

**Alianzas estratégicas para el público interno de
Empaquetaduras y Empaques S.A.**

Trabajo de grado de Comunicador – Periodista

Marcela García Uribe

Asesora

Tatiana Betancur Jaramillo

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo**

Medellín

2016

Contenido

Lista de ilustraciones	3
Resumen	5
Abstrac	6
Introducción	7
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Justificación	9
A cerca de Empaquetaduras y Empaques S.A	10
Marco teórico.....	15
Comunicación comercial	15
Relaciones públicas	16
Comunicación asertiva	17
Alianzas estratégicas	18
Marketing	18
Metodología.....	19
Diseño de la investigación	19
Método	19
Técnica.....	19
Participantes.....	19
Contexto de investigación	20
Análisis de resultados	20
Propuesta	28
Conclusiones	36
Recomendaciones	37
Bibliografía.....	38
Apéndices.....	40

Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Organigrama general Empaquetaduras y Empaques S.A.....	10
Ilustración 2: Organigrama gerencia administrativa Empaquetaduras y Empaques S.A.	11
Ilustración 5: Logo Banco Av Villas.....	13
Ilustración 3: Logo Fondo de Empleados ALTATEC	12
Ilustración 4: Logo Comfenalco	12
Ilustración 6: Logo Coomeva medicina Prepagada	13
Ilustración 7: Logo Funeraria Prever	13
Ilustración 8: Géneros de Empaquetaduras y Empaques S.A	21
Ilustración 9: Porcentaje de personas que tienen hijos.....	21
Ilustración 10: Porcentaje de edad de las personas de Empaquetaduras y Empaques S.A	22
Ilustración 11: Áreas a las que pertenecen los empleados de Empaquetaduras y Empaques S.A... ..	22
Ilustración 12: Importancia de las alianzas estratégicas para las empresas.....	22
Ilustración 13: Importancia de la inversión en alianzas estratégicas en Empaquetaduras y Empaques S.A.....	23
Ilustración 14: Porcentaje de conocimiento de convenios en Empaquetaduras y Empaques S.A... ..	23
Ilustración 15: Convenios conocidos por los empleados de Empaquetaduras y Empaques. S.A	24
Ilustración 16: Frecuencia de actividades que realizan los convenios.....	24
Ilustración 17: Interés de implementar alianzas en Empaquetaduras y Empaques S.A	25
Ilustración 18: Grado de satisfacción respecto a los convenios de Empaquetaduras y Empaques S.A	26
Ilustración 19: Tipos de convenios para el bienestar y necesidades de la compañía.....	26
Ilustración 20: Portada del portafolio de convenios.....	30
Ilustración 21: Portafolio de convenios Empaquetaduras y Empaques.....	31
Ilustración 22: Portafolio de convenios Empaquetaduras y Empaques.....	32

Lista de apéndices

Apéndice A. Medios de difusión.	40
--------------------------------------	----

Resumen

La comunicación ha sido parte fundamental dentro de todas las sociedades, así mismo, si se hace una exitosa comunicación comercial y retroalimentación se adquieren habilidades con la misma y se logra que las relaciones entre las personas sea cada vez más beneficiosas para ambas partes.

Dentro del proceso humano, vemos que la relación dentro en las personas nace de la comunicación asertiva, por lo que las grandes compañías se unen entre sí para mejorar el desempeño y crear ventajas competitivas a raíz de sus propios recursos y el de los demás.

Es por esto que logrando una buena gestión en la comunicación y las relaciones públicas, se pueden trazar alianzas corporativas para la generación de beneficios para todos los empleados y así aprovechar los recursos y los que los rodean.

Este trabajo de grado tiene como objetivo generar algunas alianzas estratégicas para el público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A, tratando de conocer e identificar las necesidades y alcanzando un grado de satisfacción alto en todos los empleados con respecto al bienestar social de la compañía, demostrando la importancia de los vínculos constantes entre empresas, las relaciones publicas, el marketing y la importancia que tiene estas dentro de la sociedad.

Palabras claves: Comunicación comercial, relaciones públicas, comunicación asertiva, alianzas estratégicas, marketing.

Abstrac

The communication has been a central part in all societies, It is also makes a successful commercial communication and feedback acquires skills and is achieved that the relations between people is increasingly beneficial to both parties

During the human process, we see that the relationship between the people born of the assertive communication, by what the big companies join together to improve the performance and create competitive advantages as a result of their own resources and those of others.

That is why achieving good governance in the communication and public relations, you can trace corporate alliances for the generation of benefits for all employees to take advantage of resources and those around them.

This work of degree it has like a objective is to generate some strategic alliances for the internal public of gaskets and Packing S. A, trying to know and identify the needs, reaching a high degree of satisfaction in all employees with respect to the social welfare of the company, demonstrating the importance of continued links between companies, public relations, marketing and the importance that these have in our society.

Key Words: business communication, public relations, assertive communication, strategic alliances, marketing.

Introducción

La comunicación juega un papel fundamental dentro de la formación de alianzas estratégicas, ya que por medio de ella se puede efectuar satisfactoriamente posibles beneficios. El libro Las imprescindibles alianzas estratégicas nos plantea que: “Una alianza estratégica constituye un acuerdo formal entre dos o más empresas para alcanzar un conjunto de intereses” (Ariño, 2008).

Sin embargo, en algunas empresas las alianzas corporativas son escasas, la falta de comunicación a la hora de efectuar alguna es frágil y se desconoce las necesidades del público al que va dirigido los convenios.

Por esta razón, nace la necesidad de crear Alianzas Estratégicas para el público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A, en el cual su principal objetivo es reconocer las necesidades directas de los empleados y lograr convenios en donde estas insuficiencias se suplan satisfactoriamente, con lo que se generaría potencializar el grado de satisfacción y fidelización hacia la compañía.

Objetivos

Objetivo general

Generar vínculos empresariales estratégicos con los cuales el público interno de Empaquetaduras y Empaques y estas alianzas obtengan beneficios mutuos.

Objetivos específicos

- Identificar las necesidades del público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A.
- Entablar comunicación con cada uno de los vínculos empresariales necesarios para el público interno E&E.
- Lograr una retroalimentación con las alianzas empresariales.
- Brindar información sobre los vínculos a todo el público interno por medio de campañas o jornadas de acercamiento.

Justificación

Empaquetaduras y Empaques S.A es la compañía especialista en sellado de fluidos, con aproximadamente 460 empleados y cuenta con sedes en varias zonas del país como en Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena y en Medellín se encuentra la sede Administrativa y la Unidad de Producción.

Para Empaquetaduras y Empaques es muy importante el bienestar de todos sus empleados y colaboradores, ya que no solo es una empresa, si no una familia la cual todos cumplen una función primordial en todos los procesos.

Es por esto que al carecer de beneficios por ser parte de esta compañía, nace la necesidad de generar alianzas estratégicas para el público interno de Empaquetaduras y Empaques, donde cada uno de los empleados tengan acceso a diversos beneficios que cubran sus necesidades, no solo de ellos sino también de su familia.

Por esto se plantea este trabajo de grado, con el que se pretende implementar al área de comunicación la generación de vínculos empresariales estratégicos, con el que se suplan las necesidades del público interno, se logre una retroalimentación exitosa con las alianzas y se brinde la información a los empleados por medio de campañas o jornadas de acercamientos, logrando así más cercanía con cada uno de los convenios y estimulando a posibles vínculos empresariales.

A cerca de Empaquetaduras y Empaques S.A

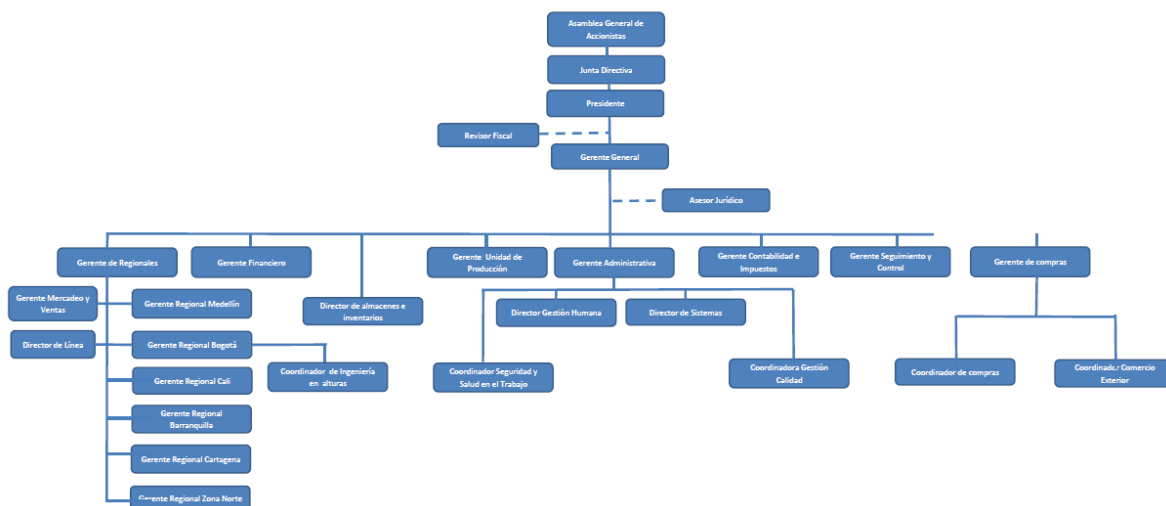
Empaquetaduras y Empaques S.A es una empresa con 40 años en el mercado, es especialista en sellado de fluidos, una de las más importantes de Colombia y una de las más reconocidas en Latinoamérica por su seriedad y por su amplia gama de productos.

La empresa no solo se dedica a la fabricación e innovación de productos y piezas mecánicas, también comercializa productos de proveedores como 3M, CRC, Dupont, MSA, Pevisa, Kimberly, Zubi-Ola, Wypall, Pewag, WD-40, Sealco, entre otros.

Por ser una empresa tan grande cada regional tiene sus propios gerentes pero con las mismas directrices, a continuación se evidenciara el cronograma general y el organigrama gerencia administrativa de Empaquetaduras y Empaques S.A:

Ilustración 1: Organigrama general Empaquetaduras y Empaques S.A

ORGANIGRAMA GENERAL



Un aspecto fundamental para crear alianzas estratégicas es una buena gestión de la comunicación comercial, puesto que el éxito de este proceso involucra mucho una comunicación asertiva.

Inicialmente Empaquetaduras y Empaques contaba con escasas alianzas comerciales como:

Ilustración 3: Logo Fondo de Empleados ALTATEC



Fondo de empleados ALTATEC, donde sus principales beneficios son para el grupo familiar primario, ahorros permanentes, voluntario, vivienda, educativo, vacacional, bono navideño, cuenta junior, créditos, educación, bienestar social, recreación, entre otros.

Ilustración 4: Logo Comfenalco



Comfenalco Antioquia, sus principales beneficios son: recreación, celebración de fechas especiales, educación, vivienda, vida saludable y créditos.



Ilustración 5: Logo Banco Av Villas

Banco Av Villas, sus beneficios son: OVN especial a los empleados, compra de cartera con tasas muy bajas, crédito de segura inversión, algunos empleados no tienen cuota de manejo y otros solo \$ 4,000.

Ilustración 6: Logo Cooameva medicina Prepagada



Cooameva Medicina Prepagada, sus beneficios son: Consultas, terapias, ayudas diagnósticas, urgencias y hospitalizaciones, maternidad, servicios especiales, servicios odontológicos, reembolsos, ambulancia.

Ilustración 7: Logo Funeraria Prever



Funeraria Prever, sus beneficios son: Programa abierto, 20 beneficiarios por grupos, sin preexistencia, servicios funerarios, salas de velación, traslados nacionales de fallecido, seguro AP, beneficios adicionales y asistencia exequiales para mascotas.

Con lo anterior se pretende fortalecer las alianzas ya pactadas y conocer las necesidades del público interno de Empaquetaduras y Empaques, para poder así generar más convenios con diferentes entidades, demostrando la importancia de esta dentro del proceso de la comunicación, por lo tanto a continuación se presentarán las ideas de diferentes autores sobre este tema.

Marco teórico

Comunicación comercial

La definición amplia sobre la comunicación comercial hace referencia al proceso comercial en donde una de las partes informa a la otra que tiene algo de valor para ella, en el cual por medio de la comunicación se hace un intercambio de beneficios económicos.

En el libro “Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing” se menciona que...” de una adecuada comunicación se deriva una buena imagen y reputación, que, aunque son intangibles tiene un enorme valor estratégico ya que ayuda a mostrar lo que es la empresa y lo que pretende y contribuye a construir tanto la imagen como la marca.” (Rodríguez, 2007)

Para abarcar más de los significados sobre este tema y dándole otra perspectiva no solo en la parte económica, en el libro “La comunicación comercial” habla que... “una de las principales herramientas del marketing con las que cuentan las empresas para la consecución de sus objetivos entre los que se hallan: conseguir una imagen positiva y un clima adecuado fuera y dentro de la organización; además de dar a conocer sus productos y servicios como sus objetivos empresariales.” (Editorial Vértice, 2008)

Para continuar se evidencia claramente la importancia de la comunicación comercial en las empresas, puesto que se piensa que esta solo juega un papel económico en ellas pero realmente su adecuado uso y aplicación genera impactos positivos dentro y fuera de las empresas que lo desarrollan.

Relaciones públicas

Las relaciones publican siempre han sido de gran importancia dentro de la sociedad, es el proceso de comunicación estratégica que tiene como objetivo fortalecer vínculos con sus diferentes públicos, logrado fidelidad y credibilidad en su entorno, obteniendo así mejores posibilidades para competir y obtener mejores beneficios.

En el artículo "Comunicación y relaciones públicas ¿Identidad, complementación o antagonismo? Habla que... "para las relaciones publicas la comunicación no es un fin sino un medio esencial, para lograr la integración entre las políticas de las organización con relación a las actitudes y opiniones de sus públicos" (Pereira, 2005), por lo que se evidencia que la relaciones publicas y la comunicación no cumplen la misma función ni son iguales pero van de la mano ya que están en la dinámica de la vida social.

Por otro lado en las empresas se ha empezado a utilizar esta herramienta fielmente por lo que en "Las relaciones entre empresas y medios de comunicación ¿cómo se gestiona la información? Se menciona que... "para las organizaciones de hoy, construir y sostener unas buenas relaciones con las demás empresas se ha convertido en parte esencial de su estrategia corporativa, no solo para proyectar su identidad sino, además, para construir su imagen corporativa"(Sánchez & Osorio, 2008).

Dado lo anterior se aclara la importancia de las relaciones públicas no solo dentro de las organizaciones, sino fuera de ella, con las compañías que le pueden ofrecer beneficios y así mismo mejorar su imagen corporativa.

Comunicación asertiva

La comunicación asertiva hace referencia a la efectividad del proceso de comunicación, donde se logra cumplir satisfactoriamente el objetivo, ósea el mensaje que el emisor quiere enviar es entregado correctamente sin ser interrumpido por ruidos al receptor.

”La habilidad para comunicarse y confiar en que será productivo; en otras palabras un asunto de habilidad comunicativa, de dominio y control durante nuestras conversaciones” (Gómez, 2013)

Para tener más claridad sobre esto se debe definir primero que es comunicación y que es asertividad.

“La comunicación es la función indispensable de las personas y organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros” (Miller, 1968).

“La comunicación asertiva se basa en transmitir de forma clara, concisa, rápida y con contundencia lo que queremos” (Rodríguez, 2003).

Dado lo anterior se concluye que la comunicación asertiva hace referencia a la capacidad de establecer e identificar su entorno, respetando las ideas del otro y aportando de manera correcta sus opiniones.

Alianzas estratégicas

La alianza estratégica es la relación que tiene dos o más empresas para beneficios mutuos, crece y se fortalece con el tiempo y su objetivo es satisfacer las necesidades de ambas partes.

“Las alianzas son comprendidas como cooperación entre dos o más empresas independientes, la cual involucra control compartido y contribuciones permanentes” (Del Prado, 2003).

“Se puede definir una alianza como un acuerdo entre dos o más empresas independientes que, uniéndose o compartiendo parte de sus capacidades y/o recursos, instauran un cierto grado de interrelación con objeto de incrementar sus ventajas competitivas” (Fernández, 1999)

Con lo anterior se define como alianza estratégica a todo vínculo entre dos o más empresas que comparten contribuciones, capacidades y recursos para aumentar su potencialidad.

Marketing

“El marketing es el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Kotler, 1999)

El objetivo del marketing es identificar las necesidades del público y poder satisfacer dichas necesidades al intercambiar bienes y servicios, es importante resaltar que en este proceso también hay una interacción de aprendizaje.

Metodología

Diseño de la investigación

La investigación es cuantitativa, porque se pretende medir el grado de satisfacción del público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A frente a la alianzas estratégicas y cuáles son sus necesidades primarias.

Método

Para llevar a cabo la investigación de este trabajo, se utilizará el método descriptivo, ya que se podrán ordenar el resultado de las observaciones, las características, opiniones y demás fenómenos, además tendremos una cifra exacta del grado de satisfacción del público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A, y se conocerá las necesidades de cada uno de ellos, con el fin de encontrar alianzas pertinentes para ello.

Técnica

La técnica que se utilizará para la recolección de información es la encuesta, ya que es una herramienta fundamental que ayudará a conocer no solo el grado de satisfacción sino, las necesidades el público interno de Empaquetaduras y Empaques.

Participantes

Este trabajo e investigación está enfocado al público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A, el grupo primario de esta encuesta se le realizará a los 120 empleados de la sede administrativa localizada en Medellín.

Contexto de investigación

Empaquetaduras y Empaques S.A lleva 40 años en el mercado industrial, ofreciendo no solo sellado de fluidos sino también gran variedad de productos industriales de los mejores proveedores nacionales e internacionales.

Cuenta con varios reconocimientos y esta posicionada en todas las zonas del país especialmente en Medellín, Bogotá, Cali, Barranquilla, Cartagena y la Zona Norte, a parte cuenta con alianzas comerciales a nivel internacional ya que la mayoría de sus proveedores se encuentran localizados en el exterior.

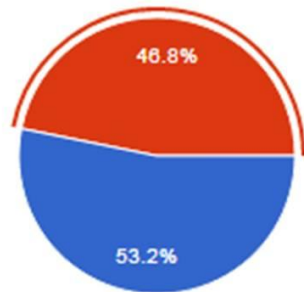
Empaquetaduras y Empaques en los últimos 5 años ha tenido un crecimiento notablemente grande, por lo que día a día está en pro de las personas que hacen posible este logro, sus empleados.

Al ver sus pocas alianzas estratégicas para el público interno, se empieza a crear la necesidad de fortalecer las existentes y generar más, que suplan y beneficien a cada uno de los empleados.

Análisis de resultados

Para conocer el grado de satisfacción sobre las alianzas estratégicas de Empaquetaduras y Empaques S.A, y las necesidades del público interno fueron encuestados 110 personas de la sede administrativa.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Ilustración 8: Géneros de Empaquetaduras y Empaques S.A**Género**



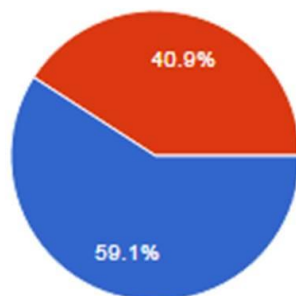
	Masculino	59	53.2%
	Femenino	52	46.8%

Ilustración 9: Porcentaje de personas que tienen hijos**¿Tiene hijos?**



	Si	65	59.1%
	No	45	40.9%

Ilustración 10: Porcentaje de edad de las personas de Empaquetaduras y Empaques S.A

Edad entre

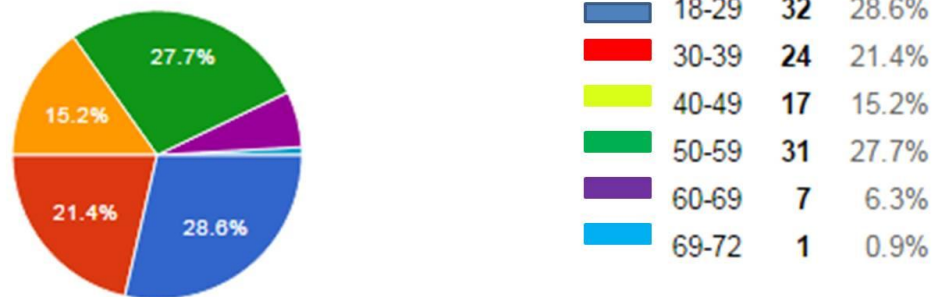


Ilustración 11: Áreas a las que pertenecen los empleados de Empaquetaduras y Empaques S.A

¿A cuál área de E&E pertenece?

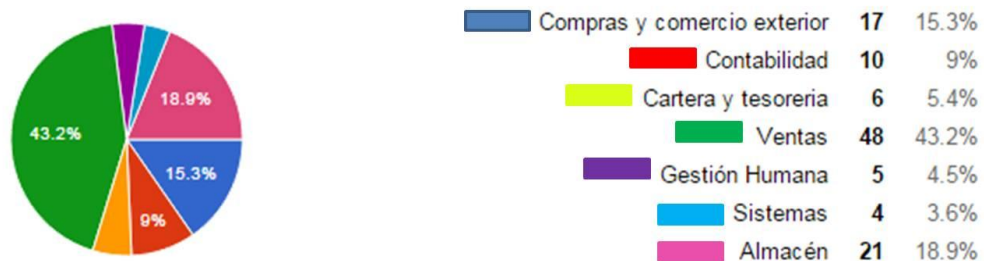


Ilustración 12: Importancia de las alianzas estratégicas para las empresas

En las empresas es importante las alianzas estratégicas para:



Ilustración 13: Importancia de la inversión en alianzas estratégicas en Empaquetaduras y Empaques S.A

¿Considera que es importante que Empaquetaduras y Empaques S.A invierta en alianzas estratégicas para beneficios para sus empleados?

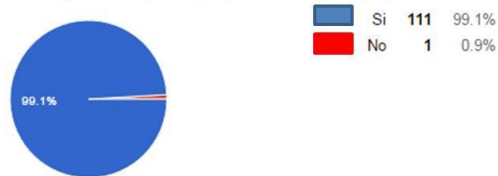


Ilustración 14: Porcentaje de conocimiento de convenios en Empaquetaduras y Empaques S.A

¿Conoce los convenios que tiene Empaquetaduras y Empaques con otras entidades?

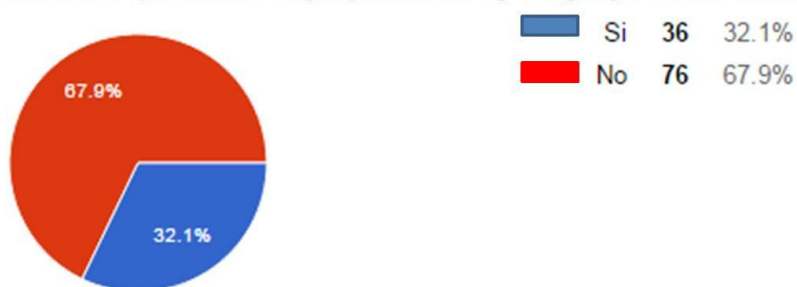


Ilustración 15: Convenios conocidos por los empleados de Empaquetaduras y Empaques. S.A

Convenios conocidos por los empleados
Comfenalco
Altatec
Av Villas
Funeraria La Esperanza
Seguros Suramericana

Como vemos en el sondeo del conocimientos de los convenios conocidos por los empleados, son muy pocos los que tienen conocimiento de ellos. Por otro lado son muy pocos convenios con beneficios para el público interno.

Ilustración 16: Frecuencia de actividades que realizan los convenios

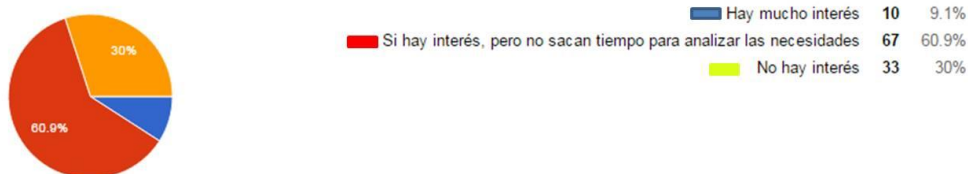
¿En empaquetaduras y Empaques S.A con qué frecuencia se realizan actividades con los convenios existentes?



En la grafica se evidencia claramente que los convenios no están continuamente en contacto con el público interno, por tal razón se desconoce de ellos y no hacen uso de los beneficios que tienen a cada empleado.

Ilustración 17: Interés de implementar alianzas en Empaquetaduras y Empaques S.A

¿Considera que en Empaquetaduras y Empaques S.A hay interés por implementar alianzas para el bienestar de todos sus empleados?



En este sondeo el personal aclara que si hay interés por parte de la empresa en implementar alianzas para el bienestar de todos, pero no sacan el tiempo necesario para analizar las necesidades de cada trabajador, se desconoce mucho sobre las opiniones de ellos.

Ilustración 18: Grado de satisfacción respecto a los convenios de Empaquetaduras y Empaques S.A

¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los convenios que tiene Empaquetaduras y Empaques?



El grado de satisfacción respecto a los convenios que tiene la compañía es muy bajo, más de a mitad del personal está insatisfecho, puesto que no les suplen las necesidades y no tienen conocimiento de los beneficios a los que tienen derecho.

Ilustración 19: Tipos de convenios para el bienestar y necesidades de la compañía

¿Qué tipo de convenios cree pertinentes para el bienestar y las necesidades de todos sus empleados?



En el sondeo se evidencia que las necesidades de los empleados abarca muchos sectores, los cuales Empaquetaduras y Empaques S.A, no

tenían conocimiento de esto, puesto que no tenían conocimiento de las necesidades del personal y no le habían dado importancia a este tema.

En general este sondeo permitió conocer más a los empleados de la sede administrativa de Empaquetaduras y Empaques S.A, y las opiniones respecto a las alianzas estratégicas para el público interno, para así lograr que este tema se vuelva de importancia en la empresa, brindándoles más bienestar a todos los empleados y generando un sentido de pertenencia en cada una de las personas que hacen parte de la compañía, ya que cuando se alcanza fidelizar al público interno los resultados son mucho más beneficiosos económicamente.

Por otro lado es fundamental tener conocimiento sobre como suplir las necesidades de los empleados y como lograr que los convenios suplan estas necesidades, por lo que con una buena comunicación se puede lograr grandes resultados en pro de toda la compañía.

Propuesta

Se propone crear alianzas estratégicas para el público interno de Empaquetaduras y Empaques S.A, supliendo las necesidades que arrojó el sondeo realizado, donde quedan en el siguiente orden:

- Servicios de salud y funerarios
- Educación
- Financiero
- Turismo
- Comercio
- Gastronómico
- Cultural
- Recreación y deporte

En primer lugar se plantea hablar con los asesores con los que anteriormente se tienen relaciones, para lograr así la actualización de datos y generar más beneficios para los empleados.

Por otro lado se buscan más entidades que dependiendo del sondeo, se puedan aliar a Empaquetaduras y Empaques S.A, para realizar posteriormente la visita a la compañía y que los empleados puedan conocer más sobre el convenio realizado.

Es importante que las visitas se realicen para solucionar dudas y dar sugerencias a la hora de adquirir el servicio y el producto.

Ilustración 20: Portada del portafolio de convenios

Nos importas tú...



-  Funerarias
-  Financiero
-  Salud
-  Fondos De Empleados
-  Recreación y Deportes
-  Comercio

Por eso te presentamos los beneficios que tienes por ser parte de esta gran familia.



EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.
ESPECIALISTAS EN EL SELLADO DE FLUIDOS

Ilustración 21: Portafolio de convenios Empaquetaduras y Empaques

Funerarias

Nuestras alianzas están para ofrecerte servicios que faciliten tus días.
¡E&E pensando en tus necesidades!

PREVER

Programa abierto, traslados nacionales, asistencia exequial para mascotas, salas de velación, seguro AP.

Medellín, Bogotá y Cali

Plenitud

Servicios funerarios, medicina, terapias, oncología, tratamientos láser y faciales, laboratorios, clínicas, ópticas, droguerías.

Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla

Financiero

Por eso creamos alianzas pensando en tu tranquilidad.
¡E&E pensando en tu bienestar!

Banco AV Villas

OVN especial a los empleados, compra de cartera con tasas muy bajas, crédito de segura inversión, sin cuota de manejo.

Nivel Nacional

PICHINCHA

Descuento de cuotas por nómina, aprobación por transferencia a la cuenta personal, no requiere experiencia crediticia.

Nivel Nacional

Bancolombia

Charlas financieras, tarjetas de crédito exoneración 100% de la cuota de manejo, crédito libre inversión tasa de interés 0.5%.

Nivel Nacional

Salud

Por eso creamos alianzas pensando en tu salud.
¡E&E pensando en tu salud!

COLSANTAS

Consultas externas en diversas especialidades, servicio odontológicos y atención urgencias odontológicas, exámenes de laboratorio clínico, ambulancia.

Nivel Nacional

Coomeva

Medicina Prepagada

Consultas, terapias, ayudas diagnósticas, urgencias y hospitalizaciones, maternidad, servicios especiales, servicios odontológicos, reembolsos, ambulancia.

Nivel Nacional

Clinica Clófán

Descuentos en citas oftalmológicas con el Dr. Fabio León Rodríguez.

Medellín

EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.

ESPECIALISTAS EN EL SELLADO DE FLUIDOS

Ilustración 22: Portafolio de convenios Empaquetaduras y Empaques

 **Fondos De Empleados**

Nuestras alianzas siempre en mejora continua.
¡E&E siempre contigo!



Beneficios para el grupo familiar primario, ahorros permanentes, voluntarios, vivienda, educativo, vacacional, bono navideño, cuenta junior, créditos, educación, bienestar, recreación.

Nivel Nacional

 **Recreación y Deportes**

Por eso creamos alianzas para que te diviertas.
¡E&E pensando en tu diversión!



Recreación, fechas especiales, educación, vivienda, vida saludable y créditos.

Medellín



Precios especiales, descuentos y ofertas.

Medellín

 **Comercio**

Nuestras alianzas siempre están a tu disposición
¡E&E pensando en tu comodidades!



Descuento del 15% en todos los libro, domicilios y ferias del libro internas.

Medellín



Preventa en la empresa, con precios especiales y sorpresas.

Medellín



Descuento del 5% de cada compra en el Outlet Av Guayaba.

Medellín



EMPAQUETADURAS Y EMPAQUES S.A.
ESPECIALISTAS EN EL SELLADO DE FLUIDOS

Anteriormente se contaba con el convenio de la funeraria Prever que aunque tiene un portafolio bien estructurado con servicios llamativos, era muy pocas elección para los empleados y muy limitado ya que solo se sería vigente para Medellín, Bogotá y Cali. Se logra crear relaciones con la funeraria Plenitud con servicios adicionales más atractivos para el público y se crea una alianza con la empresa para que este servicio sea descontado por nómina, adicional esta funeraria abarcaría mas territorio en el país ya que sería vigente para Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla.

Respecto al sector financiero se contaba con alianza del Banco AV VILLAS, ya que es el encargado de la nómina de la compañía y prestaba servicios adicionales a los empleados. Se tuvo conversación con el Banco Pichincha el cual la empresa autorizo descuento por nómina sus servicios y prestaciones, por otro lado la empresa ya había tenido contacto con Bancolombia pero no se había concretado ningún convenio, se logra mostrar sus servicios y beneficios a los empleados.

En el sector de la salud, se contaba solo con el contacto de los asesores de cada EPS con la que los empleados estaban afiliados sin ningún otro beneficio, se logro crear alianza con Colsanitas, Coomeva Medicina Prepagada a nivel nacional, donde cada una ofrece a los empleados una vinculación por descuento de nómina. Adicionalmente se crea un convenio

directo con el Dr. Fabio León Rodríguez de la Clínica Clofán en Medellín, con descuentos en citas o tratamientos oftalmológicos.

El fondo de empleados de Empaquetaduras y Empaques S.A es ALTATEC, donde los empleados tienen beneficios a cambio de ahorros quincenales.

En recreación y deporte la compañía contaba con Comfenalco Antioquia, quien cada mes enviaba pases de entradas gratis a diferentes centros turísticos o en fechas especiales. Con Arena Fit Monterrey se logra crear un convenio para que los empleados tuvieran precios especiales a la hora de adquirir la mensualidad.

En comercio se consigue principalmente 3 alianzas en Medellín, el primero en la Librería Interuniversitaria donde los empleados tendrán un descuento del 15% en todos los libros y adicional se realizó feria del libro internas en la sede administrativa y en la unidad de producción donde los empleados tuvieron la oportunidad de encargarse de libros no solo para interés personal sino también para la educación de sus hijos teniendo un gran ahorro, la intención es que en futuras fechas seguir programando estas ferias. El segundo fue con La Recetta donde tuvimos preventa cada 2 meses con precios especiales y sorpresas y el tercero es Rifle Jeans con el cual se pactó un descuento del 5% de cada prenda en el Outlet de la Av. Guayabal.

Se tiene empresas que faltan por concretar el convenio como El Teátrico y El Águila Descalza que solo realizan convenios a principios de año, con el gimnasio BodyTech que aun que la empresa no autorizo el pago por descuento de nómina ofrecen precios especial y sin membrecía, la visita del asesor esta reprogramada para el año 2016. Con la empresa Arturo Calle se tiene el convenio de las dotaciones de los empleados, se solicitó convenio para obtener descuentos en los productos de las tiendas y la visita está programada para el año 2016. Con la compañía Pasarella productos de maquillaje y belleza la visita con el asesor está programada para el 18 de Diciembre.

Conclusiones

- Se debe destinar un tiempo prudente en las labores diarias del comunicador, para efectuar más alianzas que puedan beneficiar al público interno de Empaquetaduras y Empaques.
- Es importante suplir algunas de las necesidades que presentan los empleados, ya que esto logra una buena imagen corporativa.
- Cuando el público interno de la compañía se siente a gusto con las actividades que se realizan dentro de ella, el clima laboral cambia aun que tengan un día de trabajo pesado.

Recomendaciones

- Se debe tener una constante comunicación con los empleados ya que es fundamental saber las necesidades y los beneficios que se le pueda brindar como empresa a cada uno de ellos.
- Para que los empleados se sientan a gusto con la empresa y tengan un clima laboral excelente, se tienen que hacer sentir bien supliendo las necesidades que presentan y demostrando que para Empaquetaduras y Empaques S.A son importantes.
- Planear actividades en donde puedan no solo suplir sus necesidades, sino también dar una pausa a sus actividades, ya que en ocasiones el clima laboral se torna tenso.

Bibliografía

Ariño, A., (2008). Las imprescindibles alianzas estratégicas: Revista de Antiguos Alumnos IESE, [2], 23. Recuperado de <http://www.ee-iese.com/109/pdf/afondo1.pdf>

Del Prado (2003), Alianzas estratégicas: Boletín de lecturas sociales y económicas UCA, [13], 68,69. Recuperado de <http://200.16.86.50/digital/Economia/Blse/prado2-2.pdf>

Editorial Vértice. (2004). La comunicación comercial. Málaga. Publicaciones Vértice S.L.

Fernández, M.C (1999). Alianzas estratégicas: Economía industria, [330], 32, 33. Recuperado de <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/330/07mcf.pdf>

Gómez, E (2013). Comunicación asertiva. Recuperado de <http://www.psicologialaboral.net/articulos/2229/comunicacion-asertiva-pdf/>

Kloter, P. (1999). El marketing según Kloter: Paidós Ibérica. Recuperado de <http://www.casadellibro.com/libro-el-marketing-segun-kotler-como-crear-ganar-y-dominar-mercados/9788449307546/664961>

Miller, G (1968). Lenguaje y comunicación: Amorrortu Editores. Recuperado de http://www.amorrortueditores.com/libro.php?p_id_libro=232

Pereira Parodi, J.C (2005). Comunicación y relaciones públicas, ¿identidad, complementación o antagonismo?: Universidad Empresarial I.E.S.

Rodríguez Ardura, I (2007) Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing: Editorial UOC.

Rodríguez, L (2003) Comunicación asertiva.

Sánchez, D.A & Osorio, J.J (2008) Las relaciones entre empresas y medio de comunicación ¿Cómo se gestiona la información?

Apéndices

Apéndice A. Medios de difusión.



“BIENESTAR E&E”

Hemos creado un portafolio de los convenios activos que tiene la compañía a nivel nacional, éste, con el fin de que disfrutes de todos los beneficios que tenemos para ti.





Funerarias



Maria Patricia Londoño
Tel. 4485500
Cel. 3134750457

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla.



nás allá de sus exigencias...

Angela Usme Bedoya
Tel. 2345303
Cel. 3117243614

Medellín.

PREVER | |

Rosiris de los Ángeles
Navarro
Tel. 5768980 Ext. 4152
Cel. 3137506558

Medellín, Bogotá, Cali.



Fanny Garcés
Cel. 3104695941

Medellín.

INICIO



Financiero





Juan Sebastián Barrera
Tel. 6040501 Ext. 83419
Cel. 3012137393

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.



BANCO PICHINCHA
En confianza.

Mariluz Sierra Orrego
Tel. 3528940 Ext. 846021
Cel. 3174406591

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.



Lizana Mayelly Macias
Tel. 4040000 Ext. 42908
Cel. 3208844849

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.



Laura Bravo
Cel. 3128357179

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.



Sandra López
Tel. 5149000 Ext. 85393
Cel. 3117269244

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

INICIO



Salud

GRUPO SURA

Juan Felipe García
Cel. 3008216688

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

Coomeva
Medicina Prepagada

Luz Elena Ospina
Tel. 3319172
Cel. 3108922689

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

COLSANITAS
ORGANIZACIÓN SANITARIA INTERNACIONAL

Beatriz Castaño
Tel. 2680452 – 3542929
Cel. 3137481554

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

Clínica Clófán
Servicios en oftalmología

Fabio León Rodríguez
http://www.guiamedicahospitalaria.com/beta/rutas/planes/clinica_clofan_.php

Medellín.

INICIO



Fondos De Empleados



Omar Sánchez Vallejo
Tel. 604 1669

Medellin, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

INICIO

Recreación y Deportes





Giselle Canoles Morales
Cel. 3106711462



Juan Pablo Restrepo
Cel. 3174750457

Cartagena.

Medellín.



Diego Fernando Pazos
Tel. 3340000 Ext. 1253
Cel. 3174324471



Astrid Elena Cortés
Cel. 3008670266



Carla Osorio
Tel. 3207300 Ext. 1574

Cali.

Medellín.

Barranquilla.

INICIO

 Comercio





Lina Clemencia Álzate
Cel. 3216703520

Medellín.



Robinson Calderón
Cel: 3113059988

Medellín.



Sandra Elena Castro
Tel. 2179058

Medellín.



Juan Guillermo Tirado
Cel. 3108979066

Medellín.



Sandra Isabel Zapata
Tel. 3786400 Ext. 46558
Cel. 3154181136

Medellín.

INICIO

 Seguros




seguros alfa s.a

Edwar Londoño
Tel. 6043485 Ext. 14685
Cel. 3126385982

Medellin, Bogotá, Cali,
Cartagena.

SEGUROS
BOLÍVAR 

Sandra Mejía Hernández
Tel. 5149200 Ext. 190
Cel. 3016452607

Medellín, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.


GENERALI

Patricia Maria Castrillón
Tel. 3521795 - 3523843

Medellin, Bogotá, Cali,
Barranquilla, Cartagena.

INICIO