

- Comunicación visual
- Comunicación externa e interna

13 Auditoria de Comunicación:

13.1 Reseña Histórica

“FARMAPACK CÍA LTDA., inicia actividades en junio de 1998. La corriente de globalización de la economía permitieron que a nivel local se produzcan ciertos cambios en la Industria Farmacéutica, uno de los que más repercusiones trajo fue el hecho de cierres de plantas de fabricación por parte de los laboratorios transnacionales tanto europeos como americanos; aprovechando esta circunstancia, se eliminó otras áreas como las de bodega y transporte de sus mercaderías. Esto determinó que se genere una necesidad de suplir estas tareas con servicios que podían proveer terceros, con la ventaja que se disponía del conocimiento y experiencia en estas funciones, pues en su mayoría estas empresas proveedoras se habían nutrido del personal saliente de los laboratorios que habían cerrado estas operaciones.

Es así que Farmapack Cía. Ltda. y su marca FASTPACK con el objetivo de solventar este requerimiento, emprendió el proyecto de satisfacer estas necesidades constituyéndose en una empresa especializada en servicios de acondicionamiento, empaque, almacenamiento y distribución de productos farmacéuticos. Nuestro trabajo se ha caracterizado por la aplicación de normas internacionales de calidad y la aplicación de BPM, así como la oportunidad en la respuesta de los requerimientos de nuestros clientes”. (Cajiao, 2014).

13.2 Misión

Ser un socio estratégico de la Industria Farmacéutica, proporcionando servicios de alta calidad y seguridad en el acondicionamiento, reacondicionamiento, empaque, almacenamiento y logística de Medicamentos.

13.3 Visión

Ser percibidos como el referente y la primera opción, en nuestro campo de acción, en servicios a la Industria Farmacéutica en virtud de nuestro alto estándar en Sistema de Calidad y respuesta a tiempo.

13.4 Razón Social

Nuestro objetivo es iniciar una relación a largo plazo, poniendo a su disposición nuestra experiencia y profesionalismo, sabemos interpretar y dar respuesta a las necesidades del cliente, somos una organización innovadora, flexible, orientada a la satisfacción de nuestros clientes.

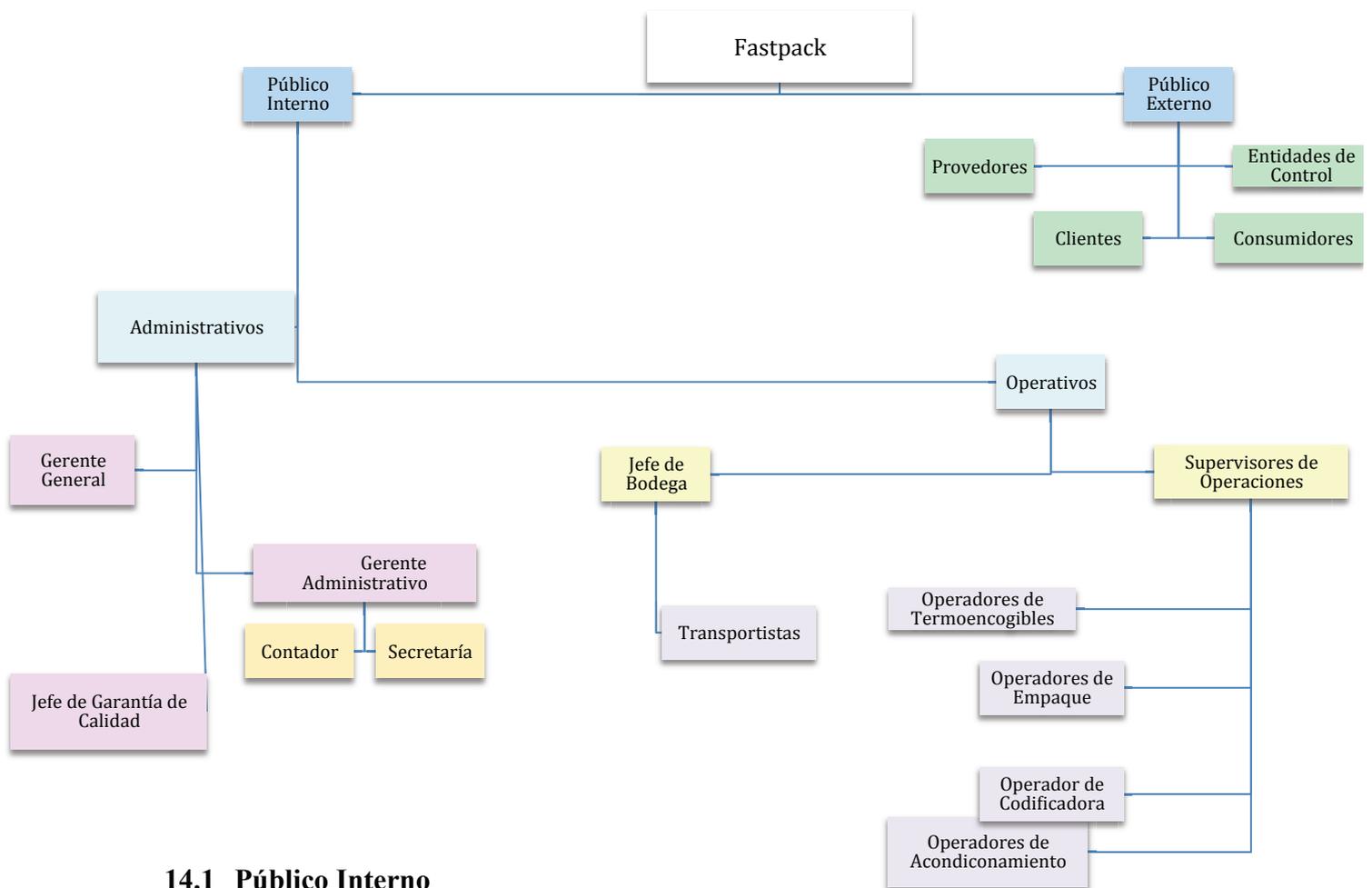
13.5 Normativas

Normativas de procesos: Los colaboradores son capacitados al momento de ingresar a la organización ya sea como pasantes de prueba o trabajadores de planta a tiempo completo; para que conozcan el correcto manejo de maquinaria, control de calidad, acciones de emergencia y entrega del producto final.

Normativa de uniformes: Los colaboradores que se encuentran dentro de la parte operativa deben llevar obligatoriamente uniforme. Éste se divide en 3 tipos según el tiempo al que

pertencen a la organización. El mandil azul oscuro es para el personal que esta en el transcurso de los 3 primeros meses de prueba. El mandil celeste es para el personal con contrato fijo y los colaboradores de mandil blanco son los supervisores del personal operativo.

14 Mapa de públicos



14.1 Público Interno

Administrativo: Son las personas encargadas de controlar y manejar la parte administrativa, contable y financiera de la organización. Este cuerpo de

trabajo cuenta con personas estáticas dentro de la empresa así como consultores externos los cuales son especialistas en diversos temas.

Operativos: El personal operativo se encarga de manejar toda la maquinaria de la empresa, la elaboración de productos, control de calidad y entrega de los mismos. El personal de esta área es el más amplio de la institución.

14.2 Público Externo

Clientes: Son tanto personas independientes como instituciones que mantienen una relación estrecha con la organización. Realizan pedidos y reciben los productos terminados para su posterior distribución en el mercado.

Proveedores: Son las empresas o personas encargadas de proporcionar todo el material pertinente para la elaboración de los productos que suministra la empresa hacia sus clientes. De la misma manera también cuenta con proveedores tanto de cartón para los productos como de comida para los colaboradores la compañía.

Entidades públicas de control: Estas pretenden normar el comportamiento de la organización tanto dentro como fuera de la misma; para ello se ha estipulado leyes y parámetros que regulan las acciones de la misma con el fin de garantizar calidad y seguridad para cada uno de sus públicos.

15 Análisis de herramientas y tácticas

15.1 Cartelera

	<p>Herramienta: Cartelera Operativa</p> <p>Objetivo: Comunicar sistemáticamente acerca del trabajo pendiente que se tiene por hacer, las fechas límites de entrega, memos e información pertinente al área operativa.</p> <p>Públicos: Grupo Operativo (Empaque, acondicionamiento y reacondicionamiento)</p>
<p>Descripción técnica: La cartelera operativa no está en un corcho como cartelera normal. Esta cartelera hace uso de un vidrio para presentar la información. Este vidrio está localizado en el área operativa de acondicionamiento de empaques y mide aproximadamente, 3 metros de ancho por 1.50 de alto.</p>	
<p>Descripción comunicacional: En esta cartelera se presentan diversos tipos de información, varía desde: cambios en los procedimientos, organigrama, memos acerca de las normativas de uniforme de la empresa, rutas de emergencia y evacuación y políticas de la empresa.</p>	

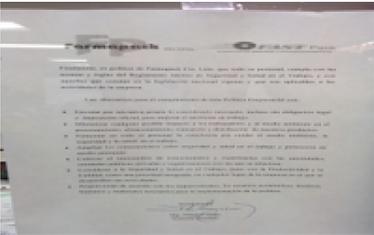
15.2 Señalética

	<p>Herramienta: Señalética</p> <p>Objetivo: Comunicar sistemáticamente las rutas de evacuación y salidas de emergencia de la organización. Comunicar la ubicación de las diferentes áreas de la empresa y su modo de accesibilidad.</p> <p>Públicos: Grupo Administrativo, Operativo, Clientes, Entidades de Control y Proveedores.</p>
<p>Descripción técnica: La señalética está colocada en los alrededores de las instalaciones de la organización. El tamaño de estos comunicados es de aproximadamente 30cm x 30cm.</p>	
<p>Descripción comunicacional: Prevenir cualquier tipo de accidentes dentro de la organización, velar por el bienestar y seguridad de los empleados.</p>	

15.3 Pizarra de Rutas y Clientes

	<p>Herramienta: Pizarra de Rutas y Clientes</p>
	<p>Objetivo: Organizar el recorrido de rutas con los clientes para la entrega del producto final. Designar días de trabajo para ciertos clientes y productos a ser acondicionados para su venta pública.</p>
	<p>Públicos: Grupo y Supervisores Operativos</p>
<p>Descripción técnica: Pizarra de 1.50 metros de ancho por 1 metro de alto.</p>	
<p>Descripción comunicacional: Facilitar y agilizar el establecimiento de rutas de envío y procedimientos de procesos operativos para el día a día de la empresa.</p>	

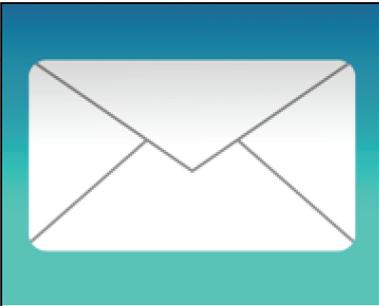
15.4 Memos

	<p>Herramienta: MEMOS</p>
	<p>Objetivo: Comunicar con la mayor brevedad e importancia la información más importante de la Organización.</p>
	<p>Públicos: Grupo Administrativo y Operativo.</p>
<p>Descripción técnica: Hojas de formato A4 en las cuales se comparte información importante desde la gerencia de FASTPACK hacia sus públicos internos.</p>	
<p>Descripción comunicacional: Acercar el acceso a la información importante de la empresa a los trabajadores de la misma. Los memos son colocados en las carteleras de igual manera.</p>	

15.5 Estación de primeros auxilios

	Herramienta: Estaciones de Primeros Auxilios
	Objetivo: Prevenir el avance de accidentes graves dentro de la organización.
	Públicos: Grupo Operativo
Descripción técnica: Estaciones de primeros auxilios con los elementos necesarios para la curación de heridas. Cuenta también con lámparas de luz ultravioleta para la eliminación de germen y bacterias en instrumentos médicos.	
Descripción comunicacional: Comunicar la importancia de la prevención de accidentes y el correcto manejo de crisis de esta índole.	

15.6 Mail

	Herramienta: Mailing
	Objetivo: Comunicar sistemáticamente acerca de reuniones, balances, rubros e información correspondiente y relevante de la empresa.
	Públicos: Grupo Administrativo y Operativo
Descripción técnica: Herramienta utilizada para la comunicación entre el personal Operativo y los clientes de FASTPACK y la comunicación desde gerencia o el área Administrativa hacia el grupo Operativo y sus supervisores.	
Descripción comunicacional: Mediante esta herramienta, el grupo Administrativo puede comunicar información a la brevedad entre sí y coordinar y mantener una comunicación sistemática con el personal de Supervisores Operativos y Clientes.	

15.7 Vía telefónica

	Herramienta: Vía Telefónica
	Objetivo: estar al tanto de las operaciones de la organización con la mayor brevedad posible.
	Públicos: Grupo Administrativo y Operativo
Descripción técnica: teléfonos localizados en las oficinas de las instalaciones para una ágil y pronta comunicación.	
Descripción comunicacional: acortar el tiempo de respuesta entre las partes de la organización.	

15.8 Capacitaciones

	Herramienta: Capacitaciones
	Objetivo: Capacitar, informar y educar al personal y futuros empleados acerca de lo que la Empresa es, realiza y también los procesos de trabajo bajo los cuales la empresa se desenvuelve.
	Públicos: Grupo Administrativo y Operativo
Descripción técnica: Inducir mediante charlas, presentaciones en medios audiovisuales cómo, Power Point y videos a los empleados acerca de los procesos y normativas de la empresa.	
Descripción comunicacional: El propósito de esta herramienta es educar a los trabajadores acerca de como deben hacer su trabajo, revisión de conocimiento de procedimientos, educación acerca del rol de las entidades públicas en la producción de la empresa y capacitaciones de orden profesional para pulir y mejorar conocimientos, haciendo énfasis en la cultura organizacional. También es una herramienta de recordación, ya que los empleados deben asistir regularmente.	

15.9 Reuniones

	Herramienta: Reuniones
	Objetivo: ofrecer retroalimentación a los colaboradores de FASTPACK
	Públicos: Grupo Administrativo y Operativo
Descripción técnica: reuniones periódicas en las cuales se tratan temas pertinentes para la organización y su gerencia.	
Descripción comunicacional: reuniones obligatorias y semanales para el cuerpo de trabajo de la organización, en estas reuniones se ponen de acuerdo todas las partes de la organización para cumplir metas en conjunto.	

16 Análisis de campañas internas

En FASTPACK no hay registro de ninguna campaña comunicacional a nivel interno. La información que se presenta en las herramientas de comunicación no es sistemática y esta, no trata temas referentes a campañas de ningún tipo. La información es concreta y viene directo de gerencia, son comunicados que los empleados deberán y sabrán acatar.

Existen espacios importantes ya en uso en FASTPACK como herramientas comunicacionales. Tiene una cartelera central de gran tamaño y accesibilidad, un pizarrón en donde se registran las rutas del día a día y para que clientes se está trabajando, tiene también señalética especial en todos los rincones de la organización, alertando así, a sus colaboradores de su entorno.

Sin duda hay mucho lugar de trabajo para la comunicación dentro de las instalaciones de esta empresa, es por esto que existe la posibilidad de mejor en todos los aspectos.

17 Resultados de la Encuesta

17.1 A nivel de Identidad

Los datos a continuación presentados son los resultados encontrados a través de la encuesta realizada a los colaboradores de FASTPACK. Todos los datos se encuentran expresados en porcentajes tanto a nivel global como los correspondientes a cada área. En la primera parte se presentan los resultados globales y posteriormente se encuentra el detalle por áreas.

La encuesta fue realizada anónimamente a los empleados de FASTPACK. Esta encuesta es única y expresamente para la mejora de las condiciones comunicacionales de la empresa con sus públicos.

Habiendo contabilizado expresamente el 100% de los datos registrados, podemos aseverar que:



Global

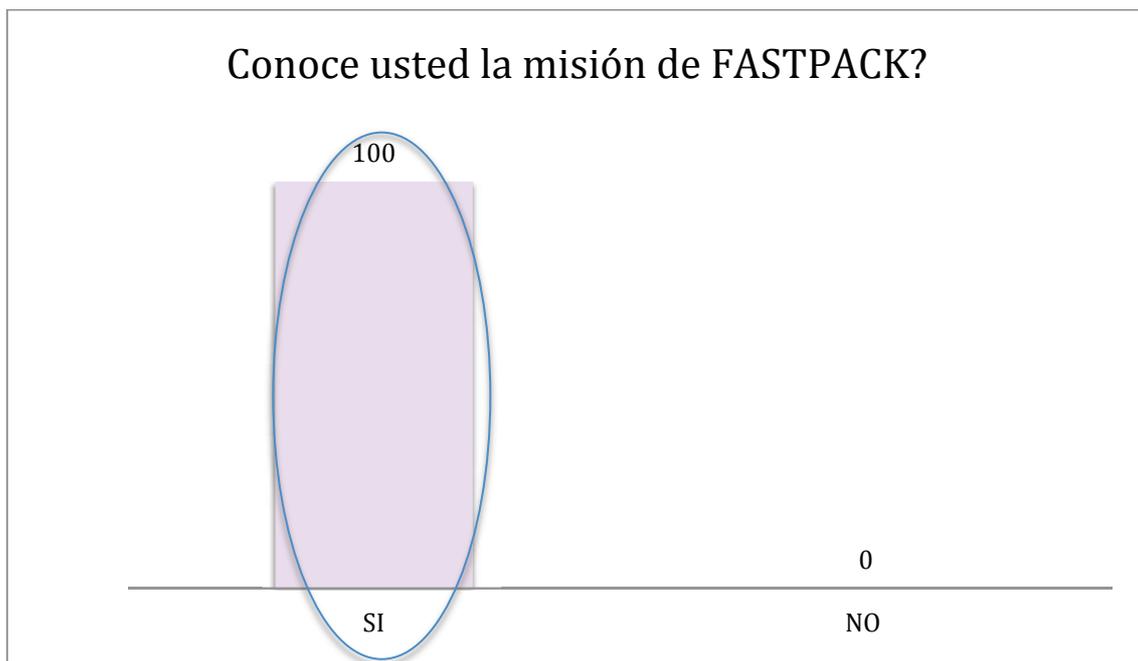
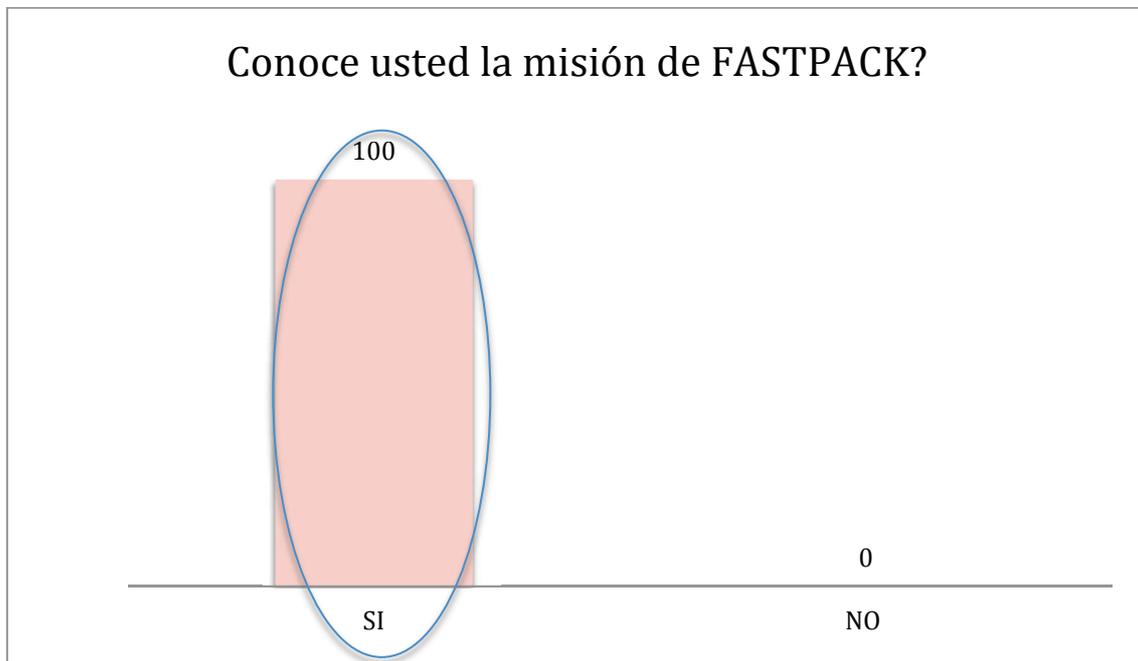


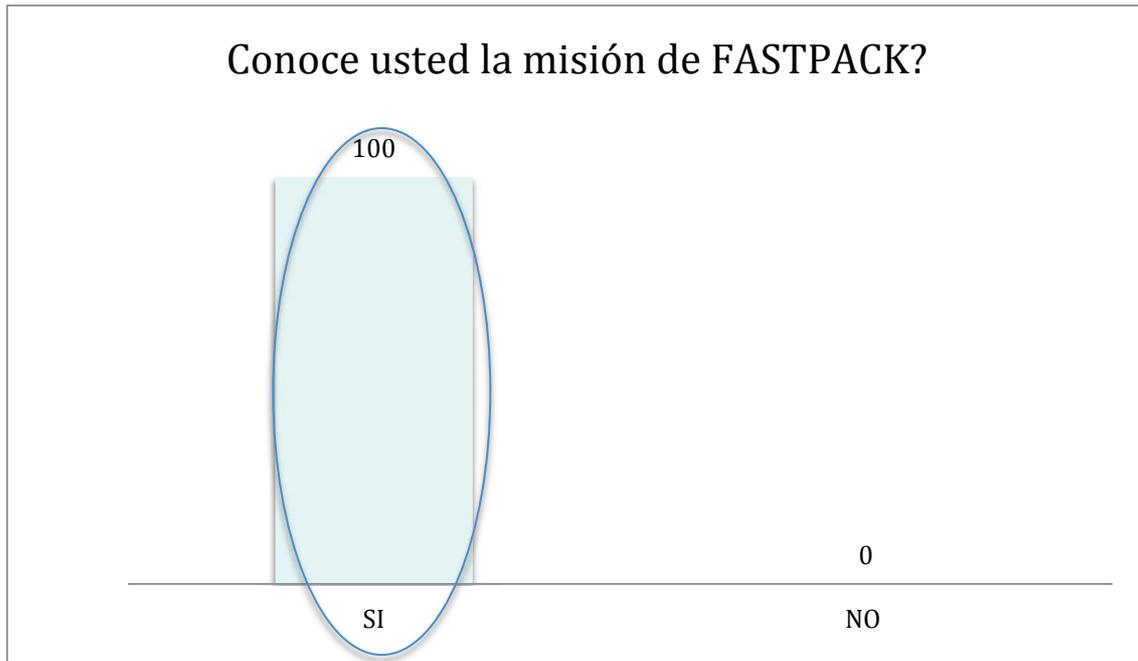
Área Administrativa



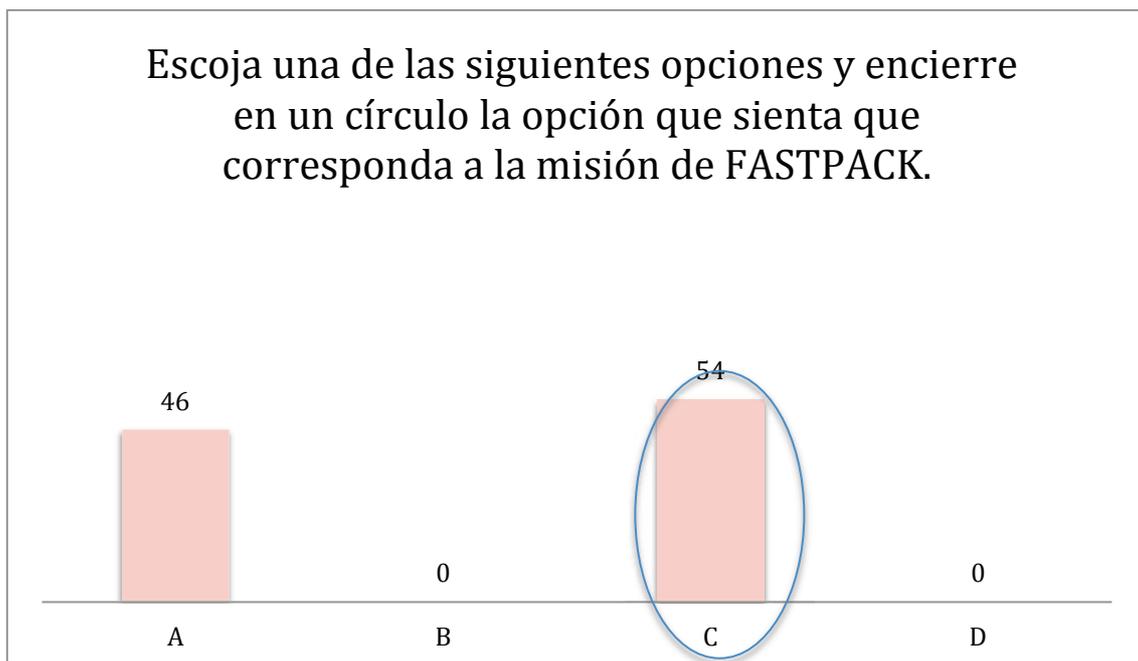
Área de Producción

El 100% de los empleados dice conocer la misión de la empresa.

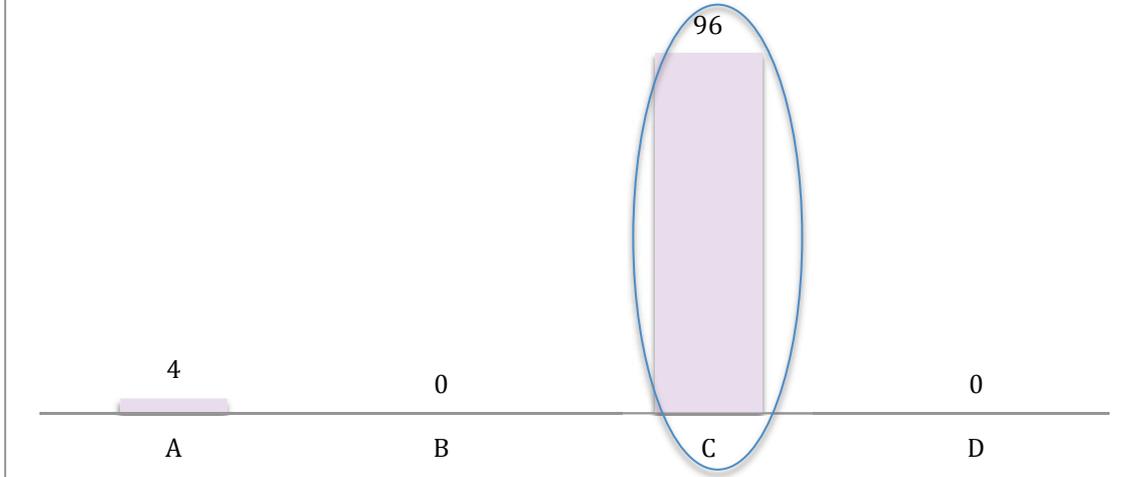




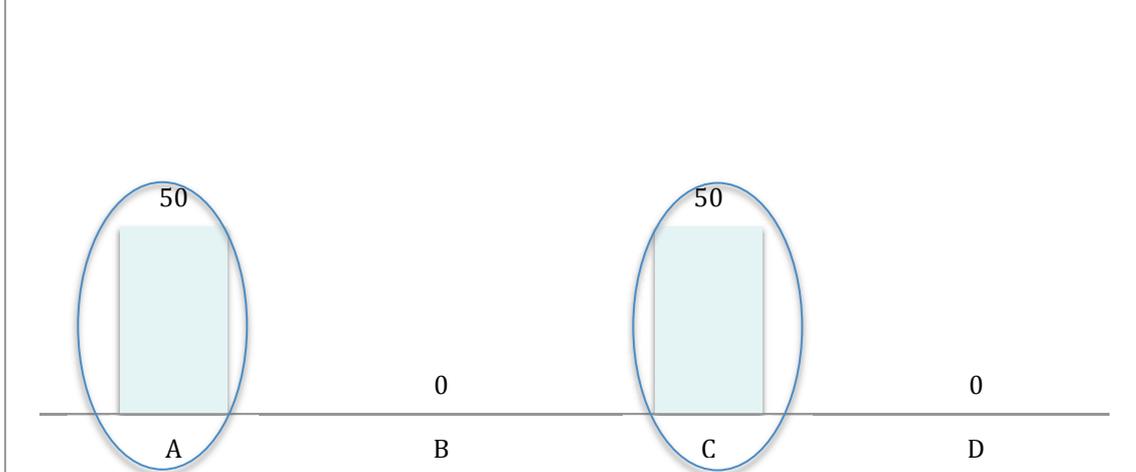
Solo el 54% de los empleados conoce la misión de FASTPACK en realidad.



Escoja una de las siguientes opciones y encierre en un círculo la opción que sienta que corresponda a la misión de FASTPACK.

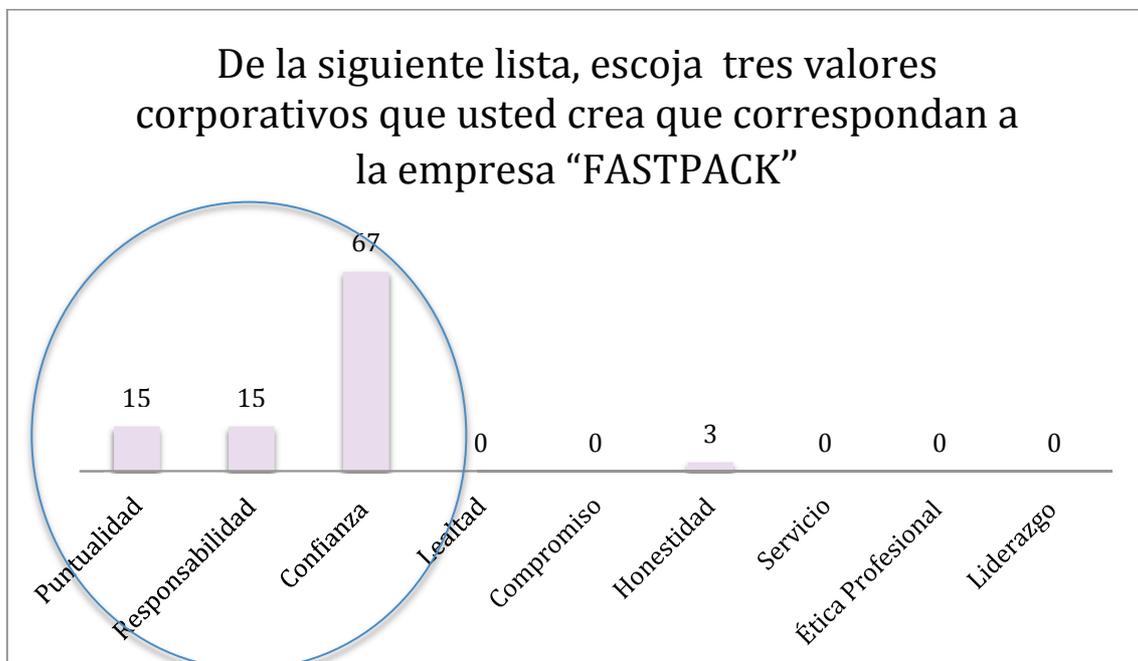
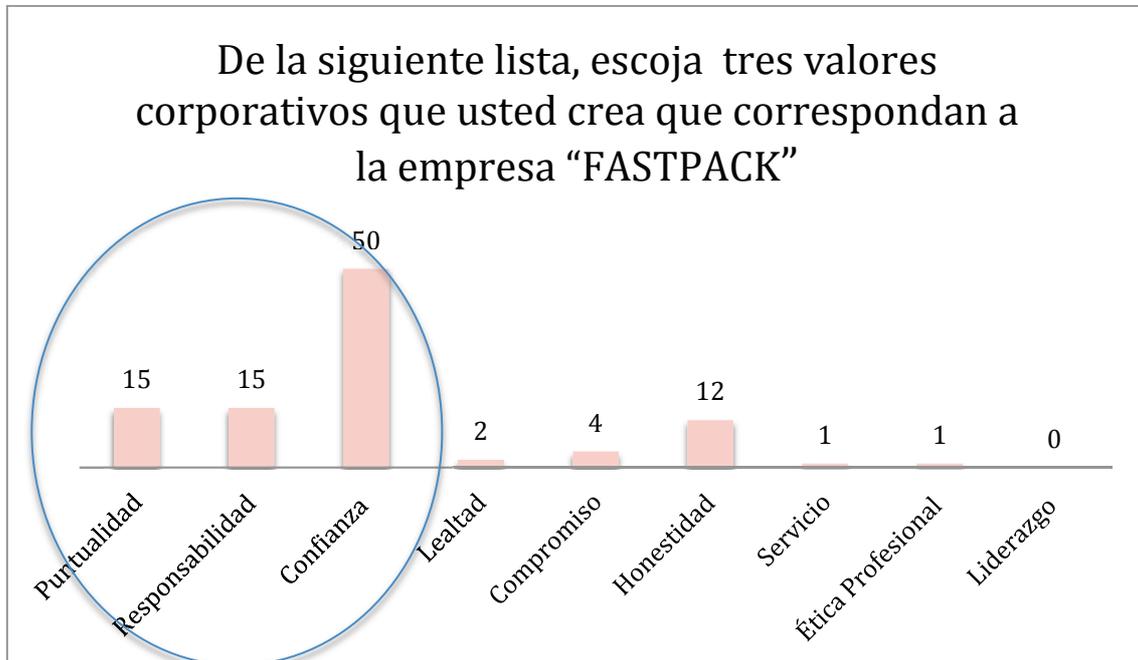


Escoja una de las siguientes opciones y encierre en un círculo la opción que sienta que corresponda a la misión de FASTPACK.

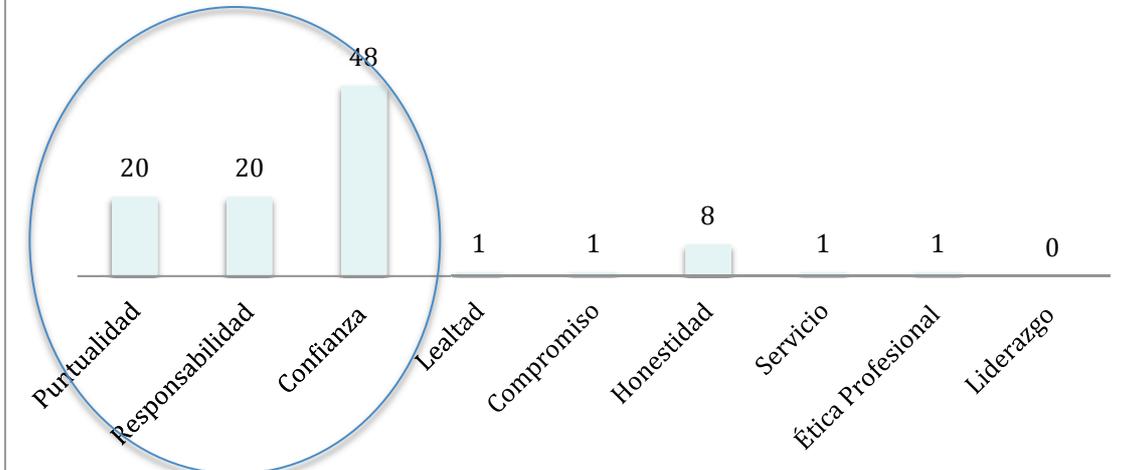


FASTPACK no cuenta con valores corporativos propios de la organización, es por esto que hemos decidido ver con que valores los empleados identifican a la empresa para de esta manera, presentar opciones validas de valores corporativos que representen a sus colaboradores e ideales.

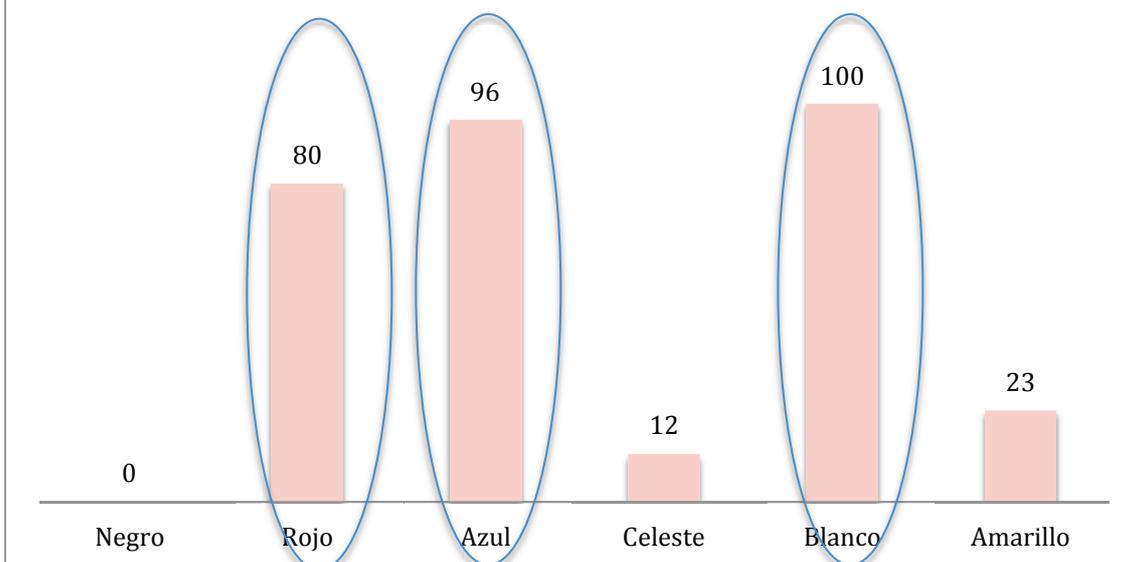
Podemos apreciar que los valores corporativos que más alta puntuación tuvieron son: Puntualidad, Responsabilidad y Confianza.

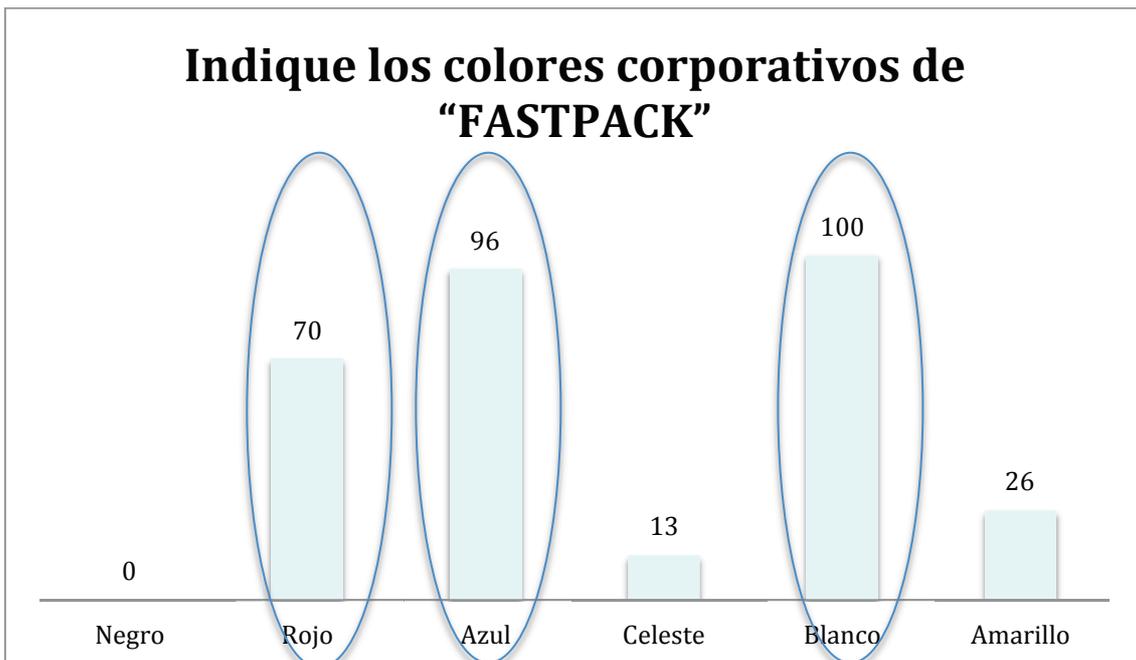
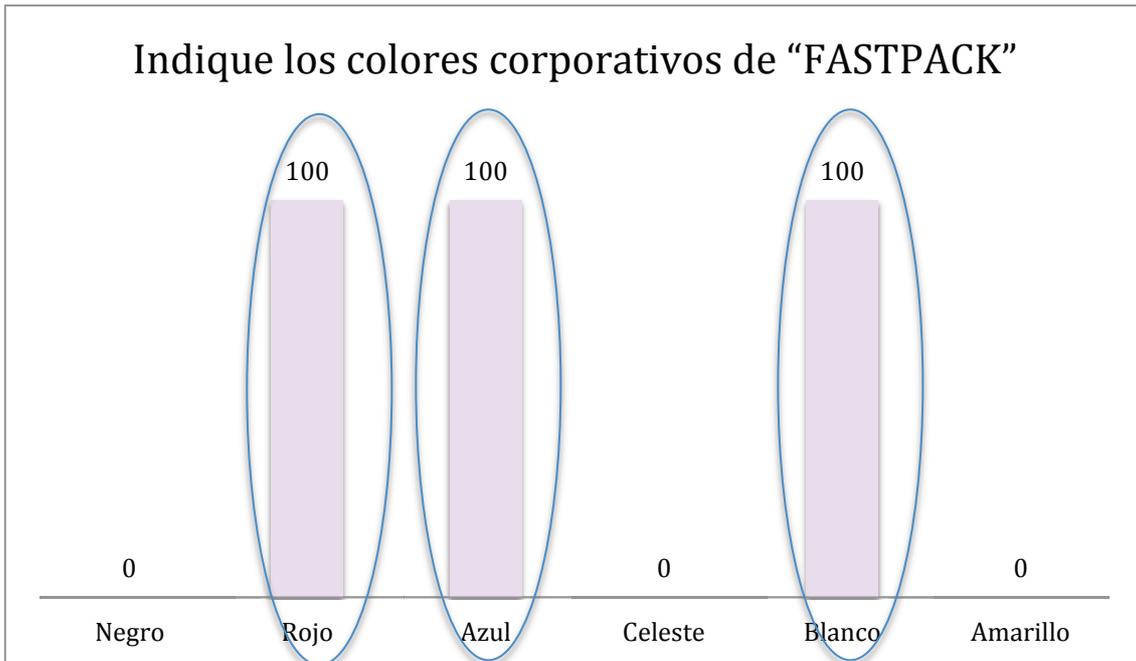


De la siguiente lista, escoja tres valores corporativos que usted crea que correspondan a la empresa "FASTPACK"

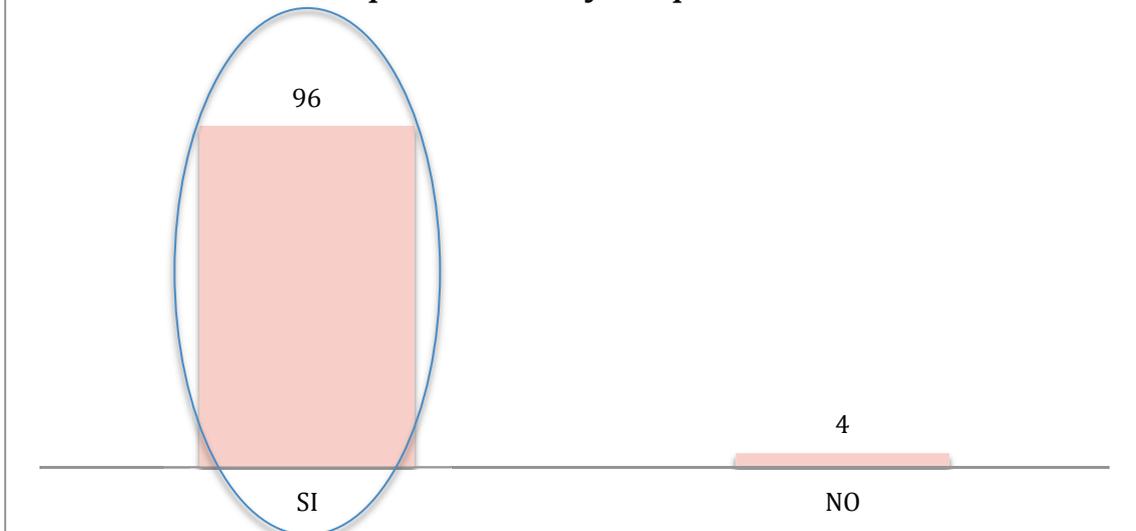


Indique los colores corporativos de "FASTPACK"

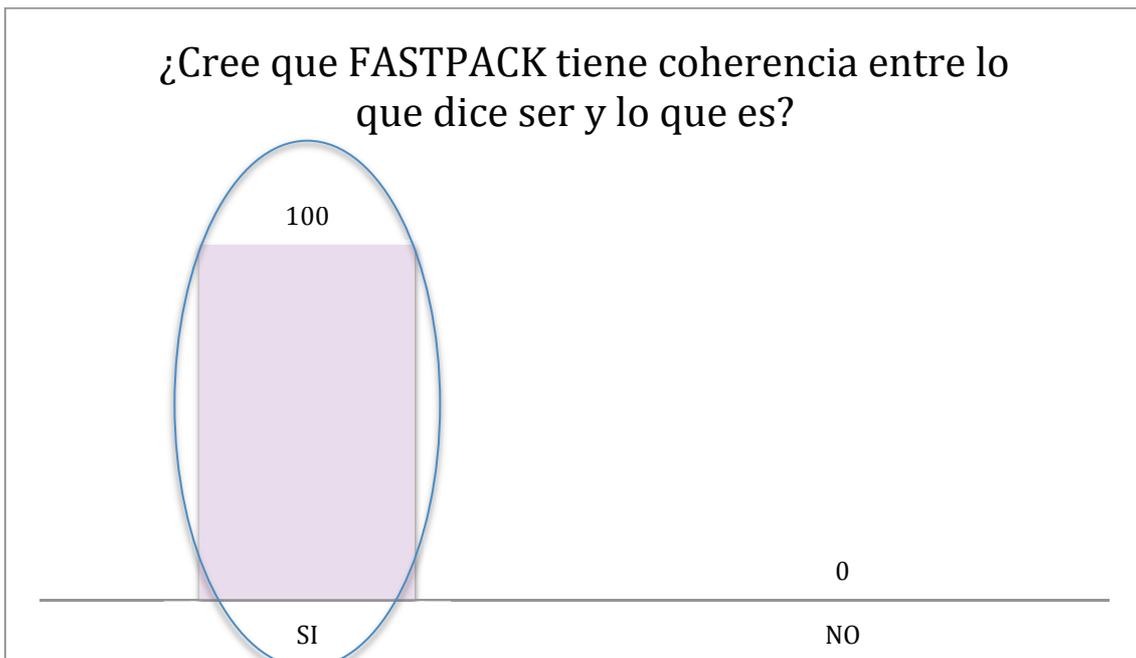




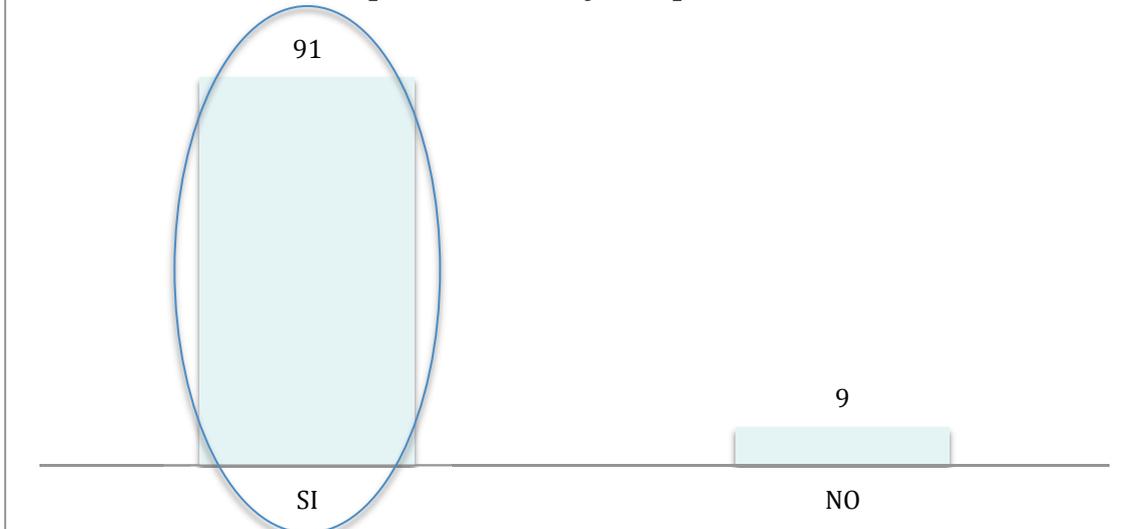
¿Cree que FASTPACK tiene coherencia entre lo que dice ser y lo que es?



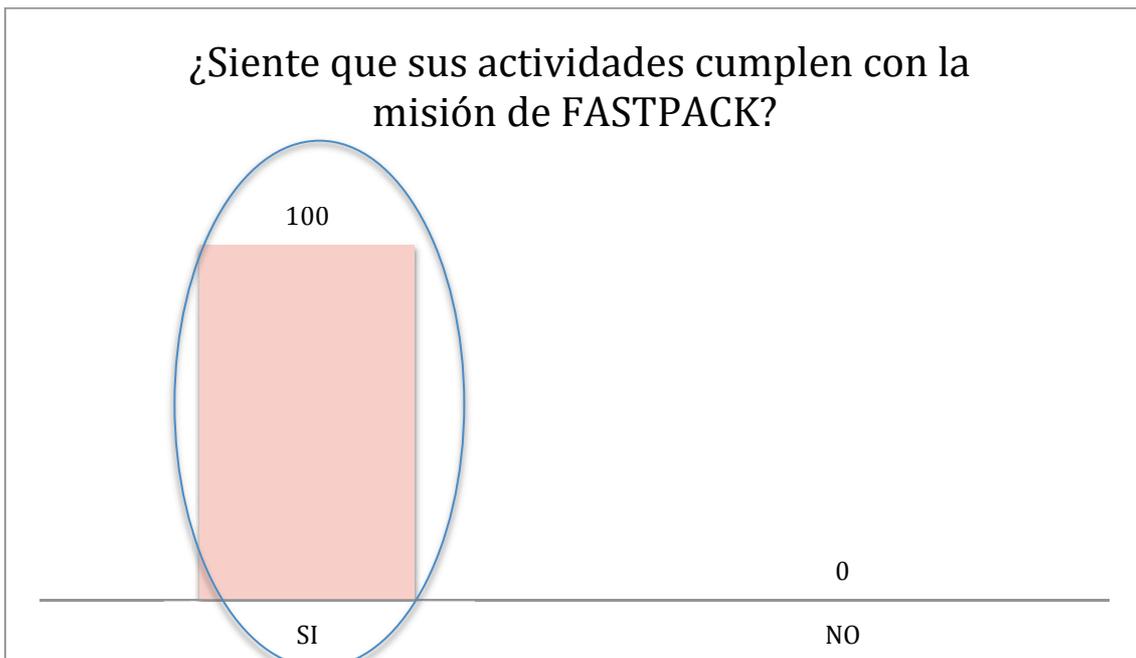
¿Cree que FASTPACK tiene coherencia entre lo que dice ser y lo que es?

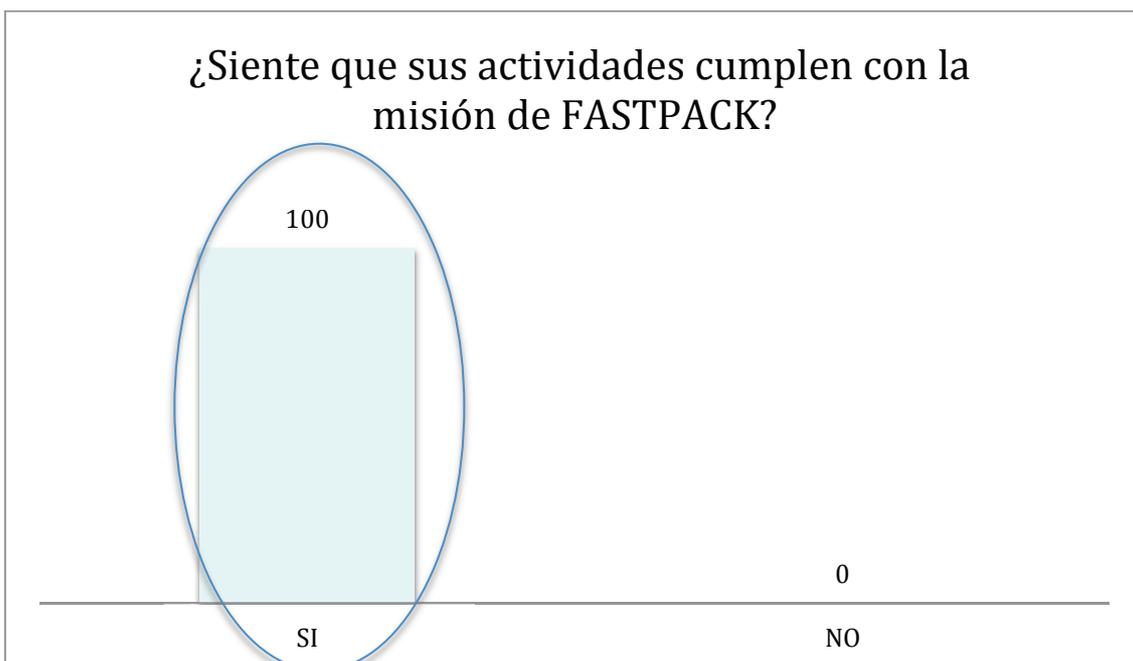
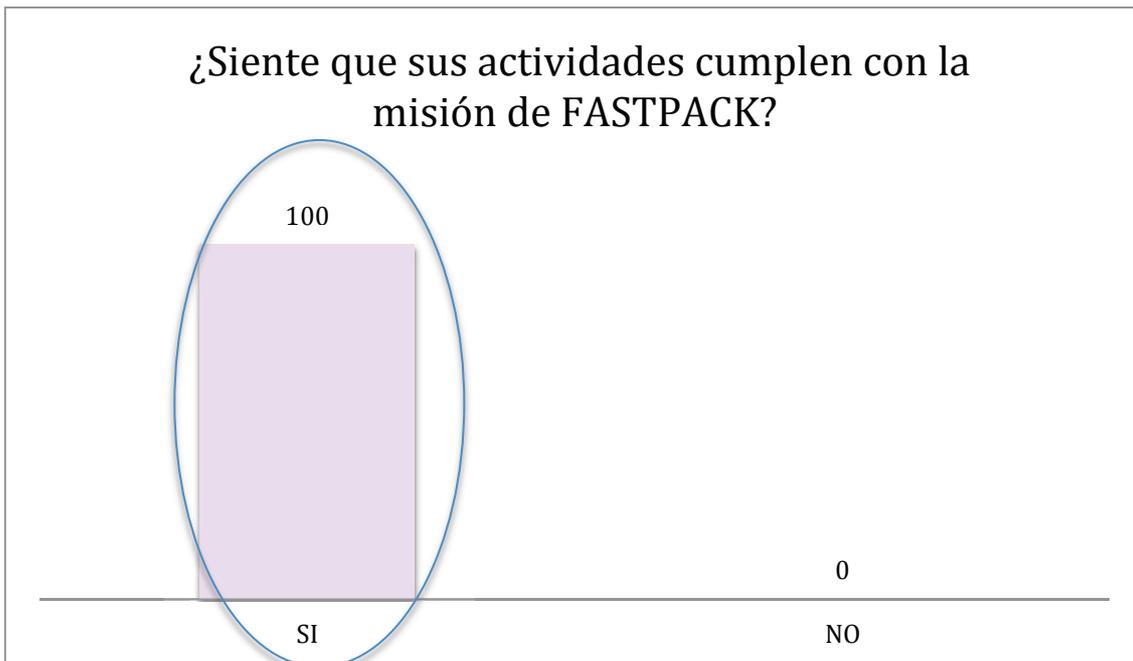


¿Cree que FASTPACK tiene coherencia entre lo que dice ser y lo que es?



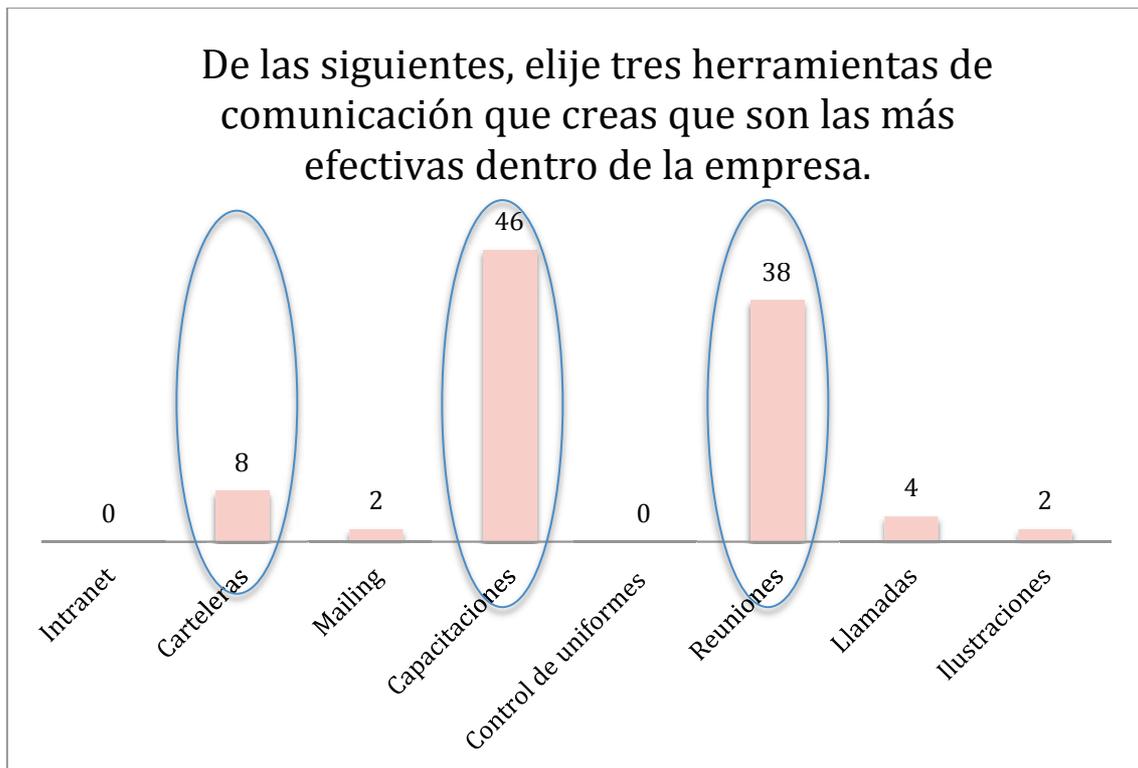
¿Siente que sus actividades cumplen con la misión de FASTPACK?



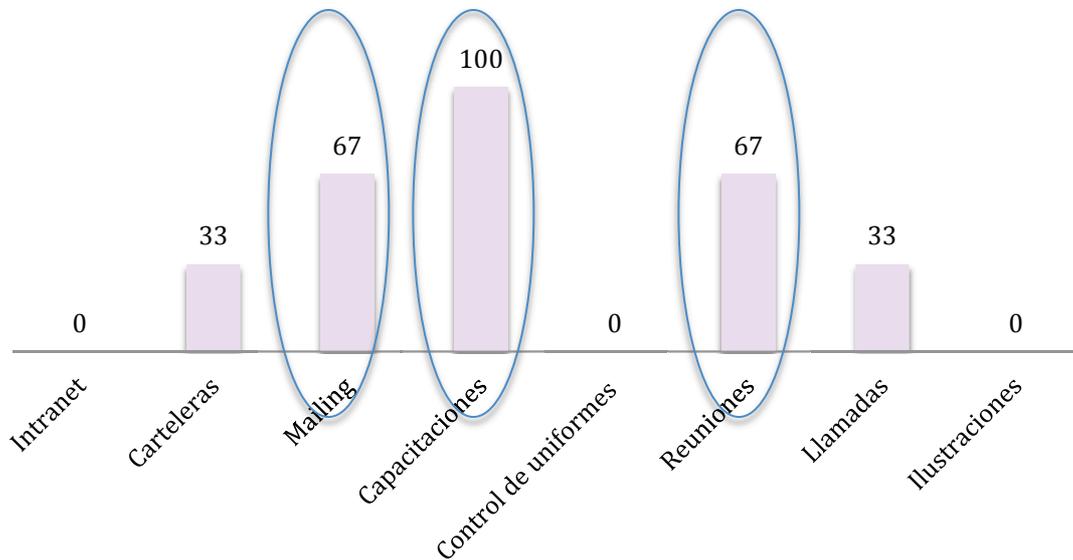


17.2 A nivel de Comunicación / Herramientas

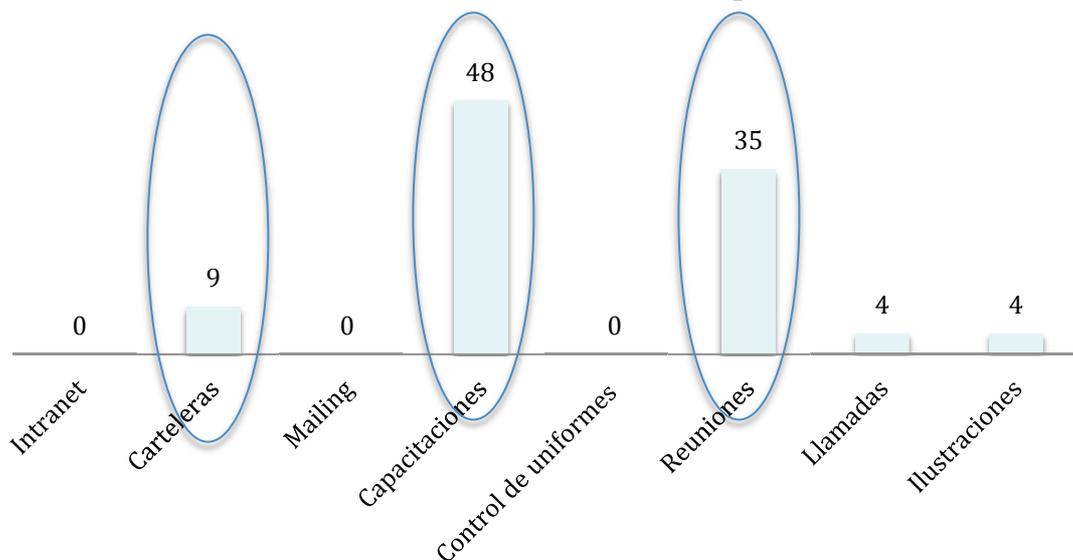
Las herramientas de comunicación de la organización están mal utilizadas y desaprovechadas, aunque estas cumple con su función y comunican a sus públicos internos.



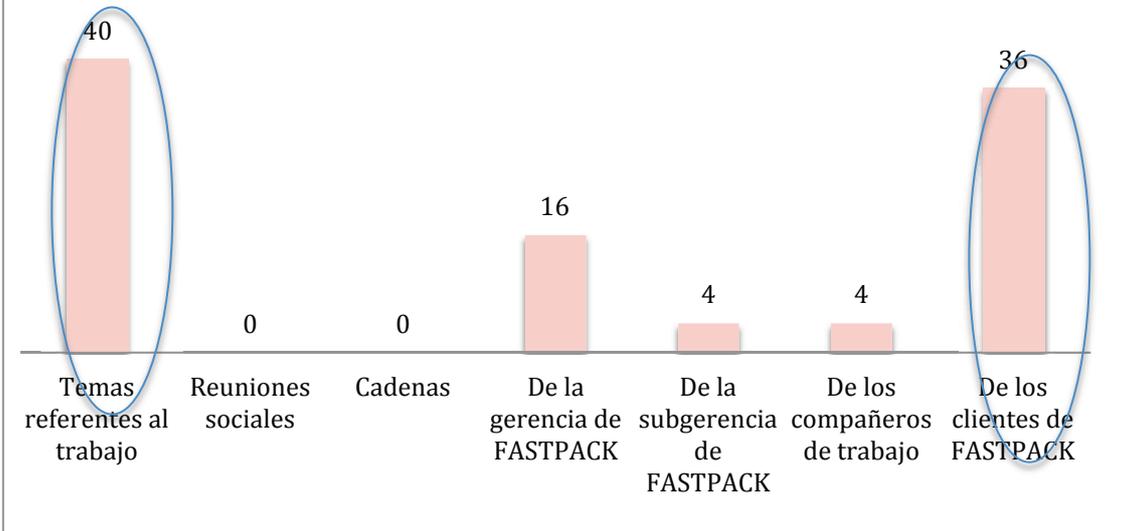
De las siguientes, elije tres herramientas de comunicación que creas que son las más efectivas dentro de la empresa.



De las siguientes, elije tres herramientas de comunicación que creas que son las más efectivas dentro de la empresa.



Qué tipo de correos electrónicos son los que más recibe diariamente. Señale 2



Qué tipo de correos electrónicos son los que más recibe diariamente. Señale 2

