**Protocolo de comunicaciones y relaciones laborales**

Ivan Dario Medina

Yessica Maria Manrique

Cristhian Eduardo Cubillos

Wilson Gabriel Garcia

Ana María Tibaduiza Vega

Grupo 390

Tutora

Fanny Rocio Rojas

Octubre 2020

**Universidad Nacional abierta y a distancia-UNAD**

**Protocolo**

**Introducción**

**Tabla de Contenidos**

[Protocolo de comunicación 1](#_Toc410628920)

[Protocolo de comunicación interna 1](#_Toc410628921)

[Protocolo de comunicación externa 4](#_Toc410628922)

[Plan motivacional . 12](#_Toc410628923)

[Conclusiones 6](#_Toc410628930)

Referencias bibliográficas  [7](#_Toc410628931)

**Lista de tablas**

[Tabla 1. Protocolo de comunicación interna. 3](#_Toc410629016)

**Protocolo de comunicación**

Datos de la empresa.

Nombre de la empresa: Wimprex (Producción y comercialización de electrodomésticos)

Slogan: Cómodamente fácil

Ciudad: Sogamoso – Boyacá

Fecha de Creación: 07 octubre 2012

Número de empleados: fabrica 89 - administración 38.

**Protocolo de comunicación interna**

Tabla 1. Protocolo de comunicación interna.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| EMISOR | RECEPTOR | MENSAJE | CANAL | TIPO | RECOMENDACIONES |
| Cualquier empleado | Jefe inmediato de cargo a que pertenece | Solicitud permiso laboral | Formulario dispuesto por la empresa | Escrito | Presentar formulario con 3 dias de anticipación |
| Cualquier empleado | Jefe inmediato de cargo a que pertenece | Licencia de calamidad doméstica | Diálogo presencial  Formulario | Verba  Escrita | Presentar la constancia al momento de retomar las acciones laborales |
| Cualquier empleado | Recursos humanos y jefe inmediato | Licencia de maternidad | Correo  Presencial  Circular | Reglamentaria  escrita | Presentar incapacidad por el tiempo de ley |
| Gerente general | Gerente, administrativo, comercial y producción. | Fechas de próximas reuniones | Correo electrónico | Escrito Online | Enviar correos con 5 días de anticipación e informar los temas a tratar. |
| Recursos humanos | Todo el personal | Integraciones y talleres de esparcimiento | Correo electrónico  Cartelera de noticias | Escrito  Verbal | Informar que tipo de actividad se desarrollará, elementos necesarios, lugar, fecha y hora. |
| Recursos humanos | Todo personal | Capacitaciones | Correo electrónico | Online | Se informará al terminar la jornada laboral |
| Psicología | Todo personal | Acompañamiento | Presencial  telefónico | Verbal  escrito | se realizará en los horarios de atención |
| Área de producción | Gerente de producción | Informe semanal de producción | Formulario dispuesto por el área | Escrito  Verbal | Consignar información puntual, en caso de presentar problemas o fallas describirlas detalladamente. |
| Gerente general | Accionistas  Contador  Administrador | Junta directiva | Presencial  Online | Verbal | Se estipulara las citas previas para la reunión de el estado financiero de la empresa |
| Dpto. Ventas | Gerencia comercial | Informe de ventas | Formulario dispuesto por el área | Verbal  Escrito | Cada semana se presentará informe de las ventas en los puntos de venta y despacho. Destacar cuales son los productos más vendidos. |
| Gestor de bodega y archivo | Jefe de producción | Almacén e inventario | Correo electrónico | Verbal  Formato exigido por la empresa | Informar cada semana el inventario, las existencias que hay, que se agotó y que está a punto de agotarse |
| Jefe de producción | Dpto. comercial | Proveedores | Telefónico  correo electrónico | Verbal  correo  telefónico | Comunicarse con los proveedores solicitando 5 unidades de más a las establecidas por la producción |
| Control de calidad | Producción | Cita de control y calidad de lotes | Correo  Personal | Personal | Se agendará la visita del departamento de control y calidad cada mes en donde no se obliga a agendar una cita |
| Marketing | Comercial | Renovación de estrategia | Online | Online | Se hará cada 3 meses la renovación de estrategia de marketing teniendo en cuenta su estado de ventas y estado de resultados |
| Servicios generales | Gerencia administrativa | Solicitud de productos | Formulario solicitud de productos | Escrita verbal | El formulario debe diligenciarse y entregarse antes de que los productos se agoten |
| Siso | Todo el personal | Inspección y auditoría | Formulario de gestión | Escrita | Se presentará el formulario informado el día de la realización de una auditoría e indicando los parámetros que se evaluará |
| Gerencia comercial | Atención al cliente | Capacitaciones para mejor prestación de servicio | Conferencias  Curso online | Verbal | Informar al personal con anticipación la fecha y requisitos. |
| Área de marketing | Gerencia comercial | Presentación de nuevas propuestas | Reunión presencial.  Documento.  Correo electrónico | Escrita  Verbal | Informar al gerente mediante los medios establecidos las nuevas ideas para el crecimiento del área |
| Atencion a cliente | Dpto. Comercial  Ventas | Transferencias y gestión de conmutador | Telefónica | Verbal | Se dará una modificación de transferencia a las diferentes áreas encargadas de brindar la información requerida por  el usuario con sus respectivas líneas y extensiones |
| Realizado por: Cristhian Cubillos y Ana Maria Tibaduiza | | | | | |

**Protocolo De Comunicación Externa**

**Objetivo:** Implementar criterios y estrategias para poder asegurar una buena comunicación externa, que diferencia a WIMPREX de los entes económicos que se dedican a la producción y comercialización de electrodomésticos en el municipio de Sogamoso.

***Responsables:*** Gerencia general, gerencia administrativa, gerencial comercial, gerencia de producción, departamento de recursos humanos, área de marketing, departamento de ventas, departamento de compras y atención al cliente; cada uno de estos departamentos tendrán la responsabilidad de poder ejecutar de manera asertiva una comunicación externa en diferentes entornos.

* *Gerente de ventas*
* El gerente de ventas y sus delegados deben caracterizarse por ser personas de moral, responsabilidad y puntualidad, capaces de asesorar a sus posibles clientes con información veraz y oportuna, con un lenguaje corporal y verbal asertivo y respetuoso, sin tener cabidas a respuestas agresivas o groseras.
* La presentación debe ser elegante y distintiva, con el logo de identificación de la empresa, nunca se debe usar la imagen en eventos que no sean realizados por la empresa sin su respectiva autorización, ni deben vincularse con ningún tipo de altercados o polémicas.
* El gerente de ventas y sus delegados deben ser la cara amable y amigable para nuestro objetivo de población.

**Herramientas:**

* Publicidad

*Cuña de Radio*

Sera un anuncio breve no mayor a 30 segundos donde se transmitirá la filosofía de WIMPREX resaltando los servicios que ofrece.

* Se debe difundir la cuña en las principales emisoras de la ciudad de Sogamoso
* Debe especificar los servicios más importantes que ofrece la empresa para poder llamar la atención al público.
* Poder difundir las cuñas a través de medios digitales como lo son la página web, Facebook, twitter.

*Anuncio de Prensa*

Gráficamente se dará un mensaje mostrando la importancia de poder acceder a nuestros productos enfatizando en el cuidado del medio ambiente

* Se difundirá a través de periódicos regionales, revistas locales para una mayor cobertura.
* Se debe resaltar en las imágenes el cuidado del medio ambiente
* Se debe contrastar los colores que apoderan a WIMPREX
* Contemplar la idea de poder añadir un profesional que trabaje en WIMPREX

*Folletos*

Debe seguir las características del anuncio de prensa, pero contendrá promociones y características de los productos que ofrece WIMPREX

* Se hará en forma de folleto, deberá tener 2 dobleces.
* Deberá tener los colores corporativos
* Invitación a conocer más a fondo los productos que se ofrecen.
* Relaciones Publicas

*Feria*

Se debe programar la participación en la feria de Julio que se realiza en el municipio de Sogamoso donde se pueda exponer promociones para el incentivo de la venta de electrodomésticos.

* Se debe hacer un stand con los colores corporativos de WIMPREX.
* Se hará entrega de los folletos que se realizaron en la campaña de publicidad
* Se debe verificar que el personal sea calificado para dar un mensaje oportuno y asertivo a los clientes, para que no haya mal entendidos.

*Voz a voz*

* la calidad del producto debe ser excelente, así como la oportuna solución de la garantía de los productos
* las instalaciones deben mantenerse limpias y con buen aroma, organizado de una forma fácil de acceder y visualizar los productos.
* Los ejecutivos de ventas deben ser personas con muy buen vocabulario y excelente presentación, con la información suficiente para atender las necesidades de los clientes.
* De los anteriores puntos depende las recomendaciones de voz a voz de nuestros clientes.
* Medios digitales

*Página web*

Es el sitio principal para la comunicación y publicidad de WIMPREX.

* La página web debe ser un sitio amigable y fácil de acceder, con la posibilidad de encontrar todos los productos ofrecidos, con su valor y sus características.
* Link de respuestas rápidas y asesoría con alguno de nuestros consultores.
* Link de envió a formas de pago para compras por internet en un sitio seguro.
* Link de conexión con nuestras redes sociales

*Redes sociales*

Son sitios específicos para llevar nuestros productos a mayor cantidad de clientes

* Los sitios deben ser amigables y con variedad de información.
* Las imágenes deben ser de gran calidad.
* Ofertar y promocionar productos con concursos que generen mayor publicidad.
* Números y links de contacto con nuestros consultores para la solución de dudas e inquietudes.

*Campañas Publicitarias*

Se consideran estrategias de comunicación que tienen como objetivo fijar nuestros productos en la mente de sus consumidores potenciales

* + Debe tener una descripción del producto donde se evidencie los detalles técnicos y el historial de comunicación.
  + Implementar objetivos tácticos, estratégicos y finales que llamen la atención del cliente.
  + Debe contener un mensaje informativo o moral el cual debe estar argumentado y complementado con un estilo de creatividad.
  + Se debe contar con un presupuesto que se pueda ejecutar.

**Población Objetivo:**

* Publico Principal: Clientes particulares, clientes empresas y clientes potenciales
* Publico Relevante: Medios de comunicación
* Publico de Marginal: ONG`S

Nuestro público principal, relevante y marginal tendrá acceso a:

*Buzón de sugerencias*

* El buzón debe tener siempre un formato amigable donde se especifique la sugerencia expuesta por el trasmisor, además se debe tener un esfero para poder llenarlo.
* El buzón debe ser abierto a diario y las inquietudes expuestas en las respectivas reuniones para debatir y solucionar las sugerencias.

*Calificación del cliente en encuestas*

* Esto nos permite conocer la forma con o nos observan desde fuera de la empresa y así por buscar siempre la mejora
* El ejecutivo de ventas debe preguntas si es posible la contestación de la encuesta, ya sea en un equipo de nuestras instalaciones o vía correo electrónico.
* La encuesta debe ser sencilla, con respuestas rápidas y sugerencias al final.

**Estrategias:**

Implementar el uso de las nuevas tecnologías que WIMPREX trae al mercado, dando una sensibilización al público exterior de la importancia de obtener electrodomésticos que tengan un ahorro energético donde se enmarca el cuidado del medio ambiente.

Efectuar ayudas para el público marginal donde se implemente la reparación de electrodomésticos de segunda mano, que puedan ser asequibles a personas con bajos recursos.

Buscar de manera asertiva promociones y métodos de crédito a nuestro público exterior que no afecten el desarrollo económico de WIMPREX, generando así una imagen elocuente del poder contar con una empresa que piensa en sus clientes.

Implementar, optimizar y aprovechar cada una de las nuevas tecnologías existentes para mejorar y agilizar la comunicación., empleando herramientas sociales como Facebook Twitter WhatsApp y por su puesto la página Web.

**Cronograma:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Cronograma Protocolo de Comunicaciones Externas* | | | | | | | | | | | | |
| *Actividad*  *Semana* | ***Octubre*** | | | | ***Noviembre*** | | | | ***Diciembre*** | | | |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** |
| *Objetivo* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Responsables* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Herramientas* |  | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Población Objetivo* | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Estrategias* |  | X | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Implementación* |  | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |

**Plan motivacional**

**Conclusiones**

En el ejercicio referente a la comunicación asertiva y en equipo se evidencia que su eje central en el cual se basa es la calidad y claridad de lo que quiere dar a entender el emisor. Cuando existe una comunicación eficaz dentro de una empresa, se presenta el mínimo margen de error al ejecutar una orden o actividad solicitada por un superior. Uno de los principales problemas al momento de dar cumplimiento a un plan de comunicación es la omisión del algoritmo por el cual se rige la empresa en un paso a paso que se debe cumplir para un fin determinado. Claro está, que si el personal no ha sido informado consistentemente de cómo funciona el protocolo de comunicación, difícilmente podrá cumplirlo, es por esto que el protocolo desarrollado debe ser de fácil compensación y se deben contemplar las necesidades de cada uno de los individuos que conformar la empresa.

**Referencias Bibliograficas**