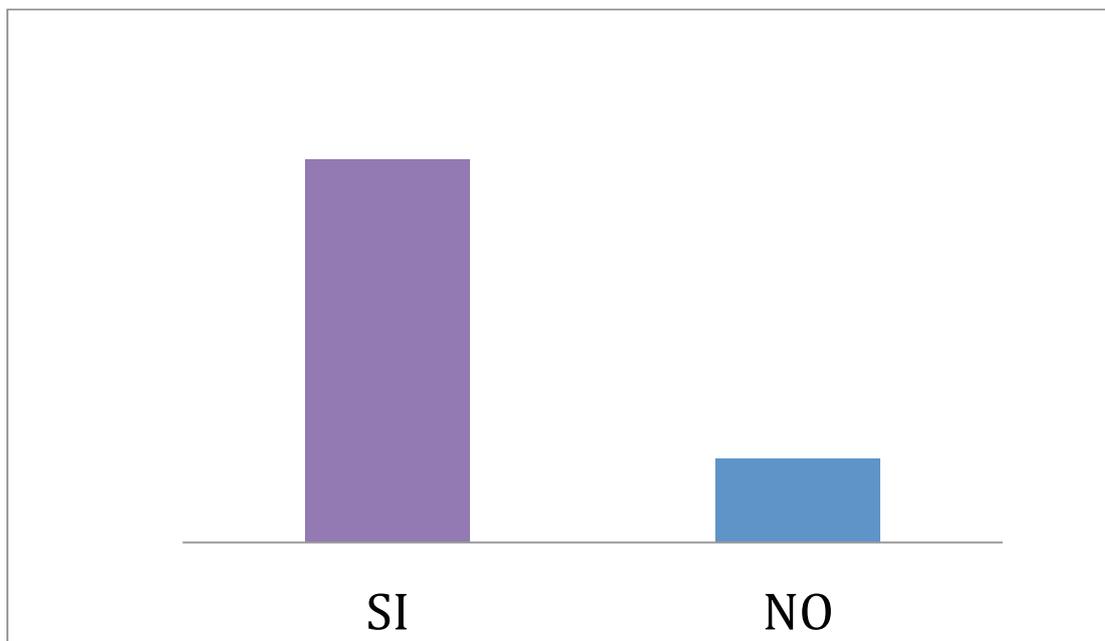


2) Si su respuesta fue Sí, detalle:

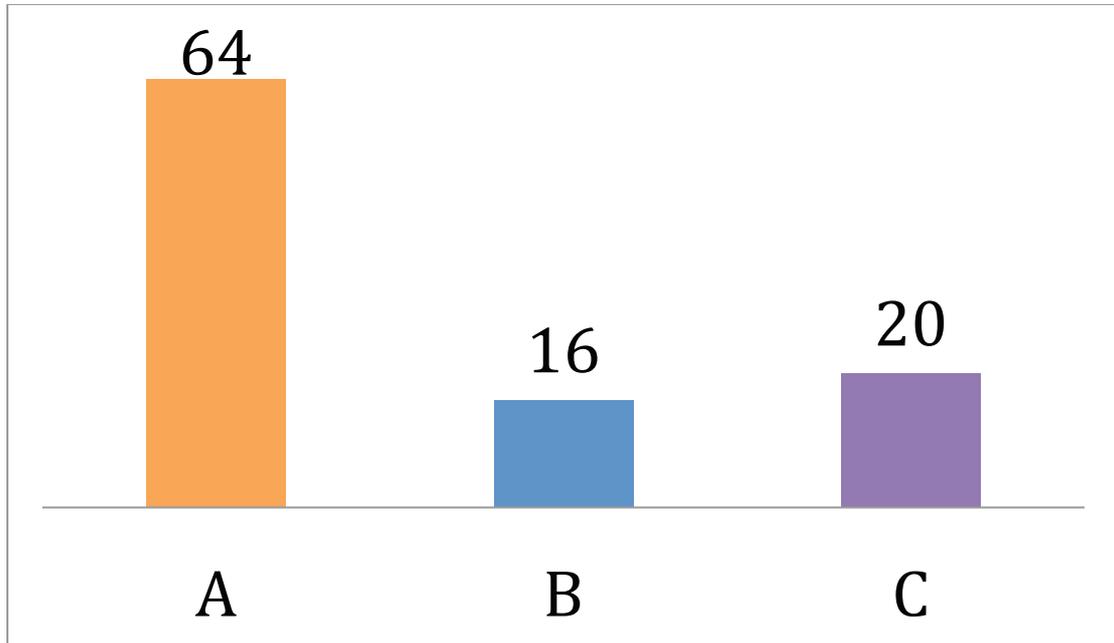


Respuesta C: Correcta.

3) Conoce usted la VISIÓN que tiene Lavanderías Norte:

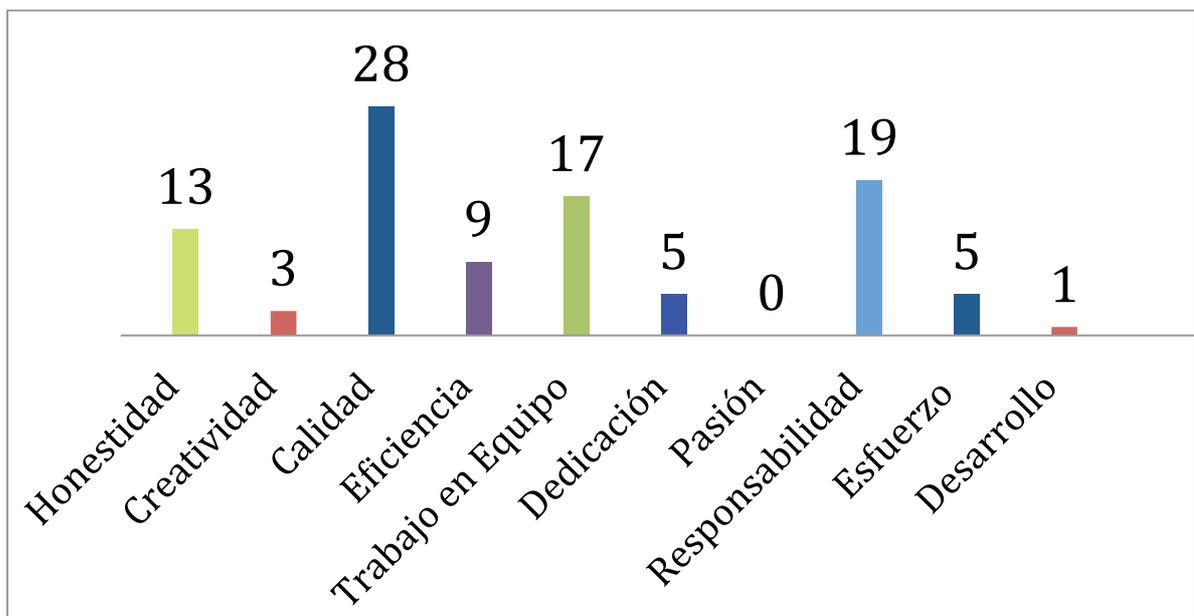


4) Si su respuesta fue sí, señale la opción correcta:

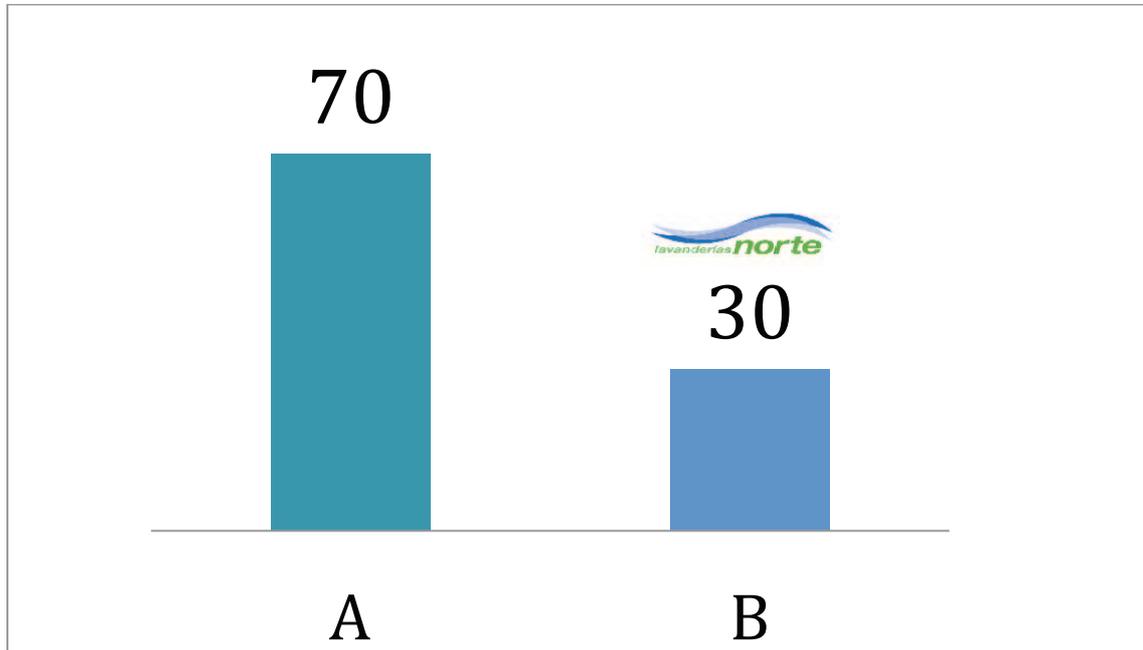


Respuesta Correcta: A.

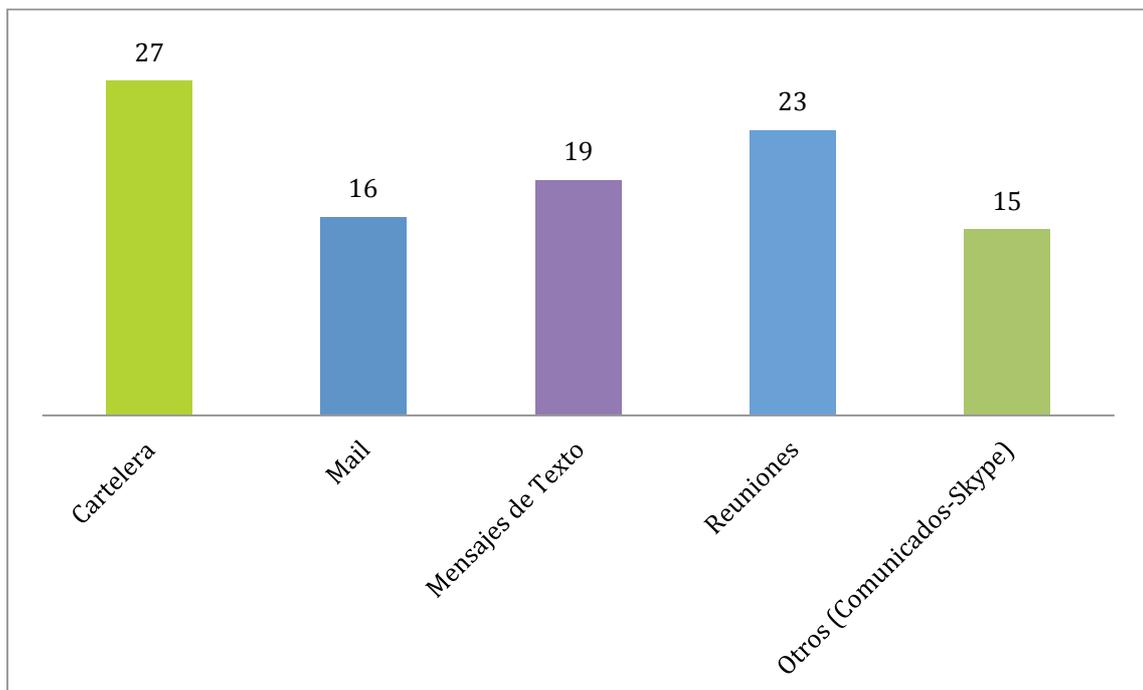
5.- Señale 3 principales valores de Lavandería Norte:



6.- Ponga con una X cuál es la imagen correcta de Lavanderías Norte:

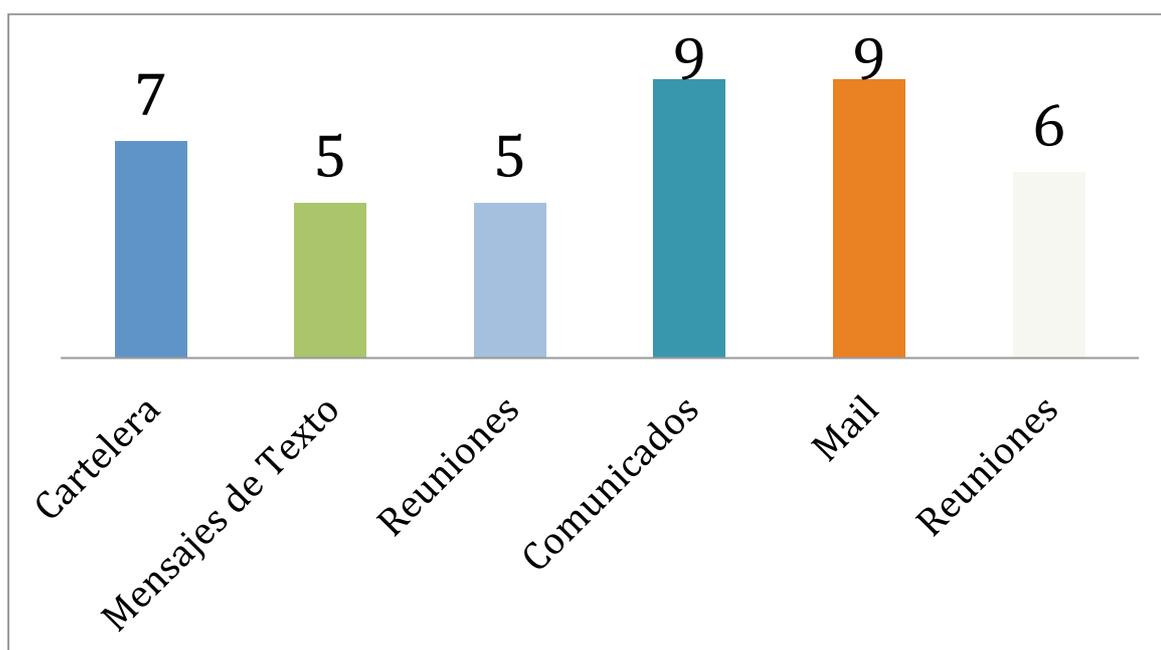


7.- Señale 2 de las herramientas de comunicación que más utiliza en su trabajo:

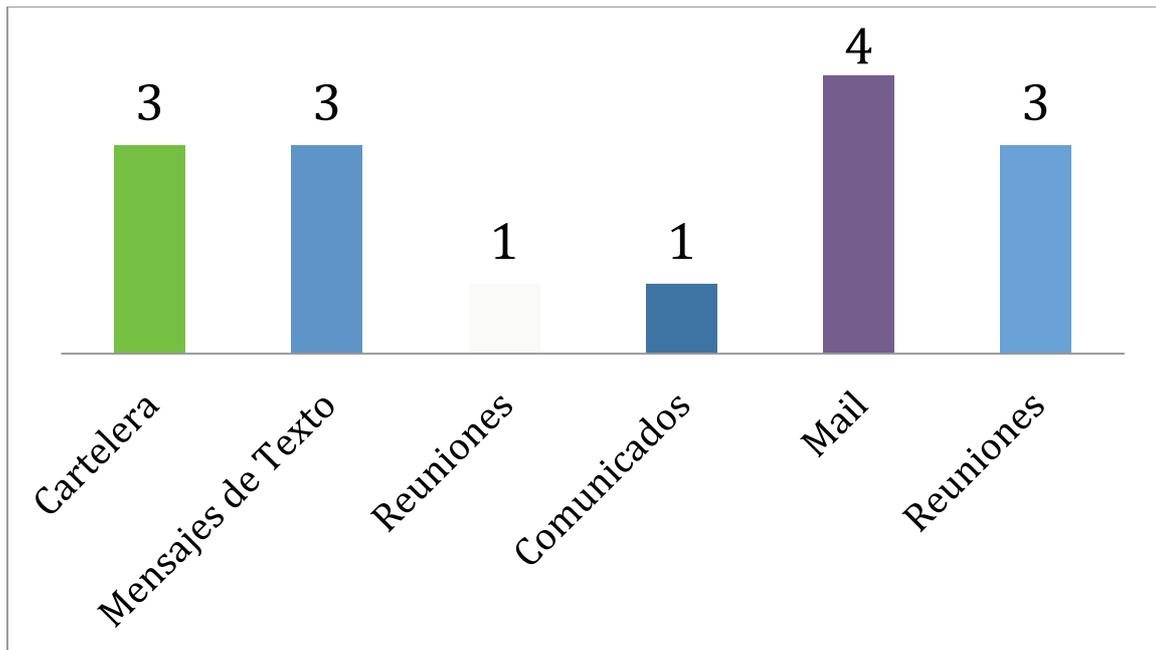


8.- Califque las herramientas de comunicación que se manejan dentro de Lavanderías Norte, siendo 1 la menos efectiva y 5 la más efectiva.

	1	2	3	4	5
Cartelera	5	0	7	9	11
Mensajes de Texto	5	2	4	5	8
Reuniones Mensuales	2	3	6	8	8
Comunicados	1	0	11	5	15
Mail	7	1	1	4	10
Reuniones Semanales	5	7	2	1	6
Total Columnas	25	13	31	32	58
Total	159				

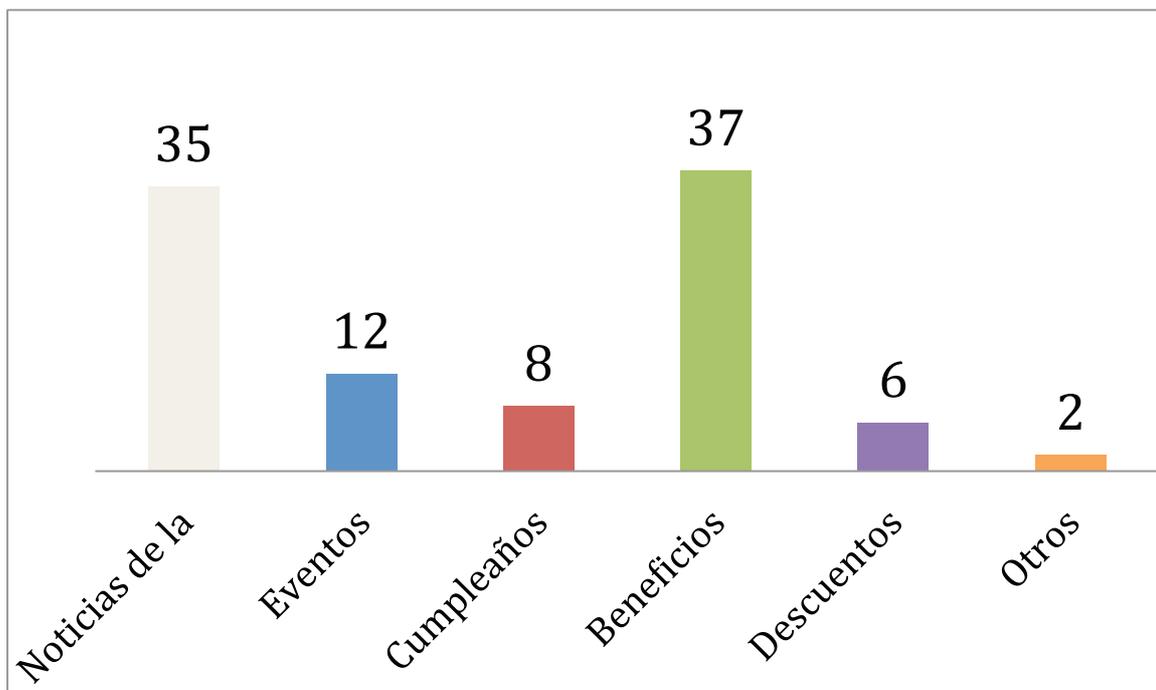


Ejemplo de la calificación 5.

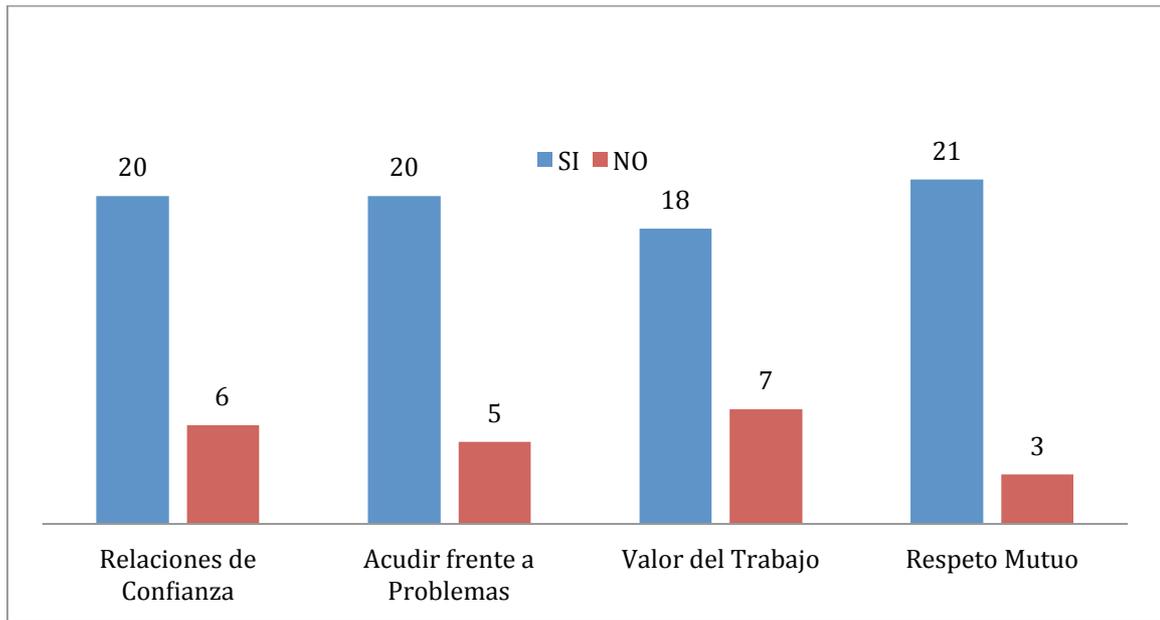


Ejemplo de la calificación 1.

9.- Señale 2 opciones sobre que tipo de información le gustaría recibir a usted dentro de la empresa.

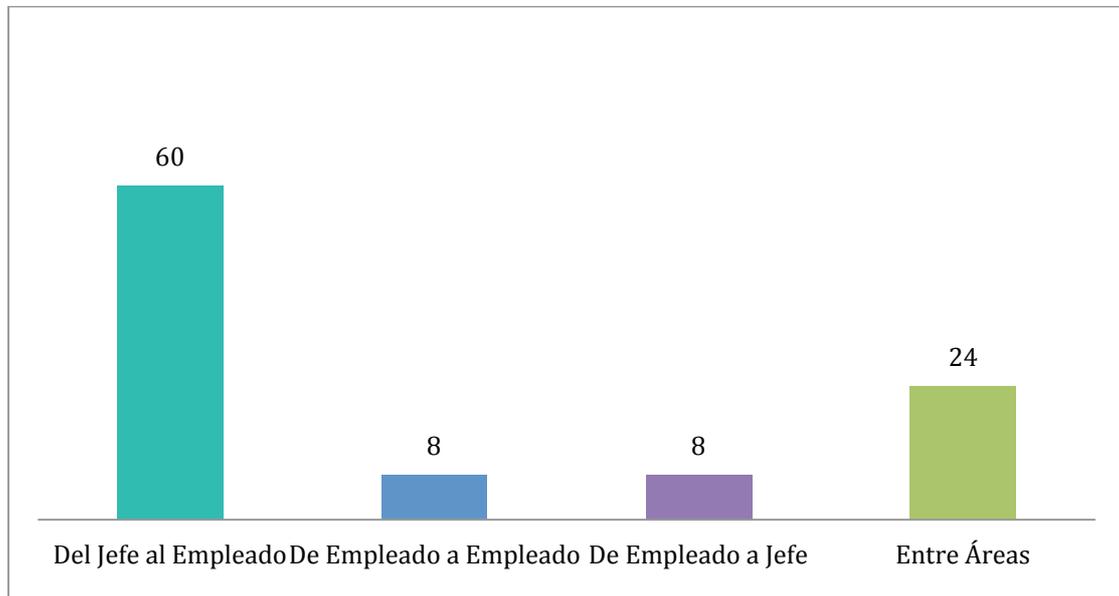


10.- Señale con una X cuál de las siguientes actividades realiza con sus superior.

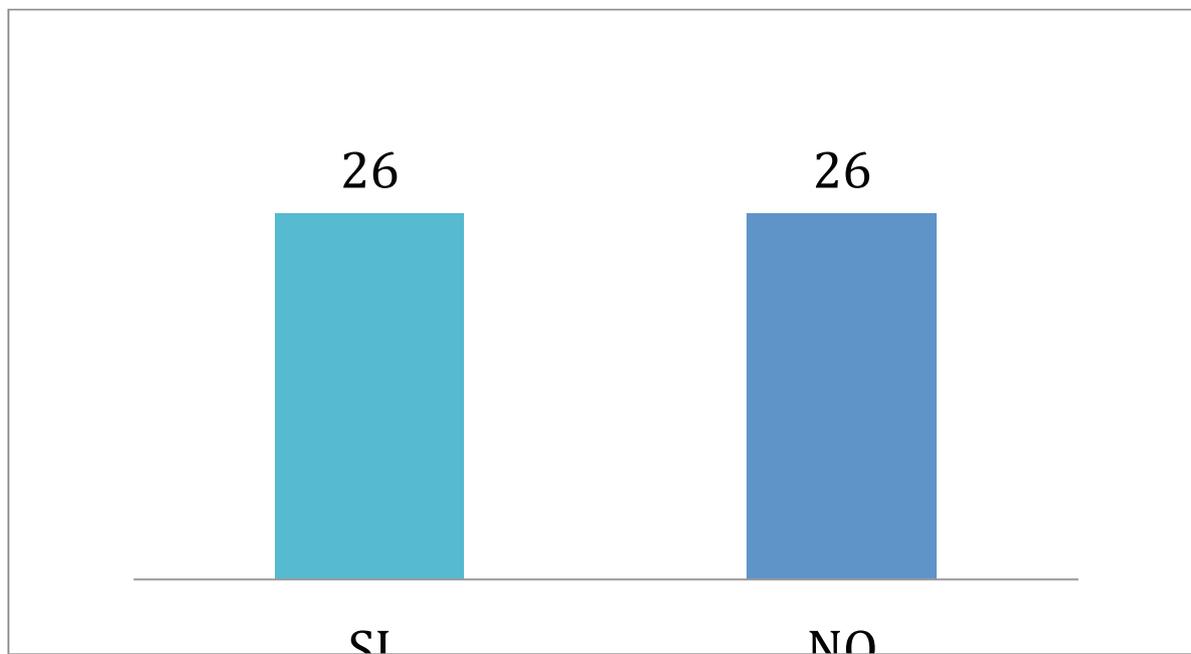


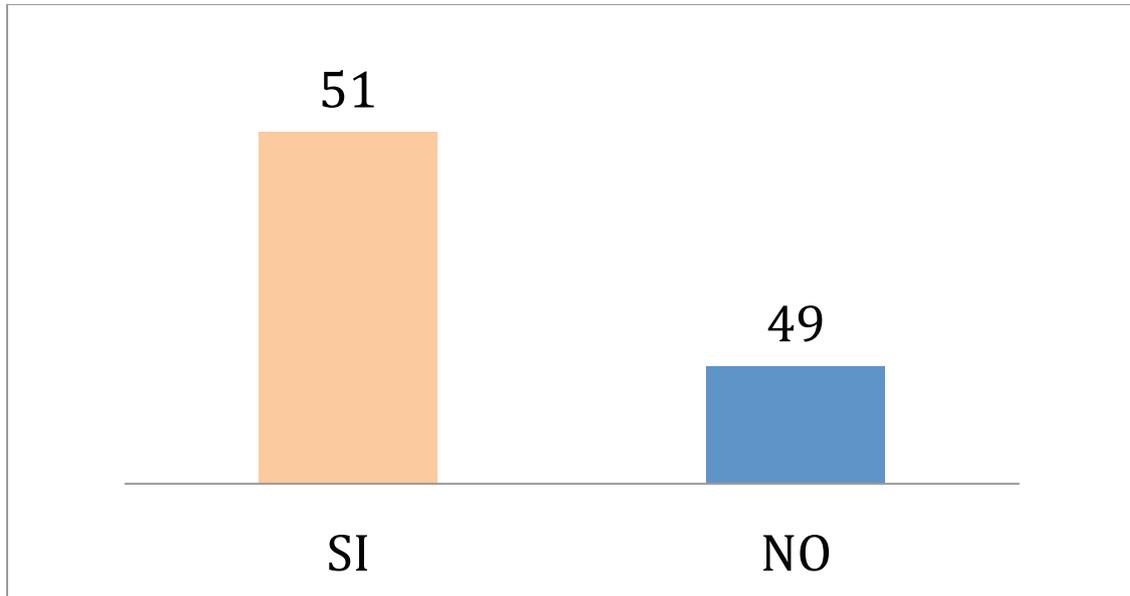
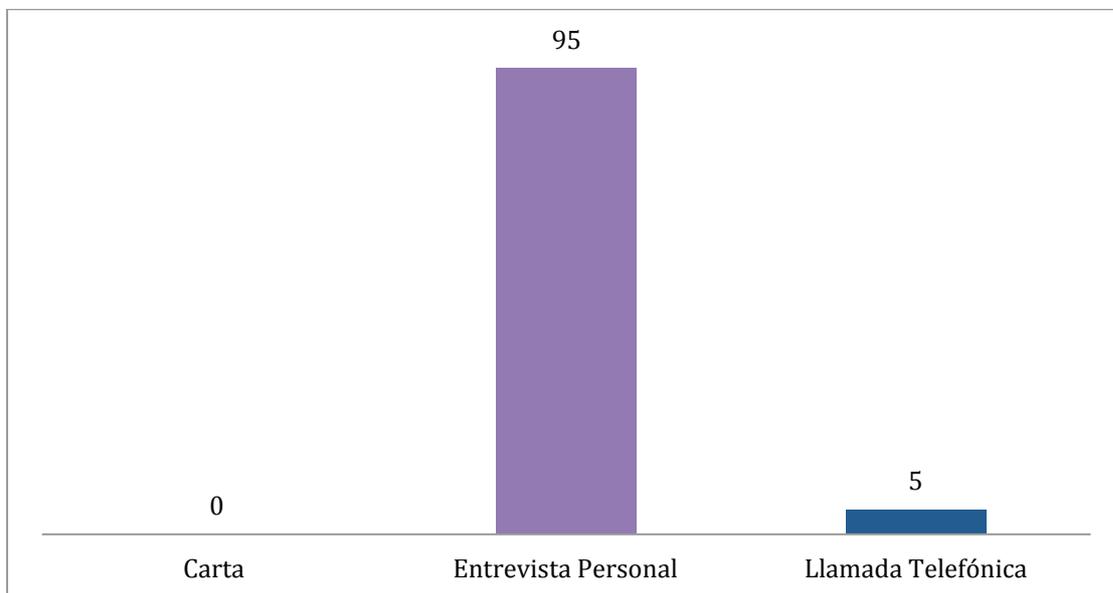
Lourdes Cárdenas	31
Mauricio Terán	20
Lucia Llumichinga	3
Greace	18
Rafael	2
Cristian Rodríguez	7
Ing. Zamora	2
Soledad	2
Ninguno	15

11.- En su opinión, ¿de qué manera se transmite la información dentro de Lavanderías Norte? Señale solo una opción.



12. ¿Ha realizado alguna sugerencia que beneficie a su trabajo?



13.- ¿Recibió alguna respuesta?**14.- Qué medio utilizó para realizar dicha sugerencia?**

6.- Conclusiones:

A nivel de identidad:

- Los empleados de Lavanderías Norte en su mayoría dicen conocer la misión, sin embargo una minoría contestó correctamente.
- Por otra parte, los empleados tienen un conocimiento claro acerca de la visión de la empresa.
- La mayoría de los empleados conocen la imagen correcta de Lavanderías Norte, sin embargo la gran mayoría de las respuestas se dieron en base a una confusión entre una imagen y otra de Lavanderías Norte.

A nivel comunicacional:

- Se encontró que de las pocas herramientas de comunicación que utiliza Lavanderías Norte no están bien utilizadas ni establecidas hacia los empleados dentro de la empresa, tanto a nivel de su sucursal principal y de las diferentes sucursales.
- Otras herramientas como los comunicados y las reuniones deben ser mejoradas notoriamente, ya que cada una de estas únicamente se utiliza con un fin de informar reglas, normas, cambios; más no se da una retroalimentación beneficiosa para ambas partes.
- Dentro de una de las herramientas más utilizadas dentro de Lavanderías Norte, las carteleras, deben tener información importante para la organización, principalmente para los empleados, ya que son el público interno principal que utiliza esta día a día.
- Uno de los grupos con el que más se necesita trabajar dentro de Lavanderías Norte, es el personal que trabaja en las diferentes sucursales de la empresa, ya que estos se encuentran desmotivados, insatisfechos con relación a la comunicación interna que se maneja internamente en la empresa como tal.
- Finalmente, creemos que es muy importante mencionar que de manera general, el personal de Lavanderías Norte posee una grave confusión acerca de quien es su jefe inmediato, las encuestas nos permitieron valorar la confusión que existe dentro de este tema; a más de crear

una confusión con los resultados de que la información que se maneja dentro de la empresa se da de JEFE-EMPLEADO, planteándonos la conclusión que los empleados no saben a quién deben regir resultados.

7.- Recomendaciones:

- Como primera recomendación, planteamos que Lavanderías Norte necesita fomentar el conocimiento del personal interno, para que cada miembro conozca a que persona dirigirse frente a una u otra situación.
- A su vez, creemos fundamental trabajar con la nueva imagen que tiene Lavanderías Norte, para crear una identidad por parte de los empleados hacia la empresa, creando un efecto directo hacia el exterior.
- Trabajar con las herramientas de comunicación existentes, mejorarlas creando nuevas estrategias y técnicas que permitan que estas posean una mayor efectividad dentro de la empresa, de esta manera, lograremos combatir con la desmotivación de los empleados.
- Y, manejar un tema de igualdad entre cada miembro de Lavanderías Norte, especialmente, lo que se refiere a la Sucursal Principal y las diferentes Sucursales que posee la empresa.

Capítulo 4: Campañas de Comunicación Interna

1) Objetivos Comunicacionales

1.1) Objetivo General

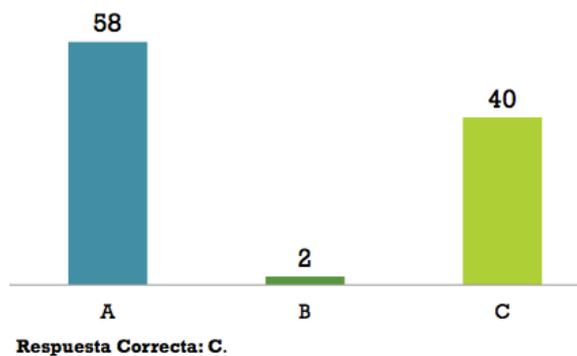
Mejorar la comunicación interna de Lavanderías Norte fomentando dentro del público interno , el conocimiento de la identidad, uso eficaz de herramientas comunicacionales, mediante la estimulación efectiva de la motivación dentro de quienes conforman la empresa.

1.2) Problemas:

a) Lavanderías Norte posee un total desconocimiento a nivel de identidad, además de estar incompleto (valores), existe gran confusión por parte de los empleados.

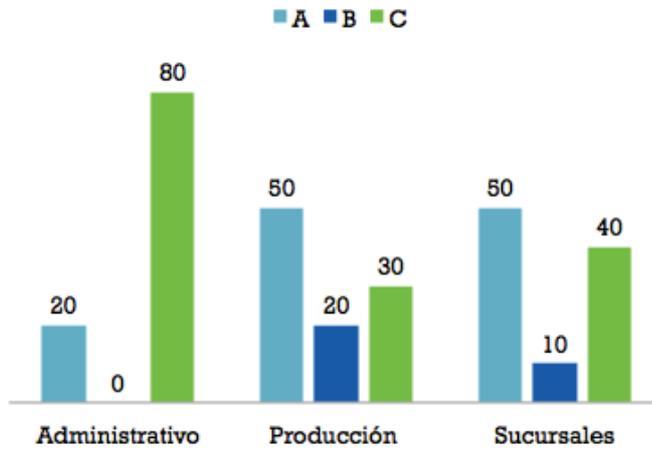
Desconocimiento en un 60% a nivel general de la misión de Lavanderías Norte.

Evidencia:



Por áreas

**2.- Si su respuesta fue Sí, detalle:
ÁREA**



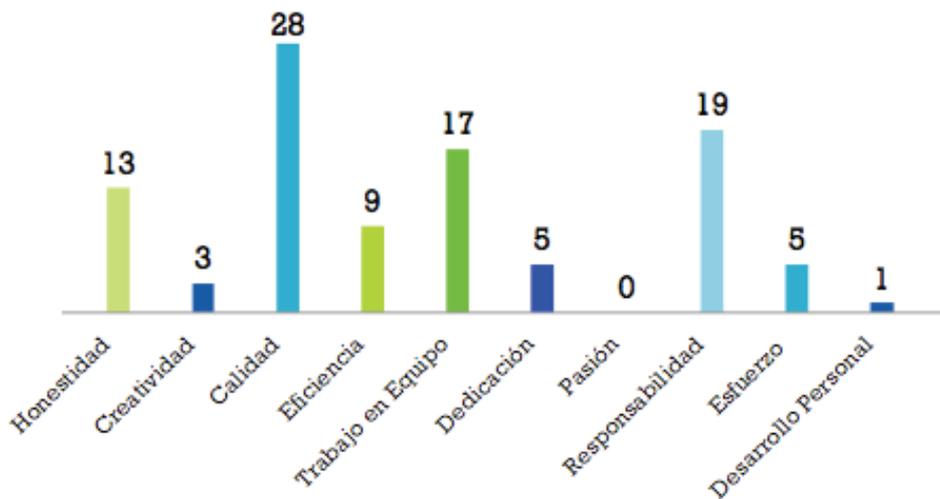
Respuesta Correcta: C.

A nivel de valores los más escogidos fueron:

Calidad

Trabajo en Equipo

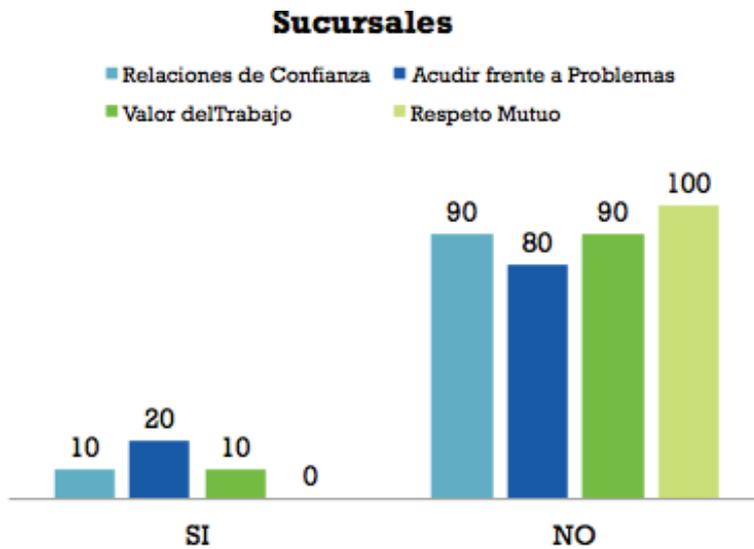
Responsabilidad



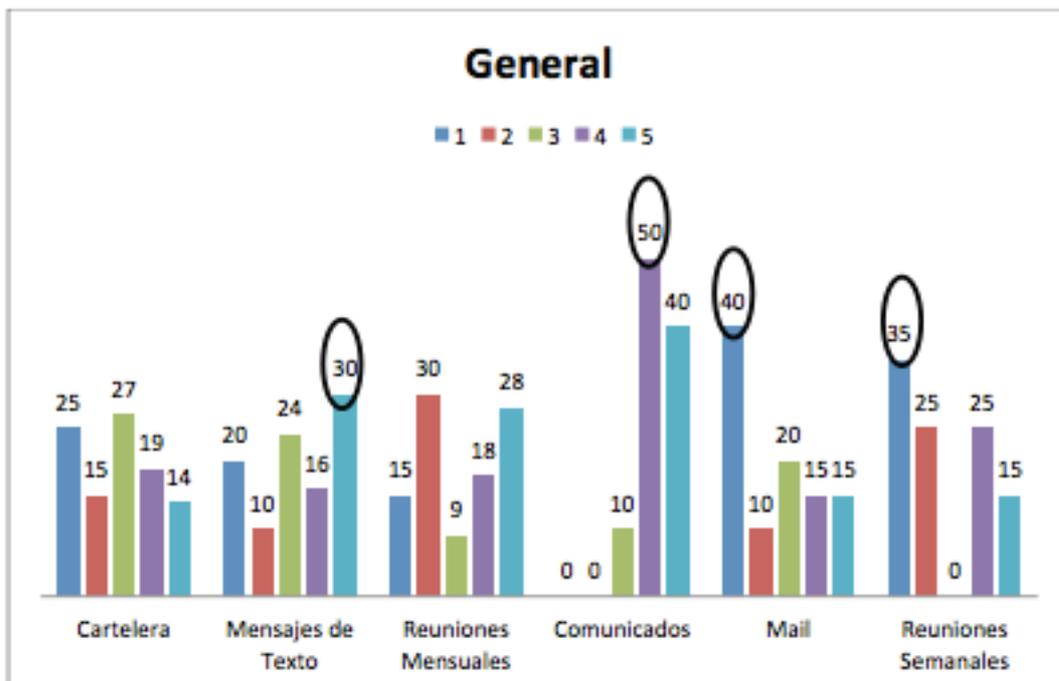
b) Existe un ambiente tenso y poco agradable por parte de los empleados, estos se sienten desmotivados, creando un clima laboral negativo.

Evidencia:

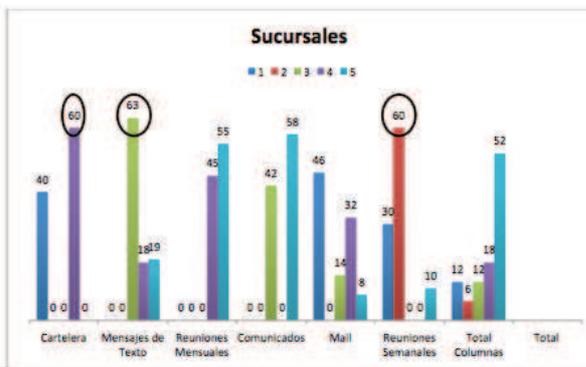
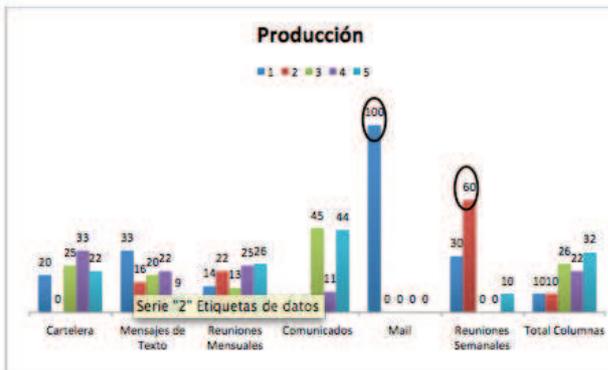
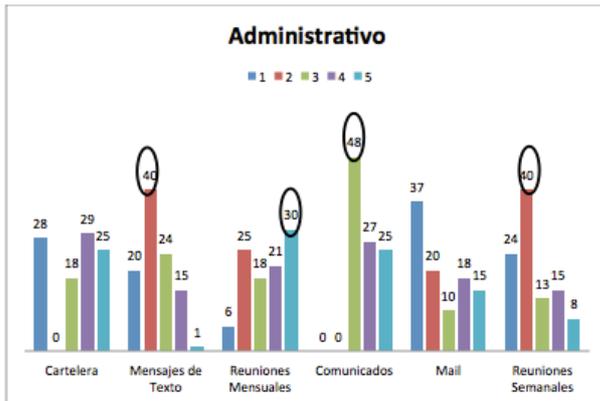
Charlas y entrevistas personales con empleados internos de Lavanderías Norte. Sobre todo en el área de sucursales. En las cuales además no hay relaciones de confianza.



c) Lavanderías Norte posee un manejo inadecuado de sus herramientas de comunicación (Cartelera, Reuniones, Entre Otros)



Por áreas:



d) Se necesita trabajar la relación Autoridad-Empleado, ya que esta ni siquiera existe dentro de Lavanderías Norte.

Evidencia: General