

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

**PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA
NEXSYS DEL ECUADOR**

Montserrat Estefanía López López

Gustavo Cusot, MBA, Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito
para la obtención del título de Tecnóloga en Relaciones Públicas

Quito, enero de 2014

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACION DE TESIS

Propuesta de Plan de Comunicación Interna para Nexsys del Ecuador

Monserrat López López

Gustavo Cusot, MA.

.....

Director de Tesis

Vicedecano Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Jorge Barba, Ing.

.....

Decano del Colegio de Tecnologías

Quito, enero 2014

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Nombre: Monserrat Estefanía López López

C. I.: 1720027604

Fecha: Quito, enero 2014

Resumen

El objetivo de este proyecto persigue comprender cuán importante es conocer la esencia de la organización para poder proceder a una auditoría de comunicación interna y posterior a esto con un plan de acción. Este proyecto trata dos directrices esenciales para el buen funcionamiento de la empresa, que son tanto la planificación estratégica de comunicación y la detección de cada público que va ligado tanto con el manejo adecuado de los canales y formas de comunicación, como la construcción del mensaje; pero con un claro manejo del público interno de la empresa. Conocer su infraestructura, cuáles son sus necesidades prioritarias, su nivel de influencia o impacto, para poder partir con estrategias adecuadas, pues dentro todos deben manejar los códigos de comportamiento, sentimiento de pertenencia hacia la compañía y una visión de cultura organizacional; todo esto sustentado bajo una comunicación interna adecuada. Los empleados son el vínculo directo con los públicos externos, cada persona de la empresa, es la empresa en sí, es decir con sus actos y comportamientos expresa lo que la compañía es, y es por todo lo expuesto la importancia de la aplicación de esta propuesta de plan de comunicación interna para Nexys del Ecuador.

Abstract

The objective of this project seeks to understand how important it is to know the essence of the organization to conduct an internal audit and subsequent communication to this with an action plan. This project addresses two essential guidelines for the proper functioning of the company , which are both strategic communication planning and the detection of each audience which is linked both to the proper management of the channels and forms of communication, such as the construction of the message; but with a clear public internal management of the company. Learn their core, what are their priority needs, their level of influence or impact, to leave with some appropriate strategies, for within all must manage codes of behavior, feeling of belonging to the company and a vision of organizational culture, all this sustained under proper internal communication. Employees are the direct link and connection to the external public, everyone in the company is the company itself, it means that with his actions and behavior employees expresses what the company is, and that grounds the importance of the application of this proposed plan for internal communication of Nexsys del Ecuador.

TABLA DE CONTENIDO

1. Historia de Nexsys del Ecuador	8
2. Filosofía Corporativa.....	9
2.1 Visión	9
2.2 Misión.....	9
2.3 Valores	10
2.4 Estructura Organizacional	10
2.5 Mapa de Públicos.....	11
3. Investigación.....	12
3.1 Objetivo de la Investigación	12
3.2 Objetivos Específicos de Investigación	12
4. Resultados Encuestas (Ver cuadros en Anexos).....	13
5. Diagnóstico	15
6. Planificación.....	16
6.1 Objetivo General	16
6.2 Objetivos Específicos	16
7. FASE 1: IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA A NIVEL INTERNO.....	17
7.1 Cronograma de Actividades	18
7.2 Presupuesto	18
8. FASE 2: NUEVA CONCEPCIÓN DE NEXSYS	19
8.1 Cronograma de actividades	19
8.2 Presupuesto	20
9. FASE 3: INTEGRACIÓN	20
9.1 Cronograma de actividades	21
9.2 Presupuesto	21
Anexos.....	22
Bibliografía.....	38

1. Historia de Nexsys del Ecuador

Empresa fundada en el año 1988 en Colombia como uno de los primeros distribuidores de software en América Latina. Hoy en día tiene presencia en el Caribe, Centro América y Sur como socio estratégico para fabricantes y canales de distribución gracias a su conocimiento del mercado, modelo de distribución, estructura de servicio y el esquema de desarrollo de canales. Es el primer mayorista de valor agregado en soluciones de tecnología de información en la región y tiene relación con 23 fabricantes líderes mundiales del mercado IT.

Su actividad principal es ser mayoristas de Software en Latino América, y que posee relación de negocios con los más importantes fabricantes de Tecnología (IT). A continuación se indica cuáles son y qué servicios prestan:

Figura 1: Proveedores de tecnología



Fuente: Archivos Nexsys

Figura 2: Nexsys en América Latina



Fuente: Archivos Nexsys

2. Filosofía Corporativa

2.1 Visión

“Ser reconocidos como el mayorista de valor agregado en soluciones de tecnología de información más importante de Latinoamérica”

2.2 Misión

“Llevar al mercado las soluciones de los más importantes fabricantes de tecnología de información a nivel mundial a través de una sólida red de socios de negocios,

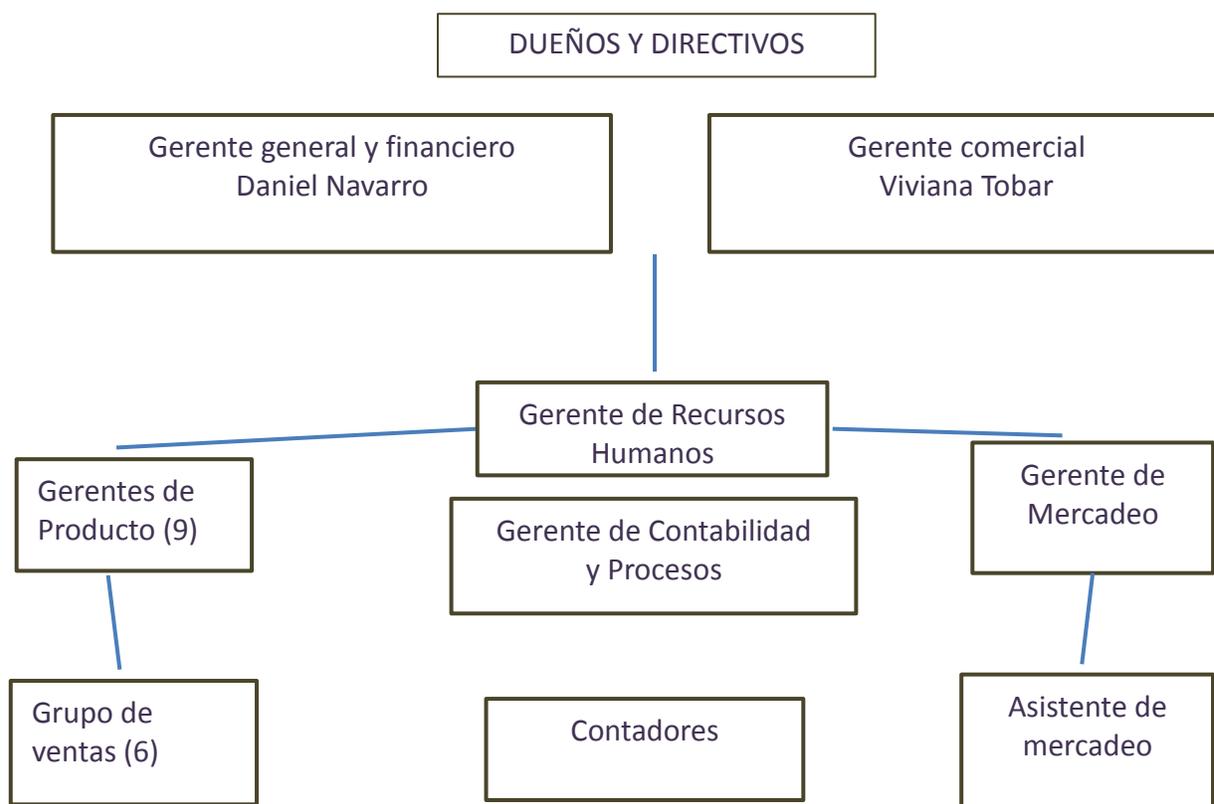
procesos claramente definidos y un equipo humano altamente calificado y comprometido”

2.3 Valores

- Eficiencia
- Rapidez en servicio
- Calidad

2.4 Estructura Organizacional

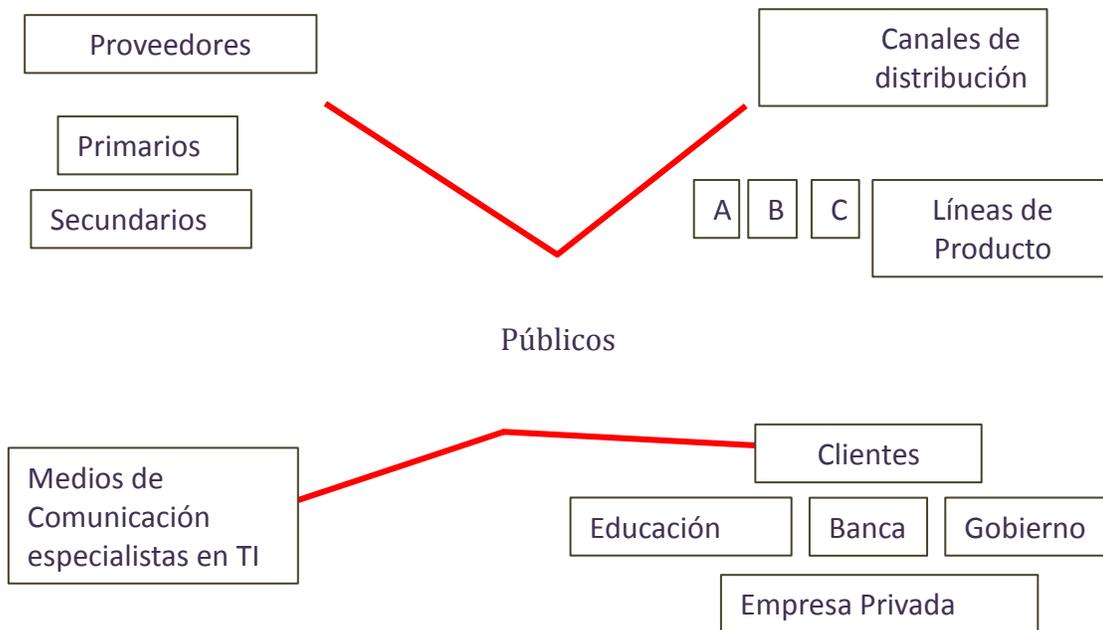
Figura 3: Estructura Organizacional de Nexsys



Fuente: Archivos Nexsys

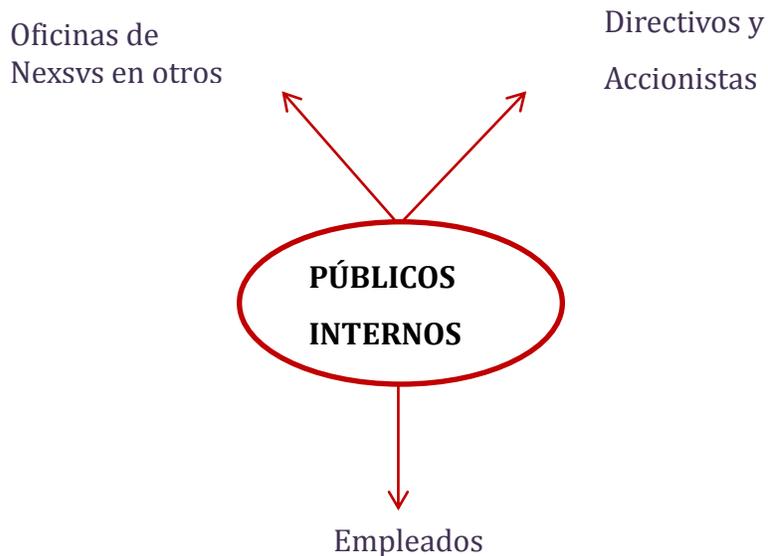
2.5 Mapa de Públicos

Figura 4: Diagrama Área Públicos



Fuente: Observación Directa (Empresa)

Figura 5: Diagrama Área Públicos Internos



Fuente: Observación Directa (Empresa)

3. Investigación

Como un paso fundamental para poder aplicar encuestas, es necesario detallar los siguientes parámetros que fueron utilizados como base para la investigación y diagnóstico.

- Nexsys cuenta con 47 personas actualmente, por lo que este es el tamaño real de la muestra.
- Las encuestas fueron tabuladas de forma general debido a que se cuenta con pocas personas para poder hacer una segmentación por departamentos, los resultados se visualizan de una mejor manera de manera general.

3.1 Objetivo de la Investigación

Detectar cuáles son los principales problemas de comunicación interna, con el fin de proponer soluciones que influirán en el desarrollo organizacional y éxito empresarial.

3.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Medir el nivel de identificación de los trabajadores con la identidad de la organización.
- Conocer las herramientas de comunicación más utilizadas y cuáles de estos canales de comunicación las personas prefieren utilizar.
- Medir el nivel de reputación y manejo de marca.

4. Resultados Encuestas (Ver cuadros en Anexos)

En base a las encuestas realizadas a los 45 empleados de Nexsys del Ecuador se pudo notar que el 67% de las personas encuestadas conoce la misión de Nexsys y que todas ellas se sienten identificadas con las Filosofía, misión y visión de la empresa.

Es importante destacar en el gráfico 3 que la gente está de acuerdo que los valores por los que se identifican a Nexsys son:

- a) Responsabilidad
- b) Confianza
- c) Compromiso

También se comprobó que en un 90% hay un claro conocimiento de los colores corporativos, el blanco, rojo y negro fueron predominantes en los resultados.

Las herramientas de comunicación más utilizadas dentro de las horas laborales son el sistema de correo LOTUS y el chat interno SAMETIME, es decir la gente encuentra útil estas herramientas dadas por la empresa.

Otro resultado interesante fue encontrar que las personas dentro de la empresa identifican la comunicación interna es de forma vertical a descendente es decir que

la información en su mayoría se transmite de jefes a empleados. Es algo sumamente importante notar que este resultado es del 67% de los encuestados más de la mitad de Nexsys.

Además que el 76 % de los empleados de Nexsys prefieren la comunicación personal y el correo electrónico para comunicarse con su jefe o compañeros de trabajo.

Fue importante detectar que dentro de la empresa las personas muestran interés por hacer sugerencias para cambios y mejoras el 64% de los encuestados afirman expresar sus inquietudes.

Estas personas tienden a dirigir sus inquietudes en pocas ocasiones a la gerencia general, este 34 % que sí lo hace son en su mayoría gerentes de producto, canalizan sus sugerencias a gerencia ya que es su jefe directo.

Existe un buen nivel de satisfacción en cuanto a la percepción de las personas, se sienten escuchados y que sus sugerencias son tomadas en cuenta, sin embargo existe un 26% que no encuentra respuestas a sus inquietudes.

Se maneja un discurso positivo en general casi el 90 % de las personas, se sienten a gusto con su cargo, manejan un concepto positivo de su cargo dentro de la empresa.

Se determinó que las personas de Nexsys del Ecuador, consideran fundamental las buenas relaciones interpersonales y una buena organización para tener un lugar óptimo de trabajo.

✓ **Focus Group**

Se manejaron cuatro preguntas fundamentales a dos grupos de 8 personas cada uno.

Las preguntas fueron:

- ¿Cuál sería tipo de comunicación ideal de comunicación y por qué?
- ¿Cree usted que el manejo de comunicación vertical en Nexsys colabora con el desarrollo organizacional, qué sugiere?
- ¿Cuál cree usted que es el problema comunicacional más importante en Nexsys?

5. Diagnóstico

En base al estudio de los resultados se pudo concluir que.

- Califican a Nexsys del Ecuador como un buen lugar para trabajar, aunque existe una falencia en la identidad con la marca.
- Jefes y subalternos manejan buenas relaciones, no se detectó mayor conflictos, aunque los empleados buscan más incentivos
- Existe un buen clima laboral
- En cuanto al canal de comunicación que se maneja se debería optar por introducir nuevas estrategias de comunicación, a través de más reuniones con

todo el personal, encuestas, la comunicación de empleados a jefes y mayor contacto de los empleados con la marca.

6. Planificación

6.1 Objetivo General

- Desarrollar una campaña de comunicación interna que permita mejorar el involucramiento e identificación del personal con la compañía, en aras de mejorar los procesos de comunicación tanto internos como externos.

6.2 Objetivos Específicos

- Realizar actividades enfocadas a la mejora del servicio al cliente.
- Lograr involucramiento, interés e integración por parte del personal
- Crear sentimiento de pertenencia a la marca a nivel interno.

7. FASE 1: IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA A NIVEL INTERNO

Tabla 1: Estrategias para posesionar la marca a Nivel Interno

Estrategia	Mensaje	Táctica	Responsable
Armar una campaña de expectativa con fines educativos para la mejora de servicio al cliente	Prepárate, tú eres Nexsys	Desarrollar y enviar mailings con tips acerca de Servicio al Cliente a través de un personaje para Nexsys.	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos
Crear un kit Nexsys con productos útiles y de uso diario para el personal interno	¡Nexsys siempre contigo!	Durante la semana se hará entrega de los kits con los mensajes de involucramiento, importancia y utilidad	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos
Crear e implementar la reunión trimestral para comunicación de resultados, procedimientos y avances de Nexsys del Ecuador	¡Nexsys somos todos!	En cada reunión se establece un valor a fomentar pro la cultura Nexsys, habrá comunicados, cuadros de incentivos y avances del accionar	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos

Fuente: Elaboración propia – Observación Directa

7.1 Cronograma de Actividades

Tabla 2: Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ENERO				FEBRERO				MARZO				Recursos Necesarios
		1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA					
Creación de productos para el uso de los empleados, que los usen como distintivos. Envío masivo de correos para creación de interés	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													Diseñador
Entrega del kit corporativo a los empleados	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													Chompas, paraguas, gorras y forros laptops
Envío de correos recordando el buen uso del material	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													

Fuente: Elaboración propia – Observación Directa

7.2 Presupuesto

Tabla 3: Presupuesto

PRESUPUESTO	
CONCEPTO	TOTAL
Diseño y producción de material	\$ 2.560,00
	\$2560.00

Fuente: Elaboración propia

(Ver artes en Anexos)

8. FASE 2: NUEVA CONCEPCIÓN DE NEXSYS

Tabla 4: Estrategias atención al cliente

Estrategia	Mensaje	Táctica	Responsable
Informar y educar acerca de la nueva concepción de servicio al cliente y clima laboral	¿Sabes lo que es esto?	Diseño del Logo Nexsys Amable, Diseño de tres artes con tips	MKT y Dep. Comunicación
Refuerzo y continuidad de mensaje	Nexsys Amable	Envío semanal de los tips de la campaña a través del correo interno de la empresa	MKT y Dep. Comunicación

Fuente: Elaboración propia

8.1 Cronograma de actividades

Tabla 5: Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ABRIL				MAYO				JUNIO				Recursos Necesarios
		1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ER A	2DA	3ERA	4TA	1ER A	2DA	3ER A	4TA	
Diseño del Logo Nexsys Amable	MKT, Dep. Comunicación													Diseñador
Envío del mensaje de expectativa	MKT, Dep. Comunicación y Recursos Humanos													
Diseño de tres artes con tips	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													Diseñador
Envío semanal de los tips de la campaña a través del correo interno de la empresa	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													

Fuente: Elaboración propia

8.2 Presupuesto

Tabla 6: Presupuesto

PRESUPUESTO	
CONCEPTO	TOTALES
Diseño del Logo Nexsys Amable	\$ 60
Diseño de tres artes con tips	\$ 180
TOTAL US\$	\$240.00

Fuente: Elaboración propia

(Ver artes en Anexos)

9. FASE 3: Integración (Evento de fidelización a público interno y canales de distribución)

Tabla 7: Estrategias Integración

Estrategia	Mensaje	Táctica	Responsable
Valoración de las actividades anteriores	Tu opinión es importante!	Focus group	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos
Evento de Integración	Tú eres nuestro invitado especial	Entrega Kit a canales de distribución y ejecución evento	MKT y Dep. Comunicación
Agradecer por la asistencias	Gracias por asistir, tu presencia fue importante	Envío de una pieza grafica de agradecimiento	MKT y Dep. Comunicación

Fuente: Elaboración propia

9.1 Cronograma de actividades

Tabla 8: Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				Recursos Necesarios
		1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA	1ERA	2DA	3ERA	4TA	
Focus group	MKT, Dep. Comunicación, Recursos Humanos													Diseñador
Reserva del lugar Xtreme Nayón, y transporte														
Diseño e impresión de invitación	MKT y Dep. Comunicación													Diseñador e imprenta
Entrega de invitaciones impresas	MKT y Dep. Comunicación													
Día del evento	MKT y Dep. Comunicación													Transporte
Envío de una pieza grafica de agradecimiento	MKT y Dep. Comunicación													Diseñador

9.2 Presupuesto

Tabla 6: Presupuesto

PRESUPUESTO	
CONCEPTO	TOTAL
Creación del kit de aventura,	\$ 780
Reserva del lugar Xtreme Nayón, y transporte	\$ 3.250,00
Diseño de invitación y pieza grafica de agradecimiento	\$ 60
Diseño pieza grafica de agradecimiento	\$ 60
TOTAL US\$	\$ 4.150

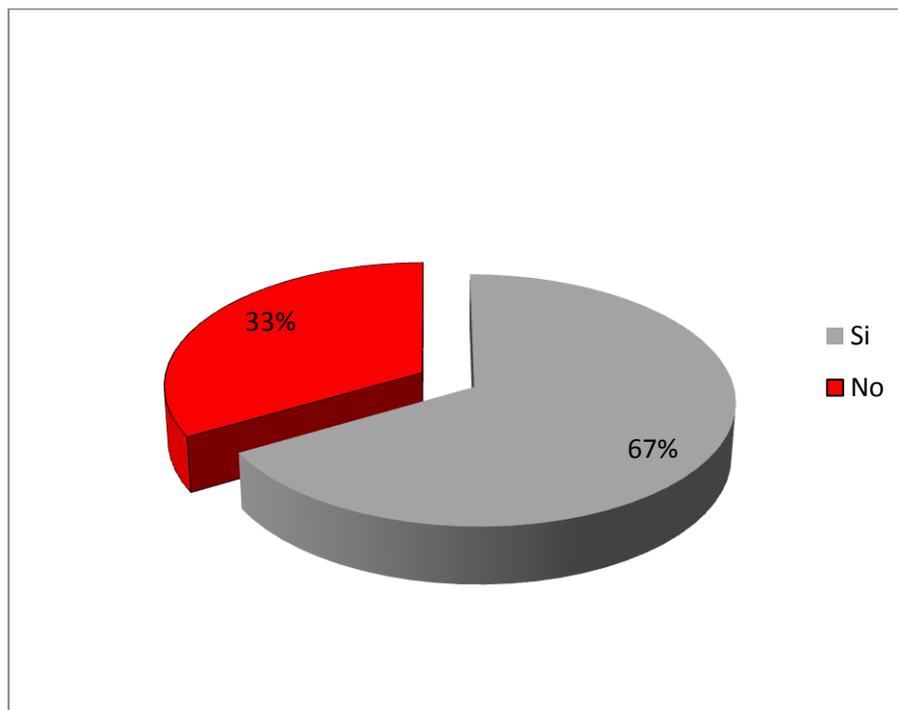
Fuente: Elaboración propia

(Ver artes en Anexos)

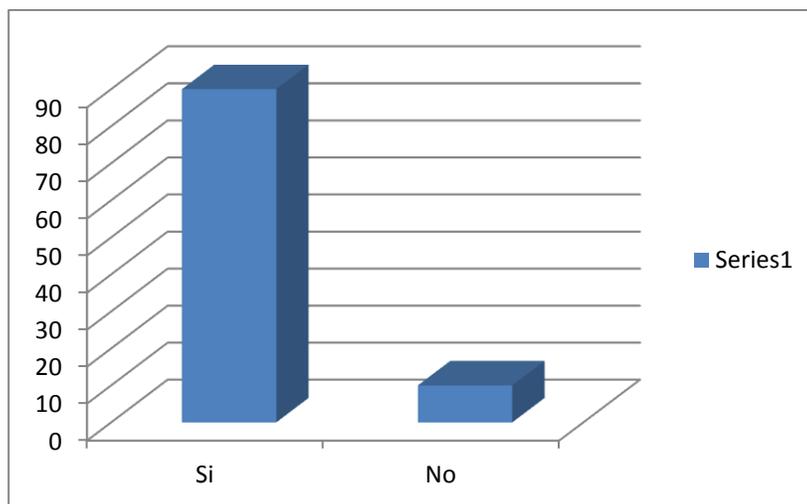
ANEXOS

Anexo a: Tabulación y graficado de Resultados

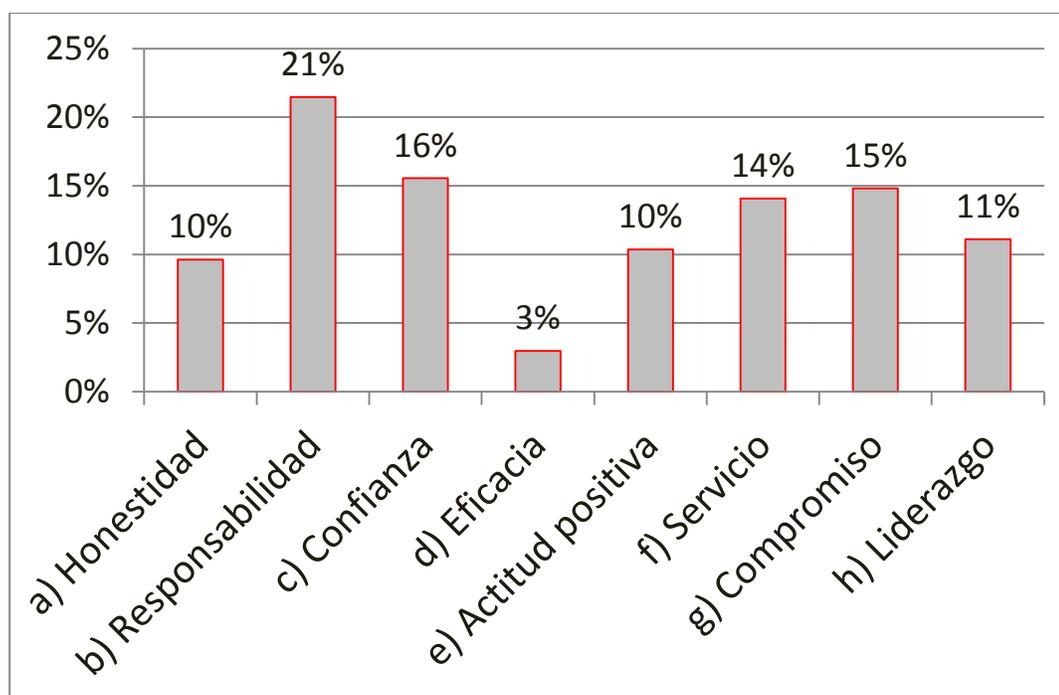
1. Conoce Usted ¿Cuál es la misión de Nexsys del Ecuador



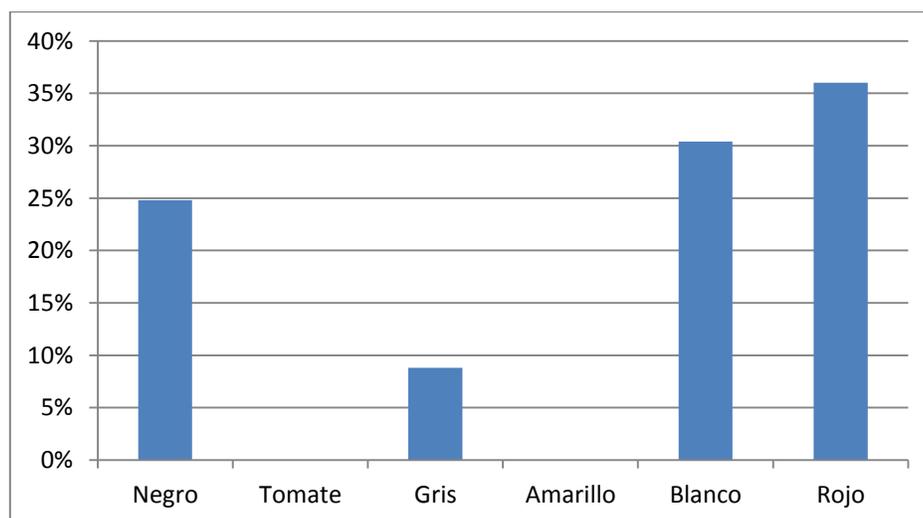
2. Diga si se siente identificado o no con la misión, visión y filosofía de la empresa



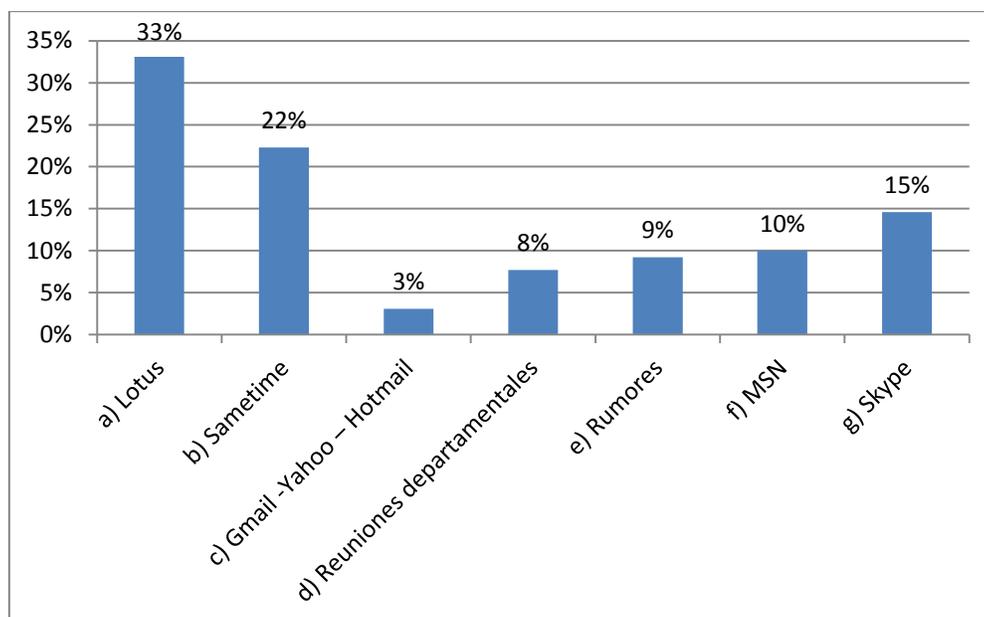
3. De la siguiente lista de valores, ¿cuáles son los tres que mejor identifican a Nexsys del Ecuador?



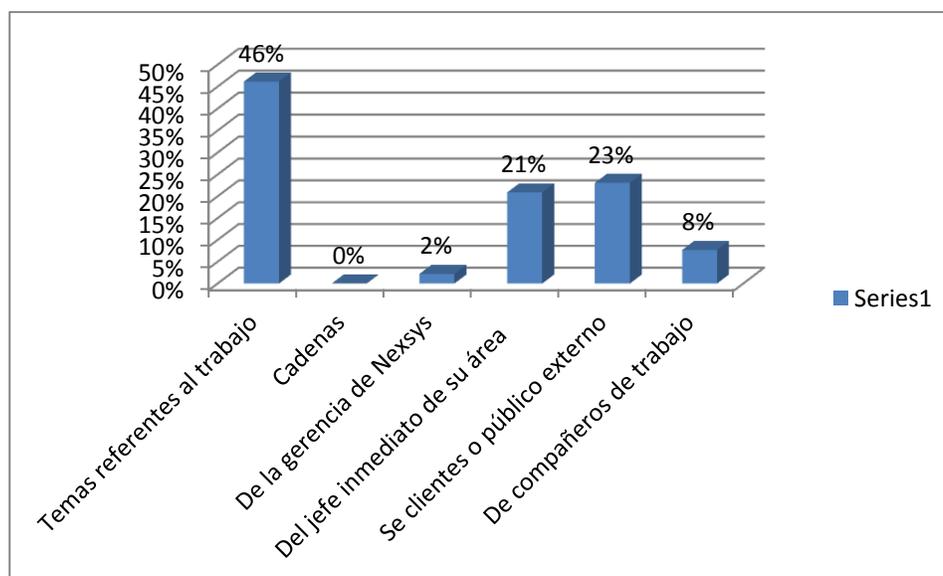
4. Marque los colores corporativos de Nexsys del Ecuador



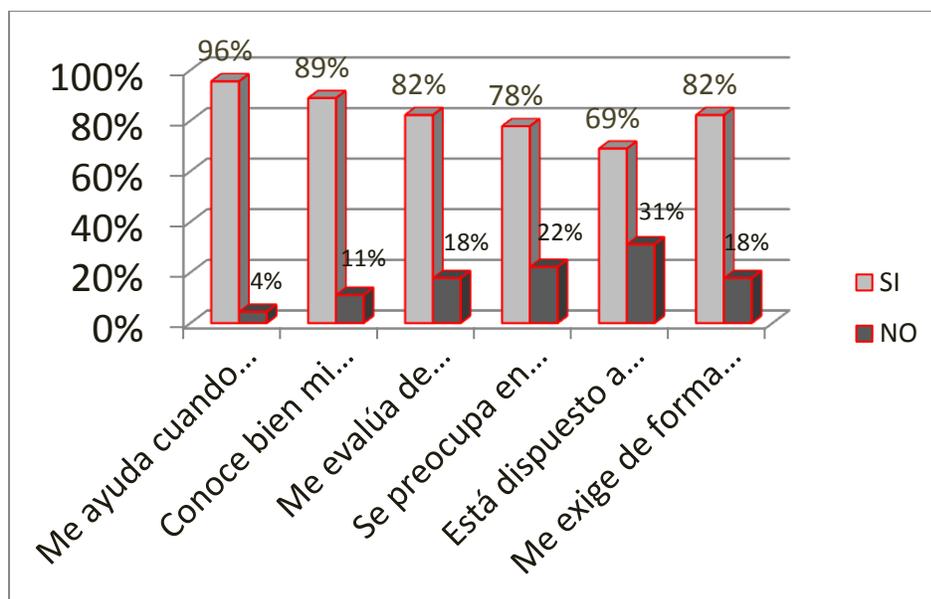
5. Encierre las 3 herramientas de comunicación principales por las cuales Usted se informa diariamente sobre el trabajo en Nexsys del Ecuador



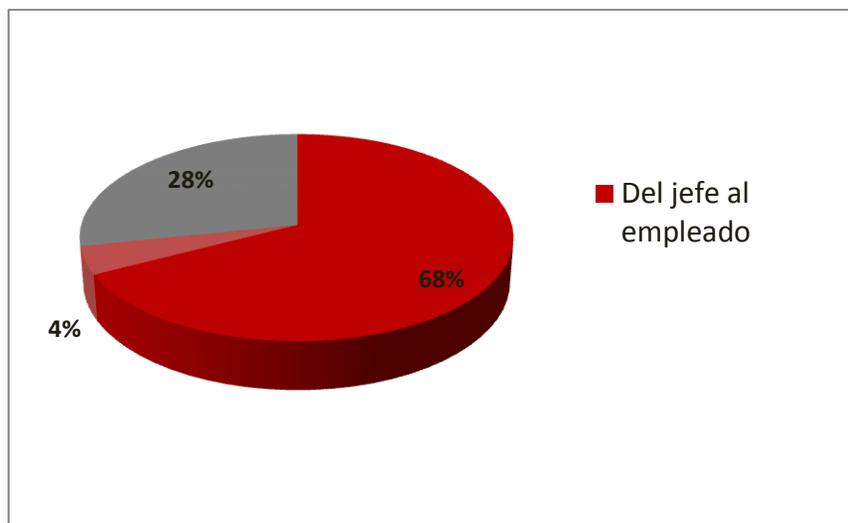
6. Qué tipo de correos electrónicos son los que más recibe diariamente. Encierre dos.



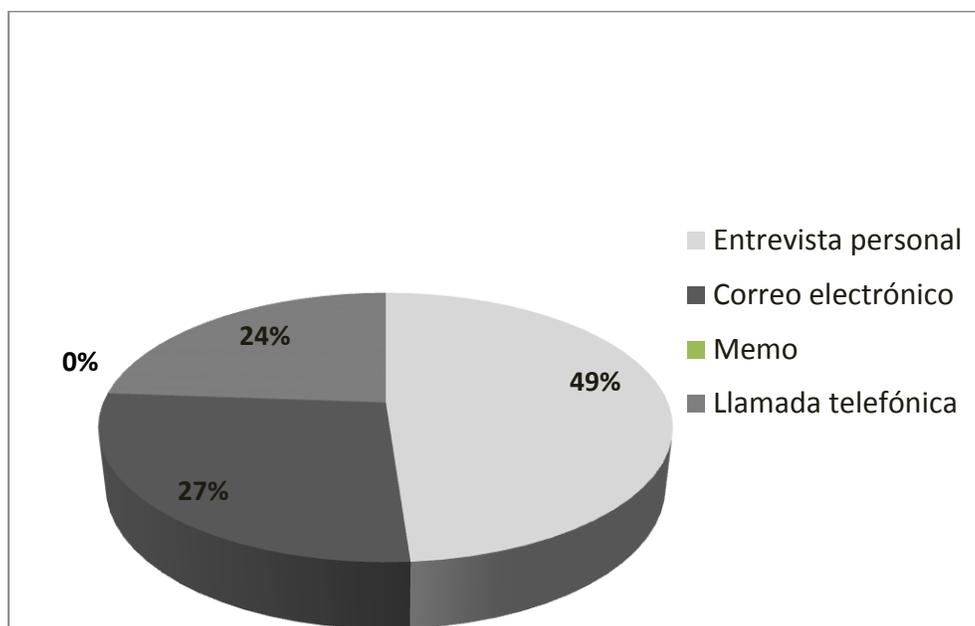
7. Señale según corresponda (SI/NO), de acuerdo a las afirmaciones sobre las actitudes de su jefe o superior inmediato.



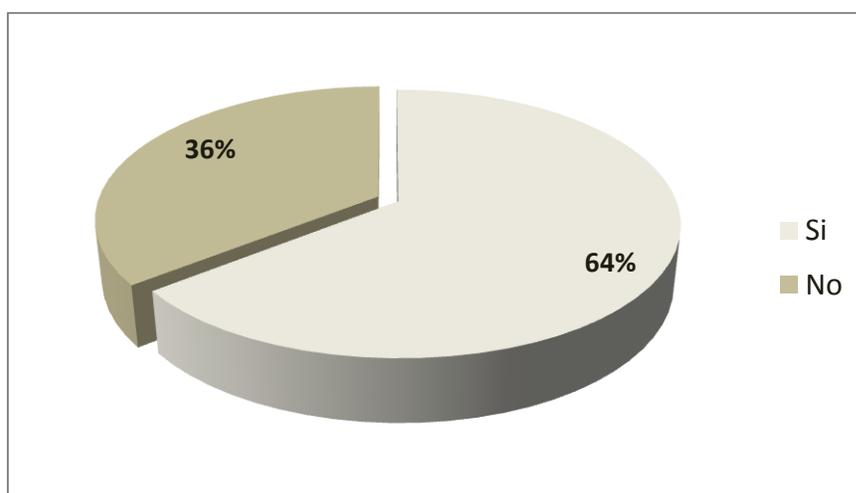
8. Según su opinión, ¿de qué manera se transmite la información dentro de Nexsys del Ecuador? Escoja sólo una opción de las siguientes.



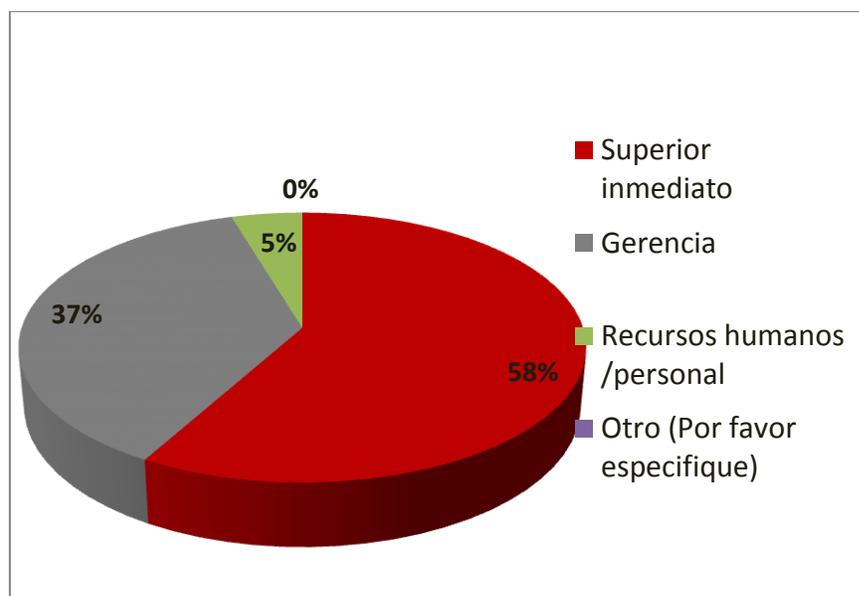
9. ¿A través de qué medio le gustaría que su jefe se comunice con Ud.?
Escoja 2 opciones de las siguientes.



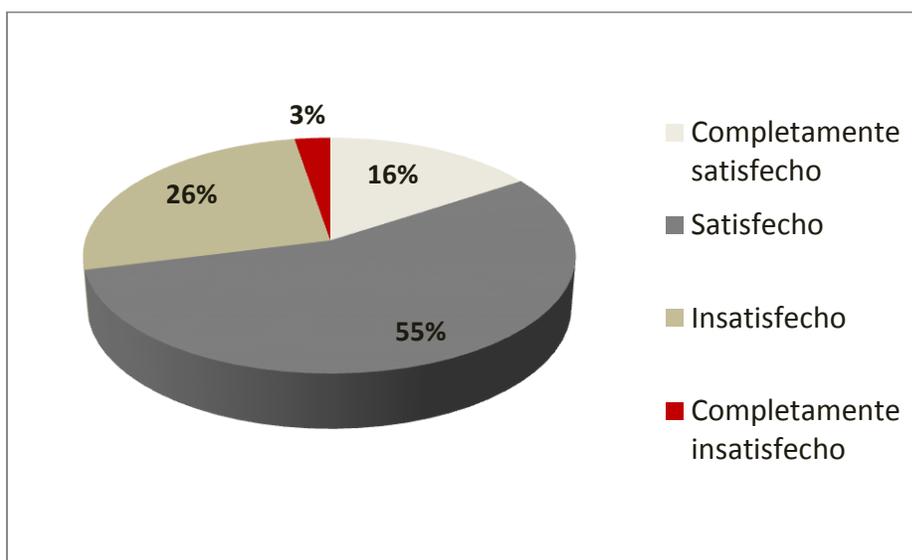
10. Ha realizado usted alguna sugerencia a la dirección de la empresa?



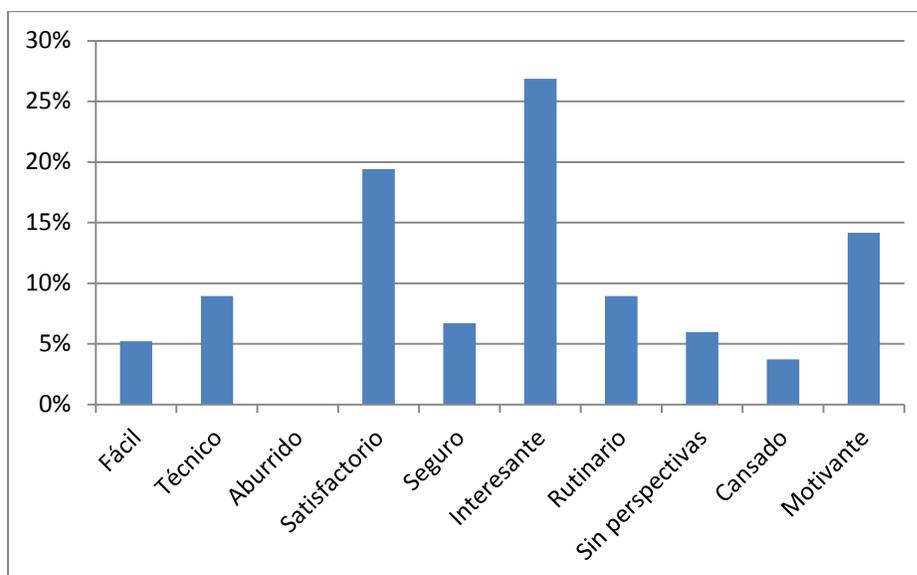
11. ¿A quién le ha hecho usted la sugerencia?



12. ¿Qué tan satisfecho quedó usted con la respuesta?



13. Señale 3 palabras que mejor describan su trabajo



14. Califique los aspectos que Ud. considera son fundamentales en un lugar de trabajo (siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia)

RANGO	1	2	3	4	5
Organización	1	2	5	9	28
Efectividad	0	0	0	0	0
Severidad	15	7	5	11	7
Honestidad	2	3	6	9	25
Relaciones humanas	4	5	1	8	27

Anexo b:**FASE 1: IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA A NIVEL INTERNO****KIT CORPORATIVO****Paraguas****Gorra**

Chompa





Mochila



Kit de Nexsys Corporativo



Anexo C:

FASE 2: NUEVA CONCEPCIÓN DE NEXSYS- Campaña Mailings





NEXSYS
Amable

NUESTRA CAMPAÑA



NEXSYS
Amable

**Cuando
Contestes**



Identifica
tu área



También tu
nombre

Mercadeo buenos días,
habla Andrés

NEXSYS
Amable

Asegúrate de:

**Devolver
llamadas**



**Contestar
los correos**

**Para tener
Clientes satisfechos**

NEXSYS
Amable

**Sabemos que estás
muy ocupado...**



**Pero por favor nunca
dejes de contestar
el teléfono**

Anexo D:**FASE 3: Integración**

Evento de fidelización a público interno y canales de distribución



TÚ ERES NUESTRO INVITADO ESPECIAL

QUEREMOS REGALARTE UN DÍA XTREMO PARA QUE COMPARTAMOS JUNTOS

16 AGOSTO 8:00 A.M.

EL PUNTO DE ENCUENTRO ES EN LAS OFICINAS NEXYS QUITO PARA DIRIGIRNOS EN UN TRANSPORTE PROVISTO POR NEXYS A NAYON XTREME VALLEY PARQUE DE AVENTURA

ENTRE LAS ACTIVIDADES DEL DÍA TENDREMOS:

- CAMINATA XTREME**
- PAINTBALL**
- CANOPI**
- RAPEL**

Incluye almuerzo, breaks y bebidas

NEXSYS



**TU ASISTENCIA FUE
MUY IMPORTANTE PARA
NOSOTROS EN ESTE EVENTO
PENSADO PARA TI**

NEXSYS

Bibliografía:

- ✓ Etkin, M. et al. (2008). Auditoría de Comunicación. España: Editorial La Crujía & DIRCOM. (pp. 61-72).

- ✓ Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel Comunicación.

- ✓ Costa, J, (2005). DirCom on-line. El Master de Dirección de Comunicación a distancia. La Paz: Grupo Editorial Design.

- ✓ Costa, J, (2005). Master DirCom. Los profesores tienen la palabra. La Paz: Grupo Editorial Design.

- ✓ Brandolini, A. González, M y Hopkins. (2006). Comunicación interna: claves para una gestión exitosa. Crujía Ediciones y el Grupo DIRCOM: Barcelona.