

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

“Análisis de la Comunicación Interna en una empresa de teletrabajo y su influencia en los empleados durante el periodo 2022: Caso Publidirecta”

Autor/es:

Borrego, Lara Aylén LU: 1155724

Irala, Mirna Sofía LU: 1127617

Carrera:

C. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Tutor:

Botto, Marcelo Norberto

Riccomagno, Cristian Javier

Índice general

1. Introducción.....	3
2. Identidad de Publidirecta.	4
3. Objetivos.....	5
4. Investigación Interna y Externa.....	6
4.1 Macroentorno... ..	6
4.2 PESTEL.....	6
4.3 Benchmarking.....	8
4.4 FODA.....	8
5. Análisis de Públicos... ..	9
6. Plan de comunicación interna... ..	12
Objetivo 1	12
Estrategia 1.....	12
Táctica 1.....	12
Materialización de Tácticas 1	13
Objetivo 2... ..	13
Estrategia 2.....	13
Táctica 2.....	13
Materialización de Tácticas 2... ..	13
Objetivo 3... ..	13
Estrategia 3.....	14
Táctica 3.....	14
Materialización de Tácticas 3... ..	14
7. Entrevistas a empleados de Publidirecta.....	14
8. Conclusión.....	24
9. Anexos.....	26
10. Bibliografía.....	27

Introducción

El trabajo de investigación final consistirá en la elaboración de un plan de comunicación interna para una organización que se encuentra dentro del rubro de publicidad: Publidirecta, agencia de publicidad y marketing directo.

La institución elegida para el presente trabajo lleva el nombre Publidirecta. Se trata de una agencia de publicidad y marketing directo con sede en Madrid, la cual cuenta con más de 30 años de experiencia en el sector de desarrollo de publicidad, implementando estrategias de marketing para la pequeña y grande empresa de España, brindando soluciones estratégicas para el aumento de ventas y captación de nuevos clientes.

La modalidad de trabajo que lleva adelante es la de teletrabajo, lo que da lugar a que sus empleados puedan realizar labores desde cualquier parte del mundo, permitiendo también que el equipo sea de diferentes nacionalidades. En la actualidad, la empresa cuenta con diez empleados de los cuales el 60% corresponden a América Latina, entre ellos a personas de nacionalidad peruana, venezolana y argentina; mientras que el 40% restante pertenece a España.

Anualmente posee un aproximado de 30.000 clientes pertenecientes a distintos puntos del país español, quienes solicitan la implementación de campañas de publicidad para cualquier punto. Cada cliente elige realizar acciones con Publidirecta con el objetivo de desarrollar estrategias de marketing que ayuden a captar nuevos clientes para su negocio o comercio.

La empresa Publidirecta tiene dirección fiscal en la ciudad de Madrid, ubicada en Calle de Núñez de Balboa, 35, 28001 Madrid, España, en donde se encuentran sus oficinas.

Identidad de Publidirecta

Para analizar los factores internos de la empresa, se tomarán en cuenta tres aspectos que, en conjunto, conforman la identidad de Publidirecta: misión, visión y valores.

La **misión** es proporcionar soluciones estratégicas para la captación de nuevos clientes a través del marketing directo.

Mientras que la **visión** es consolidar a Publidirecta como la agencia de publicidad líder en el mercado español, reconocida por la calidad, rapidez e impacto positivo que genera en los negocios con sus clientes.

Por último, los **valores** son el compromiso ético, actúa bajo las leyes y regulaciones de España y las soluciones creativas, se destaca por ofrecer variedad en cuanto a estrategias publicitarias para el desarrollo de campañas efectivas.

El presente trabajo se llevará a cabo con el fin de analizar el desarrollo de la **Comunicación Interna** con la modalidad de **Teletrabajo** en los **empleados de Publidirecta**. Para esto se tendrán en cuenta los códigos que se utilizan para el intercambio de mensajes entre sus empleados, comprendiendo el sistema de códigos de la función referencial indicada por Jakobson, Roman en Lingüística y poética, junto con la Teoría de la Comunicación Humana de Paul Watzlawick, el cual realiza un análisis sobre la comunicación analógica y digital. Además, se tendrá en cuenta el estudio de trabajo bajo la modalidad de trabajo virtual.

El objetivo de este es determinar si las herramientas utilizadas cumplen con la función de lograr una comunicación efectiva para todas las partes de la organización y sus trabajadores, tanto los que pertenecen a España como los correspondientes a América Latina, entendiendo que es un elemento crucial para su buen funcionamiento e incluso crecimiento, ya que la modalidad de teletrabajo conlleva a que la labor se realice fuera de las instalaciones del empleador, siendo una modalidad relativamente reciente en el mercado laboral.

El principal problema a resolver es analizar los distintos canales de Comunicación Interna que utiliza Publidirecta, con el objetivo de identificar las fallas que éste presenta frente a los trabajadores dificultando su trabajo diario. A su vez, detectar las necesidades que hoy

reflejan los empleados a causa de esta modalidad, lo cual los afecta negativamente dejando como consecuencia incidencias.

Está dirigido tanto como para los trabajadores de la empresa, como para los distintos representantes que desempeñen tareas de coordinación y liderazgo, con el objetivo de demostrar que la Comunicación Interna implementada por Publidirecta no es efectiva para los empleados, teniendo presente que se trata de una empresa la cual tiene funcionamiento 100% remoto y su mal funcionamiento puede provocar disturbios en el proceso de trabajo.

Del mismo modo, la finalidad de este proyecto se resume en presentarles un nuevo plan de comunicación con el objetivo de mejorar el actual.

Objetivos

Objetivo general

- Analizar la Comunicación Interna y su influencia en el teletrabajo de los empleados de Publidirecta durante el año 2022.
- Diseñar y presentar un nuevo plan de Comunicación Interna para los empleados de Publidirecta, a partir de las deficiencias detectadas tras el análisis.

Objetivo específico

- Identificar los distintos canales de Comunicación Interna que utiliza Publidirecta.
- Determinar si los canales de Comunicación Interna utilizados por Publidirecta son los mismos para todas las áreas.
- Analizar las ventajas y desventajas del teletrabajo en la aplicación de la Comunicación Interna para los empleados de Publidirecta.

Previo a la elaboración de un plan de comunicación interna, se elaborará una investigación interna de la empresa en su totalidad (teniendo en cuenta los distintos aspectos de la comunicación que poseen). Una vez analizado se obtendrá información clara sobre la forma de comunicación actual y cómo mejorarla.

Se realizará un plan de investigación exploratorio, con el fin de identificar las diversas problemáticas que se presentan dentro de la Comunicación Interna en Publidirecta y cómo afecta esto a sus empleados.

A su vez, realizaremos una investigación de tipo descriptiva, ya que el objetivo del trabajo es documentar la situación tal y como se observa en la realidad, a partir de una representación precisa y detallada sobre la aplicación de la Comunicación Interna en Publidirecta.

En primera instancia se realizará un análisis del funcionamiento de la comunicación interna de la empresa, detectando tanto las ventajas como las problemáticas que esta presenta para sus empleados. A partir de este análisis desarrollaremos un nuevo plan de comunicación que permita facilitar el intercambio entre los empleados de Publidirecta, lo que derivará en nuevos beneficios para la empresa.

La estrategia metodológica se basará en estudios cualitativos: entrevistas, son una herramienta en la que se usan preguntas abiertas para conocer opiniones, experiencias, narraciones o relatos de los encuestados.

Investigación Interna y Externa

Macroentorno

Se analizará entendiendo a éste como la recopilación de información de diferentes factores periféricos de la empresa que afectan al accionar de la empresa. Se incluyen dentro de él el análisis del PESTEL.

- *Político:*

Ley 28/2020 de Trabajo a Distancia

El nuevo Real Decreto Ley otorga a las personas trabajadoras a distancia los mismos derechos que las que ejercen sus actividades en los locales de la empresa y se fundamenta en la voluntariedad y el acuerdo de personas trabajadoras y personas empleadoras.

Según el Real decreto ley aprobado, se considerará que una persona trabaja a distancia cuando al menos realice un mínimo del 30% de la jornada, o el porcentaje proporcional equivalente en función de la duración del contrato de

trabajo por esta modalidad, fuera de su centro de trabajo durante al menos 3 meses desde que la norma sea de aplicación a la relación laboral concreta. En la práctica, quedan fuera los teletrabajadores esporádicos y aquellos que trabajan desde casa un día a la semana.

- *Económico:*

El IPC, (Índice de Precios al Consumo) o inflación en España mide la evolución del conjunto de precios de los bienes y servicios que consume la población residente en viviendas familiares en España. La tasa de variación anual del IPC en España en septiembre de 2023 ha sido del 3,5%, 9 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,2%, de forma que la inflación acumulada en 2023 es del 3,1%.

- *Social:*

Según un estudio de ISG, existe una fuerte correlación entre el compromiso de los empleados y la calidad del lugar de trabajo: los que afirman tener un lugar de trabajo de buena calidad tienen casi el doble de probabilidades de creer que su organización es un lugar de trabajo mejor que otras. Pero, además, si les preguntas cuáles son sus motivaciones para volver a la oficina te dirán dos esencialmente: el contacto con los compañeros y poder tener una separación clara entre la vida laboral y familiar. A los empleados les preocupa el aislamiento social.

En 1938, la Universidad de Harvard lanzó un estudio para el que reclutó a más de 700 jóvenes, a los que siguió durante toda su vida, para descubrir el secreto de la felicidad. 85 años después, el prestigioso psiquiatra R. Waldinger, actual director del proyecto apunta una de las principales conclusiones del estudio: “Las buenas relaciones sociales son el mejor predictor de la felicidad y de la salud física”, yo añadiría... y de la productividad. Así que, está claro, la oficina se ha convertido en el nuevo club social.

- *Tecnológico:*

Publirecta es una empresa que desde sus inicios ha apostado siempre por la tecnología para la mejora de procesos y resultados de las acciones publicitarias. Se enuncian como pioneros en desarrollo de tecnologías que ayuden a sus clientes a aumentar los resultados y mejorar el ROI de las acciones publicitarias.

Destacan el uso de Bigdata y Geomarketing para mejorar el impacto de las acciones de promoción, así como sistemas de seguimiento y monitorización online y offline.

Dispone de un equipo técnico propio que les permite implementar mejoras en los sistemas de gestión, control y calidad de la empresa

Benchmarking

Se seleccionaron dos empresas como competencia de Publidirecta, ambas se pronuncian como agencias de marketing directo especializadas en el reparto de publicidad. Cada uno será analizado bajo las mismas variables en las que se analizó a Publidirecta.

Empresa: Geobuzón

Dirección: C. del Hierro, 33, 3, 28045 Madrid, España.

Se identifica como empresa líder en el reparto de publicidad en buzones, ofreciendo servicio de geolocalización, contacto instantáneo y rapidez en el servicio.

Empresa: Sercom Publicidad

Dirección: Calle Rogelio Muñoz, 2 – 28033 Madrid

Se pronuncia como agencia de marketing directo especializada en servicios de reparto de publicidad y creación de eventos. A su vez, también menciona contar con servicios como diseño e impresión de publicidad.

Ambas empresas cuentan con características similares a Publidirecta en cuanto al servicio que ofrecen y el público al cual se quieren dirigir.

Análisis FODA

Para concluir con el análisis de Publidirecta, se realizó una matriz FODA, integra las fortalezas y debilidades que tiene la empresa, mientras que también las oportunidades y amenazas que podrás tener.

En principio se identificó como fortaleza que es una empresa Líder en España, en calidad de distribución, que posee intranet para realizar seguimiento On-line de las acciones

publicitarias. También reducen sus costos gracias a la automatización de procesos. Cuentan con más de 30 años de experiencia, aportando transparencia y control en tiempo real con la monitorización online y móvil, con reportings constantes, gestión del transporte y/o reexpedición del material. Controles presenciales permanentes en zonas de distribución y geomarketing: análisis de zonas y tipos de cliente para obtener los mejores resultados.

Con respecto a las debilidades de la empresa, se encuentra la comunicación interna y la nula comunicación sobre los objetivos, misión y visión de parte de la empresa para todos sus empleados.

En cuanto a las oportunidades que tiene Publidirecta se puede comenzar por la realización de redes sociales como instagram o facebook, donde podría mejorarse con la presencia de un community manager, quienes logran destacar los atributos de la marca y los servicios que se ofrecen. Como otra oportunidad podría ser participar en eventos internacionales donde comparta con otras empresas e intercambiar propuestas.

Como última oportunidad, Publidirecta tiene la posibilidad de expandirse, poniendo sedes tanto dentro de España como en otros pais.

Para finalizar el análisis FODA, se hará hincapié en las amenazas que tiene la marca. Entre ellas, competencia con precios en comparación a otras agencias y empleados desmotivados.

Análisis de públicos

Para comenzar con el análisis de públicos, según Paul Capriotti, se entiende por público “todos los grupos de personas que tienen algún tipo de interés similar entre ellos con respecto a una organización, y que pueden afectar el funcionamiento o el logro de los objetivos de la compañía” (Capriotti 2009: 171).

En relación a Publidirecta, se identifica como público a todas aquellas entidades que se relacionan de forma directa como cliente.

Los públicos de Publidirecta están divididos en dos grupos diferentes: público interno y público externo, tomando todos los vínculos que la empresa mantiene.

Por un lado, con relación al público interno se encuentran los empleados propios, los gerentes y dueños. Este público es el destacado, ya que sin ellos el funcionamiento de la empresa no sería posible. Las condiciones laborales y el trato que reciban llevarán a un mejor o peor desempeño por parte de los empleados. El empleador debe tener en cuenta todos los aspectos para que su público interno se encuentre satisfecho y, por consiguiente, logre un buen desempeño.

Por otro lado, se encuentra el público externo donde se ubican los clientes o posibles clientes de Publidirecta, quienes se contactan con la empresa con el fin de desarrollar una estrategia de marketing para la captación de clientes en su nuevo negocio. Aquí podemos encontrar a personas pertenecientes al área de publicidad o encargado de marketing de la pequeña y grande empresa de España.

Tanto el público interno como externo son considerados de importantes para el desarrollo y efectividad de todo lo que conlleva esta empresa. En este caso, investigando y analizando el entorno de la marca, se observa que Publidirecta intenta mediante acciones internas y externas mantener y nutrir sus vínculos con cada uno de estos públicos.

Medios de comunicación interna que utiliza Publidirecta

3CX Phone System: La central **3CX Phone System** es un sistema de comunicación basado en IP (Protocolo de Internet), el cual integra diferentes formas de comunicación como llamadas, correos de voz, videollamadas, mensajes por chats, permitiendo que sus integrantes puedan comunicarse desde cualquier lugar que tenga acceso a Internet.

Este sistema permite que los usuarios puedan conectarse desde una app, la cual puede ser instalada tanto en una PC como en un dispositivo móvil, dando al empleado la posibilidad de atender llamadas estando fuera de la oficina siempre y cuando cuente con acceso a Internet.

El **3CX** cuenta con herramientas de control y monitoreo, esto quiere decir que todas las comunicaciones que se realicen a través de él quedan grabadas en tiempo real, dando la posibilidad de que se acceda a los registros en cualquier momento. Además, posee una

función especial, la cual permite la configuración del enrutamiento de las llamadas, en este caso los empleados de Publidirecta cuentan con líneas telefónicas correspondientes a España, siendo que pertenecen a otro país.

Promo Call Tech, Publidirecta - Sistema de ERP

Publidirecta cuenta con un sistema de ERP (corresponde a sus siglas en inglés de "planificación de recursos empresariales"), el cual cumple con múltiples funciones que facilitan la comunicación entre los empleados de la empresa y sus clientes.

Se podría definir al ERP de Publidirecta como la base principal de su funcionamiento. Este sistema funciona como una nube, en el cual se encuentran una serie de datos que son de vital importancia, entre ellos podemos mencionar: base de datos de clientes, datos de cada provincia, localidad y CP de España; este dato es esencial para hacer campañas de publicidad efectivas, videos de capacitación; el cual los empleados pueden ver cada vez que lo necesiten. Este medio es esencial para comprender el funcionamiento de la empresa, información detallada sobre cada servicio que se efectúa dentro de la empresa y datos esenciales sobre los avances de cada campaña; de esta forma los empleados pueden estar al tanto de cada contrato en proceso y mantener al tanto al cliente sobre los avances del mismo.

Es el sistema de ERP que utiliza Publidirecta funciona como el sistema central de la empresa, es decir, que cuando este no funciona, sus empleados no pueden ejecutar otro tipo de labor, ya que depende de él para cada proceso.

Casilla de correo electrónico con dominio empresarial:

Al igual que otras empresas, cada uno de los empleados de Publidirecta cuenta con su propia casilla de correo electrónico con dominio empresarial, en este caso se trata de "publidirecta.es". Este medio es el más utilizado para las comunicaciones internas, ya que cuentan con un email central que se utiliza para dar avisos generales.

WhatsApp: Cada empleado de Publidirecta cuenta con su propio número de WhatsApp con número de identificación perteneciente a España, a través de este medio se realizan más "informales".

Si bien, la función principal es para que los empleados puedan comunicarse con los

clientes, también se reciben llamadas o mensajes entre empleados o mismos jefes.

Google Meet: Las videollamadas a través de Google Meet no son las más utilizadas, pero sí funcionan como medio de comunicación interna para realizar reuniones de distinto tipo de interés, ya sean capacitaciones o avisos. Estas comunicaciones son poco habituales.

Plan de comunicación interna

Luego de la investigación y análisis realizado sobre Publidirecta y su comunicación interna actual, se detectaron varias falencias que traen como consecuencia incidencias tanto a nivel interno como a nivel externo dentro de la empresa. Por esto, se resolvió implementar un nuevo plan de comunicación que satisfaga al 100% de los empleados de la empresa, con el fin de que cada mensaje que se reciba sea comprendido de la misma manera por cada empleado. Al igual que se tendrá en cuenta la optimización de la plataforma, brindando un nuevo espacio que permita la conexión eficiente de todas las partes. Dentro de este nuevo plan será importante que todas las áreas se comuniquen entre sí de forma permanente y trabajen en conjunto para lograr los objetivos planteados. Se llevarán a cabo distintas opciones que se detallan a continuación:

Objetivo 1

Implementar una plataforma digital de comunicación interna para todos los empleados en un plazo de 3 semanas, la cual fomentará la comunicación bidireccional.

Estrategia 1

Permitir la colaboración, el intercambio de información y la comunicación en tiempo real entre los miembros y todo el equipo con el objetivo de que los empleados puedan expresar sus opiniones, inquietudes y sugerencias de manera abierta y constructiva, contribuyendo al crecimiento de la agencia.

Táctica 1

Dicha plataforma debe contar con características que permitan la comunicación por diferentes vías, como llamadas, chat y videollamadas.

Materialización de Tácticas 1

A partir de la realización de una nueva plataforma, se elaborará un cronograma, semana a semana para el lanzamiento de la misma, luego se realizará monitoreo y soporte diario por cualquier inconveniente que surja.

Objetivo 2

Organizar reuniones virtuales mensuales en línea para todos los empleados en un plazo de quince días incentivando al desarrollo de una cultura de trabajo en equipo, a través de actividades virtuales.

Estrategia 2

Establecer un vínculo inicial con los empleados conectados, informados y comprometidos. Estas reuniones pueden incluir actualizaciones de proyectos, presentaciones de logros y oportunidades para preguntas y discusión. También contribuye a generar un espacio de compañerismo, fomentando el desarrollo de relaciones interpersonales.

Táctica 2

La creación de un grupo en Teams, para que todos los empleados puedan estar conectados e informados.

Materialización de tácticas 2

Acceder a Teams y crear un nuevo equipo de trabajo, configurar grupos con determinados nombres, como “reunión semanal” “reunión quincenal”. Invitar a todos los empleados a conectarse y participar, desde reuniones pactadas por mails. Crear canales para que puedan compartirse preguntas, consultas o logros. Y por último y no menos importante, brindarles información sobre cómo utilizar dicha plataforma.

Objetivo 3

Capacitación y desarrollo a distancia para mejorar las habilidades de los empleados, con la finalidad de ayudar al crecimiento profesional de ellos.

Estrategia 3

Realizar una evaluación precisa, acceso flexible, seguimiento continuo y reconocimiento para lograr el objetivo general a través de la capacitación y desarrollo a distancia.

Táctica 3

Implementar programas de capacitación en línea que se adapten a las necesidades de cada empleado. Es importante establecer una comunicación clara y efectiva para garantizar la participación de todos los empleados.

Materialización de tácticas 3

Crear canales de comunicación claros para informar a los empleados sobre los programas de capacitación, los objetivos específicos y la importancia de su participación. Utilizar correos electrónicos, reuniones virtuales, y mensajes en la plataforma de aprendizaje. Llevar una evaluación detallada de las habilidades y competencias de cada empleado.

Entrevistas a empleados de Publidirecta

Con el fin de comprender las necesidades de cada empleado de la empresa Publidirecta, se llevó a cabo un análisis cualitativo, a través de entrevistas. A partir de esto se logran comprender los matices, las emociones y motivaciones de cada uno de los empleados frente al desarrollo del plan de comunicación actual que utiliza la empresa.

Las preguntas realizadas a cada empleado fueron las siguientes:

Melina Tedesco – Argentina – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Creo que podría mejorar en algunos puntos. En estos momentos contamos con tres vías de comunicación distintas y esto hace que sea un poco desprolijo, además de que hay más de una voz de autoridad y muchas veces esto produce choques.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

Tal vez, pensando en mi propio beneficio, me gustaría que todos los canales de

comunicación estén centralizados en un solo lugar, en una sola app. Fui mamá hace poco y tener un hijo tan pequeño no me permite estar las 8h frente a la computadora, si pudiese tener todo en el teléfono, por ejemplo, sería más sencillo para mi cumplir con el rol de mamá sin descuidar mi trabajo.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

La realidad es que me siento a gusto con casi todo, tenemos una modalidad de trabajo en la que no tenemos a nuestros jefes encima nuestro constantemente. Estuve trabajando de forma remota en otros trabajos en donde veían hasta si salía un minuto de la computadora, aquí esa “flexibilidad” la tenemos, nuestra dedicación se ve reflejada en los objetivos que generamos.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

No podría decir que es innecesario, pero sí me genera una incomodidad las reuniones que a veces suelen ser de 2h que tal vez no nos llevan a ningún lugar, estas reuniones son vía Google Meet y a mi parecer es solo para vernos las caras.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

En mi caso sería importante tener más presencia de mi jefa de equipo, muchas veces la comunicación con ella es difícil, me cuesta localizarla y eso hace que se retrase mi trabajo y por ende baje mi productividad. Para mí sería necesario que estas consultas que tengo para ella puedan hacérselas a alguien más o encuentre las respuestas en otro lugar, pienso en que tal vez una opción sería contar con tutoriales, o que además de mi jefa de equipo pueda haber alguien más con quien pudiese hablar.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Quincenal no, pero sí una reunión mensual. También creo que esa reunión sería importante entre todo el equipo comercial, junto con nuestras jefas de quipo, nos serviría mucho para sacarnos dudas una vez al mes y no tener que contactarlas por fuera con un mensajito de WhatsApp que nunca es resuelto.

Maite Leal – Argentina – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?
Sí, sí me parecen eficientes.
2. ¿Qué mejoraría de estos canales?
Mejoraría el que la misma presión que se le pone a sus empleados de contestar sea igual para todos.
3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?
No cambiaría los canales de comunicación, me parecen bien.
4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?
Me parece innecesaria tanta burocracia en la comunicación.
5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?
En el trato a los empleados.
6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?
Si obvio, sería de gran utilidad, pero primero hay que cambiar el trato, el modo de cómo se comunican las cosas.

Katy León – Venezuela – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?
Sí, me parecen eficientes.
2. ¿Qué mejoraría de estos canales?
Igualdad para todos los empleados.
3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?
Mi equipo de trabajo.
4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve

innecesarios?

Me parece innecesario el contacto por mail y la forma en la que comunican las correcciones.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

La calidad de la actividad o tarea que se realiza y no la cantidad.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

En otras empresas sí, en Publidirecta no porque no escuchan tus opiniones como empleado.

Pamela Salas – Perú – Sector de calidad

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

No me parecen eficientes, es algo incómodo contar con varias vías nada más.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

Sería de mucha ayuda contar con una central que pueda agilizar las comunicaciones.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

Publidirecta no lleva un control sobre la cantidad de horas trabajadas, eso me hace sentir cómoda, si un día tengo que salir antes porque debo hacer un trámite no hay problema siempre y cuando cumpla con mi labor.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

Una parte del equipo tenemos que comunicar todas las acciones que vamos realizando a través de Google Calendar, sería bueno poder hacer todo esto desde un solo lugar y no tener varias vías, eso muchas veces hace que sucedan incidencias.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

Prefiero no opinar.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Sí, me parecería útil.

Almudena Rebollo – España – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Si, nunca tuve problema con ellos.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

En mi parecer no habría nada que mejorar. Llevo trabajando bajo esta modalidad hace 5 años y la mayor incidencia fue la conexión a Internet que rápidamente se vuelve a restablecer.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

Utilizo mucho la comunicación vía WhatsApp, me siento más cómoda, es más rápido. Tengo dos niños y esto me permite estar comunicada aun estando fuera de casa.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

Ninguno, todos cumplen con haber función específica y necesaria.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

Tal vez sería correcto hacer algunas reuniones para reforzar el aprendizaje.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Me parece bien.

Alicia Vidal – España – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Hasta el momento no he tenido problemas.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

Tal vez sería más cómodo poder ingresar al sistema desde el teléfono. Al momento el ERP no permite hacer todas las funciones desde el celular.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

El sistema de 3cx me parece muy útil.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

No pienso que haya medios innecesarios.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

En las capacitaciones, muchas veces no contamos con el tiempo suficiente para que estas se den de forma correcta.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Sí, me parece que sería de mucha ayuda.

Irene Barrantes – Perú – Área de seguimientos

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Tuve la suerte de trabajar en varias empresas de otros países y mi experiencia hasta el momento con Publidirecta no es la mejor.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

En mi caso, debo comunicarme con dos grupos distintos por ciertos temas y me resulta bastante tedioso no poder gestionarlo mejor. De hecho, me trae muchos

errores de interpretación.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

Deberíamos tener todos los accesos en un solo lugar y no tantas vías sueltas.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

Para el tipo de labor que yo realizo me gusta mucho el 3cx ya que puedo monitorear los trabajos que realizan las chicas. Tener las grabaciones y los horarios en tiempo real me es muy útil.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

En mi opinión las reuniones por videollamada no las considero innecesarias porque me parece importante que podamos vernos, pero sí considero que los temas que se tratan no son van a ningún punto que pueda ayudar a la productividad.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Deberíamos tener más reuniones, no solo para mejorar la productividad sino para conocernos más. Esto ayudaría mucho a afianzar las relaciones y los equipos de trabajo. Si, sería importante para los equipos.

Mirna Irala – Argentina – Ejecutiva de Cuentas

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Funcionan bien, pero resulta complicado tener un buen control cuando son varias vías de comunicación y no siempre se comunica lo mismo en todas las fuentes. Esto genera confusión y, por lo tanto, incidencias durante el trabajo.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

No tendría algo que mejorar, sí creo que se evitarían muchas incidencias si las formas de comunicar, dar avisos o informar es para todos igual. A veces sucede que los jefes se preocupan de ciertos temas que el resto del equipo no, y

obviamente esto genera episodios de confusión, malentendidos.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

No cambiaría el sistema de 3cx, ya que nos permite realizar llamadas sin inconvenientes, además me parece importante que contemos con un registro de llamadas y esta app lo permite.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

Las videollamadas de muchas horas que, a mí parecer, no cumplen con la función de capacitar como se espera. Creo que el enfoque no está bien pensado o no se llega a comprender al punto que se quiere llevar para mejorar la productividad.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

En la escucha, en el habla, en conocernos mejor entre todos los integrantes. El trabajo remoto tiene muchas comodidades que no las abandonaré por nada, pero también trae como consecuencia que no puedas conocer un poco más a tus compañeros de trabajo, y me parece un punto importante.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

El trabajo en equipo siempre hace la diferencia con buenos resultados, y para que exista un buen equipo deben conocerse sus integrantes. Tal vez con que la reunión se realice una vez por mes estaría bien. Considero que sería importante para que los equipos se puedan sentir acompañados de sus líderes, siempre y cuando se plantee bien el enfoque.

Miguel Ángel Ferreres – España – Administración

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Desde el inicio nos esforzamos por entregarle a los empleados las plataformas más sencillas para que puedan ejercer su labor desde cualquier lugar del mundo.

La ineficiencia se presenta solo si no se cuenta con una red de Internet, de otra forma no existe inconveniente.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

No podría decirte que debamos mejorar algo, más que mejorar la red de internet de sus hogares.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

Como comentaba anteriormente, no creo que debamos mejorar nada, ya que no hemos recibido muchas quejas. Sí te podría decir que existe una cuestión cultural que trae algunos malos entendidos, pero todo se puede conversar.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

No considero que haya cuestiones innecesarias, todo lo que se realiza es con el objetivo de mejorar.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

Lo que puedo percibir es que el trabajo remoto algunas veces ocasiona que la atención no esté al cien por cien frente al equipo. Nuestra metodología es trabajar durante 9h y una de ellas es para el almuerzo, es decir que en total son 8h de actividad. Hace años que llevo con esto y aún me pasa que hay días en los que puedo estar las 8h activo, pero otros no, porque se me corta la luz, porque tengo cuestiones personales que atender, y obviamente esto afecta la productividad del día a día.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Para el área que yo ocupo no lo considero necesario, pero me parece importante para los equipos de ejecutivos.

Juan Manuel Ferreres – España – Director general

1. ¿Considera que los canales de Comunicación Interna ofrecidos por Publidirecta son eficientes?

Considero que sí, desde mi lugar siempre trato de buscar las mejores alternativas para que cada persona dentro de Publidirecta pueda cumplir su rol.

2. ¿Qué mejoraría de estos canales?

No podría decirte que haya algo que mejorar, sí te puedo confirmar que mi objetivo es ofrecer las mejores alternativas, por lo tanto, estoy dispuesto a recibir recomendaciones si éstas funcionan para mejorar aun más la productividad en Publidirecta.

3. ¿Qué no cambiaría? ¿Con qué se encuentra a gusto?

Podría decirte que Irene es fundamental para los equipos, ella es la encargada de realizar los seguimientos, ayudar a las chicas con cada duda que se presenta. El rol de Irene dentro de nuestra pequeña empresa no lo cambiaría por nada.

4. ¿Qué puntos sobre la Comunicación Interna que ofrece Publidirecta ve innecesarios?

No veo puntos innecesarios, todo lo que realizamos tiene un objetivo claro.

5. ¿En qué temas considera que debe hacerse mayor hincapié para mejorar la productividad?

Sé que muchas de las indicaciones que damos las chicas de América Latina lo ven innecesario. Sé que es una cuestión de modos culturales ya que los españoles somos algo “especiales”. Tu pregunta viene muy bien, porque en donde deberíamos mejorar es en los modos que utilizamos para comunicarnos.

6. ¿Cree que sería de utilidad contar con una reunión quincenal con los jefes de equipo para tratar ciertos temas?

Podría ser una opción para analizar.

Conclusión

Con la información recaudada dentro de la investigación, se realizará un plan de comunicación interna para Publidirecta. A partir del análisis PESTEL, benchmarking y FODA, toda información será utilizada para crear objetivos que coincidan con las necesidades que tiene la empresa y así poder lograr una comunicación interna correcta para todos los empleados.

En relación a las entrevistas que se les realizaron a todos los empleados se puede observar que el 40% del personal no presenta inconvenientes en la implementación actual de la comunicación interna, este grupo afirma comprender el canal que se utiliza y demuestran estar a gusto con su uso. Sin embargo, se debe destacar que este grupo pertenece al residente de España. Por otra parte, el 60% restante del personal correspondiente a América Latina, afirma que el canal de comunicación interna que utiliza la empresa presenta falencias en cuanto a la comprensión del mensaje que se desea transmitir, lo que provoca incidencias al momento de realizar las tareas habituales. Es decir, que el problema principal se encuentra en el código del lenguaje que utiliza la empresa para la comunicación del mensaje; según Jakobson, Roman en Lingüística y poética *“Cualquier conducta verbal tiene un propósito con objetivos diferentes, por lo tanto hay que investigar el lenguaje en toda la variedad de sus funciones... Para cualquier comunidad hablante, para cualquier orador existe una unidad de lenguaje, pero este código total representa, a su vez, un sistema de subcódigos conectados entre sí; cada lengua abarca varios patrones concurrentes, que se caracterizan por desempeñar una función diferente cada uno. Siempre que el hablante y/o el oyente necesitan comprobar si emplean el mismo código.”* En este sentido, se entiende que la corrección principal se debe ejecutar en la función referencial que utiliza Publidirecta para comunicar al resto de sus empleados, permitiendo que el código compartido sea comprendido por ambas partes.

A su vez, el análisis realizado permite entender los múltiples beneficios y características que ofrece el teletrabajo, el cual lo enmarcamos en dos características: *primero, el trabajo se realiza plena o parcialmente en una ubicación diferente del lugar de trabajo predeterminado. Segundo, para la realización del teletrabajo se utilizan la telecomunicación y las TICs – tecnologías de la Información y la comunicación, con*

internet y dispositivos electrónicos como computadoras, tabletas o teléfonos. Pero no todos son beneficios, ya que se puede detectar un desfase en la información en cuanto a la comunicación analógica, es decir, aquella comunicación que está vinculada con ver cómo se dicen las palabras, incluyendo gestos, tono de voz y lenguaje corporal según La Teoría de la Comunicación Humana de Paul Watzlawick “Como ya vimos, el material de los mensajes analógicos es sumamente antitético; se presta a interpretaciones digitales muy distintas y a menudo incompatibles. Así, no sólo le resulta difícil al emisor verbalizar sus propias comunicaciones analógicas, sino que, si surge una controversia interpersonal en cuanto al significado de una comunicación analógica particular, es probable que cualquiera de los dos participantes introduzca, en el proceso de traducción al modo digital, la clase de digitalización que concuerde con su imagen de la naturaleza de la relación.”

Gracias al análisis de cada uno de estos puntos se establece una nueva propuesta de plan de comunicación pensando en la facilidad, comprensión y beneficio que favorezca a todos los empleados de Publidirecta, y no solo al 40% perteneciente a España como sucede hasta el momento. En la nueva idea se toma en cuenta las necesidades de todos por igual, buscando generar un equipo de trabajo en donde la comunicación sea fluida, se encuentren momentos de capacitación para cada equipo y comiencen las relaciones interpersonales; lo que ayudará al trabajo en equipo.

Anexos

DAEM, Asesoría y Gestión Empresarial. Recuperado de <https://daem.es/ley-28-2020-de-trabajo-a-distancia/>

Datosmacro.com, Expansión. Recuperado de:

<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/espana#:~:text=La%20tasa%20de%20variaci%C3%B3n%20anual,es%20de%203%2C4%25>

El Español. Invertía. Recuperado de:

https://www.lespanol.com/invertia/disruptores-innovadores/opinion/20230605/oficina-nuevo-club-social/769293078_12.html

Publirecta. Recuperado de: <https://publirecta.com/>

3CX, Sistema telefónico empresarial. Recuperado de: <https://www.3cx.com/phone-system/>

SAP. Recuperado de:

<https://www.sap.com/latinamerica/products/erp/what-is-erp.html#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20de%20recursos%20empresarial%20es,servicios%2C%20procurement%2C%20y%20m%C3%A1s.>

BID, Mejorando vidas. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/teletrabajo-que-es-y-como-esta-cambiando-el-mundo-laboral/>

GANT

Publirecta	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Presentación de la propuesta	■					
Contratar desarrollo Software		■	■	■		
Mantenimiento de software			■	■	■	■
Armar y programar reuniones mensuales		■	■	■	■	■
Capacitación y desarrollo a distancia		■	■	■	■	■
Trabajo en equipo		■	■	■	■	■

Bibliografía

Paul Capriotti, Branding Corporativo - Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. España, 2009.

JAKOBSON, Román. Lingüística y poética. 4a ed. Madrid: Cátedra, 1998. 75 p. ISBN 9788437602967

Watzlawick, P., Beavin, J., & Jackson, D. (2009). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.

Autorización para la publicación digital del Trabajo de Investigación Final (TIF)

Por medio de la presente expresamente autorizamos a la *Universidad Argentina de la Empresa* a almacenar, difundir, reproducir, comunicar públicamente y publicar en la página Web de la Biblioteca de la *Universidad Argentina de la Empresa* el Trabajo de Investigación Final de nuestra autoría titulado:

“Análisis de la Comunicación Interna en una empresa de teletrabajo y su influencia en los empleados durante el periodo 2022: Caso Publidirecta”

Dejando expresa constancia que dicho Trabajo de Investigación Final es de nuestra autoría, siendo titulares de los derechos de explotación del mismo y que la firma de la presente autorización no viola derechos de terceros, ya sea de propiedad industrial, intelectual, secreto comercial o cualquier otro.

Reconocemos y aceptamos que no recibiremos retribución y/o compensación económica alguna por la utilización y/o publicación de dicho Trabajo de Investigación Final, desistiendo expresamente en este acto de efectuar reclamo alguno contra la *Universidad Argentina de la Empresa* por la publicación, difusión, exhibición, uso o explotación de dicho Trabajo de Investigación Final.

Nos notificamos y aceptamos que dicho Trabajo de Investigación Final podrá ser publicado en el mencionado sitio sin limitación de tiempo alguno, así como también que su contenido podrá ser visualizado por cualquiera de las personas que accedan a dicha página Web.

La *Universidad Argentina de la Empresa* realizará sus mayores esfuerzos a fines que el proyecto de estudio publicado en el sitio Web de la Biblioteca sea utilizado por los usuarios para fines educativos, de investigación y/o docencia, sin asumir la *Universidad Argentina de la Empresa* responsabilidad alguna por un uso contrario a estos fines que los usuarios hagan del mencionado Trabajo. Se deja establecido que conjuntamente con la publicación del trabajo se indicarán los siguientes datos: (nombre de los autores, título, etc.).

Por la presente liberamos de toda responsabilidad a la *Universidad Argentina de la Empresa* por todos los reclamos relativos a temas de propiedad intelectual como consecuencia de la exhibición, divulgación o publicación del referido Trabajo de Investigación Final en el sitio Web de la Biblioteca de la *Universidad Argentina de la Empresa*.

La presente autorización reviste el carácter de perpetua, irrevocable y gratuita en cuanto a los derechos que confiere. Manifestamos que somos mayores de 21 años y que hemos leído y entendido el contenido de la presente autorización.....

Firma
Aclaración **Borrego Lara Aylén**
N° de DNI **37.878.578**

Firma
Aclaración **Mirna Sofía Irala**
N° de DNI **39.917.907**

Firma
Aclaración
N° de DNI

Firma
Aclaración
N° de DNI

