

Actualización del manual de políticas y procedimientos de Comunicaciones de  
RENAULT-Sofasa

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

Por:

Carolina Vélez Upegui

Asesora

Luisa Fernanda Pulgarín Restrepo

Especialista en Alta Gerencia

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales

Comunicación y Periodismo

Caldas - Antioquia

2014

## Tabla de contenido

Tabla de contenido .....	2
Lista de apéndices .....	4
Resumen .....	5
Abstract .....	5
Justificación .....	7
Objetivos .....	9
General .....	9
Específicos .....	9
Marco teórico .....	10
La comunicación .....	10
La comunicación externa .....	10
Herramientas para la comunicación externa .....	11
La comunicación interna .....	12
Tipos de comunicación interna .....	12
Comunicación formal .....	12
Comunicación ascendente .....	13
Comunicación descendente .....	13
Comunicación horizontal .....	13
Comunicación transversal .....	13
Herramientas más utilizadas en comunicaciones internas .....	14
Actualización del manual de comunicaciones .....	15
Qué es un Manual de Políticas y Procedimientos .....	16

Qué son las políticas .....	17
Qué son los procedimientos .....	17
Metodología .....	18
Resultados .....	20
Situación actual .....	20
Para RENAULT-Sofasa:.....	20
Para los empleados:.....	21
Para los comunicadores.....	21
Oportunidades de mejora .....	21
Cómo se actualizó el Manual de Comunicaciones del Departamento de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa. ....	23
Conclusiones .....	27
Recomendaciones.....	30
Referencias.....	32
Apéndice .....	33

**Lista de apéndices**

Apéndice A Antiguo Manual Políticas y Procedimientos de Comunicaciones .....	33
.Apéndice B Nuevo Manual Políticas y Procedimientos del Departamento de Comunicaciones.....	34

## Resumen

Para RENAULT-Sofasa es muy importante que sus Departamentos estén avanzando e innovando en sus procesos, por eso, tener una herramienta de comunicaciones actualizada como lo es el Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones significa ir de la mano con los cambios y los progresos que ha tenido la Compañía hasta la actualidad. El Departamento de comunicaciones logra actualizar el Manual para convertirlo una herramienta productiva evitando reprocesos. Para llevarlo a cabo se describen diez puntos claves para su elaboración y ejecución, teniendo en cuenta los lineamientos y procedimientos que implican la transformación de éste, es decir, colores y lenguaje corporativo, tipografía, imágenes e información que se documenta. El Manual no podrá ser publicado sin la aprobación de la Gerente del Departamento de Comunicaciones para su respectiva impresión y difusión.

**Palabras Claves:** Manual, Comunicación, políticas, actualización, procedimientos.

## Abstract

For RENAULT-Sofasa is very important that their Departments are progressing and innovating their processes, therefore, have a communications tool as it is updated Policies and Procedures Manual Communications means go hand in hand with the changes and progress the Company has had to date. The Communications Department manages update the Manual to make a productive tool avoiding rework. To do ten key points for design and implementation are described, taking into account the guidelines and procedures that will transform it, ie, colors and corporate language, typography, images and information that is documented. The manual not Put Stone publication without the approval of the Communications Department Manager for their respective printing and dissemination.

Las organizaciones en la actualidad han evolucionado de acuerdo a las necesidades del medio y de sus clientes. La importancia de una comunicación interna y externa efectiva se han convertido en una herramienta de gran importancia para el funcionamiento de cualquier compañía.

Un manual en una empresa es un documento formal que se crea para plasmar una guía para su personal. Con el paso del tiempo los manuales se han ido adaptando a las necesidades que el mismo entorno ha generado para cada entidad.

RENAULT-Sofasa, enfocando desde uno de sus valores corporativos, “Tenemos la firme decisión de ser cada vez mejores”, junto con el Departamento de Comunicaciones, crearon un Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones con el propósito de facilitar el cumplimiento de los objetivos trazados por el Área de Comunicaciones y los objetivos generales de la Compañía.

La actualización del Manual Políticas y Procedimientos de Comunicaciones es de gran importancia para evitar reprocesos en los métodos de comunicaciones internas y externas, además de crear pertenencia resaltando la importancia que este Manual tiene para el área de Comunicaciones, para la compañía RENAUL-Sofasa y para sus empleados.

## Justificación

Para el Departamento de Comunicaciones de Renault-Sofasa es muy importante mantener sus políticas y procedimientos actualizados, tarea en la que deben aplicarse las capacidades y conocimientos aprendidos durante la carrera para el proyecto de la práctica: *actualizando el Manual de Comunicaciones de la Organización* que, desde el 2005, no se renueva y el Área ha implementado muchos cambios en medios y esquemas como boletines, revistas, carteleras, intranet, campañas corporativas, actos y certámenes que deben ser anexados a este nuevo Manual.

Durante la práctica se hará un seguimiento general a los procedimientos, se definirán nuevos estándares y se actualizarán las políticas corporativas de comunicaciones, también se podrá documentar el proceso de comunicaciones externas y se tendrá la oportunidad de cotizar, acompañar y coordinar el diseño y la impresión del Manual finalizando con la entrega de un producto para RENAULT-Sofasa.

El Manual será publicado de manera formal con la aprobación de la Gerente del Departamento de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa para que éste sea aplicado responsablemente dentro del Área y difundido a todos los trabajadores de la Organización.

En una Empresa multinacional como RENAULT-Sofasa es muy importante y común tener manuales muy bien definidos para sus procesos, que permitan identificar específicamente las actividades, políticas, responsabilidades y propósitos de cada uno de ellos, basándose en la gestión de la Organización.

Para el Departamento de Comunicaciones es indispensable mantener el Manual actualizado porque incluye información de mucha importancia sobre el Área que permite que los trabajadores la conozcan, identifiquen sus productos e interactúen con ella. Además, un manual

cuyo contenido permanezca durante muchos años estático, se vuelve una herramienta improductiva, por eso debe tener revisiones periódicas y adaptarse a los cambios y avances de la Empresa.

En la actualidad el Manual de RENAULT-Sofasa lleva 8 años sin actualizarse en este formato, aunque todos los procesos estén al día en el Sistema de Gestión de Calidad.

Como beneficios económicos y sociales para el Departamento se eliminan reprocesos, se propone al personal una orientación precisa y eficaz evitando funciones de supervisión que no son necesarias, sirve de apoyo para la capacitación del personal y disminuye desperdicios de recursos humanos y materiales como la asesoría de un consultor para realizar un diagnóstico, de la persona que lo redacta, entre otros procesos.

Por esto, un producto como el Manual de Comunicaciones actualizado será muy oportuno, porque la comunicación en general se caracteriza por ser efectiva y actual en todas sus circunstancias.



## Objetivos

### General

Actualizar el Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa para incluir los nuevos contenidos y actualizar los ya publicados, que le permita al Departamento un desarrollo efectivo a la hora de realizar sus proyectos.

### Específicos

- Analizar el Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa para determinar qué procesos comunicativos han cambiado y requieren una actualización y redefinir, en función de las nuevas prácticas de la Empresa, unas orientaciones claras.
- Elaborar los nuevos contenidos y procedimientos que se deben anexar al Manual de Comunicaciones.
- Recopilar la información de Comunicaciones Internas y Externas actualizada para enviarla al diseñador del Manual.
- Acompañar el proceso diseño y producción del Manual hasta su etapa final, de manera que pueda ser un instrumento de uso permanente por parte de todos los trabajadores de la Compañía.

## **Marco teórico**

Para la Compañía RENAULT-Sofasa, avanzar es uno de sus objetivos principales; por esto el Departamento de comunicaciones de la Empresa busca servir de manera oportuna, cálida y eficiente en el cumplimiento de las metas y objetivos para apoyar la estrategia general de la organización.

En el área de comunicaciones trabajar en equipo, aportar ideas e innovar en sus procesos para la ejecución de su función es de vital importancia, por consiguiente su labor está en transmitir un mensaje de una manera correcta en el momento apropiado y por el canal y medio indicado.

### **La comunicación**

Es el proceso que se da en cualquier ámbito para intercambiar, compartir o transmitir ideas, sentimientos y opiniones, que en su buena gestión de manera correcta y dinámica, le aporta a una organización para realizar acuerdos y proyectos que vayan a favor de la Compañía.

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 externa**

La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización. La información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos y de los grupos e el entorno relevante (Gary Kreps, 1995).

Este proceso sirve para analizar, seleccionar y transmitir información oportuna, actual y mucha relevancia a los públicos externos de una compañía. La comunicación externa es muy importante en cualquier organización porque aparte de transmitir su misión y filosofía, también sirve como estrategia de imagen, un asunto que podría darse por medio de relaciones públicas, marketing, investigación de mercados y opinión pública.

Todo esto se hace con el fin de impulsar a la empresa de manera positiva, permitiendo enganchar a los usuarios que queremos atraer y que son importantes para la función y razón de ser de ésta.

### **Herramientas para la comunicación externa**

- Rueda de prensa.
- Comunicados de prensa y dossier de prensa.
- Contenidos para página web.
- Boletín externo.
- Servicio al cliente.
- Videos.
- Reportes de prensa.

Todo este tipo de medios permiten mantener a los públicos objetivos informados, posibilita al mismo tiempo recibir una retroalimentación con el fin de tener una comunicación fluida y efectiva.

## **La comunicación interna**

Transmitir, informar y compartir un mensaje dentro de una organización, motivar, establecer una línea de comunicación eficaz y crear cultura entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la Compañía, es uno de los objetivos principales del área de comunicaciones.

Una buena Comunicación Interna producirá una mejora de la interactividad entre las personas de la organización, ya sea a nivel profesional, como a nivel personal (Capriotti, 1998).

RENAULT-Sofasa en su compromiso con el empleado, trabaja internamente para apoyar el cumplimiento de los objetivos trazados por la Compañía, logrando así una comunicación constante y efectiva donde se recibe retroalimentación que le permite a todos el respaldo y desarrollo adecuado para sus proyectos.

## **Tipos de comunicación interna**

### **Comunicación formal**

Este tipo de comunicación puede transmitirse por varios canales y medios de comunicación, sean escritos, orales, digitales, entre otros que busca hacer partícipe a los empleados de la Compañía en los procesos para generar una identidad y una cultura organizacional positiva.

**Comunicación ascendente**

Promueve el aporte de ideas que facilita la retroalimentación que van en mejora de la gestión organizacional. Este tipo de comunicación se da entre los trabajadores de la Compañía hacia la dirección de altos mandos.

**Comunicación descendente**

Se transmite de manera eficaz y concreta, adecuando el mensaje para el público objetivo buscando generar confianza y respeto. Esta comunicación se da desde la dirección de altos mandos de la Compañía hacia los empleados de ella.

**Comunicación horizontal**

Se puede ver reflejada en el trabajo en equipo porque todos participan en el proceso, permitiendo la retroalimentación. Este tipo de comunicación se da entre empleados que se encuentran en el mismo cargo o nivel organizacional.

**Comunicación transversal**

Aquí se permite integrar varios tipos de conocimiento que necesariamente no tienen que ver con la misma área, departamento, cargo e incluso organización, permitiendo que se pongan el común diferentes puntos de vista y finalmente se llegue a un acuerdo.

**Comunicación informal**

Este tipo de comunicación es muy importante para los empleados de una empresa, porque permite que interactúen de una manera espontánea a través de la socialización de cada uno,

generando un clima laboral eficaz. Es una comunicación personal y no está planeada, por eso surge de manera improvisada.

### **Herramientas más utilizadas en comunicaciones internas**

- **Manuales corporativos:** Son herramientas que aportan a la productividad en la Compañía porque posibilita que el trabajador empiece a ser eficiente y eficaz desde que se incorpora a la organización.
- **Boletines, Revista interna, carteleras, Buzón de Sugerencias, Vallas, Pendones, Videos, Cartillas, Plegables, Campañas Corporativas:** son algunas de las herramientas más utilizadas para informar al personal sobre la empresa; es muy importante que sea un medio dinámico e invite a la participación y retroalimentación por parte de los empleados.
- **Actos y Certámenes, Talleres, Olimpiadas deportivas, Lanzamientos y eventos culturales:** motiva a los trabajadores para que se vinculen a estos proyectos y esto genere un buen clima laboral.
- **Videoconferencia, la intranet, Correo Electrónico, Chat interno:** son las herramientas más utilizadas en la actualidad; gracias a su inmediatez el personal no tiene que desplazarse hacia otras áreas o departamentos para transmitir un mensaje.

La comunicación interna es muy importante para las organizaciones porque es aquí en donde se concentra todo nuestro servicio y calidad. Si cuidamos la cultura organizacional estamos propiciando un clima de confianza, respeto y motivación por el trabajo, permitiendo que los empleados trabajen con empeño logrando así que RENAULT-Sofasa sea más competitiva, rentable y con buena reputación para todos nuestros públicos.

### **Actualización del manual de comunicaciones**

En relación con lo anterior se pretende con el proyecto de grado, la actualización del Manual de Comunicaciones de políticas y procedimientos de RENAULT-Sofasa, para el cual es importante conocer su definición, contenido y uso en el área.

Durante 8 años en la Compañía se hicieron grandes cambios y se definieron e implementaron nuevos procesos en donde se vio involucrado el Departamento de Comunicaciones en cuanto a los medios y canales de distribución para sus contenidos internos y externos como boletines, página web, reportes de prensa, guías, revistas, carteleras, intranet, buzón “consigne aquí”, correo electrónico, vallas, pendones, pasacalles, videos, entre otros. También la actualización de campañas corporativas, actos y certámenes informativos y de reconocimiento e integración.

En esos 8 años el Manual de Comunicaciones no se ha actualizado aunque sus procesos estén al día; por esto para el área es fundamental la actualización de esta herramienta, buscando siempre optimizar los procesos para sus diferentes públicos y haciendo buen uso de él.

Los Manuales son una de las herramientas más eficaces para transmitir conocimientos y experiencias, porque ellos documentan la tecnología acumulada hasta el momento sobre un tema

(Álvarez, 1996). Para entender un poco sobre lo que se debe documentar en un Manual debemos conocer el concepto de tecnología.

En un sentido generalizado, “un cuerpo de conocimientos es una tecnología si y solamente si:

-es compatible con la ciencia coetánea y controlable por el método científico, y se lo emplea para controlar, transformar o crear cosas o procesos, naturales o sociales” (Bunge, 1987). Entonces, para documentar la tecnología de una organización en un Manual indica que cada nueva generación no tenga que caer en los reprocesos, evita que dependan de sus “jefes” completamente y este sistema lo que hace es facilitar más las condiciones laborales de una persona, en este caso un Manual.

Si miramos la Compañía desde 3 referentes: La empresa, el área de Comunicaciones y el público interno y externo. Cada uno adquiere beneficios individuales con una Manual de Políticas y Procedimientos.

### **Qué es un Manual de Políticas y Procedimientos**

Es una herramienta que documenta la tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización. Se debe contestar las preguntas de lo que hace y cómo lo hace para administrar el área, departamento, dirección, gerencia u organización y para controlar los procesos asociados a la calidad del producto o servicio ofrecido, (Álvarez, 1996).



**Qué son las políticas**

Es lo que el área, departamento, dirección u organización hace. En este caso es lo que cada uno de los que trabajan en el departamento de comunicaciones hace cada día en sus actividades para cumplir con los objetivos que se plantean a corto, mediano y largo plazo.

**Qué son los procedimientos**

Es el cómo se hace para controlar los procesos del área y de lo que ofrece. Son todas las labores y tareas del personal implicado en el procedimiento, el tiempo de realización de cada uno de ellos, y el uso de sus recursos, sean humanos y materiales.

Para este caso el Manual solamente estará relacionado con el área de comunicaciones, es decir, lo que el Departamento maneja cotidianamente a nivel interno y externo y en función con otras áreas de la Compañía en las que se maneje procesos periódicamente.

## **Metodología**

Durante la práctica en cuanto a recursos humanos es importante y viable realizar un diagnóstico que permita identificar las Políticas y Procedimientos que deben ser actualizados; y preservando los que siguen iguales en la actualidad del Manual de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa.

Allí se podrán detectar todas las oportunidades de mejora en el contenido de éste, para así volver más eficiente el proceso y al mismo tiempo documentar toda la información de lo que no está incluido en él.

Lo anterior, se podrá lograr haciendo entrevistas de profundidad a la Gerente de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa para identificar todas las necesidades que el Departamento tiene, los servicios que actualmente ofrece y las dudas que se pueden aclarar.

Al detectar todas las cosas que se deben de mejorar, se crea una propuesta del Manual, con el propósito de que todo lo que se incluya en él sea totalmente comprensible y útil como una herramienta de formación para quien lo lee.

Durante todo el proceso se tendrá acompañamiento de la Gerente de Comunicaciones para evitar errores que no sean detectados a tiempo, al mismo tiempo se contará con el acompañamiento de la asesora Luisa Fernanda Pulgarín; para llevar a cabo el proyecto y cumplir con los objetivos planteados.

En cuanto a recursos económicos, el Departamento de Comunicaciones de la Compañía brindó la oportunidad que cotizar, el diseño del Manual y de este mismo modo obtener un producto para RENAULT-Sofasa que sirva de guía para la ejecución de los procesos de la organización.

Por consiguiente, el proyecto es totalmente viable para su ejecución, los recursos humanos y materiales pueden facilitar la elaboración e implementación en el Departamento y en la Compañía en general, aportando de alguna manera al cumplimiento de sus objetivos.

## **Resultados**

### **Situación actual**

Mantener actualizado el Manual de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa significa que oportunamente están apegados a la realidad y a los avances de la Compañía.

Además le permite al comunicador ocuparse de sus tareas de una manera más efectiva y eficaz. Sin embargo, son varios los públicos que podrían estar implicados en su proceso.

### **Para RENAULT-Sofasa:**

Hoy es necesario el acompañamiento del jefe directo durante determinado tiempo para lograr que el comunicador logre alcanzar los niveles de madurez necesarios y los criterios para la elaboración de los contenidos y procesos que se manejan allí y poder tomar sus propias decisiones.

También, se presentan inconvenientes al coordinar el tiempo del jefe directo con respecto a la inducción, guía y orientación del nuevo personal para apoyar sus funciones; se invierte tiempo del jefe en hacer repetidas revisiones y validaciones al trabajo de redacción de un contenido.

En recursos humanos y materiales se generan reprocesos en la observación y análisis de los contenidos, implicando que el jefe deba revisar numerosas veces determinada información. En cuanto a los recursos materiales, se evidencia el desperdicio de papel y de tiempo de su labor como la búsqueda de información donde no es y la publicación de información no relevante.

**Para los empleados:**

Con la falta de un manual actualizado se puede correr el riesgo de que los empleados de RENAULT-Sofasa no logren recibir su información a tiempo, depurada, pedagógicamente elaborada para que alcancen los niveles de comprensión, motivación y expectativas necesarias, que además les genere aportes a sus intereses y a los de la Compañía.

**Para los comunicadores**

Durante la elaboración de los contenidos que deben pasar por diferentes canales y llegar a sus públicos se deben contar con el tiempo del jefe para cada revisión y validación. El personal que llega nuevo no se siente en libertad para aplicar técnicas y métodos de comunicación innovadores dado que desconocen los parámetros actualizados de publicación del tema, de la información, y del contenido, incluyendo el medio por el cual debe difundir el mensaje y a quién debe ser transmitido.

**Oportunidades de mejora**

Para RENAULT-Sofasa, dentro de su propósito de mejoramiento continuo, tener el Manual de Políticas y Procedimientos actualizado es una gestión muy valiosa, porque contribuye con los objetivos y metas de la Compañía. Documentar adecuadamente la información del área, en este caso la de Comunicaciones permite y facilita que el personal que ingrese o sea promovido en uno de estos cargos, pueda generar rápidamente aportes, proyectos innovadores e ideas que le permitan avanzar y crecer a la organización en un corto tiempo.

El personal que ingrese a la Compañía debido a su experiencia y a la profundidad de análisis y estudio del Manual, rápidamente se podrá convertir en un empleado de confianza.

- **Para los empleados, concesionarios y alianzas**, implementar correctamente los procesos que van en el Manual implica que el comunicador haga bien su labor; así mismo, todos sus públicos recibirán la información oportuna, clara, veraz y precisa, características fundamentales que debe de tener todo comunicador para convertirse en un profesional ético y responsable.
- **Para los comunicadores**, desarrollar bien su labor con propuestas innovadoras significa que son personas altamente competitivas y que desean lo mejor para la empresa. Aquí es donde comienzan a generar información útil, por consiguiente, toda esa información se debe documentar en el Manual para que todo esto se cumpla de una manera coherente.

La importancia de tener el Manual de Políticas y Procedimientos actualizado le permite a RENAULT-Sofasa tener sus sistemas de trabajo al día, multiplica los conocimientos y lo posiciona de una manera organizada. Para el comunicador tener esta herramienta facilita su trabajo, porque no depende todo el tiempo de su jefe, puede tomar decisiones responsables y se convierten en el más indicado para la redacción e implementación del Manual, porque es quien conoce mejor lo que se debe documentar.

Por eso, conocer a fondo las políticas y procedimientos de manera actualizada le genera al comunicador realizar un trabajo eficiente, brindando su información y trabajo al día a sus

diferentes públicos, lo cual evitará caer en la total dependencia de su jefe directo y podrá avanzar en la toma de decisiones de manera autosuficiente y responsable con las tareas que considere sean útiles y propicias para los diferentes públicos.

Es importante saber que para la actualización del Manual se debe considerar los logotipos actuales de la marca RENAULT-Sofasa y sus diferentes proyectos, también el encargado de revisar y aprobar el Manual, su contenido veraz y actualizado. Una vez esta herramienta esté completa y aprobada por la Gerente de Comunicaciones de la Compañía se puede imprimir, difundir y distribuir con las personas o áreas que estén directamente implicadas con el Departamento de Comunicaciones.

### **Cómo se actualizó el Manual de Comunicaciones del Departamento de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa.**

Tener el Manual de Comunicaciones debidamente actualizado, significa que se cumple con los objetivos que direccionan no solamente al Departamento, sino que también aporta positivamente a la política corporativa de la Compañía. Con base en la investigación que se hizo para la elaboración del proyecto de grado y con las oportunidades y dificultades que se tuvo durante el proceso para que el Manual se llevara a cabo, en conclusión, se lograron llevar a cabo diez pasos que se describen a continuación:

- **Lo primero que se hizo**, fue identificar y documentar los nuevos procesos que se realizan dentro del área y eliminar los que ya no se aplican en la actualidad.

Dos preguntas que siempre se hicieron para la actualización del Manual fueron: ¿qué se hace? (para identificar las políticas nuevas), y ¿cómo se hace? (para detectar los nuevos procesos del Departamento).

- **El segundo paso fue**, hacer la solicitud de dos cotizaciones al mismo diseñador, en donde una fuera el montaje completo del diseño, incluida la diagramación y una segunda cotización fue de solo el diseño de la plantilla, para que el solicitante fuera el encargado del montaje y la diagramación.
- **Lo tercero**, cada página del anterior Manual fue digitalizada a un nuevo archivo, puesto que de éste formato no había copia. Así que, se debió transcribir página por página para que las correcciones y el montaje del diseño resultaran más cómodos.
- **En cuarto lugar**, luego de que el Manual estuviera digitalizado de manera completa, eliminando y agregando nuevas políticas y procedimientos, se procede a remitirlo a la Gerente del Departamento para que sea la responsable de realizar las correcciones oportunas en cuanto a la digitalización y análisis del contenido, verificando e indagando lo que se documentó allí. También, se le hizo el anexo de las dos cotizaciones del diseño para la autorización de éste.
- **La quinta etapa**, se relacionó con el tiempo en el que la Gerente hizo las correcciones, al mismo tiempo aprobó la segunda cotización que sólo incluía el diseño de la plantilla (por motivos de presupuesto). Se realiza un bosquejo sobre



la idea que se tiene para la plantilla de este y se envía al diseñador, junto con la solicitud del diseño de la plantilla.

- **En sexto lugar**, luego de que se tiene el diseño de la plantilla, se presenta a la Gerente del Departamento de Comunicaciones para que apruebe su diseño.
- 
- **En el séptimo punto**, al estar el diseño y el Manual de Comunicaciones aprobado por la Gerente, ya se puede proceder al montaje de éste en la plantilla que anteriormente remitió el diseñador.
- **Para el octavo punto**, se realiza el montaje del Manual en el programa de diseño “Illustrator”, en donde se puede ver de forma digital, la ubicación de textos e imágenes que tiene como resultado la actualización del Manual.
- **Como noveno punto**, se ejecuta una reunión entre Gerente de Comunicaciones y practicante para la revisión del Manual del Departamento.
- **En el décimo y último punto**, se autoriza y se efectúa la impresión del Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa.

Gracias al desarrollo y ejecución de estos pasos, se lograron cumplir los objetivos propuestos en el Plan de Trabajo inicial, lo cual aportó positivamente al proceso de la práctica

innumerables aprendizajes profesionales, por el hecho de haber sido empoderada para realizar una gestión de tanta relevancia al interior de un Departamento y de una Compañía como RENAULT-Sofasa, en cuanto a la actualización de una herramienta de comunicación como lo es el Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones.

## Conclusiones

Iniciar y concluir la práctica profesional en una Compañía como RENAULT-Sofasa, es un gran privilegio y una gran oportunidad para madurar y obtener confianza como personas y para crecer, participar y aprender en un entorno profesional y laboral. A partir de ahí, es donde se da comienzo a la vida laboral y se convierte en una etapa imprescindible de la formación.

La práctica profesional, brinda un sin número de herramientas y posibilidades para aprender de la carrera todo lo que sea posible. Formar parte del equipo de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa fortaleció todos los conocimientos que se habían adquirido durante la carrera profesional y que permiten conocer otros procesos que hasta el día de hoy se pueden disfrutar y aprovechar.

Ser una practicante comprometida, responsable y con sentido de pertenencia por la carrera y por la Compañía, permitió que todo reto o tarea que se asignara, se lograra resolver efectivamente y como se esperaba.

El papel de un aprendiz en el Departamento de Comunicaciones es un reto personal, porque el trabajo es dinámico y todo el tiempo se está en función de atender las necesidades de los empleados, de los proveedores y de los mismos jefes directos.

Hoy día, se puede concluir que todo lo aprendido durante la formación profesional fue aplicado en la práctica profesional porque todos los medios internos más importantes se aplican allí, como: comunicados, boletines, diseño de contenidos en illustrator, redacción de noticias, elaboración y planeación de eventos, fotografía, y sobre todo contacto positivo con los trabajadores y operarios de la Compañía que es una de las cosas más importantes que debe tener un comunicador con su público objetivo para emitir y conducir el buen uso de la información.

La práctica profesional y el proyecto de grado “*Actualización del Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa*”, fue oportuno, necesario e importante para el Departamento, porque permite consultar a través de él las funciones que le pueden facilitar al personal nuevo, orientarse fácilmente, por consiguiente se pudo concluir que:

- Al Departamento de Comunicaciones se le entregó un producto elaborado y debidamente actualizado en donde se logró incluir los nuevos procesos del área y actualizar los ya publicados.
- Para el Departamento de Comunicaciones la actualización del Manual fue de gran aceptación porque estarán al día y permitirá que el área tenga mayor actualidad y veracidad en sus procesos.
- Cada persona que llegue nueva al área podrá ponerse al día en las funciones principales que desempeñará y conocerá los procedimientos de la misma, esto no generará reprocesos en sus labores cotidianas.
- Todo el personal de la Compañía podrá acceder al Manual de Políticas y Procedimientos del Departamento de Comunicaciones a través de la Intranet local Corporativa “Sofanet”, en donde se documenta el Manual. A futuro, se podrá actualizar cada vez que sea necesario.
- El Departamento tendrá un desarrollo efectivo a la hora de realizar sus tareas y procesos. El personal que llegue nuevo al área entenderá sus funciones y sus orientaciones desde el comienzo.

- El Manual después de actualizado se volvió una herramienta productiva y tendrá revisiones periódicas para que se vaya adaptando a los cambios que tiene la Compañía.

## Recomendaciones

El Departamento de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa, además de brindar información a sus empleados de manera dinámica por todos los canales de difusión existentes en la Compañía, garantiza una comunicación efectiva, logrando que cada cliente conozca la actualidad de la Empresa. Llegar positivamente a los trabajadores permite crear cultura organizacional e influye en la dinámica de sus procesos.

En cuanto a la Actualización del Manual de Políticas y Procedimientos de Comunicaciones de RENAULT-Sofasa, al área se le hacen las siguientes recomendaciones:

- Toda persona que llegue nueva al Departamento se le debe entregar el Manual de Comunicaciones para que tenga conocimiento de la Compañía, del área y de sus funciones de una manera rápida y que no requiera un largo periodo de empalme.
- El Manual también debe estar en formato digital para que se facilite su manejo en cuanto a la actualización o modificación de procesos que ya existen y al anexo de nuevas funciones, políticas y/o procedimientos que se vayan implementando en el Departamento.
- Si el Manual es modificado en alguna de sus partes, debe ser notificado al área de Sistemas para que sea publicado nuevamente en la Intranet local de RENAULT-Sofasa, “Sofanet” y no pierda la dinámica de su gestión.
- El practicante de Comunicaciones que llegue nuevo al área deberá actualizar el Manual cuando lo vea necesario o cuando sea por asignación de su jefe directo. Toda modificación debe ser aprobada por la Gerente del Departamento.
- Cada vez que el Manual tenga una modificación que involucre a toda la Compañía, se deberá enviar un comunicado interno para que las personas ingresen a él a través de

“Sofanet” y conozcan su nueva política o el nuevo proceso que el Departamento ha implementado en sus funciones y del cual todos pueden beneficiarse.

- Hacerle una propicia difusión al Manual, por medio de los canales internos de la Compañía, para que se dé a conocer que el Departamento de Comunicaciones posee un Manual, logrará evidenciar el orden del Área y así permitirá que los demás Departamentos identifiquen los medios y los flujos de información de los cuales ellos pueden acceder y están beneficiados.

### Referencias

Pasquali, A. (1979). Comprender la comunicación. Recuperado de [www.gestiopolis.com/canales7/ger/conceptos-de-comunicacion.htm](http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/conceptos-de-comunicacion.htm).

Capriotti, Paul. (1998). *La comunicación interna*. Recuperado de [www.bidireccional.net/blog/comunicacion\\_interna.pdf](http://www.bidireccional.net/blog/comunicacion_interna.pdf)

Kreps, G. L., Santacruz, M. L., & Bellomo, F. (1995). *La comunicación en las organizaciones*. Wilmington: Addison-Wesley Iberoamericana.

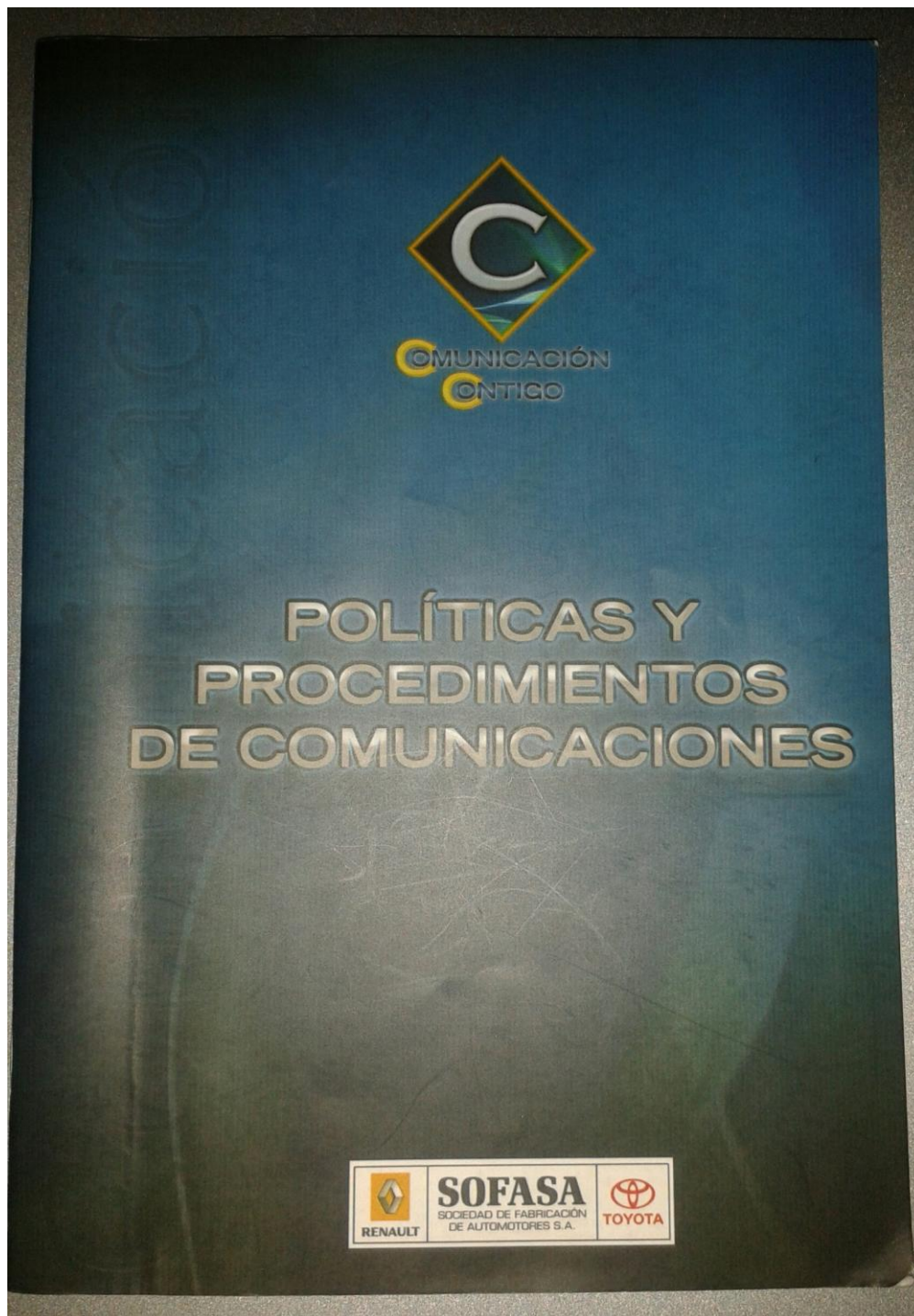
Bunge, M. (1978). *La ciencia: Su método y su filosofía*. Recuperado de [www.frrg.utn.edu.ar/apuntes/.../cienciatecnicatecnologia%20gay.pdf](http://www.frrg.utn.edu.ar/apuntes/.../cienciatecnicatecnologia%20gay.pdf).

Alvarez, T. M. G. (1996). *Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos*. México, D.F: Panorama Editorial.



## Apéndice

### Apéndice A Antiguo Manual Políticas y Procedimientos de Comunicaciones



**.Apéndice B Nuevo Manual Políticas y Procedimientos del Departamento de Comunicaciones**

