

Manual de Planeación de Comunicaciones del área de Fondo Futuro del Grupo

Éxito de Envigado

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora y Periodista

Sara Cardona Echeverry

Asesora

Lina María Acosta Quiroz

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas- Antioquia

2017

## Contenido

|   |    |
|---|----|
| Resumen .....   | 7  |
| Palabras claves .....   | 7  |
| Introducción.....   | 8  |
| Justificación.....  | 9  |
| Impacto científico y tecnológico.....   | 9  |
| Impacto social y económico.....   | 10 |
| Objetivos .....   | 12 |
| Objetivo general.....   | 12 |
| Objetivos específicos .....   | 12 |
| Marco teórico.....  | 13 |
| La comunicación .....   | 13 |
| Comunicación Organizacional.....  | 14 |
| Diagnóstico de la comunicación .....  | 17 |
| Comunicación Interna.....   | 18 |
| Manual planeación.....  | 20 |
| Manual de Planeación de comunicaciones para practicante de Fondo Futuro ..... | 24 |
| Contexto El Grupo Éxito.....  | 25 |
| Misión .....  | 26 |
| Las marcas del Grupo Éxito en Colombia.....                                   | 28 |
| Carulla: .....  | 29 |
| Surtimax: .....   | 29 |
| Super Inter: .....  | 30 |
| Viva:.....  | 31 |
| Contexto Fondo Mutuo de Inversión.....  | 32 |
| Fondo futuro .....  | 32 |
| ¿Qué es Fondo Futuro?.....  | 32 |
| La Junta Directiva .....  | 33 |
| Organigrama Fondo Futuro .....  | 33 |
| Objetivos .....   | 34 |
| Beneficios.....   | 34 |
| Regalo de la empresa:.....  | 34 |
| Modificación de la cuota:.....  | 34 |

|   |    |
|---|----|
| Vigilado por la Superintendencia financiera de Colombia:.....       | 34 |
| Rentabilidad de la inversión: .....                                 | 34 |
| Fondo de Perseverancia:.....  | 35 |
| Tipos de aportes:.....  | 35 |
| Consolidación del aporte: .....                                     | 35 |
| Fondo de perseverancia:.....  | 36 |
| Ahorro programado para comprar casa: .....                          | 36 |
| Tipos de Retiros.....   | 37 |
| Tipografía seleccionada: .....                                      | 39 |
| No está permitido .....   | 40 |
| Funciones de la Practicante de Comunicaciones de Fondo Futuro ..... | 41 |
| Las comunicaciones internas del Fondo Mutuo de Inversión .....      | 41 |
| INFO Almacenes:.....  | 41 |
| Carteleras en los almacenes: .....                                  | 41 |
| Fan Page de Facebook: .....   | 41 |
| Plan de comunicaciones.....   | 42 |
| Cronograma de tareas para publicar todos los días en Facebook:..... | 43 |
| Parámetros para hacer las publicaciones del sitio web.....          | 47 |
| Información Corporativa:.....                                       | 48 |
| Información almacenes y Facebook: .....                             | 49 |
| Facebook:.....  | 49 |
| Tareas operativas:.....   | 50 |
| Metodología.....  | 72 |
| Resultados.....   | 74 |
| Conclusiones y recomendaciones.....                                 | 79 |
| Referencias.....  | 82 |
| Apéndices.....  | 84 |

## Lista de ilustraciones

|  |    |
|--|----|
| ilustración 1. línea de tiempo- historia del grupo éxito         | 26 |
| ilustración 2lodo éxito  | 28 |
| ilustración 3. logo carulla                                      | 29 |
| ilustración 4. logo surtimax                                     | 30 |
| ilustración 5. lo súper inter                                    | 30 |
| ilustración 6. logo centro comercial viva                        | 31 |
| ilustración 7. logo fondo futuro                                 | 32 |
| ilustración 8. organigrama fondo futuro                          | 33 |
| ilustración 9 tipografía   | 39 |
| ilustración 10 colores   | 40 |
| ilustración 11 ejemplo del cronograma de cada mes                | 42 |
| ilustración 12 facebook publicación lunes                        | 43 |
| ilustración 13 facebook publicación martes 2                     | 44 |
| ilustración 14 facebook publicación miercoles3                   | 44 |
| ilustración 15 facebook publicación jueves 4                     | 45 |
| ilustración 16 facebook publicación viernes 5                    | 45 |
| ilustración 17 afiche  | 47 |
| ilustración 18 boletín   | 48 |
| ilustración 19 evento cerca de ti                                | 49 |
| ilustración 20 evento feria de vivienda                          | 50 |
| ilustración 21 meta plataforma ingresar datos                    | 51 |
| ilustración 22 ejemplo programa meta inicio 1                    | 52 |
| ilustración 23ejemplo meta gestión personal 2                    | 53 |
| ilustración 24 ejemplo meta periodo rh 3                         | 53 |
| ilustración 25 ejemplo meta descuentos 4                         | 54 |
| ilustración 26ejemplo meta histórico de descuentos 5             | 54 |
| ilustración 27 ejemplo cedula                                    | 55 |
| ilustración 28 ejemplo meta siguiente 7                          | 55 |
| ilustración 29ejemplo meta nuevo 8                               | 57 |
| ilustración 30 ejemplo meta fecha inicio 9                       | 57 |
| ilustración 31 ejemplo meta ingresar 10                          | 58 |
| ilustración 32ejemplo meta id 50311                              | 58 |
| ilustración 33ejemplo meta segunda casilla tipos de descuentos12 | 59 |
| ilustración 34 ejemplo meta tipo paga 1.13                       | 59 |
| ilustración 35ejemplo meta fecha 14                              | 60 |
| ilustración 36ejemplo meta valor ahorrar 15                      | 60 |
| ilustración 37ejemplo meta cvconcepto 16                         | 61 |
| ilustración 38 ejemplo 17  | 61 |
| ilustración 39 ejemplo meta giaradar18                           | 62 |
| ilustración 40 ejemplo m ata inicio19                            | 63 |
| ilustración 41 ejemplo 20 histórico                              | 63 |
| ilustración 42ejemplo meta id21                                  | 64 |
| ilustración 43 ejemplo id 503 22                                 | 64 |
| ilustración 44 ejemplo meta nuevo23                              | 65 |
| ilustración 45 ejemplo tipo de paga 1 24                         | 65 |
| ilustración 46 ejemplo meta tercera casilla 25                   | 66 |

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| ilustración 47ejemplo inicio fecha 26     | 66                                   |
| ilustración 48 ejemplo meta valor 27      | 67                                   |
| ilustración 49 ejemplo valor concepto 28  | 67                                   |
| ilustración 50 ejemplo concepto 29        | <b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b> |
| Ilustración 51 ejemplo meta guardar 30    | 68                                   |
| Ilustración 52 ejemplo meta fecha fin 31  | 69                                   |
| Ilustración 53ejemplo meta guardar 32     | 69                                   |
| Ilustración 54 ejemplo buscar afiliado 33 | 70                                   |

## IISTA DE APÉNDICES

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Apéndice a. entrevistas.....        | 84 |
| Apéndice b. tabla de inducción..... | 89 |

## Resumen

La realización del Manual de Planeación de comunicaciones para los practicantes de Fondo Mutuo de Inversión Futuro del Grupo Éxito en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, comprende estrategias que buscan plasmar las labores a realizar en esta área, logrando mejorar el aprendizaje, basado en la búsqueda de fuentes teóricas, las cuales ayuden a comprender los principales conceptos. Adicionalmente, se plantea una metodología de observación y análisis de comunicaciones, con la finalidad de obtener resultados que apunten a los objetivos proyectados para la organización. Finalmente, se proponen mejoras para cada año estar actualizando el manual y ayudando en el aprendizaje teórico de cada practicante al momento de asumir el cargo como Comunicador de la organización.

**Palabras claves:** comunicación, comunicación organizacional, comunicación interna, manual de planeación de comunicación, Grupo Éxito, Fondo Futuro.

## Introducción

En el presente trabajo se desarrolla un manual de planeación de comunicaciones para el área de Fondo Futuro, (Fondo Mutuo de Inversión de los empleados del Grupo Éxito), el proyecto se inició para mejorar las estrategias comunicativas, teniendo en cuenta el servicio ofrecido para el ahorro a largo plazo y la inversión, en donde la compañía hace un aporte, con el fin de obtener vivienda propia por parte de sus empleados, esto se pudo identificar durante la práctica a través de diferentes herramientas observando las debilidades y fortalezas en los procesos de comunicación, para optimizar el proceso de adaptación de los practicantes en el conocimiento de su puesto y de sus funciones, de esta manera se realiza un manual que aporte al progreso de la labor a realizar.

Este trabajo es un primer paso para acortar distancias y generar mejores resultados comunicativos al brindar herramientas de formación, instrucción y de aprovechamiento del tiempo en pro de minimizar errores comunes por falta de información.

Los procesos de comunicación adaptados a procesos de formación e inducción han hecho posible que un comunicador no se quede con la simple función de redactar sino también de interactuar, de crear vínculos, de informar, de diseñar y emitir mensajes, de aplicar estrategias, de crear planes, de investigar y evaluar; en fin, son infinidad de funciones las cuales puede llegar a cumplir un Comunicador Periodista.

## **Justificación**

El área de Fondo Futuro no tiene recursos para contratar a otro profesional, por ende, contrata practicante para agilizar los procesos comunicativos y posibilitar el aprendizaje; sin embargo, se hace necesario adjudicar cada seis meses tiempo para capacitar sobre la estratégica función llevada a cabo desde el área de comunicaciones, se sugiere antes de comenzar la contratación realizar una inducción con la manual planeación, así lograr en mas poco tiempo la inducción del practicante.

## **Impacto científico y tecnológico**

El propósito de crear el manual de planeación surge de la necesidad de mejorar la eficacia en la transmisión de información, por ende se requiere desarrollar una forma mucho más eficiente para el cumplimiento de las tareas del practicante, el proyecto realiza una introducción a las herramientas tecnológicas que ofrece el área, efectuando un acoplamiento del conocimiento del practicante para el manejo de programas que permiten desarrollar una actividad laboral mucha más productiva y enfocada al desarrollo de la comunicación en Fondo Futuro.

Una vez identificadas todas las labores y procedimientos del practicante desde el área de comunicación en Fondo Futuro, se hará la construcción y creación de contenido para el manual asimilado en la materia de Edición y Diseño. Así mismo, para lograr el mejoramiento de esta herramienta, se deberá implementar estrategias de estructura y orden. Para ello, el conocimiento de la materia de Comunicación Organizacional I y II, es de gran soporte para llegar a acciones reales y certeras con el fin de cumplir un objetivo planteado desde la comunicación, donde el contenido plasmado allí sea de gran claridad

y brevedad para que no sea complejo el uso y desarrollo de de las estrategias de planeación de la comunicación en Fondo Futuro.

### **Impacto social y económico**

Al crear un manual de planificación como orientación y guía del practicante de Fondo Futuro, en el que se encuentre todos los canales de comunicación con los que cuenta, es posible facilitar el trabajo de adaptación al cargo, orienta y brinda una guía escrita en la cual podrá visibilizar de manera ordenada y sistematizada las acciones a ejecutarse, ello permitirá acoplarse con mayor énfasis en una comunicación asertiva, donde podrá minimizarse errores comunes, los cuales pueden afectar la imagen de la organización. Al contar con un manual es posible gestionar una comunicación más práctica apoyado en estrategias de continuidad e innovación al conocer con mayor propiedad las expectativas y los objetivos organizacionales deseados.

La comunicación es una acción sumamente importante y visible en una Compañía tanto interna como externa, por esto, es muy importante conocer, analizar e interpretar las causas y consecuencias de la efectividad de la comunicación con los diferentes públicos a trabajar, que sea información oportuna, clara y actual esto equivale al buen desempeño, por esta razón el manual permitirá abarcar todas las funciones en general a desempeñar por el practicante de esta manera brindar información asertiva, específica y completa para propiciar una comunicación continua y positiva frente a los mensajes a desarrollar.

El buen funcionamiento y uso de las herramientas hacen que el rendimiento laboral sea más efectivo puesto que no se perdería tiempo en búsquedas o intentos fallidos, sino que se aseguraría procesos más asertivos. Porque el manual permitirá un ahorro de tiempo en la inducción del practicante el cual se ve reflejado en productividad laboral para Fondo Futuro, impactando directamente la dirección de comunicación ya que tendrá una visión global de sus funciones.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Crear un manual para la planeación de las comunicaciones internas y externas del practicante de Fondo Futuro del Grupo Éxito.

### **Objetivos específicos**

1. Establecer funciones y cronograma de cada proceso para facilitar la planeación y gestión de las comunicaciones internas y externas del área de Fondo Futuro.
2. Especificar los procesos a desempeñar por el practicante de Fondo Futuro para agilizar su adaptación al campo laboral.
3. Minimizar procesos de inducción del estudiante al recibir el cargo y emplear el tiempo en la práctica y desempeño de las labores.
4. Fortalecer la labor del practicante facilitándole las herramientas para realizar sus funciones, ser un apoyo a los compañeros de trabajo, a través del conocimiento y gestión del Manual.

## **Marco teórico**

Con el fin de desarrollar cada uno de los temas más relevantes los cuales se tratarán en la creación del manual de planeación para la practicante del área Fondo Futuro, se hace necesario investigar sobre la terminología que se va a tocar en este trabajo, generando así un soporte literario el cual explique la definición según algunas teorías y antecedentes, logrando así poder entender los fundamentos necesarios para el desarrollo de este trabajo de grado.

### **La comunicación**

Es el proceso para intercambiar, compartir o transmitir ideas, sentimientos y opiniones, el cual a través de bases administrativas como es el proceso PHVA (Planear, hacer, verificar y ajustar) aporta mayores posibilidades en generar acuerdos mutuos, dinámicos y activos al cumplimiento de objetivos propuestos. El concepto de comunicación es complejo de establecer, existen, según citan DANCE & LARSON (1976) [...] más de ciento veintiséis definiciones de comunicación, si bien el Diccionario de la Lengua Española (1992: I) incluye once acepciones del vocablo “comunicación”, han sido muchos los significados dados a este término...La comunicación se define, a grandes rasgos como una transferencia de ideas, datos, opiniones y valores (Davis & Newstrom, 1999)

es por esto que debe hacer un buen análisis para sacar lo mejor, lo más preciso, importante y sencillo con el fin de organizar y mejorar las comunicaciones en cada entorno.

“La comunicación es un proceso de transmisión por parte de un emisor, a través de un medio, de estímulos sensoriales a un receptor, con el fin de informar, motivar o influir sobre el mismo”. (Dykinson, 2007).

“proceso por del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta; sea una opinión, actitud o conducta” (Martínez & Nosnik, 1988).

La comunicación tiene un proceso por eso es muy importante saber expresar el mensaje para que la persona que lo recibe pueda entender lo que le queremos comunicar.

La comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social. (Pasquali, 1978).

La comunicación es la base de la estructura social porque ella es la que nos permite tener una relación con lo demás, por medio de la comunicación podemos expresarnos y entender a los demás sin ella sería muy difícil convivir y tratar de llegar acuerdos.

## **Comunicación Organizacional**

De acuerdo con Antonio Lucas Marín, el interés sobre el estudio de la comunicación organizacional surge en las necesidades teóricas y prácticas de las empresas alineadas en los intentos por mejorar las propias

habilidades de comunicación de quienes intervienen en los procesos económicos y en la evolución que según las teorías de la organización se encuentran cada vez más enfocadas en la cultura organizacional (Lucas, 2002).

Por lo anterior, gran parte de los comunicólogos han visto en este campo una nueva, útil e interesante área de trabajo que evidencia una necesidad actual y primordial para el éxito de las empresas en todos sus contextos. La complejidad de las comunicaciones en una organización supone un estudio detallado con el fin de comprender como funcionan y cuál es el provecho y la importancia que tienen dentro un proceso de investigación a través del diagnóstico de comunicaciones de la empresa. Desde la comunicación organizacional se busca específicamente generar estrategias para lograr los objetivos institucionales.

El auge presenta actualmente el tema de la comunicación en las organizaciones se establece principalmente como parte del éxito adquirido en las compañías al determinar y organizar de manera estratégica las comunicaciones en sus empresas. Poco a poco los directivos y gerentes se han dado cuenta del buen funcionamiento y logro de los objetivos de su compañía, mediante el buen funcionamiento y adecuada estructura de las redes de la comunicación que se establecen.

Para hablar de procesos de comunicación y herramientas útiles para facilitar esta función se deben conocer teorías y antecedentes que expliquen adecuadamente las siguientes definiciones para así poder entender el marco de comunicación organizacional.

La comunicación es un proceso de intercambio: acción compartida, práctica concreta, interacción, y no sólo un proceso de transmisión de mensajes, sino también la atención a la presencia de interlocutores: a la intervención de sujetos sociales que desempeñan papeles, implicados en procesos de producción e interpretación de sentidos, más que simples emisores y receptores y la identificación de los discursos: formas simbólicas que traen las marcas de su producción, de los sujetos implicados, de su contexto, y no exactamente mensajes. Cuando se realiza un proceso de emisión y recepción de mensajes entre personas se conoce como comunicación, pero cuando esta relación se hace entre entidades esto se denomina comunicación organizacional, se entiende, así como la forma en la que se relacionan los empleados entre sí, la organización con los empleados y la compañía con el público externo. (Franca 2002).

Por ellos se considera fundamental tener una buena comunicación en las organizaciones porque no parte solo de una interacción entre unas personas, es un intercambio de conocimientos que nos pueden ayudar a mejorar muchos procesos comunicativos que no se les esté dando el adecuado uso por no saber comunicar.

En una sociedad como la de hoy en día el acto de estar en continua comunicación es indispensable para el ser humano, la información está al alcance de todos, parte de allí la manera como cada uno comunique dicha información, cada persona crea su percepción y estilo de comunicar las cosas, aun así, esta debe ser clara, verídica e igualitaria. Martino, teórico

de la comunicación, en la obra organizada por Hohlfeldt, Martino y França (2003),

antes de comenzar a generar un proceso de comunicación organizacional, es necesario iniciar un diagnóstico para conocer las necesidades de comunicación a satisfacer a través del área de la comunicación organizacional, de esta manera hacerlo efectivamente, respondiendo a las individualidades organizacionales, a sus propósitos y objetivos; en tal razón, es fundamental propiciar un diagnóstico para cada organización y hacerlo cada cierto tiempo de esta manera dar cumplimiento y seguimiento a los objetivos esperados.

### **Diagnóstico de la comunicación**

Viene del griego Diagnosis que quiere decir "conocer a través de". El diagnóstico es esencial para conocer la situación sobre la que se desea actuar. En este caso, el permanente diagnóstico de los procesos de comunicación de la organización se hace indispensable para poder intervenir en ella.

El diagnóstico implica una evaluación de la situación y toda evaluación corresponde a un proceso el cual permite valorar acciones y/o resultados en relación con ciertos objetivos que los generaron.

Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones". Aludiendo al diagnóstico comunicacional agrega "se trata en primer lugar de reconocer la situación de la institución, dentro del

contexto, local, regional y nacional, y en segundo de reconocer los fenómenos comunicacionales vividos dentro de ella (Andrade, 1968),

El diagnóstico supone entonces contextualizarse sobre la ubicación de la empresa u organización en este caso el Grupo Éxito en el área de Fondo Futuro, en un ámbito general de la comunicación, con el fin de que en el momento de aplicar sus estrategias sepa muy bien cómo planearlas de forma eficaz sin afectar a ningún proceso laboral y por el contrario creando favorabilidad en su ámbito laboral y posteriormente su reputación como área.

El diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa.” Constituye, además, para la autora, “el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización”. De igual manera, el diagnóstico ayudará también a determinar diferentes características en los problemas edificados en la organización, descifrando cuáles son las problemáticas más importantes en un momento de crisis y qué procesos son de mayor o menor importancia, para actuar correctamente buscando la solución. (Rivera, 2007).

### **Comunicación Interna**

Cuando se habla de comunicación interna en una empresa se debe conocer el entorno de este lugar y el entorno que lo impacta a su alrededor como las situaciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas, para poder llevar a cabo un conjunto de actividades las cuales se disponen para lograr unos objetivos,

la comunicación interna es una condición indispensable es allí donde comienza la interacción y la creación cultural de la Compañía, es decir, es una necesidad estratégica que ayuda a garantizar la calidad de los procesos productivos.

la estructura y el proceso de comunicación interna deben reflejar el hecho de que comunicación es un medio, no un fin para el suceso, siendo el propósito indispensable del trabajo de comunicación, para mejorar el desempeño de los negocios de la organización (Lee, 1997).

Es así como se entiende el proceso de la comunicación organizacional con énfasis en el proceso llevado internamente en una organización, siendo necesario generar estrategias de comunicación interna, las cuales han de estar direccionadas hacia el empleado, quien por medio de diferentes canales de comunicación crean un entorno de objetivos mutuos, en donde el emisor tiene como objetivo crear mensajes asertivos direccionados, útiles para quienes reciben el mensajes, con el propósito de permitir a los colaboradores una interpretación clara y desarrollen para su equipo de trabajo la proyección de dicho mensaje de manera dinámica y es así como Marisa Cuervo, (2017) [...] La planificación tiene una importancia fundamental cuando se trabaja con el público interno. Investigar, segmentar, analizar flujos y canales, tipos de relaciones interpersonales informales y jerárquicas, detectar las fuentes de rumores y el nivel de credibilidad del mensaje corporativo son algunas de las herramientas que permiten recabar la información necesaria y pertinente para elaborar un

plan de comunicación interna que cumpla con eficacia los objetivos organizacionales. (Casasnovas, 2002)

Es aquí donde el reto se convierte en estrategia y para esto tenemos diferentes canales de comunicación de acuerdo a la naturaleza de la información, donde permita llegar a los diferentes públicos internos creando una comunicación igualitaria para que no se distorsione esta información y el colaborador vaya en congruencia con la intención del mensaje.

La Comunicación Interna debe ser socialmente responsable en tanto se compone de mensajes y relaciones que traspasan las fronteras de la empresa y forman parte de la vida de los 'empleados' cuando salen de su lugar de trabajo. De esta manera, la cultura empresarial se proyecta en la sociedad y puede afectar el entorno: de ahí la importancia por ser socialmente responsable desde adentro (Tessi Parissi, 2002).

## **Manual planeación**

### Manual planeación

El manual de planeación es una herramienta de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada y sistemática que contiene todos los procedimientos que se deben realizar en una organización (MasTiposde, 2015).

Este manual es una base de apoyo, donde se podrá conocer todas las labores y la periodicidad que debe emplear para realizarlas; además se podrá conocer la historia, esto con el fin de direccionar la labor que debe desempeñar la practicante en cuanto a la exigencia de garantizar la oportuna, asertiva y fluida información (MasTiposde, 2015).

Debido a que el manual es considerado como una guía de consulta en cualquier situación, facilita el conocimiento y entendimiento.

¿Cuál es el objetivo de un manual? El objetivo de un manual es informar las normas de cómo utilizar algo de una forma ordenada. El ámbito empresarial se rige por un conjunto de manuales especializados que dan referencia de cada punto característico que conforma dicha institución. El lenguaje utilizado en los manuales debe ser claro para que se pueda entender sin ninguna dificultad. (MasTiposde, 2015).

Existen diversos tipos de manuales

Tipos de manuales

**Manuales de Bienvenida:** Se encarga de hacer una introducción a la historia de la institución, desde sus inicios hasta su presente. Este tipo de manuales contiene también los objetivos de la empresa, su misión y visión, sus valores entre otros (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Organización:** Se encargan de informar detalladamente el manejo de una empresa. Da el paso a paso de cómo es estructurada y de los diferentes roles y funciones que en ella se lleva acabo (MasTiposde, 2015).

**Manuales Departamentales:** Contiene la información de cómo es legislada una empresa y de cómo se deben de realizar las funciones de cada área (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Finanzas:** este informa la verificación de la administración de cada uno de los bienes que corresponden a la empresa (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Puesto:** Este se encarga de marcar las funciones que se desarrollan en los diferentes puestos de la empresa, así como citar sus características y las responsabilidades a cumplir (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Técnica:** realiza minuciosamente las tareas particulares y las diferentes técnicas (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Múltiples:** Se compone de múltiples cuestiones, como lo dice su nombre. Una de ellas son las normas con la que la empresa de rige y da explicación acerca de la organización de forma precisa y clara (MasTiposde, 2015).

**Manuales Micro administrativo:** Es aquel que se refiere a una sola administración y la trata de forma general. (MasTiposde, 2015).

**Manuales Macro administrativo** Este tipo de manual contiene las informaciones de más un área de la empresa, este abarca mucho más que el manual micro administrativo. (MasTiposde, 2015).

**Manuales de Procedimientos:** Contiene información de la continuidad cronológica y secuencial de operaciones entrelazadas entre sí. Ayudando a realizar la labor que debe ejecutar en la empresa. Se conocen también como Manuales de Normas

y detalla las asignaciones de rutina diaria. Tiene como objetivo final controlar y unificar cada rutina diaria en las labores. (MasTiposde, 2015).

Manuales para Especialistas: Continente normas agrupadas en su contenido. Las normas están escritas de manera específica y con claridad. Su principal objetivo es el de capacitar y entrenar a los empleados. (MasTiposde, 2015).

Se evidencia que existen diversos manuales de acuerdo a los propósitos organizacionales deseados, es por esta razón donde se ha de propiciar y establecer lineamientos claros con el fin de comprender cada organización y generar mayor agilidad en el proceso de comunicación ligado a la formación del cargo a ejecutar y del conocimiento de la empresa con el objetivo de comprometer a los empleados con los valores organizaciones y fomentarles un imagen organizada, estructurada y efectiva de la empresa en la cual laboran.

## **Manual de Planeación de comunicaciones para practicante de Fondo Futuro**

Se ha creado el presente manual para el cargo de practicante de comunicación, la finalidad es contextualizar sobre la empresa y los procesos a realizar por eso se informa detalladamente sobre la historia de la empresa y el paso a paso de las labores a ejecutar.

Este manual se entrega a la practicante antes de comenzar a trabajar para tener claro los conceptos y sea más fácil su periodo de práctica y agilice la adaptación sin percances en su desempeño.

El manual se entrega de manera escrita y digital, deseando ser modificado cada año por las practicantes, con el fin de actualizar el proceso generando las mejoras en el plan de comunicaciones, ya que el propósito es desempeñar una buena labor para prestar el mejor servicio a nuestro público de interés.

## **Contexto El Grupo Éxito**

Es una entidad de negocios, líder en el campo comercial al detal y retail, en Suramérica y Colombia está presente con 537 puntos de ventas, Brasil con el Grupo de Pao Azúcar, Uruguay cuenta con los Grupos Disco, Devoto y Argentina con Libertad. Ejecuta una estrategia en la que el cliente se encuentra en el centro y decide qué, cómo, cuándo y dónde comprar. Esta estrategia es multiformato a través de las marcas Éxito, Carulla, Surtimax y Súper Inter. De los diferentes negocios e industrias que maneja, además emplea a 41.000 personas, siendo así el mayor empleador privado en Colombia.

Cuenta con unos servicios y líneas de negocio que complementan la oferta: crédito de consumo (Tarjeta Éxito), Viajes Éxito, Seguros Éxito, industria textil y de alimentos, e-commerce, estaciones de servicio y un negocio inmobiliario en el cual se desarrollan centros comerciales. Adicionalmente, Su labor es reconocida por el buen servicio, la calidad y la satisfacción de los consumidores, con el objetivo de que tengan siempre un motivo para regresar y siempre poder estar cerca del cliente.

El Grupo Casino, de Francia, es el socio mayoritario del Grupo, aunque la operación se concentra en Colombia.

Esta Compañía fue fundada bajo el liderazgo de Don Gustavo Toro Quintero en Medellín en el año 1949, comenzó siendo un local de 4 x 4 metros ubicado en la calle Alhambra, en Medellín, desde sus inicios sus fundadores y directivos de la marca han llevado el legado de que “el éxito del Éxito ha sido la gente y sus colaboradores”.

Su centro administrativo principal es en la ciudad de Medellín, teniendo también otras cinco sedes en Barranquilla, Cali, Bogotá, Bucaramanga, Pereira y Costa.

## Misión

“Trabajar para que el cliente regrese.”

Línea de tiempo- historia del Grupo Éxito

Ilustración 1. Línea de tiempo- historia del Grupo Éxito





Fuente: tomada del informe de sostenibilidad del 2015.

## Las marcas del Grupo Éxito en Colombia

Almacenes Éxito: **“Para servirte”**

Es una cadena de hipermercado y contiene varios formatos.

Lodo: Marca ÉXITO



*Ilustración 2 Lodo éxito*

Fuente: tomado del archivo de imágenes de comunicaciones.

Éxito híper: contiene de todo, productos de gran consumo, textiles, electro digital, salud y belleza, sección para bebés, cocina del chef, licor, carnes, frescos, fruiter y maneja varias marcas tanto propias como de proveedores.

Éxito súper: es un almacén pequeño vende productos de gran consumo, frescos, alimentos preparados y tiene sección de textil.

Éxito vecino: es igual que el formato súper pero no venden textiles.

Éxito express: este almacén está ubicado más que todo en los barrios, es pequeño y vende únicamente productos marcas propias y productos de la canasta familiar.

Éxito mini mercados: es un poco más grande que el express porque tiene categoría de productos.

**Carulla:** "Un placer para todos los días"



*Ilustración 3. Logo de Carulla*  
**Ilustración 3. Logo Carulla**

Fuente: tomado del archivo de imágenes de *comunicaciones*.

Este supermercado es la marca Premium del Grupo Éxito, ofrece la mejor experiencia de productos gourmet y sus productos son de alta calidad, enfocándose en licores, panadería, frutas, carnes y bebidas espirituosas.

Tiene dos formatos Carulla súper y express.

**Surtimax:** "Donde comprar vale menos"



**Ilustración 4. Logo Surtimax**

Fuente: tomado del archivo de imágenes de comunicaciones.

Esta es la marca enfocada en ofrecer cercanía al cliente y los precios más bajos.

Surtimax ha creado aparte de estos mercados, unos aliados llamados "Aliados Surtimax", son mini mercados independientes, autoservicios, tiendas de barrio con las cuales hicieron una relación donde el dueño del negocio recibe asistencia básica y productos de la marca a precios competitivos para vender en su tienda, con esto la marca Surtimax estaría apoyando el crecimiento y el desarrollo de comerciantes independientes de todo el País.

**Super Inter:** "ahorre tiempo y dinero"



**Ilustración 5. Lo Súper Inter**

Fuente: tomado del archivo de imágenes de comunicaciones.

Es la cuarta marca del *Retail*, son supermercados similares a los Surtimax manejan productos frescos, de muy buena calidad, muchas referencias y a precios muy económicos, el fuerte de este negocio son las carnes y sus precios, con esto se convierte en ser los supermercados líderes de descuentos en el País.

**Viva:** es el negocio inmobiliario de Grupo Éxito, son centros comerciales propios de la marca.



**Ilustración 6. logo Centro comercial Viva**

Fuente: tomado del archivo de imágenes de comunicaciones

En medio de todas estas marcas que son parte del Éxito se formaron dos Fondos con el fin de beneficiar al empleado, permitiéndole hacer realidad la ideología del fundador del Éxito Gustavo Toro de lograr que sus empleados tengan una casa. Fondo futuro es un Fondo de ahorro que permite cumplir sus sueños.



### ***Ilustración 7. Logo Fondo Futuro***

#### **Contexto Fondo Mutuo de Inversión**

Es una entidad que se crea dentro de las empresas del Grupo Éxito con el objetivo de fomentar el ahorro en los trabajadores, administra el capital de sus afiliados y lo invierte de manera conveniente. Su finalidad es ayudar a sus afiliados a construir un patrimonio a largo plazo.

Como se puede observar, el Fondo Futuro es fondo más grande del país en número de afiliados. El año pasado cerramos con 20.967 afiliados.

#### **Fondo futuro**

#### **¿Qué es Fondo Futuro?**

Es un Fondo Mutuo de Inversión constituido por los ahorros de los empleados del Grupo Éxito y la contribución de la compañía. Su fin es beneficiar económicamente a sus afiliados por medio de la inversión de su dinero en la Bolsa de Valores de Colombia.

Se puede afiliar todo empleado que posea contrato a término indefinido y desee hacerlo.

**La Junta Directiva** está integrada por cinco Directores principales y cinco suplentes, quienes reemplazarán a los principales en sus ausencias temporales, accidentales o definitivas, todos ellos elegidos para períodos de dos años. Sin embargo, la Asamblea General de Ahorradores podrá determinar la elección o remoción de los Directores de Junta Directiva que le correspondan en cualquier momento; de igual manera podrán proceder las Empresas y la Junta Directiva cuando nombre su quinto Director y su suplente.

### Organigrama Fondo Futuro

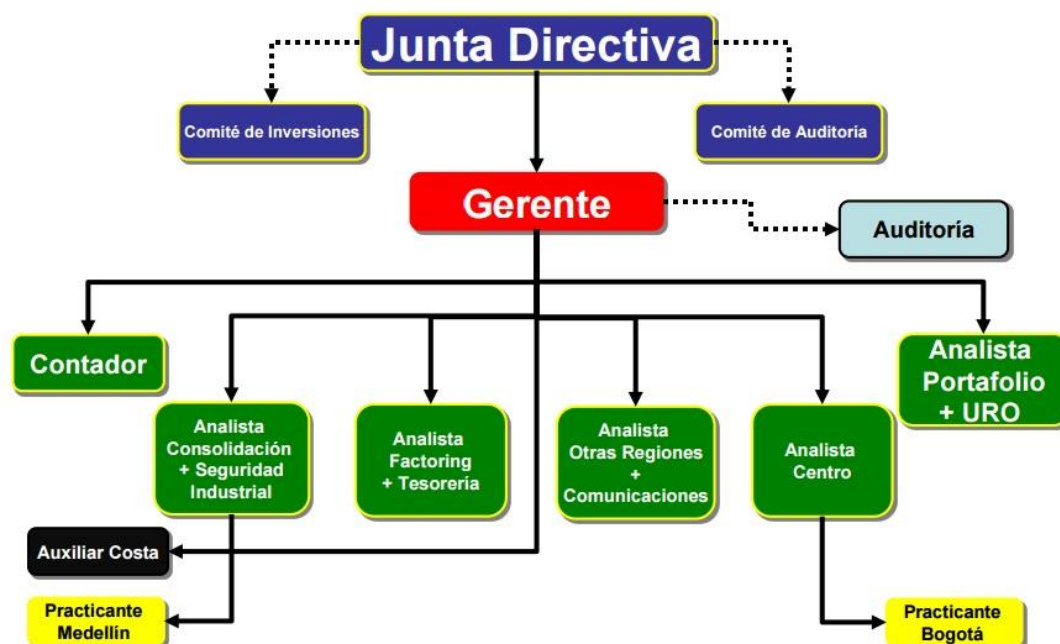


Ilustración 8. Organigrama Fondo Futuro

## **Objetivos**

Según el portafolio publicado en la página web de Fondo futuro, nuestro principal objetivo es estimular el ahorro y la inversión en los empleados, para que construyan un capital de reserva económica.

Otro de nuestros objetivos es convertir a los afiliados en inversionistas. Para esto invertimos en la Bolsa de Valores de Colombia. Su dinero genera rendimiento a largo plazo, permitiéndole cumplir sus sueños y metas.

## **Beneficios**

Regalo de la empresa: La empresa les contribuye a todos los afiliados el 50% de lo que ahorran mensualmente, con un tope de \$35.000. Este regalo se consolida a lo largo de los tres primeros años.

Modificación de la cuota: la cuota que los afiliados el fondo aportan mensualmente se puede modificar en cualquier momento, bien sea para aumentarla o disminuirla, dependiendo de lo que se desee y pensando en la estabilidad económica del afiliado

Vigilado por la Superintendencia financiera de Colombia: este ente exige a los Fondo Mutuos planes de contingencia que minimizan el riesgo para que el dinero de nuestros afiliados este seguro.

Rentabilidad de la inversión: Los aportes de los afiliados se invierten en la Bolsa de Valores de Colombia en bonos, acciones, CDT's Y Factoring, generando rendimientos a largo plazo.

Fondo de Perseverancia: las personas que llevan ahorrando con nosotros 5 o más años se benefician del Fondo de Perseverancia.

### **Tipos de aportes:**

Legal voluntario: es un ahorro mensual deducido por nómina el cual tiene un tope máximo de \$75.000, esto quiere decir que pueden ahorrar desde \$1.000 hasta \$75.000 de los cuales reciben regalo de la compañía por un valor del 50%.

Adicional voluntario: es el aporte que se hace por encima de los \$75.000 del cual no se recibe regalo de la empresa, pero sirve para la compra de unidades en la Bolsa de Valores y generan más utilidades.

Especial del socio: este es el aporte que se hace de los dineros extralegales que da la empresa como bonificaciones, primas, pole position, de los cuales se puede ahorrar desde \$1.000 hasta la totalidad del mismo.

### **Consolidación del aporte:**

La contribución que da la empresa se consolida en tres años de la siguiente manera:

Al cumplir **un año** el afiliado recibe 30% de lo que le aporta la compañía.

Al cumplir **dos años** el afiliado recibe 60% de los que le aporta la compañía.

Al cumplir **tres años** el afiliado recibe el 100% de la contribución de la empresa.

Después de tres años el afiliado tiene la seguridad que ha recibido la totalidad del aporte que le da la compañía.

**Fondo de perseverancia:**

Este fondo de está conformado por el dinero que contribuye la empresa y que los afiliados dejan de recibir al retirarse de FUTURO antes de cumplir los tres años. El 60% y 30% que los empleados que se retiran antes de cumplir los 3 años entra a hacer parte del Fondo de Perseverancia, dinero que se reparte cada 31 de diciembre entre las personas que llevan 5 o más años en Fondo Futuro.

Con esto se evidencia que, en el ahorro de Futuro, entre más tiempo de permanencia, más beneficios se obtienen. Después de los 5 años de antigüedad los afiliados se benefician de la contribución de la empresa, de las utilidades reinvertidas y también del fondo de perseverancia, estos son los tres indicadores que permiten que el ahorro de cada afiliado se multiplique con el tiempo.

**Ahorro programado para comprar casa:**

Fondo Futuro ayuda en la adquisición de vivienda por parte de sus afiliados. Como es sabido, para poder aplicar a un subsidio de vivienda es necesario que la persona demuestre tener un 10% del valor del inmueble en ahorros.

Estos ahorros pueden ser la suma de ahorros propios, familiares, de las cesantías, ahorros que se tengan en Fondo Presente y los que se tienen en Fondo Futuro. Esto ayuda a demostrar el 10% del valor de la vivienda y facilita que se le otorgue el subsidio de vivienda a la persona.

Además, es bueno recordar que, tanto el Fondo Presente, como el Grupo éxito colaboran en este proceso prestándole dinero al empleado, e menor interés

y menos tiempo de pago, el cual puede cancelar en módicas cuotas quincenales de hasta \$150.000.

## **Tipos de Retiros**

### *Retiro para compra de vivienda*

Si el afiliado planea comprar vivienda, tiene la oportunidad de retirar hasta el 90% del saldo consolidado, con nosotros queda el 10% restante para que continúe sin perder antigüedad ni beneficios adquiridos.

Este retiro solamente es para compra de vivienda NO para lotes o fincas ni para remodelación o pago de hipotecas. Quien lo solicite, debe presentar la carta de adjudicación al subsidio de vivienda si es una casa de interés social; o la fotocopia de la promesa de compraventa o de las escrituras.

### *Retiro parcial*

El retiro parcial se puede hacer una vez al año, Al solicitar este tipo de retiro, el afiliado no pierde la antigüedad que lleva, por lo tanto, no pierde los beneficios que ha adquirido. Este retiro se hace por el valor de las utilidades que ha generado el dinero de la inversión que se ha realizado en la Bolsa de Valores.

### *Retiro total*

El retiro total, es cuando el afiliado no desea pertenecer más a FUTURO, cuando su contrato con la empresa es terminado por cualquier motivo o cuando se pensionó y decidió no continuar.

Futuro entrega al afiliado la totalidad del ahorro. En el caso en que el afiliado se retira y continúa laborando en la empresa, si éste desea ingresar nuevamente, deberá esperar un año de sanción. Además, si lleva menos de tres años, no recibe parte de la contribución de la empresa y como pierde la antigüedad, debe esperar más tiempo para acceder al Fondo de Perseverancia y para consolidar el regalo de la empresa.

Manejo adecuado de la imagen de Fondo Futuro

Lineamiento gráfico y diseño para desarrollar piezas graficas: Estos son los formatos, colores, tipografías que siempre para cualquier publicación se deben realizar

Tipografía seleccionada:

La tipografía empleada en todas las piezas gráficas elaboradas por el Fondo, impresas o digitales, deben de llevar la fuente Swis 721 Cn BT, en cualquiera de sus disposiciones.

**Swis 721 Cn BT**

*Italic*

**A B C D E F G H I K L M**

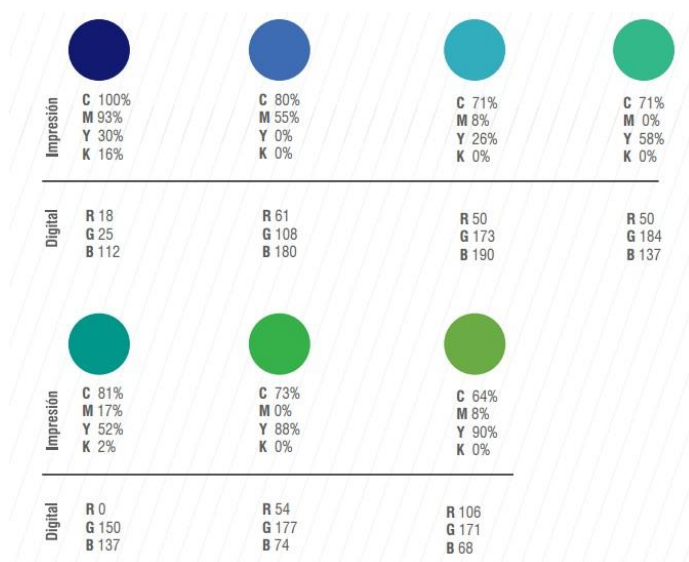
**N Ñ O P Q R S T U W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p r s t u**

**v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? \* - \_ . ; ' \$ % & / ( ) +**

**Ilustración 9 Tipografía**

## Colores permitidos



## Ilustración 10 Colores

**No está permitido** el uso de:

- 1 Mascotas o personajes no autorizados por la organización.
- 2 El uso de marranos como sinónimo de alcancía.
- 3 Colores no autorizados
- 4 Imagen que no tenga uso libre.
- 5 Publicar textos relacionados con temas de desvinculación del Fondo.

## **Funciones de la Practicante de Comunicaciones de Fondo Futuro**

Las comunicaciones internas del Fondo Mutuo de Inversión están dirigidas al público interno del Grupo Éxito, donde la información se envía a los empleados de esta empresa, por medio de la plataforma de mensajería instantánea.

INFO Almacenes: Este medio está dirigido a todas las Dependencias (Almacenes) a nivel nacional. Las producciones gráficas se envían al correo [informacion.almacenes@grupo-exito.com](mailto:informacion.almacenes@grupo-exito.com) porque el administrador de esta cuenta es el encargado de remitir la información a las Auxiliares de Gestión Humana, Gerentes y Subgerentes.

Carteleras en los almacenes: Este medio está ubicado en todas las Dependencias de la Compañía y desde comunicaciones de Futuro se envían varias veces durante el año unas piezas gráficas impresas a las auxiliares de Gestión Humana. Ellas son las encargadas de tener actualizado ese canal.

Fan Page de Facebook: Fondo Futuro: Este medio es administrado por todo el equipo de comunicaciones de Futuro, se realizan dos publicaciones por día.

## Plan de comunicaciones

Este se desarrolla y se ejecuta mensualmente, la Analista de Comunicaciones es la encargada de realizarlo y compartirlo a las practicantes. El Gerente del Fondo debe aprobarlo. Este plan se organiza de acuerdo a la campaña que se vaya a manejar en dicho mes, y todo el equipo de comunicaciones es quien lo ejecuta. (Se debe estar muy pendiente y tener muy presente este cronograma que lo envía al correo para que la practicante conozca que labores debe realizar)

Ejemplo:

| Cronograma de comunicaciones septiembre 2016 |   |   |  |                  |
|--|---|---|--|------------------|
| Fecha  | Actividad                               | Canal   | Contextualización  | Encargado        |
| 1- 30 Septiembre                             | Un ahorro con diferentes propósitos     | Info almacenes- info corpo- facebook- sitio web | Dar a conocer cómo los afiliados a Futuro pueden proyectar su ahorro: 90% compra de vivienda, aumento de patrimonio y tener un capital para cuando se retiren (jubilación) | Sara, Diana, Ana |
| Fecha por definir                            | Inicio del concurso semestral del Fondo | Info almacenes                                  | Se hace la apertura del concurso semestral (II semestre) del Fondo.  | Ricardo          |
| 16-sep                                       | Tarjeta de amor y amistad               | Info corporativa                                | Enviar la tarjeta para celebrar este día.  | Ana              |
| 19 - 23 Septiembre                           | Envío de correos                        | Correos personales                              | Organizar un correo para enviar a los Gerentes y ASA con el personal que hace falta por afiliar y motivar, de forma más personalizada, este proceso.                       | Sara, Diana, Ana |
| 20-sep                                       | Afiche de la actividad de mes           | Info corpo                                      | Enviar la información sobre cómo los afiliados pueden proyectar su ahorro de Futuro.   | Ana              |
| 28-sep                                       | Boletín Informativo                     | Info. Almacenes. Facebook                       | Boletín mensual  | Diana            |

**Ilustración 11 Ejemplo del cronograma de cada mes**

**Cada mes se realiza el cronograma** para delegar las funciones y explicar cómo se debe realizar cada labor.

Porque cada mes se envían correos a las ASA (auxiliares gestión humana de cada almacén) ya que ellas son las que conocen a sus empleados y nos ayudan a vincular las personas que nos faltan. En este cuadro se puede ver el canal el cual indica porque medio se envía porque dependiendo este se hace el formato el ilustrador.

### **Cronograma de tareas para publicar todos los días en Facebook:**

Lunes Afiliate ya: Motivar a las personas para que se afilien modifiquen su cuota de ahorro.

Tema específico del Fondo Se habla de algún tema de interés del Fondo relacionado con el ahorro o con nuestros medios de comunicación.



**Ilustración 12 Facebook publicación lunes**

Martes Frase célebre del ahorro: Frase con el nombre del Autor

Página web: Se explica cómo realizar algún proceso o cómo aclarar dudas a través de: [www.fondofuturo.com.co](http://www.fondofuturo.com.co)



“Mientras puedas, ahorra para la vejez y la necesidad, porque el sol de la mañana no dura todo el día.”



### **Ilustración 13 Facebook publicación martes 2**

Miércoles Sabías qué: De acuerdo a algún artículo, se publica Unos Tips o recomendaciones relacionadas con las finanzas personales.

**¿Sabías qué...**

**la falta de previsión económica se puede evitar?**

- 1 **Contabiliza los gastos:** Consiste en conocer los gastos que realizamos al detalle.
- 2 **Corta los "gastos hormiga":** Hace alusión a los gastos cotidianos que se despiden a lo largo del día, como el café, golosinas, etc.
- 3 **Ahorros personales para gastos con tarjetas de crédito:** Establecer un límite mensual de gastos.
- 4 **Separar todos los meses un 10% de nuestro ingreso:** Hacerlo apenas percibamos nuestro salario nos permitirá adoptar hábitos de ahorro.

Tomado de: [lanacion.com.ar](http://lanacion.com.ar)

### **Ilustración 14 Facebook publicación miercoles3**

Jueves Noticia de actualidad: No la redactamos nosotros, la compartimos desde otro medio



### **Ilustración 15 Facebook publicación jueves 4**

Viernes

- Mensaje motivacional



### **Ilustración 16 Facebook publicación viernes 5**

- Estas tareas son semanales, pero varían algunas veces de acuerdo a la campaña que se está manejando durante el mes.
- Cada publicación debe estar acompañada de un texto introductorio en la red social.
  1. Todas las publicaciones deben estar diseñadas de acuerdo a el Manual de imagen corporativa
  2. 2. Formatos sugeridos para los diseños generales: Media carta o carta.

3. Formato para el banner de facebook:11.11 CM por 30.02 CM
4. En el programa Ilustrador.

**Afiches impresos:**

**Medio de difusión:** Se realiza en ilustrador una Cartelera para publicarla en todas las dependencias, Se deben realizar la misma en diferentes formatos.

Afiche impreso

El afiche para el Facebook

**Proyéctalo...**

**Compra vivienda propia** Con el 90% de tus ahorros podrás completar la cuota inicial.

**Compra otro inmueble o propiedad** Comienza a recibir ingresos adicionales y mejora tu calidad de vida.

**Jubiláte con un buen patrimonio** Tu familia y tú, tendrán un mejor bienestar económico.

Sino estás afiliado, seguro no conoces todos nuestros beneficios...



 Fondo Futuro  
  [www.fondofuturo.com.co](http://www.fondofuturo.com.co)  
  [fondo.futuro@grupo-exito.com](mailto:fondo.futuro@grupo-exito.com)

**Parámetros para hacer las publicaciones del sitio web**  
**Ilustración 17 Afiche**

En este medio se actualizan los banners de la página de inicio cada vez que hay una campaña nueva o una información importante durante el mes.

**Las medidas son:**



The screenshot shows the website interface with the following elements:

- Header:** Logo of Futuro Fondo Mutuo de Inversión, social media icons (Facebook, YouTube), and a 'Contáctenos' button.
- Navigation Bar:** Home, Resultados, Afiliate, Informes, Interés.
- Main Banner:** '¡Vota por el delegado de tu Dependencia!' with contact numbers: 'Línea gratuita: 01 800 119120 | Medellín: 333 10 00'.
- Right Sidebar:**
  - Lineas de atención:** Medellín: (+) 333 32 44-355 76 34; Bogotá: (+) 800 330 94-400 407; Cali: (+) 334 6108.
  - Resultados- Diciembre:** Valor de la acción: \$3.183; Rentabilidad: 7.81%; Nivel de afiliación: 85.88%; Fondo de Paz: 856 Millones.
  - Cierre de Novedades:** 4 Febrero.
- Footer:** 'Futuro' logo, 'Período de elección: del 4 al 10 de febrero', 'presente' logo, and the slogan 'Trabajamos para hacer tus sueños realidad'.

## Segmentación de públicos a través de:

**Información Almacenes:** Se envía el boletín informativo, publicaciones y temas de interés relacionados con: El nivel de afiliación, el aumento de cuota y los beneficios de Futuro.



### Ilustración 18 boletín

El boletín se publica el último miércoles de cada mes en este medio y en Facebook también.

### Información Corporativa:

Se envían las publicaciones relacionadas con la campaña del mes.

### Plantillas fijas y diseños variables para cada medio

Elaboración del Boletín Informativo. Por medio del boletín informativo se da a conocer las últimas noticias del Fondo, así mismo, lleva un espacio para el afiliado, el cual, cuenta su tiempo y los sueños que ha alcanzado gracias a su ahorro en Futuro. Es publicado mensualmente.

- Realización del artículo de Infox. Contiene temas de interés sobre la cultura del ahorro y ediciones especiales sobre noticias importantes de Fondo Futuro. El artículo de Infox es realizado cada 15 días.

- Emplear la página web, la cual, incluye información del Fondo, los tipos de aportes, resultados mensuales, formato de afiliación y modificación, servicios de Futuro y ofrecerá a los afiliados la posibilidad de contactarse e interactuar con el Fondo.

Nota: el tiempo de publicación varía de acuerdo al medio de la Red Informativa de Fondo Futuro.

### Información almacenes y Facebook:

Para el boletín informativo se maneja la misma plantilla.

### Facebook:

Se utilizan plantillas para: Frase célebre del ahorro.

Sabías qué.

Toma nota (La plantilla varía mensualmente).

Mensaje motivacional.

Cerca de ti y Feria de vivienda.

**Medellín** *Futuro* estará...

|                  |                        |
|------------------|------------------------|
| <b>Ubicación</b> | Cedi Vegas             |
| <b>Horario</b>   | 7:00 a. m. - 2:00 p.m. |
| <b>Días</b>      | 10-11-12-13 de Octubre |

Estaremos aclarando dudas y ofreciendo información sobre los beneficios que ofrece FUTURO.

**Acércate a nuestro stand, ¡te esperamos!**

Comparte esta información con tus compañeros de trabajo.

**Ilustración 19 Evento Cerca de ti**

Ibagué

Plan Mi Casa

Futuro  
Fondo Mutuo de Inversión

Se acerca la oportunidad para tener vivienda propia.

Lugar | Éxito Ibagué  
Jornada | 9:00 a. m. - 5:00 p. m.

¡Ven a la feria de vivienda este 27 de Octubre!  
Futuro te ayuda a que este sueño, se haga realidad.

## Ilustración 20 Evento feria de vivienda

### ¡Importante!

Todos los planes de comunicaciones deben ser aprobados por: Gerente

Todas las tareas y publicaciones deben ser aprobadas por la Analista y la comunicadora

### Tareas operativas:

En cada regional **se manejan diferentes tareas** de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los afiliados y demás empleados del Grupo Éxito.

### Algunas tareas generales son:

1. Recordar los beneficios de Futuro en las capacitaciones “Cerca de ti”

2. Asistir a la “Feria de vivienda” organizada por Gestión Humana.

3. Ingresar al sistema de REDHUMANA las solicitudes de los afiliados

(esta capacitación está a cargo de su líder en la regional)

### **Funciones en RED HUMANA**

Ilustración del uso para el proceso de descuentos de la nómina y retiros totales de la plataforma Red Humana.

### **INGRESO A RED HUMANA**

Para ingresar al portal se deben seguir los siguientes pasos:

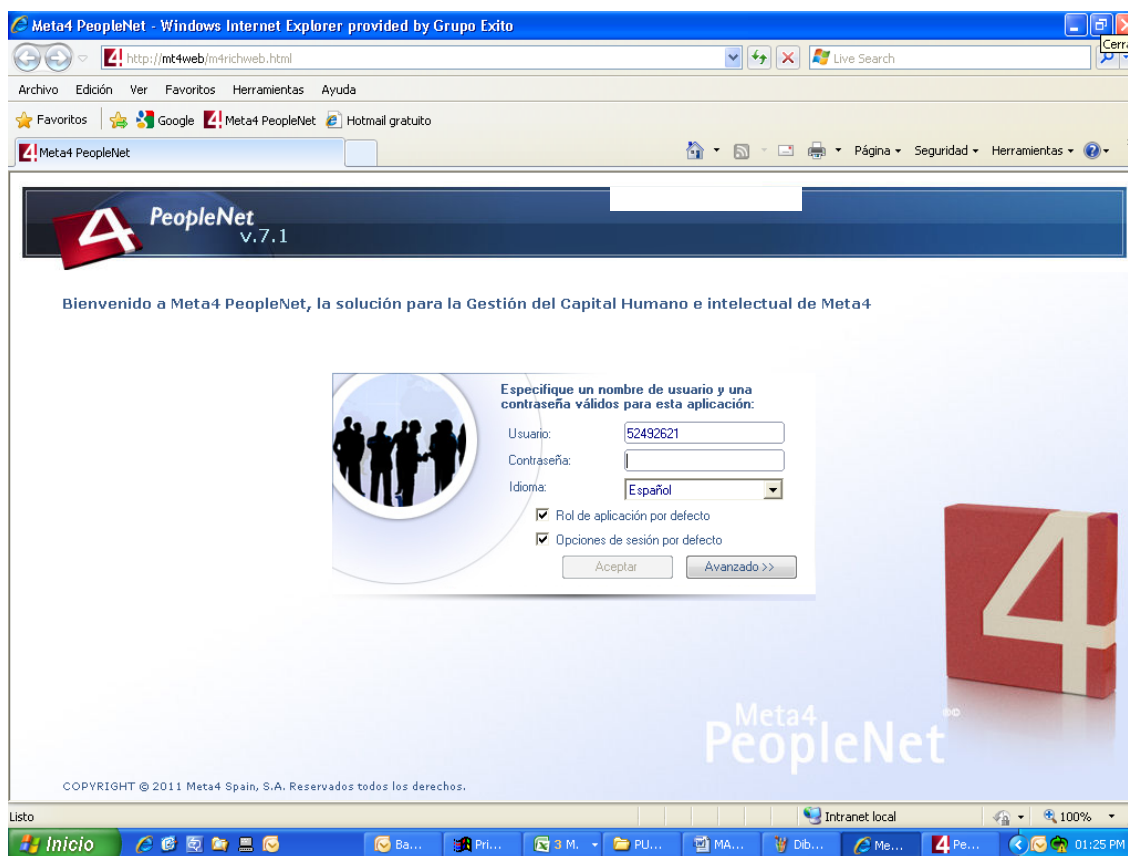
- Presione dos veces el ícono de Red Humana en el Escritorio.



#### ***Ilustración 21 Meta plataforma ingresar datos***

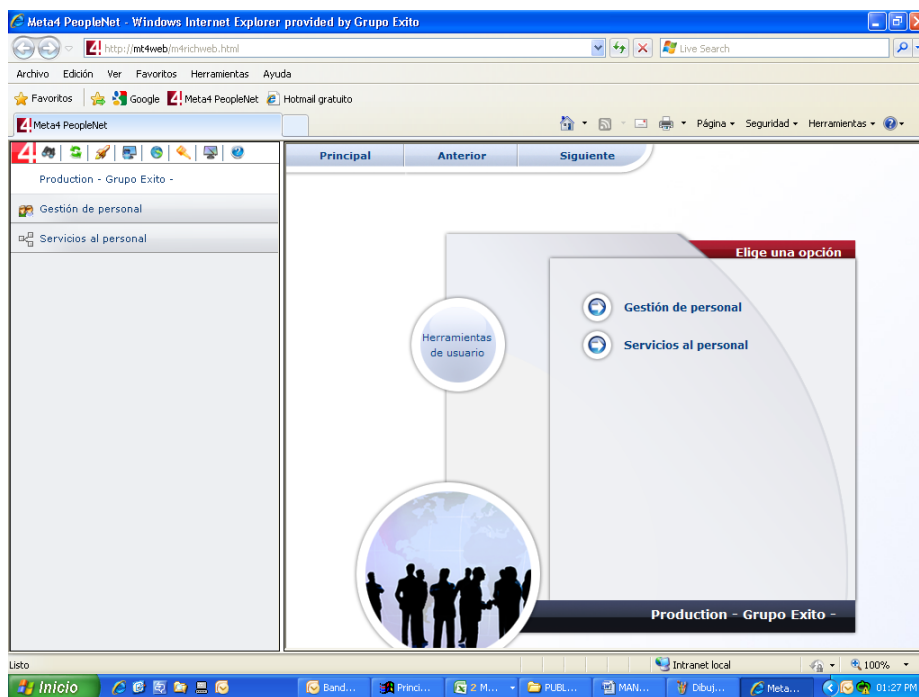
- Deberá cargar la plataforma People Net v.7.1 y aparecerá un cuadro de diálogo que tendrá un usuario e idioma por defecto, pedirá contraseña para acceder. Una vez llene este campo haga click en “Aceptar”. Con este último procedimiento ya deberá poder entrar a la plataforma.

-



## Ilustración 22 ejemplo programa meta inicio 1

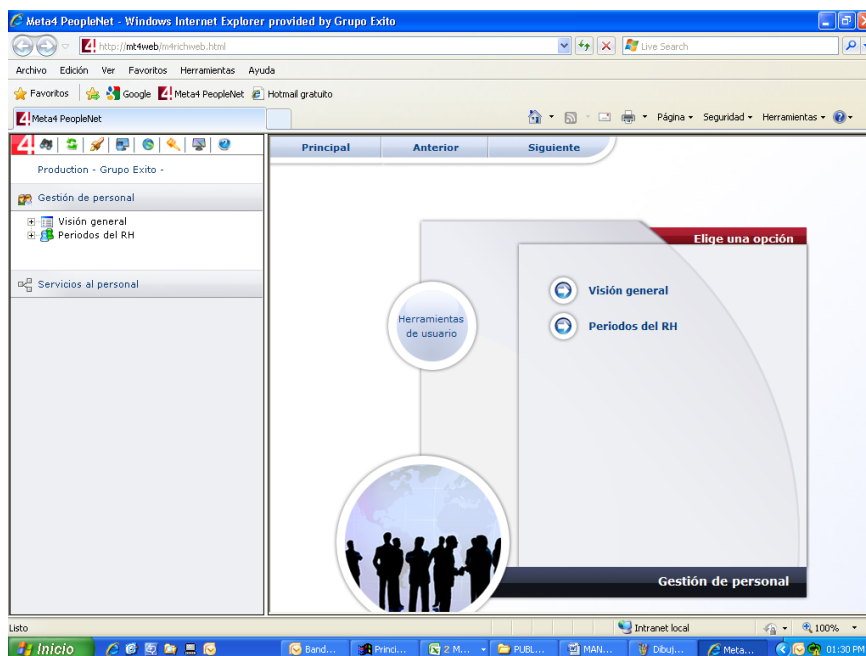
Aparecerá un cuadro de diálogo de “Información de Conexión” que no es más que la notificación del inicio de la sesión. Este cuadro debe cerrarse para poder ingresar al programa



### Ilustración 23 ejemplo meta gestión personal 2

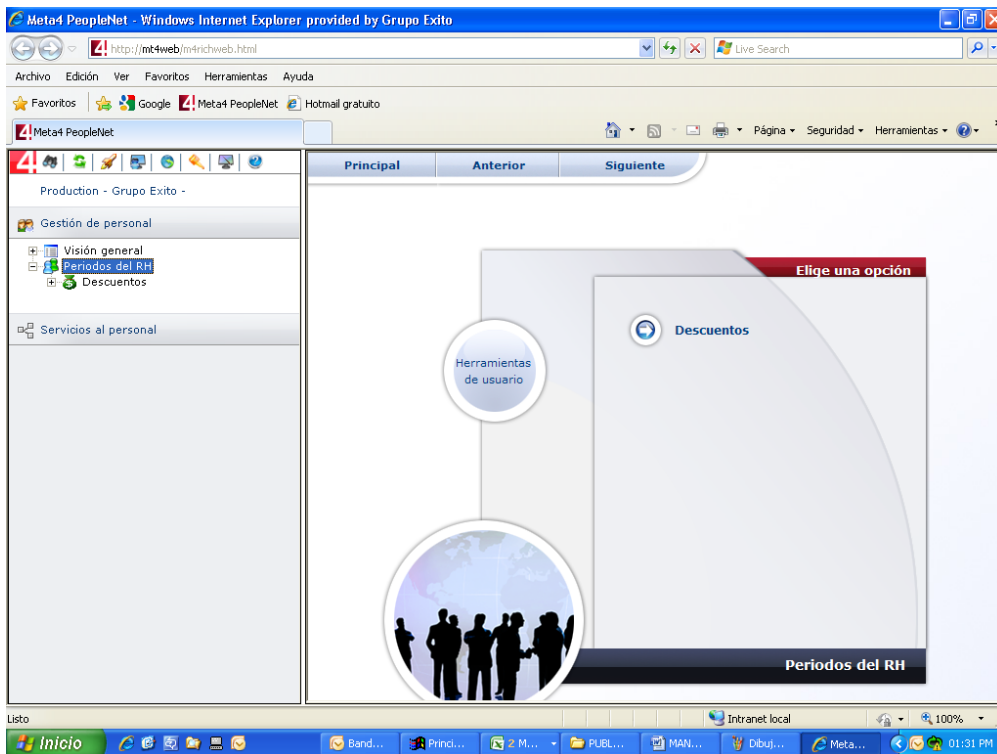
Luego se procede en estos pasos:

- Click en “Gestión de Personal”



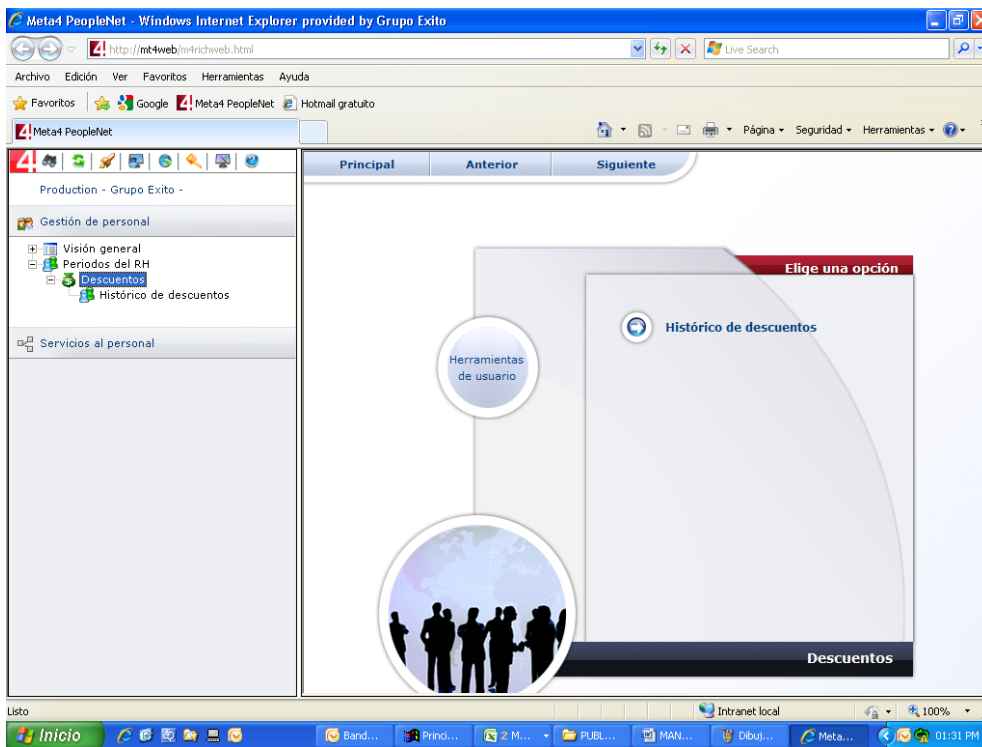
### Ilustración 24 ejemplo meta periodo RH 3

- Click en “Periodos del RH”



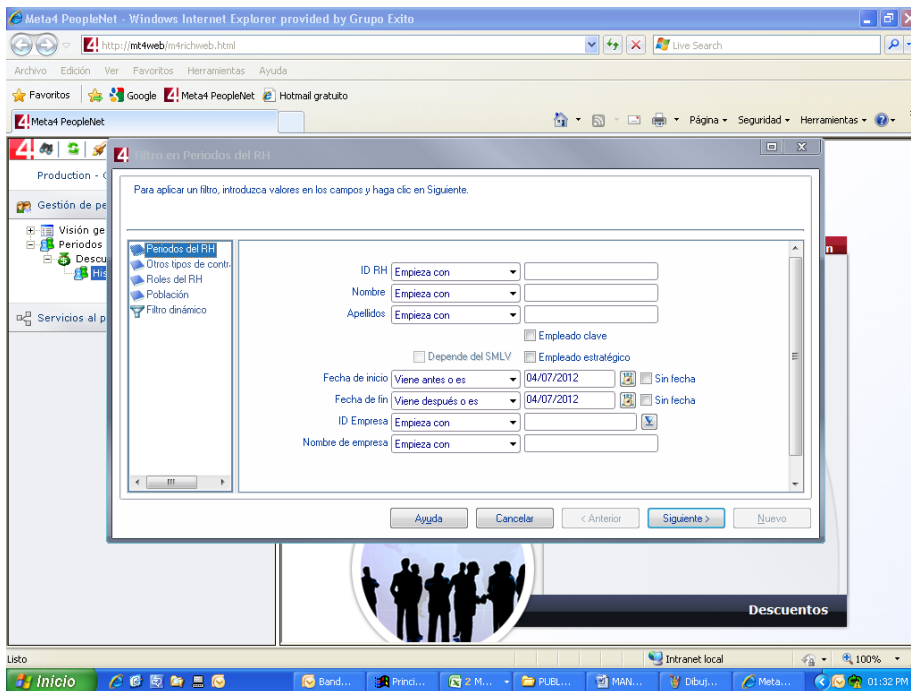
**Ilustración 25 ejemplo meta descuentos 4**

- Click en “Descuentos”



**Ilustración 26 ejemplo meta histórico de descuentos 5**

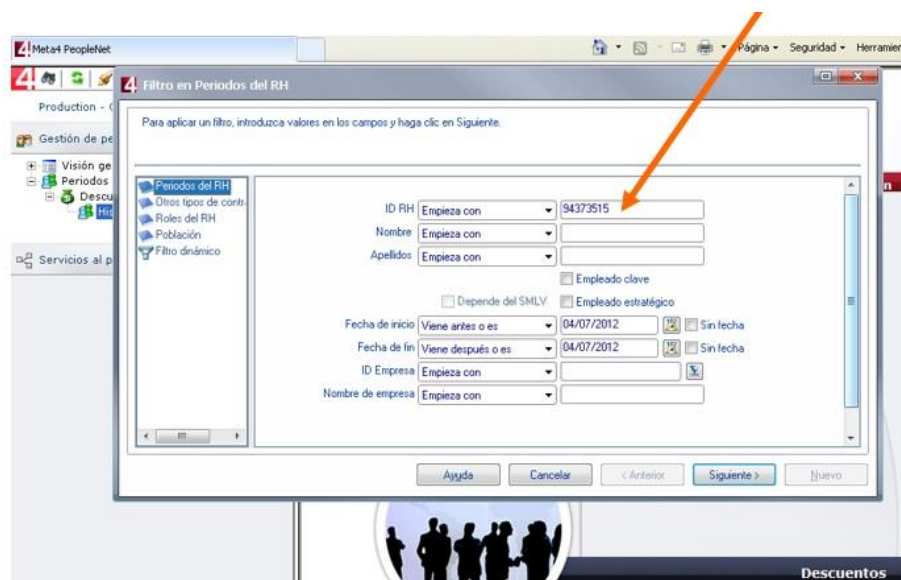
- Click en “Histórico de Descuentos”



**Ilustración 27 ejemplo cedula**

**6**

- En este momento deberá aparecer un “Filtro en Periodos del RH” aquí se ingresa la cédula del empleado que ha solicitado una diligencia con FUTURO en el campo “ID RH” y siguiente.



**Ilustración 28 ejemplo meta siguiente 7**

Para FUTURO, el perfil de nómina está diseñado sólo para poder acceder a los descuentos que realiza el fondo sobre el personal a término indefinido del Grupo EXITO.

Este perfil cuenta con un filtro, que básicamente consiste en que el fondo no podrá ingresar a los descuentos de un nivel de cargo en adelante; en este caso es de directores hacia arriba.

Para efectos de claridad en el descuento, el “ID Descuento” para FUTURO es el 503 (solicitado en varios campos)

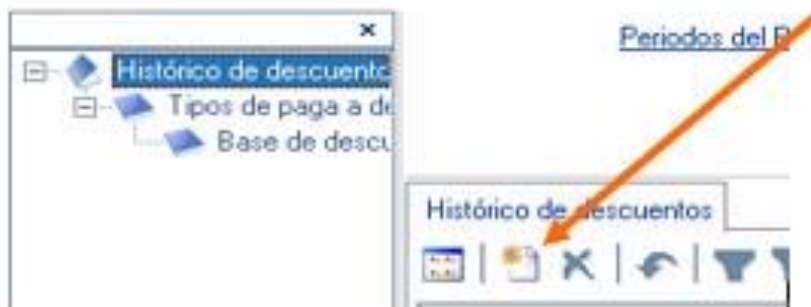
## **2. INGRESOS**

Para todo proceso en la plataforma Red Humana, sea Ingreso, Modificación o Retiro, se deben llenar tres campos en común ubicados en la barra lateral de la pantalla con los datos del empleado, estos campos son: Histórico de descuentos, Tipo de Paga y Base de descuentos. A continuación, se explica parámetro a parámetro el proceso para cada tipo de solicitud.

Para **AFILIAR** a un empleado se procede de la siguiente manera:

### **Histórico de Descuentos**

- En la zona superior del campo del empleado, click en el icono “Nuevo” para crear el descuento (la hoja en blanco)



**Ilustración 29 ejemplo meta nuevo 8**

- En el campo “Fecha inicio del descuento” ingrese la fecha del primer descuento y le da Aceptar.



**Ilustración 30 ejemplo meta fecha inicio 9**

El campo que dice “Fin del Descuento” debe tener el Visto Bueno en el cuadro al lado de “Sin fecha fin”, ya que esta fecha es la que finaliza el descuento con FUTURO

ID\_RH 1098721023 Vecino Vega, Ingrid Julieth  
 Núm. periodo 5 22/07/2011  
 Ordinal del descuento  
 Inicio del descuento 15/07/2012  
 Fin del descuento  Sin fecha de fin  
 ID Descuento  
 Dependencia del SMLV

### Ilustración 31 ejemplo meta ingresar 10

- En el campo que dice ID Descuento, deberá digitar el código 503, que corresponde a la identificación de FUTURO frente al proceso de nómina.

ID\_RH 1098721023 Vecino Vega, Ingrid Julieth  
 Núm. periodo 5 22/07/2011  
 Ordinal del descuento  
 Inicio del descuento 15/07/2012  
 Fin del descuento  Sin fecha de fin  
 ID Descuento 503  
 Dependencia del SMLV

### Ilustración 32 ejemplo meta id 50311

Vamos a la pestaña **Tipos de Paga**



**Ilustración 33 ejemplo meta segunda casilla tipos de descuentos 12**

- Nuevamente se debe crear un documento nuevo haciendo click en el icono al pie de la pestaña.



**Ilustración 34 ejemplo meta tipo paga 1.13**

- En el campo “ID Tipo de Paga” se debe digitar el número 1, que corresponde al sueldo de la nómina del Grupo EXITO. La fecha de inicio deberá llegar automáticamente pues ya fue llenado en el campo anterior (Histórico de Descuentos)

Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

#### ***Ilustración 35ejemplo meta fecha 14***

- En el campo que dice “Valor Fijo”, se debe digitar la cifra que el empleado quiera invertir mensualmente. Al lado de la cifra deberá aparecer las letras COP. El campo “Porcentaje” se deja vacío.

Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

Valor Fijo 30,000 COP

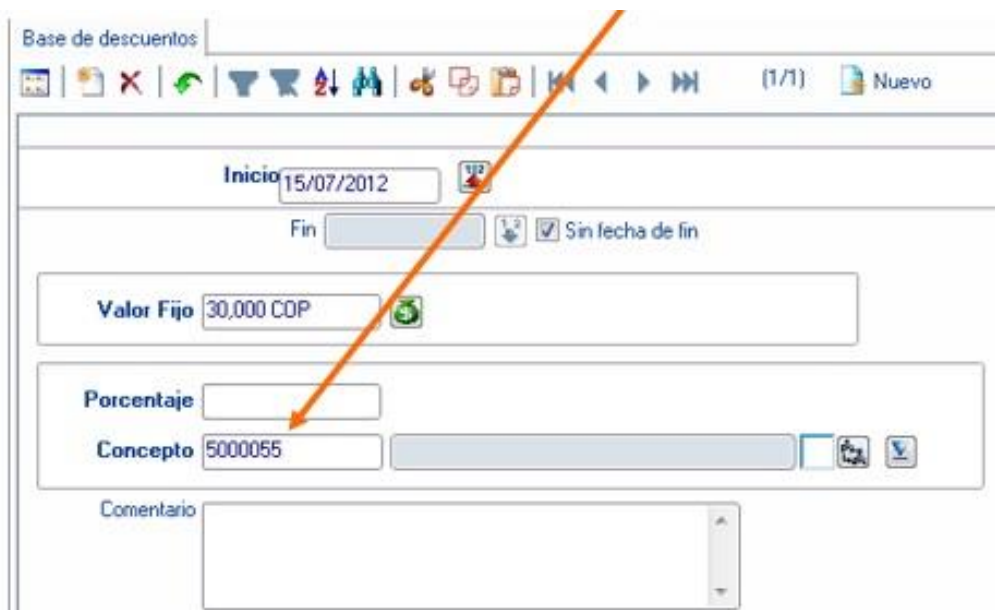
Porcentaje

Concepto

Comentario

#### ***Ilustración 36ejemplo meta valor ahorrar 15***

En el campo “Concepto” se deberá digitar: 5000055. Este corresponde al concepto con el que el proceso identifica a FUTURO.



Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

Valor Fijo 30,000 COP

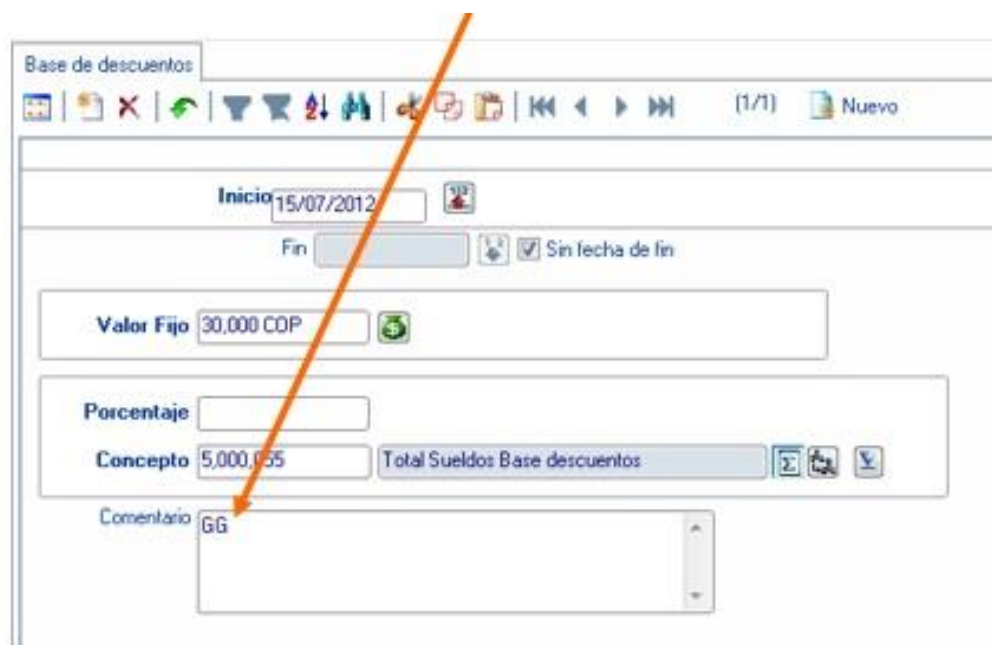
Porcentaje

Concepto 5000055

Comentario

**Ilustración 37 ejemplo meta concepto 16**

- En el campo de Comentario debe poner las iniciales de su nombre en mayúscula.



Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

Valor Fijo 30,000 COP

Porcentaje

Concepto 5,000,055 Total Sueldos Base descuentos

Comentario GG

**Ilustración 38 ejemplo comentario 17**

Una vez terminado todo el proceso, sea de ingreso se debe dirigir a la zona superior de la pantalla y dar click en “Guardar” para actualizar la diligencia. Para volver a buscar a un empleado por el “Filtro en Periodos del RH”, diríjase al botón “Lista” en la zona superior de la pantalla.



***Ilustración 39 ejemplo meta giaradar18***

### **3. MODIFICACIONES**

Para la solicitud de modificar el aporte mensual, Red Humana brinda la posibilidad de crear historia al afiliado. Así, se podrá consultar en qué fecha modificó sus aportes de acuerdo a la antigüedad como se cargue.

#### **Histórico de Descuentos**

- Para crear la historia se debe dar finalización al descuento vigente. Por ello se deberá quitar el Visto bueno de la casilla de “sin fecha de descuento” y poner como “Fin Descuento” la fecha de la última quincena que haya pasado con ese descuento (15 o 30)

Historico de descuentos

ID\_RH 52474077 Segura Isaza Angela Marcela

Núm\_perodo 1 29/07/2010

Ordinal del descuento 34

Inicio del descuento 15/11/2011 

Fin del descuento 30/06/2012   Sin fecha de fin

ID\_Descuento 503 Futuro - Fondo Mutuo De Inversión 0016

Depende del SMLV

#### **Ilustración 40 ejemplo m ata inicio19**

- Luego se abre un nuevo documento con el icono que aparece al tope de las pestañas en la zona superior de la página (la hoja blanca)



#### **Ilustración 41 ejemplo 20 histórico**

- En la fecha de inicio se colocará el día siguiente al “Fin Descuento” que se diligenció en el primer punto (si se retira el 15, el nuevo descuento comienza el 16, o también, si se retira el 30, el nuevo descuento comienza el 31 o 1 del mes que sigue)

Historico de descuentos

ID\_RH 52474077    Secretaria Isaza, Angela Marcela

Núm. periodo 1    29/07/2010

Ordinal del descuento

Inicio del descuento 01/07/2012

Fin del descuento     Sin fecha de fin

ID Descuento

Depende del SMLV

### ***Ilustración 42 ejemplo meta id21***

- En la Casilla “ID descuento” se debe escribir el número 503 el cual identifica al Fondo Futuro en el sistema.

ID\_RH 1098721023    Vecino Vega, Ingrid Julieth

Núm. periodo 5    22/07/2011

Ordinal del descuento

Inicio del descuento 15/07/2012

Fin del descuento     Sin fecha de fin

ID Descuento 503

Depende del SMLV

### ***Ilustración 43 ejemplo id 503 22***

Vamos a la pestaña **Tipo de Paga**

- Nuevamente se debe crear un documento nuevo haciendo click en el icono al pie de la pestaña.



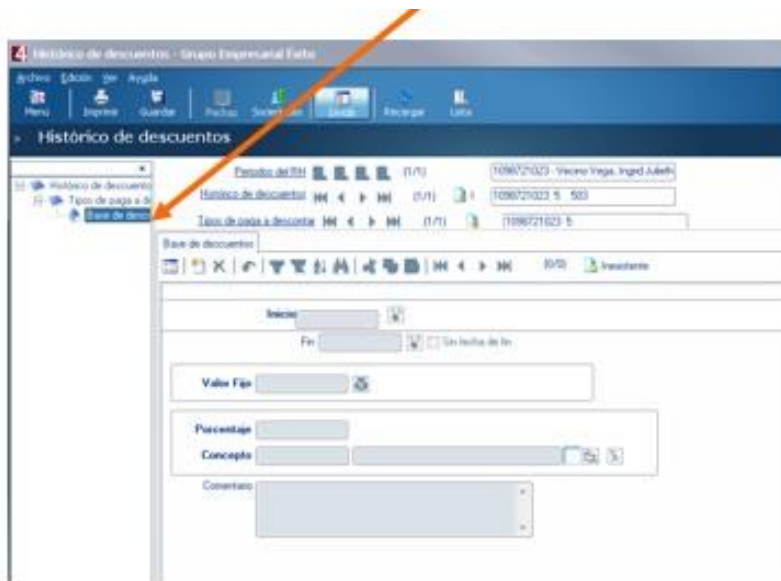
#### ***Ilustración 44 ejemplo meta nuevo23***

En el campo “ID Tipo de Paga” se debe digitar el número 1, que corresponde al sueldo de la nómina del Grupo EXITO. La fecha de inicio deberá llegar automáticamente pues ya fue llenado en el campo anterior (Histórico de Descuentos)



#### ***Ilustración 45 ejemplo tipo de paga 1 24***

Vamos a la pestaña **Base de Descuentos**



**Ilustración 46 ejemplo meta tercera casilla 25**

- Nuevamente se debe crear un documento nuevo haciendo click en el icono antes señalado. La fecha deberá traerla el programa automáticamente por su previo diligenciamiento



**Ilustración 47 ejemplo inicio fecha 26**

- En el campo que dice “Valor Fijo”, se debe digitar la cifra que el empleado quiera invertir mensualmente. Al lado de la cifra deberá aparecer las letras COP. El campo “Porcentaje” se deja vacío.

Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

Valor Fijo 30,000 COP

Porcentaje

Concepto

Comentario

**Ilustración 48 ejemplo meta valor 27**

En el campo “Concepto” se deberá digitar: 5000055. Este corresponde al concepto con el que el proceso identifica a FUTURO

Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin   Sin fecha de fin

Valor Fijo 30,000 COP

Porcentaje

Concepto 5000055

Comentario

**Ilustración 49 ejemplo valor concepto 28**

En el campo de Comentario debe poner las iniciales de su nombre en mayúscula.

Base de descuentos

Inicio 15/07/2012

Fin  Sin fecha de fin

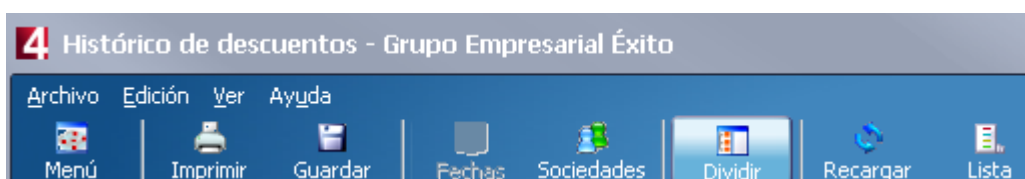
Valor Fijo 30,000 COP

Porcentaje

Concepto 5,000.955 Total Sueldos Base descuentos

Comentario GG

Una vez terminado todo el proceso, sea de ingreso se debe dirigir a la zona superior de la pantalla y dar click en “Guardar” para actualizar la diligencia. Para volver a buscar a un empleado por el “Filtro en Periodos del RH”, diríjase al botón “Lista” en la zona superior de la pantalla.



***Ilustración 50 ejemplo meta guardar 30***

#### **4. RETIROS TOTALES**

**Histórico de descuentos:**

- Después de ingresar la cédula de la persona, se da click en el Visto Bueno de la casilla “Sin fecha fin” y poner como “Fin Descuento” la fecha de la última quincena que haya pasado con ese descuento (15 o 30)

ID\_RH: 52474077    Segura Isaza, Angela Marcela  
 Nóm. periodo: 1    29/07/2010  
 Ordinal del descuento: 34  
 Inicio del descuento: 15/11/2011  
 Fin del descuento: 30/06/2012     Sin fecha de fin  
 ID Descuento: 503    Futuro - Fondo Mutuo De Inversión    0016  
 Depende del SMLV:

**Ilustración 51 ejemplo meta fecha fin 31**

- Una vez terminado todo el proceso, sea de ingreso se debe dirigir a la zona superior de la pantalla y dar click en “Guardar” para actualizar la diligencia. Para volver a buscar a un empleado por el “Filtro en Periodos del RH”, diríjase al botón “Lista” en la zona superior de la pantalla.



**Ilustración 52 ejemplo meta guardar 32**

## **PARA TENER EN CUENTA**

- Cada vez que termine de diligenciar un trámite, sea ingreso, modificación o retiro total, debe guardar lo hecho con el botón “Guardar” de la zona superior de la pantalla



### ***Ilustración 53 ejemplo buscar afiliado 33***

- Para regresar a buscar a un afiliado debe usar siempre el botón “Lista” de la misma zona de la pantalla.
- Las fechas de ingreso y retiro, seguirán siendo las mismas del calendario de nómina vigente.
- No se deberá diligenciar ninguna solicitud en Red Humana por lo menos dos días después de las fechas límites para el reporte de novedades de nómina que indique el calendario. De hacerlo, la solicitud no será tomada en cuenta
- El software Meta4 tiene un tiempo de uso y detecta la inactividad. Si usted no utiliza el programa durante aproximadamente 30 minutos, éste lo sacará de la sesión y deberá volver a ingresar.

▪ Si usted intenta buscar una cédula en el sistema y el programa no la trae a pantalla y le pide “Redefinir el filtro” pueden estar pasando dos situaciones:

- La cédula está mal digitada y debe ser confirmada
- La persona que usted intenta visualizar ocupa un cargo de director o mayor a éste. En este caso, deberá ser notificada la situación al departamento de nómina.

Estos son los procesos que se deben realizar en Fondo Futuro la finalidad de este Manual de Planeación es tener el paso a paso de cada uno para que el manual se convierta en una herramienta de trabajo que ayude a enseñar y recordar todas las labores a realizar.

## Metodología

Para el presente trabajo de grado las herramientas de investigación utilizadas son: Observación participativa, Matriz DOFA y entrevistas a al Gerente, a la Comunicadora, a la nueva practicante y algunos empleados con preguntas abiertas y tópicos diferentes.

“Barcelona: Paidós Ibérica. La observación participante en el campo se considera la fase de trabajo. El trabajo de campo incluye tres actividades principales. La primera se relaciona con una interacción social: lograr que los informantes se sientan cómodos y ganar su aceptación. El segundo aspecto trata sobre los modos de obtener datos: estrategias y tácticas de campo. El aspecto final involucra el registro de los datos en forma de notas de campo escritas.” S.J. Taylor y R. Bodgan (1984).

Para identificar detalladamente las razones o causas por las cuales fallan algunos procesos de la comunicación, se realizó una entrevista al Gerente, a la Comunicadora y a la practicante, a través de: la observación, recopilación de información y análisis de procesos con el fin de identificar todos los procesos a mejorar. Por otro lado, se tomó como modelo la Matriz DOFA considerando este como un método muy eficaz para plantear detalladamente las acciones las cuales según la entrevista realizada, con los datos suministrados por el Gerente, la Comunicadora y la Practicante.

La importancia de la matriz DOFA radica en que nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer. La matriz DOFA nos

muestra con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación. Tomado de: <http://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>

Después de haber realizado la matriz DOFA se segmenta las funciones que se debían realizar para comunicaciones, una vez están todas las funciones para el cargo de practicante de comunicaciones en el área de Fondo Futuro, se agruparon en el manual de planeación y se definieron específicamente cada una realizando las respectivas mejoras que requerían según los resultados obtenidos.

Ver el anexo de la matriz DOFA

## Resultados

### Matriz DOFA

Estos son las debilidades oportunidades fortalezas y amenazas que agruparon los criterios del Gerente, la comunicadora y la practicante del área de Fondo Futuro

### Debilidades

- El manejo de capacitación no es el adecuado, porque se evidencia que al ser oral e indicar solo una vez las labores se pueden ir olvidando.
- Existe desinformación en los empleados del Grupo Éxito sobre los beneficios de Fondo Futuro, debido a que en varias ocasiones las Auxiliares de Gestión Humana y los delegados de Futuro no brindar la información completa.
- No hay retroalimentación con el afiliado de cada dependencia, ya que solo se da cuando existe una visita de capacitación a la misma.
- No hay estrategias de fidelización con los afiliados, que les demuestre que son importantes para Futuro, solo se le obsequia un lapicero al afiliarse.
- No hay innovación, se evidencia que las plantillas son muy monótonas y reiterativas, no se pueden realizar publicación de videos animados o que no se adjunten a los parámetros establecidos para publicar.

- La falta de capacitación constante en las diferentes dependencias, genera un desconocimiento sobre qué es Fondo Futuro al personal nuevo de contratación indefinida y a los no afiliados.

### **Oportunidades**

- Fondo Futuro continúa en crecimiento y en reestructuración de los procedimientos informativos internos y externos, con el fin de mejorar su servicio.
- Hay posibilidades de incluir a los afiliados en la elaboración de artículos para la Red Informativa de Futuro, de esta manera, pueden tener más acogida y sentido de pertenencia por el Fondo.
- En Fondo Futuro se maneja la Red Informativa para buscar estar más cerca de los afiliados y darse a conocer a los demás empleados de la Compañía.

### **Fortalezas**

- Futuro tiene como finalidad fomentar el ahorro y la inversión a largo plazo en los empleados del Grupo Éxito.
- El Fondo Mutuo de Inversión Futuro es vigilado por la Superintendencia Financiera de Colombia, con el fin de velar por el debido proceso de ahorro de los afiliados, esto genera seguridad.
- En Fondo Futuro se maneja la Red Informativa para buscar estar más cerca de los afiliados y darse a conocer a los demás empleados de la Compañía.

- El servicio y la amabilidad se ven reflejada en los empleados del Fondo Futuro, a la hora de atender al afiliado.
- Existe retroalimentación constante entre el Gerente y los empleados del Fondo, buscando siempre ofrecer un mejor servicio a los afiliados.
- Futuro es una excelente alternativa de ahorro para la realización de sueños y metas a largo plazo, de esta manera, el afiliado puede obtener vivienda propia.

### **Amenazas**

- La constante información del otro Fondo del Grupo Éxito, por medio de volantes, plegables y demás piezas publicitarias puede captar más atención de los empleados de la compañía.
- La falta de capacitación constante en las diferentes dependencias, genera un desconocimiento sobre qué es Fondo Futuro al personal nuevo de contratación indefinida y a los no afiliados.
- El no tener estrategias de fidelización y atracción de nuevos afiliados pone en riesgo a que los empleados del Grupo Éxito tengan desinterés por conocer y pertenecer al Fondo.

- Futuro no tiene manejo de Redes Sociales, debido a que no lo consideran necesario para el afiliado, lo que favorece al otro Fondo ya que éste las posee obteniendo más interacción con el afiliado.

- Es importante crear entre los empleados del Grupo Éxito y empresas aportantes una voz a voz positiva de lo que acontece en el Fondo Mutuo de Inversión Futuro, evitando así, rumores mal intencionados, desinformación y comentarios negativos de desafiliados o personal que no está interesado en formar parte de Futuro o de tener un ahorro. Por ello, con la Red Informativa de Fondo Futuro se busca estar enviando información pertinente, actualizada y de interés para todo tipo de público, afiliado o no afiliado. Al realizar constantemente información clara y eficaz se logrará convertir a los afiliados en leales y atraer a nuevos.

- Con los resultados de este proyecto las practicantes y quien maneje el área de comunicaciones, pudieron constatar la importancia de tener un manual de planeación, para mejorar el proceso de inducción.

- La aplicabilidad de esta estrategia generará cambios positivos en la comunicación de la organización, pues sin duda es una herramienta colaborativa que no solo mejorará la fluidez de la información, sino que permitirá incrementar el desempeño y mejorará los tiempos que actualmente se toman algunos procesos.

- Al entregarle el manual a la practicante y explicarle ella informo que era muy útil esta herramienta porque podría mirar en cualquier momento si algo se le olvidaba que paso seguir y estar recordándolo sin necesidad de preguntarle a nadie, además se comprometió con actualizarlo al terminar su labor.

## Conclusiones y recomendaciones

- Se logró identificar por medio de la observación, recopilación de la información,

Análisis, resultados de la entrevista y por la Matriz DOFA las principales razones o por la cual fallan varios procesos de comunicación.

Por eso se concluyó que a través de un manual, es posible ayudar a generar mayor claridad y adaptación a los puestos de trabajo, los cuales han de ser parte del proceso de inducción de las personas, el cual puede ser brindado de manera impresa o digital, lo necesario es crearlo para generar mayor identidad y compromiso organizacional.

- Por medio de la Red Informativa de Fondo Futuro se logró darle más participación al afiliado, gracias a los diferentes medios los cuales brindan la oportunidad de contar con su experiencia en el Fondo y cómo éste le ha ayudado alcanzar sus sueños y metas.

- Fondo futuro tiene muchas restricciones del manejo y la publicación de elementos visuales en los contenidos mediáticos genera en los perceptores una pérdida de atención en los contenidos digitales, ya que hoy en día es a través de la imagen y de resúmenes gráficos como se capta más a los públicos, se debe buscar ser más innovadores y menos tradicionales o monótonos.

- Fondo Futuro debe invertir más en la realización de piezas publicitarias, las cuales contengan información actualizada y relevante de lo que acontece al Fondo, con la finalidad de que los afiliados conozcan las noticias, los beneficios y las alternativas de ahorro que ofrecen y que van a ofrecer.

- El practicante a su ingreso deberá conocer un manual, para entender su dinámica, de igual manera que esta persona se encargue de las publicaciones en formato vídeo y fotografías en la plataforma. Esta persona deberá estar actualizando contenidos en el aplicativo con el fin de mantenerla activa. Este elemento podrá ser la guía y el apoyo para el practicante durante su semestre de práctica, ayudará a fortalecer su función, optimizar el tiempo de empalme e inducción y a conocer detalladamente los procedimientos de cada tarea.

- La ayuda colectiva entre el practicante que entregar un puesto y el que lo recibe, permitirá tener más confianza a la otra persona que va a coger el cargo. Ya que el practicante que entregará su puesto ya conoce sobre los procesos y le puede enseñar a apropiarse de su cargo y así las funciones se sigan realizando con la misma productividad con la cual venían, por ello se recomienda estudiar el manual los primeros días y el resto de días sean de practica en las tareas, así el nuevo practicante se va apropiando del puesto.

- También se le pregunto al nuevo practicante qué opina sobre el manual su respuesta nos arrojó su percepción la cual indico que le ayudo mucho en su proceso de acoplamiento y aprendizaje y concluyo con que actualizaría el manual.

## Referencias

Álvarez, J; (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Exito. *Razón y Palabra*, 12(56) Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>.

Brönstrup, C; Ribeiro, A; Godoi, E; (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signo y Pensamiento*, 26 (51) 26-37. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005104>

Cuervo, Marisa. (2011). *Comunicación Interna y formación profesional*. Disponible en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232011000100009](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009)

Cuervo, M. (2011). *Relaciones públicas, nuevos paradigmas ¿más dudas que certezas?* Disponible en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232011000100009](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009)

DANCE & LARSON (1976) definiciones de comunicación, si bien el Diccionario de la Lengua Española (1992: I)

Gómez, G. (2001). *Manuales Administrativos*. Disponible en <http://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>

Marchiori, M; (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Ciencias de la Información*, 42 (2) 49-54. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181422294008>.

Martínez Emigdio, A. (2010). *Retener al Cliente Externo*. Disponible en <http://www.mercadeo.com/blog/2010/01/retener-al-cliente-externo/>

Pedroza Flores, R & Villalobos Monroy, G; (2002). Mejoramiento

Paladines Galarza, F Y; Yaguache Quichimbo, J & Valarezo González, K P; (2013). La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana. *Signo y Pensamiento*, 32 (63) 110-128. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86029193007>. De la calidad en la práctica profesional. *Universidades*, (23) 31-36. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37302305>.

## Apéndices

### Apéndice A. Entrevistas

- Posteriormente se realizaron ocho entrevistas con preguntas abiertas y con tópicos diferentes a los vinculados donde se refleja la satisfacción y los beneficios de Fondo Futuro, las cuales evidenciaron los criterios de los afiliados y los beneficios que ofrece el Fondo.



**La voz del *afiliado***

“Gracias al ahorro de mi Prima obtengo excelente rentabilidad, lo que hace que mi capital aumente.”

**Raquel Mileny Torres**  
Administradora Ventas  
Bodega Mayorista Montevideo  
Bogotá.

“Uno de los aspectos que más me motiva de ahorrar en Futuro es la **excelente rentabilidad** que me ofrece al realizar **aportes especiales** como el de la Prima, por ello la ahorro en este Fondo todos los años.

Otro elemento que me anima es que puedo modificar el monto según mi situación económica. Con Futuro me siento cada vez más cerca de cumplir el sueño de tener vivienda propia.”

 **Futuro**  
Fondo Mutuo de Inversión

## ¡Cree en tus proyectos!

Cada vez más afiliados hacen realidad el sueño de tener vivienda propia



**María Fernanda Díaz**  
Auxiliar Puestos de Pago  
Éxito Chipichape

"Hace tres años estoy ahorrando en Futuro, y hoy puedo decir que he cumplido un sueño en mi vida, que es comprar mi vivienda.

Por más de 15 años pagué arriendo, tiempo a través del cual ya hubiera cancelado mi inmueble, pero con Fondo Futuro, y demás beneficios que nos ofrece la Compañía, logré tener el dinero suficiente para empezar este proyecto.

Todos tenemos diferentes propósitos, el mío era comenzar a construir un patrimonio y darle un mejor futuro a mi familia. Me siento feliz de cumplir un sueño que beneficiará a los que más amo".

**¡Cree en tus sueños y trabaja para lograrlos con Futuro!**



## La voz del afiliado

**¡Invierte tu prima en Fondo Futuro para que tus ahorros no paren de crecer!**



**María Cecilia Urán Vélez**  
Puesto de Pago  
Éxito Envigado

"Ahorrar la prima en Fondo Futuro me ayudó a incrementar mi ahorro y a recibir excelentes utilidades; es una manera fácil de invertir la cual me permite no gastar toda la prima en cosas que no aportan en el crecimiento de mi patrimonio.

Yo recomiendo a mis compañeros y a todos los colaboradores de Grupo Éxito que hagan aportes extraordinarios, en ningún otro lugar me brindan una rentabilidad de 20.48% como lo fue la del mes pasado".



## La voz del *afiliado*

### ¿Cuántos serán mis ingresos de ahora en adelante?

Esta duda surge cuando llega el momento de la jubilación. La mayoría de personas ven la pensión como la pérdida de ingresos, lo que les impide vivir plenamente esta etapa.



**Maria Margarita Rave Jaramillo**  
Auxiliar Administrativa  
Exito Envigado

“Para mí es desconcertante saber que trabajé toda una vida y ahora me jubilaré con un salario inferior al que recibía. **Por eso, considero que tener un ahorro en Fondo Futuro es muy importante.**”

En mi caso, solo usé el ahorro para gastos muy necesarios (comprar vivienda), ahora que estoy próxima a jubilarme lo utilizaré para poder disfrutar esta etapa sin tener que dejar de recibir el mismo ingreso al que estoy acostumbrada.”

**Por eso, no duden en ahorrar en Fondo Futuro**



## La voz del *afiliado*

“Al realizar los **tres tipos de aportes** que tiene el Fondo mi dinero ha aumentado y mi ahorro progresa”

“Llevo aproximadamente 35 años en la Empresa y quiero permanecer en Futuro mucho más tiempo.

He modificado mis ahorros, lo que me ha permitido beneficiarme con los tres tipos de aportes que tiene el Fondo; inicié con el legal voluntario sobre el cual la Compañía me regala el 50% adicional, luego aumenté mi cuota y pasé al aporte adicional voluntario, al ver los beneficios comencé a ahorrar dinero adicional, **todo esto me permitió adquirir mi vivienda.**”



**Mirian Velasquez**  
Auxiliar Oficina Gestión Humana  
Exito El Poblado  
Medellín



## La voz del *afiliado*

Gracias a lo fácil que es invertir en Futuro, nuestro capital incrementa cada vez más.

**Erika Hormaza**  
Lider de Abastecimiento  
Surtimax Claret, Bogotá

**Fredy Quintero**  
Gerente  
Surtimax San Blas, Bogotá



"Futuro brinda la posibilidad de **aumentar** nuestro ahorro gracias a la excelente **rentabilidad** que recibimos, no solo en el aporte legal voluntario sino a través de **aportes extraordinarios**, **inversión** que nos ayudará a proyectarnos financieramente y contar con un mayor capital en el momento de comprar vivienda, o disponer de un patrimonio económico cuando ya no laboremos en la Compañía.

Invitamos a todos, a que inviertan con el Fondo cualquier capital que tengan a la mano, estará seguro y no se volverá dinero de bolsillo."



## La voz del *afiliado*

*Futuro es una excelente alternativa de inversión para conformar un patrimonio a largo plazo*



**Jorge Humberto Camelo Cercado**  
Gerente Éxito 20 De Julio, Bogotá

"Fondo Futuro me permite cumplir objetivos a largo plazo, especialmente comprar vivienda o adquirir un segundo inmueble, por eso, he logrado **consolidar un patrimonio** para mí y mi familia.

El beneficio que siempre destaco es el **50%** que me regala la Compañía sobre el tope máximo, además la facilidad de realizar aportes extras con la prima y otros ingresos adicionales, ayudándome a **incrementar** mi capital."

**¡Déjanos tus sueños en nuestras manos y nosotros te ayudaremos a lograrlos!**



## La voz del *afiliado*



### **Nancy Debia**

Auxiliar Oficina Gestión Humana  
Éxito Chipichape

“Como Auxiliar y Delegada del Fondo Futuro, tengo un compromiso: mantener un buen nivel de afiliación y dar a conocer los beneficios que tiene Futuro para nosotros. He visto como muchos compañeros ya han logrado el sueño de tener vivienda con sus ahorros, la contribución de la Compañía, Plan mi Casa, cesantías y otros beneficios.

A todos los invito a que se afilien a Futuro, nosotros somos los únicos beneficiados, porque nos regalan dinero por ahorrar para la vivienda.”

**¡El ahorro en Futuro es un patrimonio  
que vas formando para toda la vida!**



## Apéndice B. Tabla de inducción

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN  |  |   |
|---|--|---|
| INFOX   | Cifras e inversiones   | Estos datos se modifican cuando Ricardo avisa. Se encuentra a cargo de la practicante de Bogotá, se debe ingresar a Infox con el usuario y clave del computador: Futuro/cifras e inversiones/editar página. Por otra parte, se debe buscar en el computador Documentos/Futuro/Comunicaciones/articulos infox/links para actualizar graficas de infox nuevo, y seguir los pasos del documento.   |
|   | Artículos de interés   | Se tiene que realizar todos los viernes cada 15 días, cada mes corresponde a la practicante de una ciudad, Futuro/Artículos de interés/Publicar nuevas<br>Nombre mostrado es el título<br>Descripción es el lead<br>Texto es el artículo<br>Imágenes: 1 Por fuera y 1 resaltada (dentro) se pone el chulito en principal para que aparezca (Cambiarles tamaño)<br>Perspectivas: Fondo Futuro<br>Palabras clave  |
|   | Estado de cuenta   | Se debe ingresar por: Futuro/estado de cuenta/ cédula de la persona. Cada trimestre se puede visualizar esta información.   |
| MENSAJE DEL EXTRACTO  | Elaborar un texto para el extracto.  | El extracto se publica por trimestre y se debe escribir un artículo para su publicación, basarse en texto anteriores ubicados en Documentos/Futuro/Comunicaciones/Artículos extracto. Hasta el mes de Septiembre circulara dicho extracto.  |
| CORREO - OUTLOOK- (Comunicador. Contraseña)   | Manejo de comprobar nombres  | Grupos. Listas de distribución  |
|   | Manejo de las carpetas   |   |
|   | Manejo de la libreta de direcciones  |   |
| AL DETALLE  | Artículo que se escribe acerca de Futuro. Se envían 3 temas a Ricardo el día que los pide y en comité se escoge el más llamativo para que los periodistas de Semana lo desplieguen.  | Ricardo pide los 3 temas se deben revisar las 12 últimas ediciones para no repetir el tema.   |
| EN MINUTOS  | Informativo Radial   | Dos veces a la semana en Corporativos cápsula informativa. Si se quiere realizar una publicación para este medio se escribe a comunicaciones, se agenda, para la grabación y se escribe el texto de la cuña.  |
| CONECTADOS  | Informativo Virtual e impreso  | Si se quiere publicar se redacta y envía la información a comunicaciones en Medellín  |
| BOLETÍN INFORMATIVO   | Correo que se envía a los gerentes, Auxiliares de Gestión humana sobre las noticias del mes en Futuro.   | se encuentran en: Documentos/Futuro/comunicaciones/boletín. Se hace el texto, Frase del mes, De tu interés, Voz de los afiliados, tips del mes, y se envía a la practicante de Medellín de comunicaciones: practicante4comunicaciones@grupo-éxito.com, ellos realizan el diseño y lo re envían, posterior, se envía a <b>Información Almacenes</b> las plantillas realizadas  |
| ACTUALIZACIÓN DE PRESENTACIONES   | Modificación de Tope Máximo, ejemplos.   | Por lo general la actualización es cada año, según los lineamientos de comunicación además de la cuota como beneficio de la compañía.   |
| CUMPLEAÑOS Y FECHAS ESPECIALES  | Se hace y envía tarjeta de cumpleaños al correo del homenajeado, desde el correo de Fondo Futuro con copia a todos los integrantes del equipo de trabajo del fondo.  | Fechas en cronograma, se copia oculto a los miembros del fondo  |
| PAGO A PERSONAS QUE SE RETIRARON DE LA EMPRESA  | Las liquidaciones de las personas, son ahorros que se envían a Presente o a cuentas bancarias según la nómina de cada persona. El horario de atención en Presente es de Lunes a Viernes de 8:00 am a 10:00am, la persona encargada es Catalina Gallo. Se debe preguntar si tienen o no deuda en Presente.  | <b>Si tienen deuda:</b> el ahorro que tenían en Futuro, se envía a Presente para que abonen o salden la deuda. Si les queda un excedente en Presente se les entrega a las personas.<br><b>No tienen deuda:</b> Se les consigna en la cuenta de nómina que manejaban en la empresa: <b>Disponible, Bancolombia o Davivienda</b> . No se realizan los pagos a terceros. Únicamente al afiliado el cual figura como titular de la  |
| ARCHIVO RELACIÓN DE SOLICITUDES   | Cómo se organiza el archivo para enviar a correspondencia.   |   |
| PRESENTACIÓN DE LOS ARCHIVOS DEL COMPUTADOR   | Mostrar las carpetas del computador.   |   |
| <b>PÁGINA WEB: <a href="http://www.fondofuturo.com.co">www.fondofuturo.com.co</a></b> |  |   |
| Nuestro fondo   | ¿Qué es Futuro? ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? Nuestra mega, Objetivos, valores, mega, misión, Organigrama  |   |
| Afiliación  | Información relacionada con las políticas para vincularse.   | Aportes de los empleados, Beneficios, Ventajas y video institucional, además y se puede descargar el formato del fondo para Modificar e ingresar.   |
| Inversiones   | Las personas pueden visualizar las cifras acerca de las operaciones del Fondo, Rentabilidad acumulada, Histórico del valor de la Unidad, Utilidades, Valor del Patrimonio, Número de los afiliados, Portafolio de Inversión. Se actualizan las gráficas mes a mes.   | Ricardo envía la información de para la actualización en excel. En el escritorio hay una carpeta "archivos para la web/ actualización página web/Gráficas web/, se copian los datos y se reemplazan, se copian las nuevas gráficas se pegan en el archivo de power point llamado gráficas web, allí se exportan de forma individual y se guardan en la carpeta <b>Gráficas web</b> de allí se copian y pegan en el compartido de bibiana en la carpeta <b>web Futuro/ Inversiones</b> . |
| Informes  | Son los informes anuales de las operaciones del Fondo  | Informe de Gestión, Estados Financieros (2012), Notas a los estados financieros, Informe del revisor Fiscal.  |
| De interés  | Se publica cada mes:<br>1. <b>Concurso</b> , "Ahorrando con Futuro vas ganando".<br>2. <b>Nivel de afiliación</b> , en formato excel (lo envía Ricardo mes a mes).<br>3. <b>Boletín informativo</b><br>4. <b>Artículo de interés</b> en formato PDF (el mismo de Infox), se deben usar las fotos de aldetele únicamente.<br>5. <b>Preguntas frecuentes</b><br>6. <b>Glosario</b> | Lo actualiza Bibiana, através de los archivos PFT   |
| Contactanos   | Para las personas que bloquean la clave solicitan a través de esta el desbloqueo de la misma.  | Dejan sus datos personales y en máximo 48 horas se restablece la contraseña.  |
| Tu cuenta   | Allí pueden generar los certificados los afiliados expuestos en el tema de "Certificado tributario" y consultar sus extractos de los últimos 4 trimestres.   |   |

| BÁSICA CAPACITACIÓN DE PRACTICANTE PARA EL MANUAL DE PLANEACIÓN |  |   |
|---|--|---|
| TEMA GENERAL  | ESPECIFICACIONES   | ANOTACIONES   |
| PRESENTACIÓN DEL EQUIPO DE FUTURO                               | Presentación del equipo de futuro  |   |
| CLAVES  | Computador   | El computador solicita cambio de contraseña, siempre es la misma para Bogotá y Medellín Comunicaciones2.  |
|   | Infox  | La clave de Infox es la misma del PC  |
|   | Red Humana   | Usuario: se solicita la contraseña a Magnolia o Maryory   |
|   | Fondago  | Usuario: Magnolia Clave: Comunicaciones2.   |
| CONEXIÓN A REMOTO   | Computador Practicante Medellín  | Equipo 100 pffuturo, Usuario: pffuturo, Ingresa contraseña  |
| QUÉ ES FONDO FUTURO   | Qué es un Fondo Mutuo  | Ahorra la Empresa y la Persona  |
|   | Quiénes pueden afiliarse   | Personal con contrato Indefinido  |
|   | Objetivos  | Incentivar el ahorro, convertirlos en inversionistas.   |
|   | Ventajas   | 50% adicional, modificación de cuota, SIF   |
|   | Tipos de Aporte  | Legal, Adicional, Especial  |
|   | Consolidación del aporte   | 1 año: 30%, 2 años: 60%, 3 años 100%  |
|   | Utilidades   | Rendimientos generados en la BVC, cada 3 meses  |
|   | Fondo Perseverancia  | Dinero de los que se retiran antes de los 3 años  |
| Tipos de Retiro   | Vivienda, Parcial, Total   |   |
| PRESENTACIÓN DEL PERSONAL DE LAS OTRAS ÁREAS                    | Presentación del personal de las diferentes áreas al practicante                                 | PRESENTE (catalina), Comunicaciones, Reserva de aulas e impresiones con carnet y en el centro de copiado)   |
| EXTRACTO  | Fecha de Ingreso   |   |
|   | Antigüedad   |   |
|   | Fecha de Cierre  |   |
|   | Resumen  | Total aportado, Beneficios recibidos, Saldo Actual  |
|   | Valor de la Unidad   | Legal, Adicional, Especial  |
|   | Aportes a su Cuenta  | Utilidades, aportes de la empresa, Perseverancia.   |
|   | Aportes Pendientes por Consolidar  | Por parte de la empresa   |
|   | Últimos Retiros  |   |
|   | Valor de sus aportes al mes  |   |
|   | La empresa le aportó en el mes   |   |
| Fondo Perseverancia   | Acumulado (s)  |   |
| FORMATOS  | Afiliación   | Personal con contrato a término indefinido únicamente.  |
|   | Modificación   |   |
|   | Retiro   | <b>Parcial:</b> firma del afiliado, diligenciar la cuenta para la consignación.<br><b>Total</b> firma JGH y del afiliado, se pone el número de las cuotas que aparece en Fondago y la cuenta donde se va a consignar.<br><b>Vivienda</b> adjuntar documentos: Promesa de Compra venta O la copia de la escritura. <b>Se consigna en la cuenta de nómina del afiliado.</b>   |
| CERTIFICACIONES   | Inmovilización - Cajas de compensación (compra de vivienda)                                      | Los certificados anteriormente los solicitaba el afiliado al fondo, ahora con la página cada afiliado debe ingresar a la web y a través del link "Tu cuenta" lo puede imprimir.   |
|   | Declaración de renta   |   |
|   | Embajadas  |   |
|   | Constructora   |   |
| CORRESPONDENCIA   | Enviada  | Relacionar en el cuaderno, formato de Guía para correspondencia interna, diligenciar el sobre para el envío, poner el sello.  |
|   | Recibida   | se pone el sello con la fecha del día que se reciben las solicitudes.   |
| NOVEDADES NÓMINA  | Correo informativo de fecha límite para recibo de solicitudes y cierre de novedades.             | La fecha del cierre de novedades la envía Ricardo con esta se debe realizar una plantilla en power point la ruta es: Documentos/Futuro/ Novedades y se exporta a JPG, en el outlook hay una carpeta llamada Novedades, de allí se copian los destinatarios y el modelo para el envío el correo, este se envía a <b>Información Almacenes</b> y ellos se encargan de re enviarlo a los destinatarios señalados.  |
| CAMPAÑAS DEL FONDO  | Concurso "Ahorrando vas Ganando con Futuro" (el nombre cambia cada año igual que la metodología) | Entrega 70 tarjetas regalo entre las seis regionales (Antioquia, Costa, Santander, Centro, Eje Cafetero y Occidente, que tengan su nivel de afiliación superior al 95%. Se realizan piezas comunicativas (un correo) con ayuda de la practicante de Medellín.   |
|   | Ahorro de prima  | Se realiza cada semestre y busca que las personas afiliadas a Futuro ahorren desde \$1.000 hasta la totalidad de la prima. Se hacen las piezas comunicativas con ayuda de la practicante de Medellín: correo y afiche para su distribución a nivel nacional. En esta campaña se envía un correo a <b>Información almacenes</b> y a <b>Información corporativa</b> , con el formato adjunto para el ahorro y el afiche, en el caso de los almacenes se adjunta adicional la "circular para el ahorro de la prima". |
| CAPACITACIONES AL PERSONAL DE LOS ALMACENES                     | Mostrar la presentación, ponerla en USB,   | La presentación se Futuro, se actualiza cada año teniendo en cuenta los cambios en los lineamientos de comunicación, la presentación debe llevarse en USB, además de encontrarse en el compartido de Bibiana ruta: Equipo/ compartido bibiana/  |
| FONDAGO   | Consulta de estado de Cuenta   | Nº cuotas, Aporte mensual, Valorizado, Retiro Parcial, Retiro de Vivienda, Valor por Consolidar   |
|   | Acumulados   | Histórico de Movimiento muestra los aportes que ha hecho la persona mes a mes desde el momento que se afilió hasta la fecha. En vacaciones no se hace descuento   |
|   | Certificado Tributario   | Las personas que declaran renta solicitaban en el fondo el certificado de Declaración de renta, ahora con la página cada afiliado debe ingresar a la web y a través del link "Tu cuenta" lo puede imprimir. Existe otra opción: Aportes/Consultas/Extracto Anual. Se ingresa el número de cédula y la opción  |
|   | Datos del Socio  | Se mira si tiene Cuenta Davivienda o Bancolombia o el número de la cédula es porque le pegaban en Presente.   |
| RED HUMANA  | Maestras   | Se realiza cada cierre o cuando sea necesario a través de Meta4 peopleNet Servicios al personal/ Fondo Futuro/ Análisis/ maestra de empleados se debe guardar en el compartido de Bibiana y en la carpeta de maestras ubicada en Documentos/Futuro/ maestras. Por lo general se realiza antes del cierre de novedades para conocer el personal que está pendiente por vincular.   |
|   | Visión General   | <b>Datos de la persona:</b> se ingresa el número de la cédula o nombre y apellidos y se obtiene la siguiente información: Número de cuenta, teléfonos, dirección, correos y <b>Datos del rol:</b> Almacén, tipo de contrato, Fecha de inicio y finalización, cargo.   |
| ASAMBLEA  | Breve explicación sobre qué es la Asamblea   | Muestra de las piezas comunicativas utilizadas y proceso de planeación, realización del wallpaper.  |