

Actualización del Manual de practicante para el asertivo proceso y desempeño del estudiante en sus tareas del diario, desde la Dirección de Comunicaciones Interna y Externa del Grupo Éxito.

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

Stefania Gil Quintero

Asesora

Tatiana Betancur Jaramillo

Comunicadora y Relacionista Corporativa

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas- Antioquia
2016**

Contenido

Introducción.....	11
Objetivos	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos	12
Justificación.....	13
Impacto científico y tecnológico	13
Impacto social y económico.....	14
Marco teórico.....	15
La comunicación interna y organizacional.....	15
La Comunicación externa dentro de una empresa.....	18
Los medios de comunicación: herramientas de trabajo indispensable.....	20
Manual instructivo	22
La importancia de la práctica profesional con el mercado laboral.....	23
Metodología.....	26
Manual de procedimiento para practicante de Comunicaciones internas y externas del Grupo Éxito 2016	28
Introducción.....	28
El Grupo Éxito.....	28
Misión	29
Las marcas del Grupo Éxito en Colombia.....	32
Almacenes Éxito: “Para servirte”	32
Carulla:	33
Surtimax:	34
Super Inter:	35
Viva:.....	35
Así hablamos en el Grupo Éxito	36
Los colores.....	36
La tipografía	37
El lenguaje.....	37
Principales acuerdos ortográficos.....	38
Mayúsculas.....	38

Sin mayúscula inicial	39
Cápsulas	39
Nuestro propio código	39
Organigrama	41
Medios Externos	42
Prensnet	42
Los pasos a seguir para realizar este informe son:	44
Autoconsumos	45
Datos para llenar el formulario:.....	46
Así es como encuentras el PLU y la sublínea en las etiquetas de los productos	47
Medios internos	48
Cartelera.....	48
Parrilla de Medios	50
Papel tapiz.....	51
Banner	52
Convocatorias	54
Los pasos para realizar las convocatorias son:	55
Publicaciones en Z.....	59
Archivos públicos	59
Archivos especiales	59
Usuarios y contraseñas	60
Infox	61
Tener en cuenta la función de estos elementos:.....	62
Noticias: es llamado en el home de infox “Actualidad”	63
Boletín Conectados	66
En Minutos	68
Protagonistas del Servicio	71
Galería.....	74
Video	76
Audacity	79
Conclusiones	84
Recomendaciones.....	85
Bibliografía	86

Lista de tablas

Tabla 1.	42
Tabla 2.	45
Tabla 3.	48
Tabla 4.	50
Tabla 5.	54
Tabla 6.	61
Tabla 7.	62
Tabla 8.	63
Tabla 9.	66
Tabla 20.	69
Tabla 31.	71
Tabla 42.	79

Lista de figuras

Figura 1. Línea de tiempo- historia del Grupo Éxito.....	30
Figura 2. Logo del Éxito.....	32
Figura 3. Logo de Carulla.....	33
Figura 4. Logo de Surtimax.....	34
Figura 5. Logo de Super Inter.....	35
Figura 6. Logo de Viva.....	35
Figura 7. Paleta de colores corporativos.....	36
Figura 8. Tipografía corporativa.....	37
Figura 9. Pantallazo de la plataforma de Prensanet.....	43
Figura 10. Pantallazo de los pdf de Prensanet.....	44
Figura 11. Formato para realizar autoconsumos.....	46
Figura 12. Etiquetas de los productos del almacén.....	47
Figura 13. Foto cartelera corporativa.....	49
Figura 14. Pantallazo de la tabla de Excel, “parrilla de medios.....	51
Figura 15. Pantallazo del papel tapiz.....	52
Figura 16. Pantallazo del banner en la intranet Infox.....	53
Figura 17. Cuadro de convocatorias en Excel	55

Figura 18. Plantilla de convocatorias en Power Point.....	56
Figura 19. Plantilla de convocatorias en Illustrator.....	57
Figura 20. Pantallazo del cuerpo del correo.....	58
Figura 21. Tabla de los usuarios y contraseñas.....	60
Figura 22. Intranet Infox	61
Figura 23. Actualidad en Infox.....	64
Figura 24. Actualidad en Infox.....	65
Figura 25. Pantallazo de una noticia montada en Infox.....	66
Figura 26. Capsula de Conectados en la intranet.....	66
Figura 27. Pantallazo del Conectado.....	68
Figura 28. Capsula de En Minutos en la intranet.....	69
Figura 29. Pantallazo del proceso para montar un En minutos en Infox.....	71
Figura 30. Capsula de Protagonistas del Servicio en Infox.....	71
Figura 31. Pantallazo del proceso para montar Protagonistas del Servicio en Infox.....	73
Figura 32. Pantallazo del proceso para montar Protagonistas del Servicio....	74
Figura 33. Pantallazo cómo se monta cada foto en la galería de Infox.	75
Figura 34. Pantallazo como queda publicada la foto en Infox.....	76

Figura 35. Pantallazo de proceso para subir un video en Infox.....	77
Figura 36. Pantallazo de proceso para subir un video en Infox.....	78
Figura 37. URL del video que se va a montar en Infox.	79
Figura 38. Logo de Audacity.	79
Figura 39. Mesa de trabajo del programa.	80
Figura 40. Barra de menú.	81
Figura 41. Audios grabados en el área de trabajo.	82
Figura 42. Barra de herramientas.	83
Figura 43. Opción de amplificación de sonido.	83

Resumen

Siendo el Grupo Éxito una Compañía líder en el sector del Retail, el cual se destaca por ser una de las empresas privadas más empleadoras del País, su estrategia comunicacional debe ser alineada, eficaz y directa, que permita contribuir con los objetivos establecidos por la Compañía.

La importancia de realizar una práctica profesional, es poder experimentar de cerca la realidad que se vive día a día y poder desarrollar habilidades mediante la dinámica que se lleva a cabo durante todo el proceso de práctica, además de adquirir conocimiento de personas con capacidades superiores que nos pueden transmitir sus vivencias y nos pueden servir de apoyo para este proceso, se obtiene un aprendizaje competente y de calidad.

La práctica es el primer contacto que tiene un estudiante con el mercado laboral el cual le permite crecer personalmente y suplir esas necesidades por la cuales la empresa necesita un perfil con las respectivas características del profesional.

Un manual instructivo para el practicante de la Dirección de Comunicaciones es la herramienta que se implementó para el desarrollo asertivo de las funciones establecidas para este cargo y que además sea un apoyo eficiente para el área, donde el aprovechamiento de las herramientas enriquezca la experiencia y el proceso de aprendizaje.

Esta herramienta se basó en recopilar cada una de las tareas que la practicante de comunicaciones tenga a su cargo y así desglosar paso a paso cada una, con el fin

de lograr productividad en el desarrollo del cargo, en cuanto a tiempo de empalme y adaptación, incluso minimizar los errores de algunos procesos.

Palabras claves: Grupo Éxito, manual, comunicación organizacional, práctica profesional, herramienta.

Abstrac

Being Group Exito, a leading company in the retail sector, this company stands out for being one of the most entrepreneurial private companies in the country, its communicational strategy must be aligned, accurate and direct, which contributes to achieve the objectives established by the company.

The internship is the first contact that a student have with the labor market, is an opportunity to gaining a real world perspective on an occupation and gain experience with actual day to day activities. So far my internship has been going really well, I had the opportunity to apply many of the concepts I have learned in my classes to real life scenarios. I've been able to build a great set of skills and make solid connections with coworkers and other professionals in my field of interest.

An instructive manual for the communication internship practitioner is the tool that was implemented for the development of activities of this office in order to improve the experience and the learning process.

This tool was based in compiling each one of the tasks that the communication internship practitioners has under their responsibilities so that these task can be divided into smaller steps with the objective of achieving better productivity in the performance of their functions, as to adaptation and assimilation time refers, even to minimize the mistakes of some process.

Key words: Group Exito, Manual, organizational communication, intership, tool.

Introducción

Dentro de una Compañía cada empleado tiene unas capacidades y fortalezas diferentes con características propias que cualifican el desempeño individual y permite que cada uno se potencialice en lo que sepa hacer mejor esto garantizando así más eficiencia y productividad en las actividades.

El siguiente trabajo se puede evidenciar cada una de las funciones y los procedimientos que están asignados para el practicante que cada semestre llega a ocupar el cargo, con el motivo de simplificar y guiar el trabajo durante todo el proceso.

El área de Comunicaciones en el Grupo Éxito comprende un ritmo acelerado y fluido de la información que a su vez debe ser eficaz y constante, para eso que mejor que cada función y actividad que se debe realizar esté clara o de lo contrario tenga un soporte de apoyo para guiarse, donde la labor no se vea interrumpida, este manual es un instructivo de procedimientos que agrupa y define detalladamente cada una de las tareas que tiene como responsabilidad el practicante del área de comunicaciones de interna y externa.

Dentro de las actividades que se deben realizar, hay unas que son fijas otras que son esporádicas y otras temporales, de igual manera todas requieren del mismo compromiso y responsabilidad, puesto que el detalle más pequeño es indispensable para llegar al grande.

Objetivos

Objetivo general

Crear una herramienta- guía para el practicante que instruya la gestión que desarrolla durante el periodo de práctica, para cumplir las tareas y funciones establecidas de manera eficiente para comunicaciones internas y externas.

Objetivos específicos

Especificar cada una de las tareas propias del cargo para determinar la forma correcta en la que deben ser llevadas a cabo.

Minimizar procesos de inducción y empalme al recibir el cargo y emplear el tiempo en la práctica y desempeño de las labores.

Fortalecer la labor del practicante facilitándole las herramientas para realizar sus funciones sin la consulta constante a las comunicadoras del área.

Identificar el nivel de responsabilidad y compromiso que tiene el cargo del practicante para el área y la Compañía.

Justificación

Impacto científico y tecnológico

Como metodología en el objetivo de 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, realizando un empalme 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 la Compañía.

Una vez identificadas todas las labores y procedimientos del practicante desde el área de Comunicaciones, se hará la construcción y creación de contenido para el manual asimilado en las materias de Edición y Diseño y Taller de Medios Impresos.

Así mismo, para lograr el mejoramiento de esta herramienta al que tendrán acceso todos los practicantes de la Dirección de Comunicaciones del Grupo Éxito, 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 que se plasme allí sea de gran claridad y brevedad de manera que no sea complejo el uso y desarrollo de las herramientas y tareas.

De igual manera la materia de Periodismo Digital es indispensable aplicarla debido a sus implicaciones como contextualizar, tomar de base fuentes que sustenten el trabajo y ayuden ampliar el contexto de lo que se quiere informar, sin dejar a un lado

la función que tiene el comunicador y periodista de investigar, escribir de forma clara y concisa.

Impacto social y económico

La comunicación es una acción sumamente importante y visible en una Compañía tanto interna como externa, en el Grupo Éxito, donde la dirección de comunicaciones realiza una función tan indispensable y necesaria, 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.

Para lograr un impacto social con este trabajo se pretende actualizar el manual de practicante que hace seis años, desde el 2009 no se retroalimenta, donde se pretende crear un único manual para comunicación interna y externa que abarque todas las funciones en general y poder actualizar toda la información especificada y completa para que la efectividad de dicha comunicación se logre de manera positiva.

El buen funcionamiento y uso de las herramientas hacen que el rendimiento laboral sea más positivo puesto que no se perdería tiempo en búsquedas o intentos fallidos, sino que se aseguraría procesos más asertivos.

El manual permitirá un ahorro de tiempo en la inducción del practicante el cual se ve reflejado en productividad laboral para la Compañía impactando directamente la dirección de comunicación ya que tendrá una visión global de sus funciones.

Marco teórico

La comunicación interna y organizacional

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

Para França (2002) "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.

Martino, teórico de la comunicación, en la obra organizada por Hohlfeldt, Martino y França (2003, pp. 11-25), parte del análisis del sentido etimológico del término comunicación donde explica la distinción conceptual entre comunicación e información, la primera se entiende como el proceso de compartir un mismo objeto de conciencia;

además, expresa la relación entre conciencias. Entre tanto, la información dice respecto de la organización los rasgos materiales para una conciencia, o sea, la comunicación expresa la totalidad del proceso. En ese sentido, no tenemos comunicación sin información.

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.

Cuando se habla de comunicación interna en una empresa hay que 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 que 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.

Según Lee (1997), " 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. "

El Grupo Éxito maneja una estrategia de comunicación interna direccionada hacia el empleado que por medio de diferentes canales de comunicación crean un entorno

bidireccional en donde el emisor tiene como objetivo crear mensajes asertivos direccionados y claros que sirvan para que los receptores que son los colaboradores lo interpreten y lo desarrollen para su equipo de trabajo ya que estos mensajes tienen una temática grupal.

Como reto interno del área de comunicaciones está en saber que decir, como decirlo y elegir cual es el mejor medio para comunicarlo ya que se cuenta con un equipo de trabajo de 41.000 empleados que esta ubicados en diferentes ciudades del país, correlacionando diferente culturas, niveles educativos y económicos, que convierten la comunicación interna en la necesidad de ser muy específicos en lo que se quiere difundir, debido a que cuando las diversas Áreas de la Compañía desarrollan sus estrategias, el reto está en cómo hacer que cada colaborador interiorice, ejecute y entienda el objetivo de la campaña, pero dichos mensajes deben tener el ADN del Grupo Éxito, respetar su esencia, sus valores y deben entrelazar el direccionamiento estratégico que tiene la Compañía.

Es así como Marisa Cuervo, licenciada en Publicidad y Analista en Medios de Comunicación, Universidad del Salvador, explica “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.”

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, que 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.

Así como lo expresa (Tessi Parissi, 2002) "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."

La Comunicación externa dentro de una empresa

Se entiende como el proceso mediante el cual se llevan a cabo las estrategias establecidas por la Compañía para el público externo con el fin de cumplir los objetivos propuestos, donde la imagen positiva y la información de la empresa sea conocida y difundida, pero para llegar hasta allí es muy importante tener clara la información que circula en la Organización, consolidar vínculos, difundirla a los clientes y hacer contacto con los proveedores y consumidores y si es el caso con un canal responsable que brinde veracidad y eficacia en la información.

"Algunas compañías centran sus esfuerzos y recursos en los eventos estrictamente comerciales, sin involucrar otras facetas que pueden lograr gran impacto y recordación ante los diferentes tipos de clientes." (Martínez, 2010)

En el Grupo Éxito se atienden y se da respuesta oportuna a todos los requerimientos que se proponen de una manera eficaz, clara y rápida, siempre y cuando estén orientadas con las premisas desde comunicación, que estén alineadas con la Filosofía Corporativa, es decir la misión: “trabajamos para que el cliente regrese” y los valores: Servicio, Innovación, Trabajo en Equipo y Simplicidad, dicho aporte está en la capacidad de generar mensajes directos y alineados para obtener las respuestas esperadas en cada caso y momento.

Debemos comparar las diferentes áreas que componen una compañía con el cuerpo humano para entender de manera fácil la importancia de comunicar hacia el exterior, piensen en el cerebro como la estrategia de la Compañía, un órgano que diseña, planifica y estructura de acuerdo a un objetivo, y la boca como el medio para difundir y expresar la idea en plan de ejecución, ¿Qué pasaría si el cerebro crea todo el entorno intelectual y no tiene como expresarlo?, es allí donde se le encuentra el sentido y la importancia de la dirección de comunicaciones dentro de una empresa, de nada sirve crear una promoción de artículos sin comunicarlo a los clientes, el impacto de dicha campaña sería mínimo y para esto debe estar dentro de la planificación de las diferentes objetivos, el que informar, como hacerlo y a quien va dirigido.

De acuerdo a esta relación se realiza por medio de diferentes herramientas una captación de información del cliente en donde por medio de bases de datos se conoce y personaliza las necesidades de cada consumidor, es a partir de allí, donde por medio de página web, medios audiovisuales, material pyp y vallas publicitarias, se le informa al cliente que está sucediendo en la Organización, comercial y corporativamente, para así consolidar la identidad de marca de la empresa, al igual que la comunicación

interna son campañas muy direccionadas y en el sentido comercial y promocional se ha permitido por medio de herramientas como mailing, boletines de prensa, google at Works, Active Campaign y redes sociales, direccionar y segmentar el público objetivo al que va dirigido el mensaje.

Como grupo de comunicación el lenguaje que se debe implementar debe estar en contexto hacia el target seleccionado, ya que al manejar diferentes marcas se debe tener claro el mercado hacia el que está dirigido y esto se puede observar en nuestros diferentes formatos y sublineas de marcas.

Los medios de comunicación: herramientas de trabajo indispensable

Dentro de una empresa los medios de comunicación juegan un papel sumamente importante para el cumplimiento de las funciones, incluso son indispensables y más hoy en día debido al desarrollo tecnológico que ha ido creciendo cada vez más rápido, por ejemplo el correo electrónico, es una herramienta clave que deben tener todos los empleados dentro de una Compañía puesto que se ha convertido en la mejor forma de dialogo, brindando un feedback de manera cómoda, rápida y segura y que permite generar estabilidad y crea un vínculo cercano con el otro.

“Vivimos en una sociedad saturada de mensajes, marcas y productos. El mercado se disputa entre un número significativo de competidores que se incrementan día a día y que buscan todas las formas posibles para captar la atención de sus públicos, tomando en cuenta el insólito crecimiento de los medios alternativos o no tradicionales por medio de internet, que ha evolucionado desde simples anuncios en la web hasta incluir blogs, sitios interactivos y populares, como Facebook, YouTube o

MySpace. También, las computadoras a mano, como los iPhone y los sistemas de mensajes de textos, han ampliado el panorama de la comunicación e incluso han incorporado un nuevo idioma” (Baack, 2010).

A medida que las empresas han ido introyectando la tecnología en sus espacios, el nivel de productividad incrementa, el conocimiento crece y el aporte para la Organización se ve cada vez más beneficiado, la tecnología desarrolla soluciones, creatividad y ahorro de tiempo, crea un acceso más eficiente para los empleados, por ejemplo las páginas web las cuales han logrado penetrarse más en el empleado y en el cliente llegándole de una forma más directa y específica en la cual se pueda entender adecuadamente todos los propósitos intencionales de la empresa.

En una Compañía como lo es el Grupo Éxito se manejan diversos medios para transmitir la información al público interno como lo es el sonido interno, carteleras de información corporativa, correos electrónicos, la intranet, revista, banners y papel tapiz en sus computadores y páginas web, entre otros y para el público externo se maneja los boletines de prensa, las vallas publicitarias, las cuñas radiales, la prensa y las redes sociales; siendo esta una empresa de gran magnitud los recursos que utilice para transmitir la información y de igual forma recibirla no se consideran suficientes, debido a que los medios serán siempre la ruta principal para llegarle al mercado.

En una entrevista realizada a Susana Rios, Analista de Comunicaciones interna del Grupo Éxito, en el mes de marzo define los medios para la Compañía como “ Una función elemental, los cuales se centran especialmente en el empleado y en el factor humano, ya que ellos son los que día a día hacen que la empresa se mantenga, crezca y produzca, por esto es importante tener un constante contacto con el colaborador y

mantenerlo informado de los acontecimientos dentro de la Organización, por ello se habla de comunicaciones como un área transversal, que presta servicio a cada uno y cada Área que lo solicite, en el Grupo Éxito los medios se han ido transformando pues siempre han existido y es la mejor manera de generar conexión con ellos y mejor aun cuando se incluyen y hasta ellos mismos se pueden convertir en reporteros de sus dependencias y áreas, donde se les permite ser los generadores de noticia y el área de comunicaciones los apoya convirtiéndose en el canal para transmitir la información.” Como explicó Susana los medios son indispensables sin dejar a un lado la filosofía de la empresa que conllevan hacia los valores como el Trabajo en Equipo.

Manual instructivo

La misión del área de comunicaciones es garantizar la oportuna, asertiva y fluida información para sus diferentes públicos interno y externo y para poder cumplir con esto es necesario mantener un ritmo eficiente de trabajo, además se estaría beneficiando la empresa con la productividad de cada empleado en el tiempo dedicado visto como un recurso valioso que se verá reflejado en la economía de la misma, por esto es de gran valor poder brindar un manual de procedimientos para el practicante de comunicaciones, el cual agrupa y explica las funciones del cargo para que así pueda acoplarse al ritmo laboral con facilidad, generando respuestas oportunas y una labor productiva.

Para (Gómez , 2001) “El manual de procedimientos es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones,

responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización.”

Esta es una herramienta que las organizaciones han venido desarrollando recientemente con el fin de optimizar el tiempo, estandarizar procesos y facilitar la realización de auditorías, esta herramienta es la base de apoyo para el practicante, donde podrá encontrar detalladamente el orden de sus funciones, periodicidad, importancia, alcance, personas responsables de revisar o implicadas en la función, herramientas que debe emplear para realizar dicha tarea, audiencia, entre otros; además podrá encontrar dentro del manual un contexto muy amplio de la Compañía desde su historia hasta como se debe hablar y escribir, esto con el fin de conocer como el Grupo Éxito le habla se comunica.

Una guía como puede ser visto el manual es considerado la mejor herramienta de consulta en cualquier situación, facilita el conocimiento y entendimiento, sea para armar un instrumento, para realizar una función, para comportarse de cierta manera o incluso hasta para vestirse, por razones como estas y más se usan los manuales instructivos, sin embargo el manual que se le otorgará al practicante de comunicaciones del Grupo Éxito es netamente sobre las funciones del cargo que va a desempeñar, el cual le servirá de apoyo en cualquier momento y en cualquier situación siempre y cuando se encuentren dentro de sus funciones establecidas.

La importancia de la práctica profesional con el mercado laboral

En una práctica profesional se aprende a identificar las fortalezas, debilidades, desarrollo intelectual, capacidad de relacionamiento, actitudes y preferencias

personales, se aprende a asumir retos y evadir miedos, como lo plantea Pedroza (2002) “la educación proporciona elementos que integran a una formación determinada y esa formación se realiza en el mundo de trabajo”, es por esto que es importante asumir esta experiencia como la oportunidad de aprender de expertos, retroalimentar el conocimiento, tener la posibilidad de equivocarse y ser corregido y más aún poder vivenciar y proporcionar argumentos para definir qué es lo que verdadera mente quiere hacer en un futuro y que no, sin dejar a un lado la posibilidad de experimentar nuevas etapas, nuevas facetas y nuevas experiencia que enriquecen el aprendizaje.

Una mejor definición de porque es importante realizar una práctica profesional y porque además es importante esa persona, ese practicante que realiza esa labor son los verdaderos guías de los estudiantes, es decir, los jefes quienes son los que directamente interactúan en esa experiencia y son ellos quienes definen la importancia de esto, como lo explica Veronica Valencia, Jefe de Comunicaciones Externas de la Compañía “la práctica profesional es importante porque es poner a ejercer todos esos conocimientos aprendidos de la teoría ahora en la práctica, además existen múltiples variaciones entre estas dos que permiten que el estudiante pueda tener relacionamiento con las demás personas que aporten en su crecimiento profesional, los cuales también ayudarán a crear un carácter y una creatividad, es la primera oportunidad laboral, allí se mide la productividad y la eficiencia personal, el trabajo en equipo y se puede conocer de cerca lo que son los procesos de una compañía” y Catalina Muñoz, Jefe de Comunicaciones Internas define porque un practicante es pieza importante para una empresa “porque le aportan una dinámica y propuestas diferentes a la organización, ayudan articular y renovar procesos de trabajo, de

formación y de conocimiento, le ayudan a las empresas a emplear nuevas metodologías, nuevas herramientas que son enseñadas en las universidades, una persona nueva puede proporcionar ideas innovadoras ”.

Por esto es importante tratar de realizar un excelente desempeño de ello dependerá en cierta medida que puedas aportar mucho en próximas empresas o cargos y que te conviertas en una pieza clave para realizar asertivas tareas y productivos ejercicios laborales.

Metodología

La necesidad de realizar un manual instructivo para el practicante surgió de una observación participante que se evidenció desde el inicio de la entrega del cargo, donde la cantidad de tiempo empleado para entregar el cargo no fue suficiente en dos semanas por ello, se vio la necesidad de realizar un manual instructivo para el practicante, el cual estuvieran alineados a unos objetivos establecidos y para poder llevar a cabo los objetivos propuestos, se explicará a continuación como fue el proceso para lograr dar cumplimiento a cada uno de ellos.

En dos de los objetivos específicos se hablaba de “Especificar cada una de las tareas propias del cargo para determinar la forma correcta en la que deben ser llevadas a cabo e identificar el nivel de responsabilidad y compromiso que tiene el cargo del practicante para el área y la Compañía” para poder realizar esto lo primero que se hizo fue segmentar las funciones que se debían realizar para comunicaciones internas y luego las de externas, una vez están todas las funciones para el cargo de practicante de comunicaciones, se agruparon en el manual y se definieron específicamente cada una, además se realizaron entrevistas en donde se contaba la importancia de los medios dentro de la Compañía y la responsabilidad que contiene cada una de las tareas, por lo cual se debe tener pleno conocimiento y eficiencia en cada proceso.

Respecto a los otros objetivos específicos que hablan de fortalecer la labor del practicante que de alguna manera es el apoyo para el área y las analistas de la dirección de comunicaciones y la eficiencia de una manual para minimizar procesos de inducción que podrían ser empleados directamente en la práctica de las funciones, esta

medida fue una buena herramienta creada por el practicante actual una vez presencié las falencias para este cargo al momento de la inducción y con el transcurso del tiempo y además los beneficios que se podían obtener con este instructivo para guiarse , apoyarse y ganar tiempo no teniendo que tomar nota de todos los procesos sino que con tan solo la lectura del manual hubiera una relación directa mente con la acción de las funciones.

Para la Compañía es muy importante e indispensable poder emplear y brindarles la oportunidad de realizar la práctica profesional a los estudiantes en proceso como su primer acercamiento con la vida laboral por ello también necesita de su eficiencia y productividad y para esto el mejor apoyo que podrá respaldar el personal será este manual de procedimientos.

Manual de procedimiento para practicante de Comunicaciones internas y externas del Grupo Éxito 2016

Introducción

Este manual tiene como función informar de manera detallada las diferentes funciones que debe realizar el practicante que reciba el cargo en la dirección de comunicaciones del Grupo Éxito, durante todo su proceso de aprendizaje, con el fin de facilitar su desempeño y su proceso de empalme y entrega del cargo.

En este manual se encuentran las actividades de las cuales el practicante es responsable y debe llevar a cabo, algunas funciones son fijas y otras son esporádicas pero de igual manera requieren de la misma responsabilidad y compromiso.

El Grupo Éxito

Es una entidad multilatinamericana de negocios, líderes del comercio al detal y del Retail en Suramérica y en Colombia está presente con 537 puntos de venta, en Brasil con el Grupo Pao de azúcar, en Uruguay con los Grupos Disco y Devoto y en Argentina con Libertad, Desarrolla una estrategia Omnicanal en la que el cliente está en el centro y decide qué, cómo, cuándo y dónde comprar. Esta estrategia es multiformato, a través de las marcas Éxito, Carulla, Surtimax y Super Inter, y de los diferentes negocios e industrias que maneja, además emplea a 41.000 personas, siendo así el mayor empleador privado de Colombia,

Cuenta con unos servicios y líneas de negocio que complementan nuestra oferta: crédito de consumo (Tarjeta Éxito), Viajes Éxito, Seguros Éxito, industrias 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 Éxito llega a todos los hogares colombianos que viven en los diferentes puntos cardinales del país, aquellos que habitan en las ciudades principales, en los medianos y pequeños municipios.

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

Figura 2. 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.

Figura 2. Logo del 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 minimercados: es un poco más grande que el express porque tiene categoría de productos.

Carulla: “Un placer para todos los días”

Figura 3. Logo de 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”

Figura 4. Logo de 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"

Figura 5. Logo de Super 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.

Figura 6. Logo de Viva



Fuente: tomado del archivo de imágenes de comunicaciones.

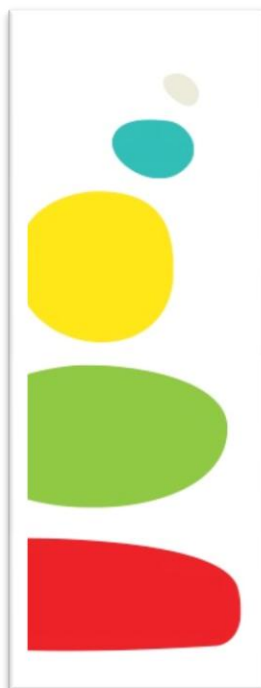
Así hablamos en el Grupo Éxito

Los colores

La paleta de color recupera 3 colores históricamente muy representativos para la marca, el amarillo, el verde, el rojo, para refrescar esta paleta de colores cálidos se incluye el aguamarina y el beige.

El blanco es el color principal de los fondos y debe ser consistentes en cualquier comunicado.

Figura 7. Paleta de colores corporativos.



Fuente: Manual de imagen 2013.

La tipografía

La tipografía más usada es la helvética pero en versión "light", su forma es redonda y liviana, lo que la convierte en una tipo de letra amable y estructuralmente muy definida, además el tamaño de la fuente debe ser 12.

Figura 8. Tipografía corporativa



Fuente: tomado del manual de imagen 2013.

El lenguaje

Debes tener en cuenta estas recomendaciones para agradar a nuestros empleados cuando lean nuestras comunicaciones.

- Precisas.

- Llamativas.
- En un lenguaje cálido y cercano que promueva el orgullo y el sentido de pertenencia de los empleados.

Principales acuerdos ortográficos

Mayúsculas

- Compañía, Organización, Grupo Éxito en su defecto Empresa: en mayúsculas iniciales.
- Siglas como ONU, SENA: en mayúsculas sostenidas. Estas no se tildan.
- Se tildan las mayúsculas sostenidas que no sean siglas.
- p.m. – a.m. – m. Ejemplo: de 8:00 a 10:00 a.m.
- La primera letra de un escrito
- La palabra que va después de punto.
- La palabra que sigue a un signo de cierre de exclamación o interrogación, si no se interpone coma, punto y coma o dos puntos. Ejemplo: ¡Disfruta los más de 90 beneficios que tiene la Compañía para ti y tu familia! El Grupo Éxito promueve el Bienestar de todos sus empleados.
- País. Cuando no se menciona inmediatamente el nombre del País. Ejemplo. Colombia tiene gran diversidad en flora y fauna, vivir en este País nos llena de orgullo.
- Los nombres propios.
- Los sustantivos y adjetivos que componen el nombre de entidades, en nuestro caso áreas o departamentos. Ejemplo: el **Área de Bienestar**, a través de la cual....

- Los nombres de festividades religiosas o civiles como **Navidad y Año Nuevo**.
- Luego de dos puntos cuando citamos. Ejemplo: Camila tuvo un día de Tiempo para Ti, al respecto dijo: “Me siento feliz por este día que me dio la Compañía”.
- Los cargos cuando aparecen acompañados del nombre propio de las personas que lo poseen. Ejemplo. Carlos Mario Giraldo Moreno, presidente Director General del Grupo Éxito. Se escribe con mayúscula si no se menciona el nombre.
- Los valores corporativos se escriben en mayúsculas iniciales: Servicio, Simplicidad, Trabajo en Equipo e Innovación.
- Los números menores que diez se copian en letra, después del diez en número.

Sin mayúscula inicial

- Nombres de los meses, días de la semana, estaciones del año gentilicios.
- Después del punto de una abreviatura. Ejemplo: El Art. por medio del cual.

Cápsulas

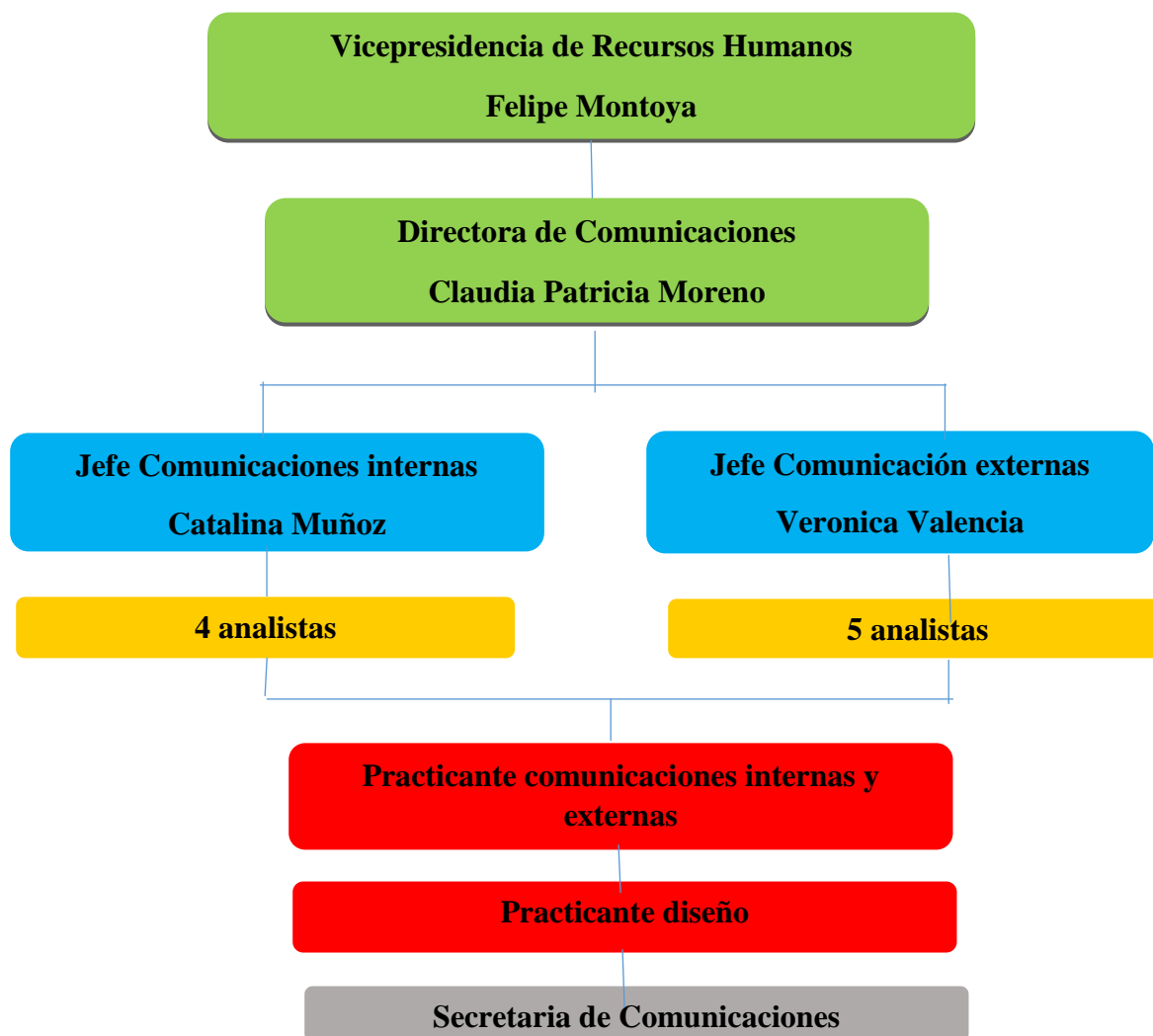
- Las palabras que empiezan por psico pueden escribirse sin P.
- Cónyuge en lugar de cónyugue.
- Con base en, en vez de con base a o en base a.
- Las palabras que empiezan por post pueden escribirse sin T. Ejemplo: postgrado o posgrado.
- Los anglicismos se escriben en cursiva.

Nuestro propio código

- Super Inter

- REDHUMANA
- exito.com
- Carulla.com
- MarketPlace
- Nosacerca
- alDetalle
- En Minutos
- Infox
- Éxito
- Surtimax
- Express

Organigrama



Medios Externos

Prensanet

Tabla 5.

Objetivo	Registrar los medios que reportan la Compañía a diario en sus noticias
Audiencia	Informe para el jefe de comunicaciones externas y la Directora de comunicaciones.
Periodicidad	Diario
Características generales	Es un registro cuyo fin es tener un control de que medios cada día sacaron una nota publicada donde hable del Grupo éxito y como cada medio valora cuantitativamente esa nota.
Elaboración	Se revisa todos los días a primera hora y en las horas de la tarde, la plataforma de Prensanet, se descargan todos los PDF de cada noticia se guardan en una carpeta y se le envía a la jefe de comunicaciones externas y a la Directora del Área.
Revisión	El jefe de comunicaciones externas y la Directora del Área recibe y solicita los PDF de las noticias que necesita o que le son enviados.

El informe de Prensanet es una actividad que se realiza todos los días a primera hora donde Punto Cardinal una empresa que es contratada por la Compañía para que reporte todas las noticias que mencionan al Grupo Éxito en todos los medios del país y el mundo, por medio de su plataforma Prensanet hace llegar ese reporte durante las 24 horas del día los 7 días de la semana, la función de la practicante de comunicaciones es hacer un informe diario en las horas de la mañana y en la horas de la tarde con la noticias que se publicaron el resto del día.

Esta plataforma no solo informa que medio mencionó a la Compañía, si no por cual medio lo hizo, es decir, (radio, televisión, impreso o digital), también como cada medio ahora cuantitativamente la publicación de esa noticia.

Figura 9. Pantallazo de la plataforma de Prensanet.

The screenshot displays the Prensanet website interface. At the top, there is a navigation bar with options like 'Bienvenido', 'Control', 'Cerrar sesión', and 'Versión móvil'. The main content area is divided into several sections:

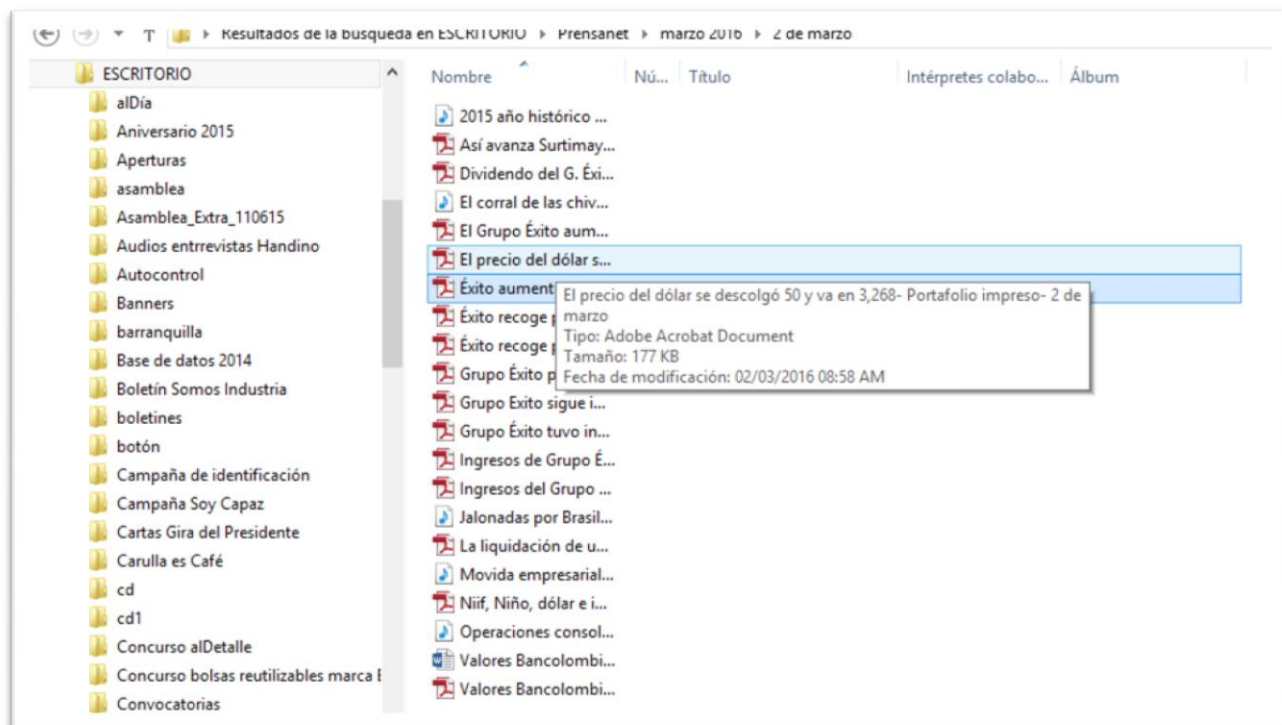
- Indicadores económicos:** A section for economic indicators.
- Noticias hoy:** A section for today's news, featuring a 'NOTICIAS GRUPO ÉXITO' header and a 'CORPORATIVO' sub-section. It lists three news items:
 - El sonriente negocio del calor:** A news item dated 03/03/2016, discussing the impact of high temperatures on the Grupo Éxito's products and the hotel industry in the Pacific region.
 - Marca:** A news item dated 03/03/2016, reporting on the Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) granting a trademark to Nuria Carulla Formaquero for jewelry.
 - Éxito, Carrefour y Olímpica fueron los retailers más sancionados:** A news item dated 03/03/2016, stating that retail companies were fined for not paying taxes on consumer products.
- NOTICIAS COMPETENCIA - SECTOR:** A section for sector competition news, including:
 - La imperfección es natural:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'El Espectador'.
 - Hay 'guerra' por importaciones de aceites de cocina:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'El Tiempo'.
 - Carne de cerdo subió \$587 entre junio y febrero:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'La República'.
 - 269 empresas lograron reorganizarse:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'El Nuevo Siglo (Bogotá)'.
- ACTUALIDAD NACIONAL:** A section for national news, including:
 - Tasas de Interés:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'La República'.
 - Monedas Interés:** A news item dated 03/03/2016, sourced from 'Portafolio'.

The interface also includes a sidebar with navigation options like 'IR A DÍAS ANTERIORES', 'SECTORES', 'MEDIOS', 'ENLACES DE INTERÉS', and 'PORTADAS, EDITORIALES Y CONFIDENCIALES'. The top right corner features the 'grupo éxito' logo and a 'Registrar requerimiento' button.

Los pasos a seguir para realizar este informe son:

- Ingresar a la página de Prensanet: <http://www.prensanet.com/grupoexito/>
- Registrarse: Usuario: practicante.exito
Contraseña: comunicacionesexito
- Siempre van aparecer en el home las noticias del día actual.
- Se deben descargar todas las noticias y guardarlas en pdf, con su respectivo nombre, medio y fecha.
- Se guardan en una carpeta en la siguiente ruta Disco-d, escritorio, Prensanet, el nombre de la noticia, nombre del medio (digital o impreso), mes y día.

Figura 10. Pantallazo de los pdf de Prensanet.



Una vez estén guardadas todas las noticias que haya hasta el momento se adjuntan en un correo y se le envían a la Jefe de Comunicaciones Externas y a la Directora de Comunicaciones.

Autoconsumos

Tabla 2.

Objetivo	Proporcionar todos los utensilios y enseres necesarios para llevar a cabo el evento como por ejemplo anchetas, desayuno o evento corporativo.
Audiencia	Evento o implicada.
Periodicidad	Cada vez que el Área lo solicite por motive de un evento.
Características generals	Es una gestión que se realiza cuando el área de comunicaciones está encargada de un evento y necesita algunos implementos del almacén como: comida, ropa o algún otro producto.
Elaboración	<p>Un autoconsumo se realiza en los almacenes, es como ir a mercar y sacar los productos, pero sin pagar, simplemente se carga a la de la cuenta del Área de Comunicaciones o dependiendo del evento a la cuenta del presidente.</p> <p>Para realizar un autoconsumo primero se debe tener claro, que productos y la cantidad que se necesita, luego proceder a consultar los PLU de cada producto con su respectiva sublínea y luego se debe diligenciar el formato de autoconsumos.</p> <p>Se debe verificar la cantidad existente en el momento en cada almacen, en caso de no haber la cantidad suficiente que se requiere de algún producto, se debe dirigir a otras dependencias hasta recoger el número necesario de productos.</p>

Datos para llenar el formulario:

- PLU: varía según el producto.
- Sublínea: varía según el producto.
- Centro de costos: 3100100.
- Nombres del centro de costos: Presidente.
- Nombre del funcionario que solicita: nombre del practicante o persona que realice el autoconsumo.
- Nombre del funcionario que autoriza: firma la directora de comunicaciones o jefe.
- Código autorizador: 507
- Código del motivo: 617
- Código del concepto: 103

Figura 11. Formato para realizar autoconsumos.

grupo éxito		987038 Solicitud de Autoconsumos		Fecha del Autoconsumo	
		C. costos N° 3100100		Día	
		Nombre CeCo Presidente		Mes	
		Sublínea		Año	
		Dependencia		Datos del despacho	
		Tipo 1		Tipo 2	
		NOMBRE FUNCIONARIO QUE SOLICITA		NOMBRE FUNCIONARIO QUE AUTORIZA	
		Estefanía Gil Quintero		Claudia Moreno	
		CARGO FUNCIONARIO QUE AUTORIZA		C. Costo	
		Directora de Comunicaciones		507	
		CÓDIGO AUTORIZADOR		FIRMA AUTORIZADORA	
		507		[Firma]	
Motivo del Autoconsumo				Código del motivo	
				617	
DETALLE DE LOS ARTÍCULOS A RETIRAR					
PLU	Cantidad Solicitada (o devuelta)	Cantidad Despachada (o recibida)	Descripción del PLU	Código concepto (Ret. O Dev.)	Despachado por
489818	20		Papas chip Sabor Natural Exito	103	
TIPOS DE AUTOCONSUMO (Retiro o devolución)		CONCEPTOS DE RETIRO Y DEVOLUCIÓN			
1. Retiro autoconsumo		Los conceptos de retiro y devolución, motivos y autorizadores, deben ser consultados en F1, en el procedimiento "SOLICITUD DE AUTOCONSUMOS", código P-0517.			
2. Devolución autoconsumo					

Así es como encuentras el PLU y la sublínea en las etiquetas de los productos

Figura 12. Etiquetas de los productos del almacén para llenar la factura de los autoconsumos.



Medios internos

Carteleras

Tabla 3.

Objetivo	Informar
Audiencia	En todas las sedes corporativas del Grupo Éxito hay carteleras para empleados llamadas "Información Corporativa", comunicaciones internas se encarga de mantener el flujo de información de interés general para los empleados de cada sede.
Periodicidad	Circular semanal
Características generales	<p>Allí se ubican afiches que contengan información corporativa de los fondos, de las diferentes marcas, de beneficios o de campañas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los afiches deben ser de tamaño tabloide (47 cm x 23 cm) para las siguientes sedes. Éxito supermercado, hipermercado, tecno, vecino, cedis y sedes administrativas. - Los afiches deben ser de tamaño carta (21 cm x 27 cm) para las siguientes sedes Éxito express, Carulla, Industria de alimentos, Surtimax y Didetexco.
Planeación	De acuerdo a la cantidad en ocasiones de afiches que haya, las áreas encargadas pasan con tiempo la información para así poder reservar su espacio en la cartelera para las fechas deseadas.
Elaboración	Las áreas encargadas pasan los afiches ya listos.
Revisión	El jefe de comunicaciones internas revisa la información que se va a pegar en las carteleras antes y da el permiso.
Distribución	Comunicaciones coordina la actualización de afiches en las sedes corporativas.

Figura 13. Foto cartelera corporativa.



Las carteleras de Información Corporativas como son llamadas se utilizan para publicar información netamente de la Compañía internamente, es decir, se pegan los medios internos, tales como Conectados, Somos Industria y Vuelta Colombia, información importante que le sirva a los colaboradores, como campañas, beneficios, eventos pendientes o realizados, promociones, etc. También información sobre los Fondos PRESENTE y Futuro.

- La sede administrativa de Medellín cuenta con 17 carteleras ubicadas en lugares estratégicos entre la torre norte y sur de todo el edificio.
- El recorrido y actualización de estas carteleras informativas se realiza los días miércoles.

- Los afiches que contengan el logo del Grupo Éxito son permitidas dentro del corporativo, de lo contrario estos afiches irán en las carteleras externas que se encuentran ubicadas por el sector de proveedores, debido a que esta información es enviada por otras entidades con información o programación de eventos culturales.
- Se debe guardar algunas copias de los afiches como Vuelta Colombia y Conectados, es importante hacer un archivo del material que se va quitando de las carteleras.
- Además del archivo propio que se guarda se le debe entregar 8 Conectados a la secretaría de comunicaciones y al menos dos Vuelta Colombia, puesto que ella lleva un control de esos medios.

Parrilla de Medios

Tabla 4.

Objetivo	Reservan espacios para la programación de Banners y Papel Tapiz
Audiencia	Sedes administrativas, almacenes, Didetexco, cedis e industria.
Periodicidad	Esporadicamente, cada vez que las Áreas reserven espacio y establezcan unas fechas determinadas para promocionar su campaña o evento
Características generales	Es una tabla de Excel en la que en un cuadro con los respectivos meses y días del mes se separan con tiempo las fechas que las diferentes Áreas de la Compañía escogen para promocionar por medio de banners y papel tapiz las activaciones, campañas, beneficios, programas o actividades eventuales que se van a llevar a cabo tanto a nivel interno como

	externo.
Planeación	Las Áreas separan este espacio con anterioridad a la campaña para poder escoger las fechas que prefieren.
Elaboración	Las áreas encargadas pasan los banners y papel tapiz ya listo.
Revisión	El jefe de comunicaciones internas revisa la información que se va a salir en el banner y el papel tapiz y lo aprueba o le hace cambios con tiempo, para el que Área modifique.

Figura 14. Pantallazo de la tabla de Excel, “parrilla de medios”.

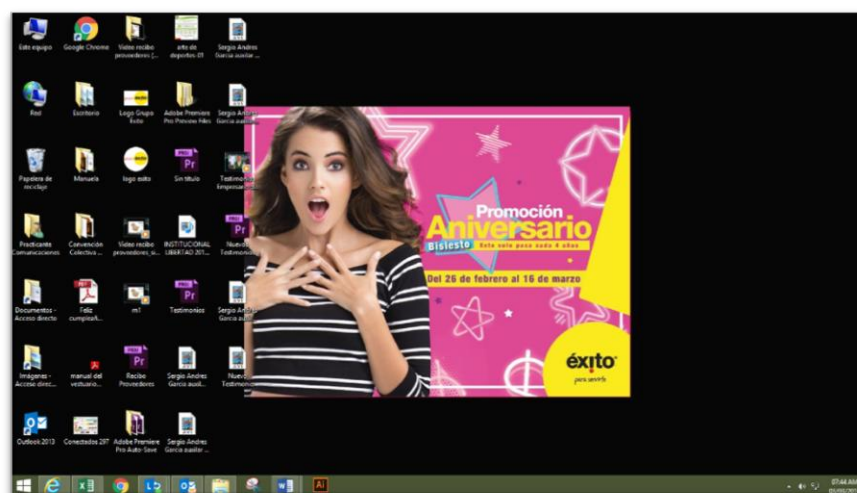
	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
Papel tapiz	ANIVERSARIO	ANIVERSARIO	Finlandek	Finlandek	Finlandek	Finlandek	Bronzini	Bronzini	Bronzini	Rendición	Rendición	Rendición	Rendición	Campana ahorro	Campana ahorro
Banner Infox	ANIVERSARIO	ANIVERSARIO	Finlandek	Finlandek	Finlandek	Finlandek	Bronzini	Bronzini	Bronzini	Rendición	Rendición	Rendición	Rendición	Campana ahorro	Campana ahorro

Papel tapiz

Es un fondo de pantalla, se utiliza para que se vea bonito el escritorio y para que los empleados de la Organización se enteren que evento se está llevando a cabo ese día, semana o mes, las medidas del Papel Tapiz deben ser: 1024 x768 px.

El papel tapiz se debe actualizar en las fechas programadas, el área encargada envía la imagen en jpg, luego se modifica en un archivo de ilustrator llamado wallpaper es una plantilla ya elaborada, simplemente es ajustar la imagen a la medida del cuadro que se ve en el ilustrator, se guarda para web en la carpeta que se tenga asignada y luego se debe abrir este hipervínculo \\296dms01\tapiz,, una vez haya ingresado a esa dirección se abrirá una carpeta donde se pegara el nuevo papel tapiz modificado en ilustrator y se cambia el nombre por tapizexito.jpg, este es un sistema automático por lo tanto se ejecutara en un determinado tiempo, los colaboradores únicamente podrán ver su nuevo fondo de pantalla una vez reinicien o prendan nueva mente el computador.

Figura 15. Pantallazo del papel tapiz.



Banner

Es una pieza publicitaria dentro de una página web o intranet con el objetivo de llamar la atención y dar a conocer la campaña, evento o actividad que se está llevando a cabo, deben cumplir con una medidas adecuadas tales como: 955 x 200 px.

El banner se sube a Infox, la intranet de la Compañía de la siguiente manera:

- Ingreso a Infox:
- Usuario: pcomunicaciones1
- Contraseña: Colombia2015+

Editar página, navegador, imágenes Infox, páginas, cabezote, nuevamente editar página y me aparece un cuadro con varios espacios, procura llenarlos todos incluso el primordial que es el banner, le doy clic en examinar y busco en la carpeta donde está el archivo que anteriormente el área encargada el tema debió haberlo enviado y lo selecciono, una vez tenga todos los datos completos le doy aceptar en la parte inferior, luego página principal en el home y me debe aparecer el nuevo banner correcto.

Figura 16. Pantallazo del banner en la intranet Infox.



Convocatorias

Usuario: convocatorias

Contraseña: colombia16+

Tabla 5.

Objetivo	En las convocatorias del Grupo Éxito se dan a conocer las vacantes y ofertas de empleo que semanal mente se ofrecen para el público interno y externo
Audiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios oficina Medellín. • Usuarios Didetexco todos • SA CARULLAs Regional Medellin • SA EXITOs Regional Medellin • SA SURTIMAX Regional Medellin • SA Industria Regional Medellin • SA CEDIs Regional Medellin
Periodicidad	Todos los martes y jueves.
Características generales	Se entiende como el conjunto de mecanismos instituidos para suplir las vacantes de los empleos, sean éstas de carácter definitivo o de carácter temporal, donde se especifica el perfil de la vacante que se busca, los requisitos que debe tener la persona que desee acceder al cargo, correos a los que se debe direccionar y fechas límites.
Elaboración	Se reciben un cuadro de convocatorias en <i>Excel</i> , se monta en las plantillas adecuadas para las convocatorias, se mandan a validación y una vez aprobadas se realiza el envío
Revisión	Desde el área de selección: Elizabeth Rendón, María Camila Durango, Katherine Cardona. En el área de Comunicaciones: una de las analistas la cual revisará ortografía y que los textos estén escritos como se habla desde la Compañía.

La labor del practicante de comunicaciones es organizar esta información en unas plantillas para posteriormente ser enviadas por el correo de convocatorias.

Los pasos para realizar las convocatorias son:


Desde el área de selección nos envían un cuadro en Excel con las convocatorias.

Figura 17. Cuadro de convocatorias en Excel.

#	Empleador	Tipo de Convocatoria	Tipo de Contrato	Vicepresidencia/ Negocio	Dirección/Departamento/Área/	Cargo	Aplica para (Regional)	Fecha límite	Misión del cargo
306	Grupo Éxito	Mixta	Indefinido	Inmobiliaria y Desarrollo	Dirección Gestión de Activos	Jefe Departamento II Mercadeo Inmobiliario	Antioquia	01/03/2016	Liderar, definir, planear, coordinar las estrategias de imagen, comunicación que tengan un impacto con los públicos objetivos de acuerdo con las estrategias, normas corporativas y de la Vicepresidencia Inmobiliaria, para garantizar una marca, un mensaje claro, coherente que permita captar el interés de inversionistas, arrendatarios, empleados y clientes finales comerciales y cumplir las obligaciones de ventas
307	Grupo Éxito	Mixta	Indefinido	Financiera y Administrativa	Dirección de contabilidad y consolidación	Analista III Dep Balances, Informes e Impuestos	Antioquia	02/03/2016	Analizar la información contable de las operaciones de la compañía para determinar la incidencia sobre el impuesto de comercio, retenciones de Ica temas tributarios y administrativos, los maestros de Acreedores y Materiales de la organización, los procedimientos y la normativa tributaria vigente, para prescribir obligaciones tributarias debidas de los plazos establecidos

Luego en una plantilla ya elaborada de *PowerPoint* se monta la información de las nuevas convocatorias que se deben enviar, se guarda el archivo final consolidado en PDF con la fecha del día que se envía y este sería el documento que se adjunta en el correo.

Figura 18. Plantilla de convocatorias en Power Point.



Convocatoria interna y externa

Vicepresidencia Inmobiliaria y Desarrollo
Dirección Gestión de Activos


Cargo: Jefe Departamento II Mercadeo Inmobiliario
Aplica para: Regional Antioquia.
Fecha límite: 1 de marzo.
Tipo de contrato: indefinido.

Misión: liderar, definir, planear, coordinar y controlar las estrategias de imagen, relacionamiento y comunicación que tengan un impacto directo con los públicos objetivos del *Real Estate* y en específico con los clientes de Viva, de acuerdo con las estrategias, normas y directrices corporativos y de la Vicepresidencia Inmobiliaria, para garantizar una unidad de marca, un mensaje claro, coherente y oportuno que permita captar el interés de potenciales inversionistas, arrendatarios y concesionarios, empleados y clientes finales de los centros comerciales y cumplir las expectativas de ventas.

Requisitos:

- Profesional en Administración de Empresas, Comunicación Social, Mercadeo o carreras afines.
- Especialista en Gerencia de Mercadeo, Gerencia de Ventas, Comunicación o Relaciones Públicas.
- Experiencia de cinco años liderando equipos de mercadeo y publicidad.
- Inglés avanzado y manejo avanzado de *Excel*.
- Se requiere altas competencias de liderazgo, Trabajo en Equipo y creatividad.

Inscripciones:
Personas del Grupo Éxito: a través de REDHUMANA.
Personas Externas: enviar hoja de vida al correo electrónico Paola.CardonaUrrego@grupo-exito.com
Responsable de la Convocatoria: Vanessa Delgado Martínez.



También se realiza otra plantilla en Illustrator que sería la que va insertada en el cuerpo del correo.

Figura 19. Plantilla de convocatorias en Illustrator.



**Convocatorias vigentes
en el Grupo Éxito**

En el Grupo Éxito generamos condiciones de trabajo dignas y ofrecemos oportunidades de crecimiento personal para los empleados y sus familias. Somos un empleador responsable e incluyente.

Conoce a continuación las vacantes de nuestra Compañía:

Convocatoria Interna y externa:
Vicepresidencia Inmobiliaria y Desarrollo
Dirección Gestión de Activos

Cargo: Jefe Departamento II Mercadeo Inmobiliario
Aplica para: Regional Antioquia.
Fecha límite: 1 de marzo.

Convocatoria Interna y externa:
Vicepresidencia Financiera y Administrativa
Dirección de Contabilidad y Consolidación

Cargo: Analista III Departamento Balances, Informes e Impuestos.
Aplica para: Regional Antioquia.
Fecha límite: 2 de marzo.

Con el fin de que los empleados conozcan de manera integrada las convocatorias laborales del Grupo Éxito enviamos dicha información consolidada a través de este boletín.

Si está interesado en alguno de estos cargos lo invitamos a conocer más detalles en el archivo adjunto, allí encontrará la misión del cargo, los requisitos y aspectos a tener en cuenta para postularse a alguna de estas vacantes.

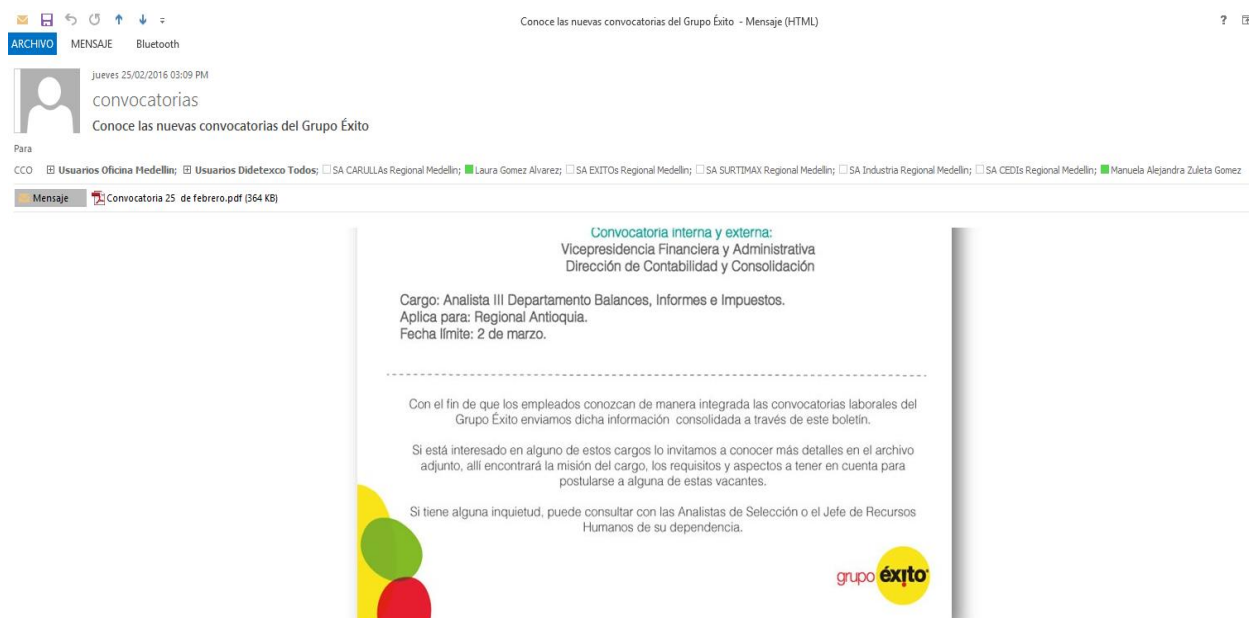
Si tiene alguna inquietud, puede consultar con las Analistas de Selección o el Jefe de Recursos Humanos de su dependencia.

grupo éxito

Se envía a los correos establecidos.

Por último se organiza todo en el correo (archivo adjunto, se inserta la imagen jpg en el cuerpo del texto, se le pega el texto siempre debajo de la imagen, se le agrega los contactos para ser enviado en copia oculta y se envía por el correo de “convocatorias”).

Figura 20. Pantallazo del cuerpo del correo como deben enviarse las convocatorias.



Convocatoria vigente en el Grupo Éxito

En el Grupo Éxito generamos condiciones de trabajo dignas y ofrecemos oportunidades de crecimiento para los empleados y sus familias. Somos un empleador responsable e incluyente.

Convocatoria vigente en el Grupo Éxito

En el Grupo Éxito generamos condiciones de trabajo dignas y ofrecemos oportunidades de crecimiento para los empleados y sus familias. Somos un empleador responsable e incluyente.

Conoce a continuación las vacantes de nuestra Compañía:

Convocatoria interna y externa:
Vicepresidencia Inmobiliaria y Desarrollo
Dirección Gestión de Activos

Cargo: Jefe Departamento II Mercadeo Inmobiliario
Aplica para: Regional Antioquia.
Fecha límite: 1 de marzo.

Convocatoria interna y externa:
Vicepresidencia Financiera y Administrativa
Dirección de Contabilidad y Consolidación

Cargo: Analista III Departamento Balances, Informes e Impuestos.
Aplica para: Regional Antioquia.
Fecha límite: 2 de marzo.

Con el fin de que los empleados conozcan de manera integrada las convocatorias laborales del Grupo Éxito enviamos dicha información consolidada a través de este boletín.

Si está interesado en alguno de estos cargos lo invitamos a conocer más detalles en el archivo adjunto, allí encontrará la misión del cargo, los requisitos y aspectos a tener en cuenta para postularse a alguna de estas vacantes.

Si tiene alguna inquietud, puede consultar con las Analistas de Selección o el Jefe de Recursos Humanos de su dependencia.

Publicaciones en Z

Z es un acceso directo donde se publica información para uso de los empleados de toda la Compañía, dentro de esta carpeta hay dos sub carpetas:

Archivos públicos

Es una carpeta donde se puede guardar información diaria, allí se deja la información que se desea compartir con el personal de la Compañía a nivel nacional que también tenga acceso a la red de Z, por lo general todos los empleados lo tienen, así que no se deben publicar en esta carpeta información confidencial, lo más importante es tener en cuenta que si se va a compartir información con los compañeros de la misma área, ingresa directamente a la ruta de archivos publicos, comunicaciones lo pegas y la persona interesas lo podrá tomar.

Esta es una herramienta que nos permite transferir información de una manera fácil y rápida. Los archivos guardados en esta carpeta se borran del sistema al finalizar el día.

Archivos especiales

En esta carpeta se encuentra todos los archivos confidenciales del área de todos los años, para buscar algún documento en especial hay que seguir la ruta de Documentación, Comunicaciones, Dirección de comunicaciones, medios internos y externos y luego aparecerán todas las carpetas guardadas con toda la información que se maneja dentro del área de comunicaciones como: Conectados, En Minutos, alDetalle, AGP, Boletines de prensa, etc.

Hay que tener en cuenta que en esta carpeta los archivos no expiran.

Usuarios y contraseñas

Es muy importante para el practicante tener conocimiento de todas las contraseñas que se manejan en el área de los correos y medios que se utilizan ya que es el apoyo para las analistas y para diversas funciones.

Figura 21. Tabla de los usuarios y contraseñas.

	Usuario	Contraseña
Prensanet	practicante.exito	comunicacionesexito
Correo practicante y pc	pcomunicaciones1	colombia2016+
Informacion Corporativa	lcorporativa	15EnvioMasivo
Motivos para Sonreir	<u>MPSonreir</u>	Colombia2014+
Practicante diseño	pcomunicaciones4	Colombia2030**
Convocatoria	convocatorias	colombia16+
La pic	www.grupoexito.smugmug.com	2x3t4Lapic2016
Andres Mayr	www.miexito.smugmug.com	10exito10
Active campagne	www.activecampaigne.com usuario: grupoexito	vvalencia
AGP	<u>gprimarios</u>	colombia2016**
Cata	<u>cmunozva</u>	Colombia2016*#

Infox

Tabla 6.

Objetivo	Informar con recursos multimediales
Audiencia	Al portal tienen acceso los empleados de las sedes administrativas, directivos de almacenes y Cedi.
Periodicidad	<ul style="list-style-type: none"> - Las noticias se actualizan constantemente - En el home imágenes como el banner se actualiza en promedio cada semana junto con el papel tapiz. - La galería cada vez que hayan fotos de algún evento, apertura o campaña, al igual que los videos.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Se publican todos los medios y noticias relevantes como: Conectados, En Minutos, Protagonistas del Servicio, revista alDetalle, galerías, videos, reglamentos, foros, entre otros.
Características generales	Es la página web interna de la Compañía, es una herramienta de trabajo y de comunicación multimedia, se publica información relevante para la Compañía y se debe mantener actualizada.

Figura 22. Intranet Infox.

martes, 29 de marzo de 2016

infox

Ir a REDHUMANA

Principal Directorio Correo Mi almacén CAU F1 Ayuda Editar página Salir

¿Auxilio?

Si lo que necesitas es un auxilio, la Compañía te otorga un beneficio económico para la educación de tus hijos.

Conoce más información en REDHUMANA / Bienestar y Fondos / Motivos para Sonreír / Portafolio de Beneficios / Educación.

También en Infox / Mis Servicios / Motivos para Sonreír / Auxilios de Escolaridad.

Bienvenido

Mis servicios Mi trabajo

Información Laboral Motivos para Sonreír Biblioteca Aprendizaje Más Información

Tener en cuenta la función de estos elementos:

Tabla 7.

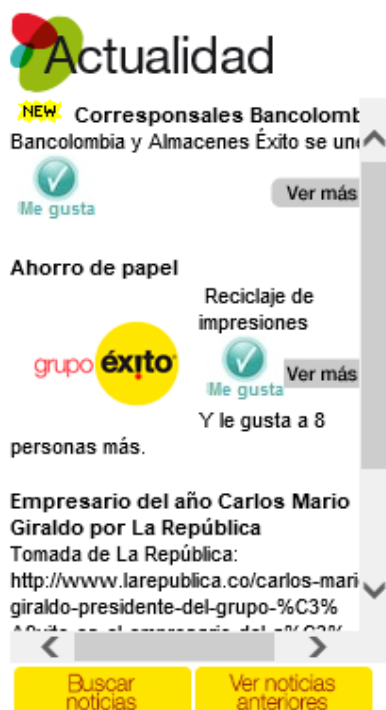
	<p>Editar</p>
	<p>Ocultar: se utiliza para esconder algo sin necesidad de borrarlo.</p>
	<p>Agregar elemento nuevo.</p>
	<p>Este botón sirve para ir siempre al home de la página</p>
	<p>Como su nombre lo dice es para editar o cambiar algún elemento que ya este.</p>
<p>Ir a Página Inicio Creador Navegador Ayuda</p>	<p>Intervienen dentro de los pasos a seguir más utilizados para montar o modificar algo en Infox.</p>

Noticias: es llamado en el home de infox “Actualidad”.

Tabla 8.

Objetivo	Informar a los empleados cuando entren a la intranet de las noticias relevantes que ocurren en la Compañía.
Audiencia	Todos los colaboradores a través de la página web interna de la Compañía.
Periodicidad	Semanal
Características generales	<p>Es un relato, construcción y elaboración que se refiere a un hecho novedoso o no muy común, ocurridos dentro de la Compañía o en determinado ámbito específico.</p> <p>Es muy importante estar publicando noticias constantemente de lo que vaya ocurriendo en la Compañía, para eso se debe tener en cuenta: brevedad, veracidad y actualidad.</p> <p>Además debe tener:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título • Lead • Foto: 300 px x 300 px • Tipografía: arial 12
Elaboración	En las reuniones de grupo primario se definen temas importante que deben salir en los medios, algunos de esos temas también se deben publicar como noticia en “Actualidad” como es nombrado en Infox.
Revisión	Las noticias las revisan las analistas encargadas de cada tema.

Figura 23. Actualidad en Infox.



Para publicar una noticia nueva se debe ir a Infox y en el home en la parte izquierda, se ve un cuadro que se llama Actualidad, allí se debe hacer clic en ver noticias anteriores.

Figura 24. Actualidad en Infox.

miércoles, 06 de abril de 2016

infox

Ir a REDHUMANA

Principal Directorio Correo Mi almacén CAU F1 Ayuda Editar página Salir

Bienvenido Mis servicios Mi trabajo

Información Laboral Motivos para Sonreír Biblioteca Aprendizaje Más Información

Editar Página Biblioteca de Noticias Ir a Página Inicio Creador Navegador Ayuda

Edición de Vistas: Gráfica | Diseño | Lista Elementos Pendientes: Vista Previa Móvil: Vista Previa Ver Página

Página: Propiedades Acceso Crear: Subpáginas

Proveedores de Éxito Me gusta Y le gusta a 9 personas más.

grupo éxito ¡Para el Grupo Éxito es motivo de orgullo contar con proveedores que contribuyen a generar confianza en nuestros clientes!

Resultados que nos llenan de orgullo Me gusta Y le gusta a 17 personas más.

grupo éxito Hace algunos meses nuestra Compañía realizó con los colaboradores diferentes encuestas que tenían como fin evaluar aspectos como el ambiente laboral, la interiorización de los valores corporativos y el entendimiento y la aplicación de la estrategia Compañía por parte de los empleados. Compartimos con ustedes los principales resultados obtenidos en dichas muestras.

Se da clic en editar página y luego en los botones que están señalados con un círculo para agregar una noticia nueva, posteriormente aparecerá un cuadro donde se monta el texto y la imagen y se guarda y quedaría la nota actualizada así:

Figura 25. Pantallazo de una noticia montada en Infox.

Las cosas buenas se contagian.

¡se tú el primero en actuar!

Las cosas buenas se contagian, se tú el primero en actuar.

Saludar, sonreír, tener la capacidad de sorprender a los compañeros y clientes, contar siempre con una buena disposición y tratar bien a los demás hacen parte de esta campaña "las cosas buenas se contagian" donde se pretende promover la buena actitud y la buena convivencia laboral, donde todos los colaboradores día a día transmitan su buena actitud.

Un juego de stickers ha sido una de las dinámicas que se implementó para llevar a cabo la campaña, consistía en pegarle un adhesivo con un mensaje alusivo, a los compañeros que tuvieran buena actitud y quisiéramos de esta manera resaltar su comportamiento.

Esta campaña se llevó a cabo en cada una de las dependencias del Grupo Éxito con el propósito generar un espacio entre todos los empleados para compartir y fortalecer sus lazos de confianza y compañerismo.



Boletín Conectados

Figura 26. Capsula de Conectados en la intranet.



Fuente: tomado del archivo de imágenes del Grupo Éxito.

Tabla 9.

Objetivo	Informar
Audiencia	Empleados corporativos y almacenes
Periodicidad	Circular semanal
Características generales	Afiche impreso, mailing y se monta en la intranet.

Planeación	Definición de temas en consejo de redacción de comunicaciones. Valída jefe de comunicaciones interna y directora.
Elaboración	Se redacta y se diseña con el apoyo del diseñador.
Revisión	Comunicaciones internas coordina la revisión con: <ul style="list-style-type: none"> - Las fuentes (artículo específico). - La dirección de comunicaciones. - El VP de Recursos Humanos.
Herramienta o programa que se utiliza	Ilustrator
Distribución	Comunicaciones coordina con el impresor la entrega física del afiche en cada dependencia, debe llegar los martes o el mismo miércoles en la mañana para proceder a pegar en las carteleras ese mismo día. <ul style="list-style-type: none"> - Se envía por correo semanalmente todos los miércoles. - Se monta en infox los miércoles. - Se envía a todas las dependencias del país (sedes administrativas, almacenes, cedis, industria y Didetexco).

Lo realiza una de las analistas del área encargada de los medios, ella es la persona encargada de enviárselo a la practicante en versión digital jpg y pdf.

El archivo jpg se envía los miércoles a la 1:00 p.m. por el correo de Información Corporativa, al correo usuario correo nacional.

Figura 27. Pantallazo del Conectado cuando se va a enviar por correo.



El pdf se guarda siempre en la ruta de Z y para montarlo en infox. debo ingresar en el boton de Conectados, editar pagina, edito encima del que ya existe, voy a Z, especiales, documentación, comunicaciones, dirección de comunicaciones, medios internos y externos, conectados, 2016, busco el conectados por fecha y le doy abrir, le cambio el numero delafiche y le doy aceptar.

En Minutos

Es un medio informativo tienen emisión nacional y local y puede oírse en directo o pregrabado, en este espacio hablan solamente los líderes de la Compañía con el fin de dar a conocer nuevos programas, campañas o proyectos que se adelantan.

Figura 28. Capsula de En Minutos en la intranet.



Fuente: tomado del archivo de imágenes del Grupo Éxito.

Tabla 10.

Objetivo	Direccionar, movilizar, legitimar, presentar logros
Audiencia	Empleados corporativos, Didetexco, Industria de alimentos y almacenes que tengan sonido interno.
Periodicidad	Dos veces por semana
Características generales	Llevan siempre testimonios de los líderes. En las entrevistas no se tutea, se trata a los oyentes y locutores de “usted”.
Producción	Grabación en estudio Unidad de Comunicaciones.
Transmisión	Se transmite por el sonido interno los martes a la 1:30 p.m. y los viernes a las 7:45 a.m. Los empleados pueden acceder a las emisiones posteriormente a través del buzón, de manera telefónica o a través de Infox.
Revisión	La jefe de comunicaciones internas revisa los guiones
Herramienta o programa que se utiliza	Audacity
Planeación	Los martes en la reunión de Grupos Primarios se proponen los temas para las siguientes semanas y una vez aprobados los temas se procede a escribir los guiones, esta labor la realiza la analista de comunicaciones internas encargada de los medios.

Posterior a la emisión, el practicante tiene la misión de enviarlo a unos correos específicos.

Correos:

- Practicante4 Comunicaciones
- Vladimir Jaimes Almeyda
- Diana Ochoa Albornoz
- Diana Patricia Grajales Bedoya
- Adriana María Morales Grajales Laura Gomez Alvarez
- Joagna Del S. Rodriguez Salgado
- Carolina Arango Villa


También se debe montar en Infox, dando clic en el botón En Minutos, que se encuentra en el home de la página web, editar página, se reemplaza el archivo que no esté oculto, se presiona este botón , en examinar busco el archivo nuevo y lo adjunto y lleno todos los espacios vacíos con la información correspondiente y le doy aceptar y me queda montado el En Minutos.

Figura 29. Pantallazo del proceso para montar un En minutos en Infox.

* Nombre de Archivo	Febrero 26 Extra Aniversario Éxito.mp3 Examinar...
* Nombre Mostrado	Promociones de Aniversario Bisiesto Éxito
* Categoría	General
* Descripción	Promociones de Aniversario Bisiesto Éxito, del 26 de febrero al 16 de marzo.
Imagen	Examinar... 0

Haz clic en el link ubicado t

Protagonistas del Servicio

Figura 30. Capsula de Protagonistas del Servicio en Infox.



Fuente: tomado del archivo de imágenes del Grupo Éxito.

Tabla 11.

Objetivo	Movilizar, y generar sentido de pertenencia, en este medio se resalta la buena labor y las buenas actitudes de los colaboradores
Audiencia	Empleados corporativos, Didetexco, Industria de alimentos y almacenes que tengan sonido interno.
Periodicidad	Una vez a la semana

Características generales	Llevar siempre testimonios de los colaboradores y clientes. En las entrevistas no se tutea, se trata a los oyentes y locutores de “usted”.
Producción	Grabación en estudio Unidad de Comunicaciones. El audio es previamente enviado por la analista encargada y en la cabina de radio se edita con las respectivas cortinillas y audios.
Transmisión	Se transmite por el sonido interno los viernes a la 1:30 p.m. Los empleados pueden acceder a las emisiones posteriormente a través del buzón, de manera telefónica o a través de Infox. Se envía a nivel nacional posteriormente a la transmisión.
Revisión	La jefe de comunicaciones internas revisa los guiones
Herramienta o programa que se utiliza	Audacity
Planeación	La analista encargada de las historias de Servicio debe entregar el material completo, listo para reproducir en las dependencias y sedes corporativas, al igual que el correo en jpg que se envía.


El audio se debe montar en Infox, buscamos el botón que dice Protagonista de servicio, luego editar página, se edita encima del archivo que no aparezca oculto, le damos clic aquí , y nos aparece todo lo que se debe cambiar, donde dice examinar se busca el nuevo archivo en la carpeta donde este guardado y se llena el resto de los datos necesarios y le doy clic en aceptar.

Figura 31. Pantallazo del proceso para montar Protagonistas del Servicio en Infox.

The screenshot shows a web-based form for creating a service protagonist. The form is organized into several sections:

- Nombre de Archivo:** A text field containing "Historia 26 d efeb.mp3" and an "Examinar..." button.
- Nombre Mostrado:** A text field containing "Hasbleidi Gómez, Auxiliar de Protección de Recursos de Éxito Laureles".
- Categoría:** A dropdown menu with "Acta" selected.
- Descripción:** A text area containing "Hasbleidi Gómez, Auxiliar de Protección de Recursos de Éxito Laureles."
- Imagen:** A section with an "Examinar..." button, a text field containing "0", and a small image icon.
- Alineación de la Imagen:** A dropdown menu with "Izquierda" selected.
- Fecha de Publicación:** A date and time field showing "18-DIC-2015 00:00" with the format "(DD-MON-YYYY HH24:MI)".
- Período de Vencimiento:** Radio buttons for "No Vence", "Vence en 92 días" (selected), and "Vence el" followed by a date field and the format "(DD-MON-YYYY HH24:MI)".
- Perspectivas:** Two columns of perspective categories. The left column, "Perspectivas Disponibles", lists: Retail, Desarrollo Humano, Didetexco, Marca EXITO, Corporativo, Gestión Humana, and Gran Consumo. The right column, "Perspectivas Mc", lists: Comunicaciones and Almacenes y Ce. Navigation arrows are present between the columns.
- Palabras Clave de Búsqueda Básica:** A text field containing "Protagonistas del Servicio".

Luego procedo a enviar la imagen jpg, los viernes después del mediodía, por el correo de Información Corporativa al correo usuarios correo nacional, como: insertando la imagen e hipervínculándola con el audio que está en Z.

Figura 32. Pantallazo del proceso para montar Protagonistas del Servicio en Infox.

lunes 29/02/2016 12:05 PM

Información Corporativa

¡El personal de Protección de Recursos es el héroe de esta historia!

Para
CCO Usuarios Correo Nacional

http://middle.grupo-exito.com:7780/portal/page/portal/gp_misservicios/protagonistas-del-servicio
Haga clic para seguir vínculo

En el Éxito protegemos la vida de tus seres queridos

En esta Historia de Servicio queremos resaltar la importante labor que desempeña el **personal de Protección de Recursos**, donde demuestran su amor, compromiso y entrega por su comunidad.

La protagonista de esta historia es Hasbleidi Gómez, Auxiliar de Protección de Recursos de **Éxito Laureles en la ciudad de Medellín**, quien se encontró un menor de edad extraviado en los alrededores del almacén y, en acción conjunta con la Policía, lo entregó a su padre, Julián Camilo Osorio, un vecino del sector.



Hernán Darío Vélez, Hasbleidi Gómez y Adriana Sepúlveda celebran esta acción de Servicio.

Galería

Las imágenes que se deben montar se le envían al practicante o se utilizan fotos de algún evento relevante o se cogen de las páginas de Lopic o Andres Mayr.

- Toda imagen debe tener pie de foto.
- No se pueden subir más de diez fotos.
- Cada foto debe tener un formato de 300 px x 300 px, se modifican en Illustrator, se guardan para web en una carpeta donde cada practicante desee encontrarlas más fácil.
- Luego ingresa a Infox, editar página, navegador, grupo de páginas, imágenes Infox, páginas, carrusel, a continuación aparece un texto que muestra todas las


fotos que están montadas, simplemente les das clic en editar página nuevamente y luego me aparecen las fotos completas con las opciones para ocultar o editar, les doy clic en el botón  y monto encima de ellas y me aparece el siguiente cuadro que debo llenar y luego le doy aceptar.

Figura 33. Pantallazo cómo se monta cada foto en la galería de Infox.

Imagen	 <input type="text" value="0"/> <input type="button" value="Examinar..."/>
	
	
Nombre Mostrado	<input type="text" value="Embajadoras del Servicio"/>
Descripción	<input type="text" value="En Éxito Buenavista, Santa Marta, nuestro Presidente comparte con Johana Melgarejo, Líder de Servicio al Cliente y Jeisy Gómez, Anfitriona de Servicio."/>



Si desea ocultar algunas fotos porque se requiere montar una cantidad más bajita de la que había es simplemente darle aquí , ocultar y luego , suprimir.

Figura 34. Pantallazo como queda publicada la foto en Infox.



Video

Para subir un video a Infox se debe tener en cuenta que debe ser MP3 o de lo contrario se debe convertir en una página que se llama www.onlineconvert.com, una vez este en la página debe seleccionar el formato que dice convertir a FLV, buscar el archivo donde este guardado, luego le das clic en convertir y ya el programa lo descarga automáticamente.

Para proceder con el montaje del video a Infox, dar clic en editar página, navegador, grupos de páginas, archivos publicados, páginas, archivos de la noticia, se


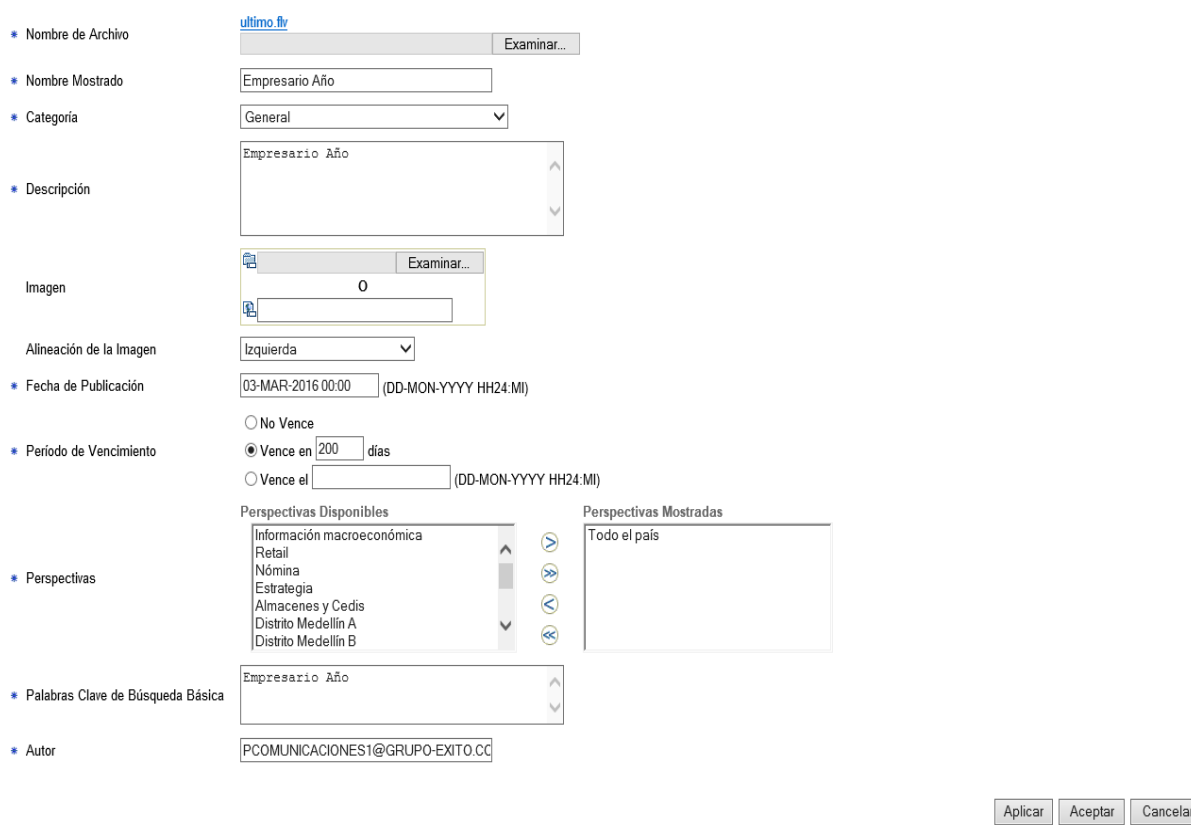
abre una secuencia de texto y le das clic en la pestaña que dice videos otras páginas y luego editar página nuevamente, se edita sobre el ultimo que se montó modifíco ese con la opción  y se abre un cuadro y se debe completar todos los datos, luego de doy aceptar.

Figura 35. Pantallazo de proceso para subir un video en Infox.



* Nombre de Archivo Examinar...
 * Nombre Mostrado
 * Categoría
 * Descripción
 Imagen Examinar...
 Alineación de la Imagen
 * Fecha de Publicación (DD-MON-YYYY HH24:MI)
 * Período de Vencimiento
 No Vence
 Vence en días
 Vence el (DD-MON-YYYY HH24:MI)
 * Perspectivas

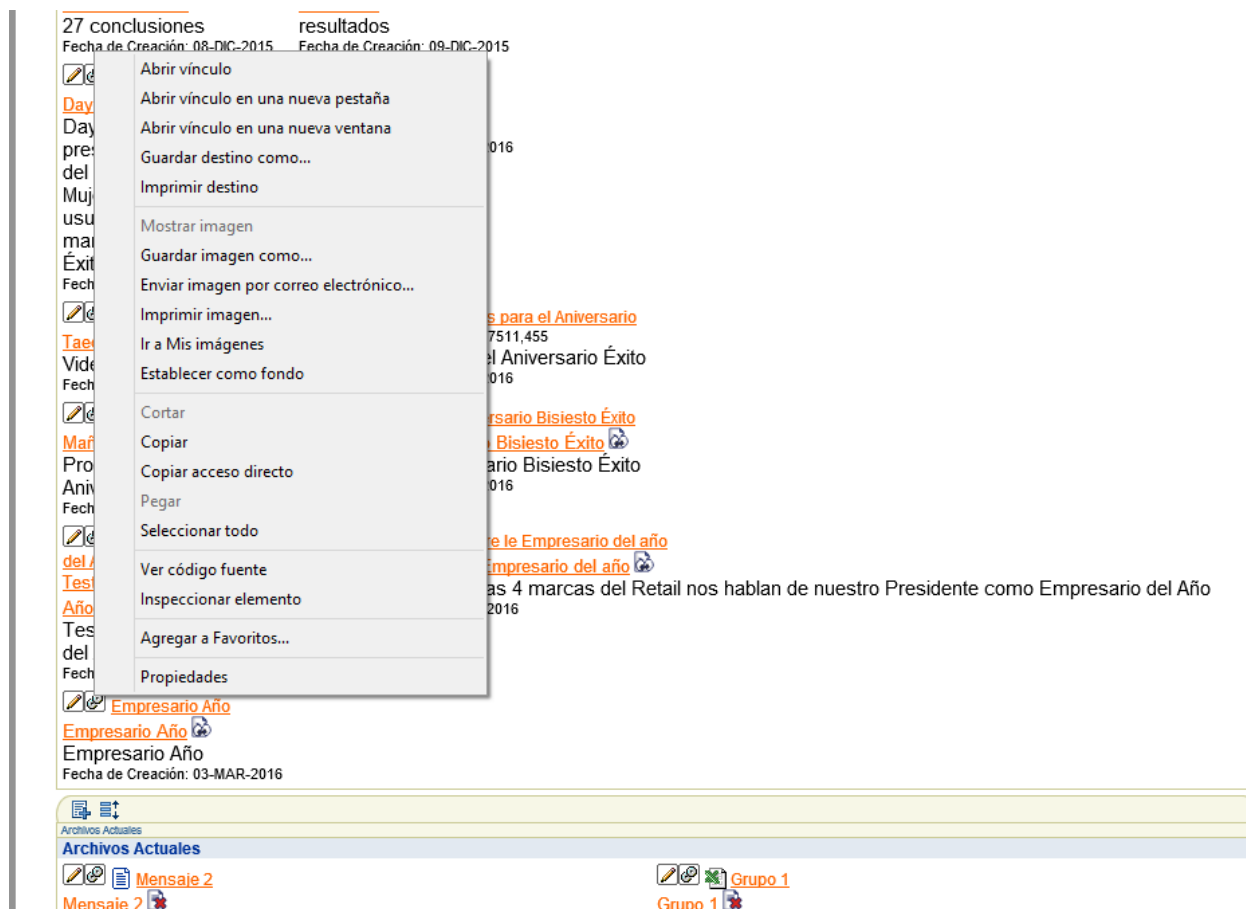
Perspectivas Disponibles	Perspectivas Mostradas
Información macroeconómica	Todo el país
Retail	
Nómina	
Estrategia	
Almacenes y Cedis	
Distrito Medellín A	
Distrito Medellín B	

* Palabras Clave de Búsqueda Básica
 * Autor

El siguiente paso debe ser: volver hacer el mismo procedimiento desde el principio hasta llegar al archivo se iba a editar y debe aparecer el que se acabó de montar, se ubica sobre el texto y le da clic derecho, propiedades, saldrá un cuadro con una dirección URL, se copia y se inicia un proceso desde el principio, editar página, navegador, grupos de páginas, imágenes Infox, paginas, configuración carrusel

multimedia, consulta, se modifica el primer cuadro que tiene una dirección URL y se pega la nueva, luego se le pone un texto nuevo donde dice mensaje del video y actualizar.

Figura 36. Pantallazo de proceso para subir un video en Infox



Esta es la dirección que se copia completa para luego pegarla en la actualización del video.

Figura 37. URL del video que se va a montar en Infox.

Dirección: http://middle.grupo-exito.com:7780/portal/page/portal/gp_ArchivosPubli
(URL)

Audacity

Figura 38. Logo de Audacity.



Fuente: tomado de google.

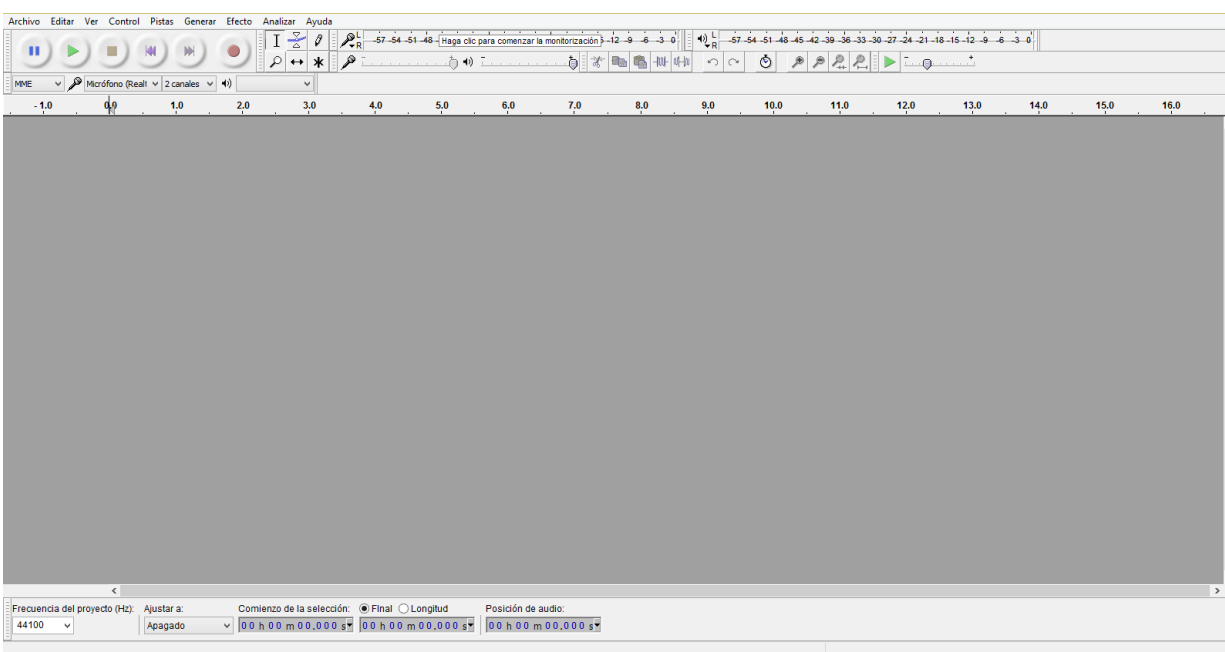
Tabla 12.

Objetivo	Modificar o editar cuñas y entrevistas.
Audiencia	Lo que se edita en Audacity, se reproduce para las sedes administrativas, almacenes y Didetexco.
Periodicidad	Esporádicamente, cada vez que haya una campaña vigente, o que se quiera informar algo eventual.
Características generales	Es un editor de audio, se puede grabar sonidos, reproducir sonidos, importar y exportar archivos, WAV, AIFF, MP3 y más. También se pueden editar las grabaciones y sonidos, mezclar pistas, aplicar efectos.

Elaboración	Se guarda el audio en mp3 en una carpeta, luego se abre el programa de Audacity, abrimos uno nuevo y se inserta este en el programa y se edita con las cortinillas respectivas.
--------------------	---

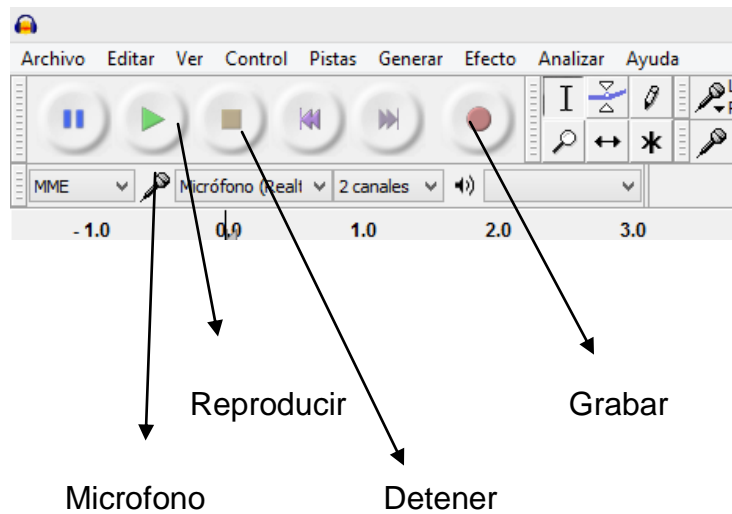
Cuando abrimos Audacity aparece esta ventana.


Figura 39. Mesa de trabajo del programa.



Luego desde la barra de control se maneja practicamente todo el programa con los botones especificos para cada función.

Figura 40. Barra de menú.



Para empezar a grabar algo le damos clic en el botón grabar y se enciende la opción del microfono y se sube el volumen, si deseas parar de grabar presionas el botón amarillo que significa detener la grabación y si se desea escuchar la grabación que se acabo de hacer se da clic en la tecla  reproducir.

Si de lo contrario es para editar un audio que ya existe, se utiliza el menú proyecto, con la opción de importar audio y se le da clic a la opción abrir, se le agregan las cortinillas y queda lista, normalmente dentro de la Compañía en las cuñas corporativas se utilizan las mismas cortinillas

- Al inicio: se pone “solo segundos”.
- Al final: “audiotipo”.

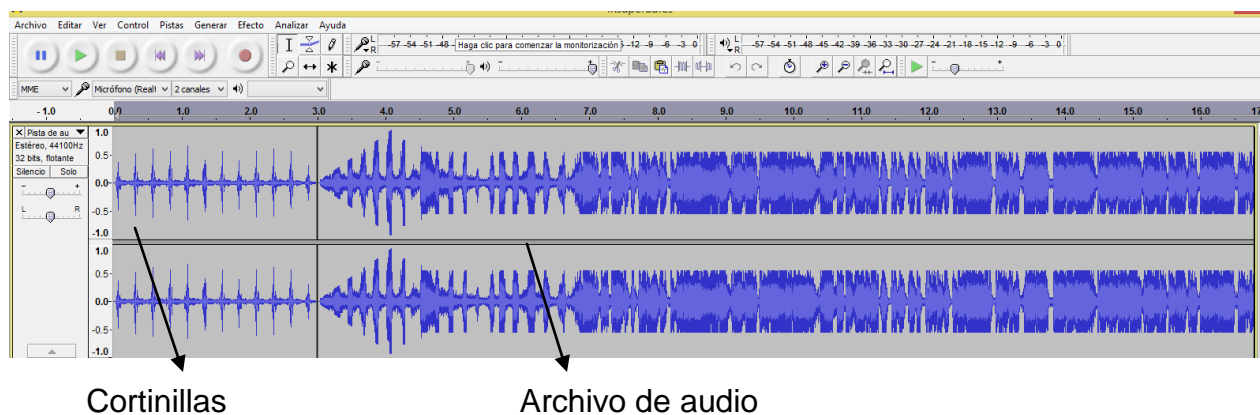
Estas cortinillas se encuentran en la ruta del escritorio, cuñas del día, 2015, y las buscas por el nombre y las insertas o copias y pegas, luego para finalizar se le da guardar archivo, exportar, cuñas del día y se le asigna un nombre para reconocerlo.

Las cuñas se deben poner todos los días a las 11:45 a.m. y a las 5:45 p.m.

Las cuñas que deben sonar son de acuerdo a las campañas vigentes que hayan o un extra que soliciten.

Una vez se grabe o se importe algun sonido, se verá de la siguiente manera:

Figura 41. Audios grabados en el área de trabajo.



Para modificar el volumen del audio se presiona el boton efecto, amplificar y se sube o se baja ya sea el caso que se desee.

Figura 42. Barra de herramientas.

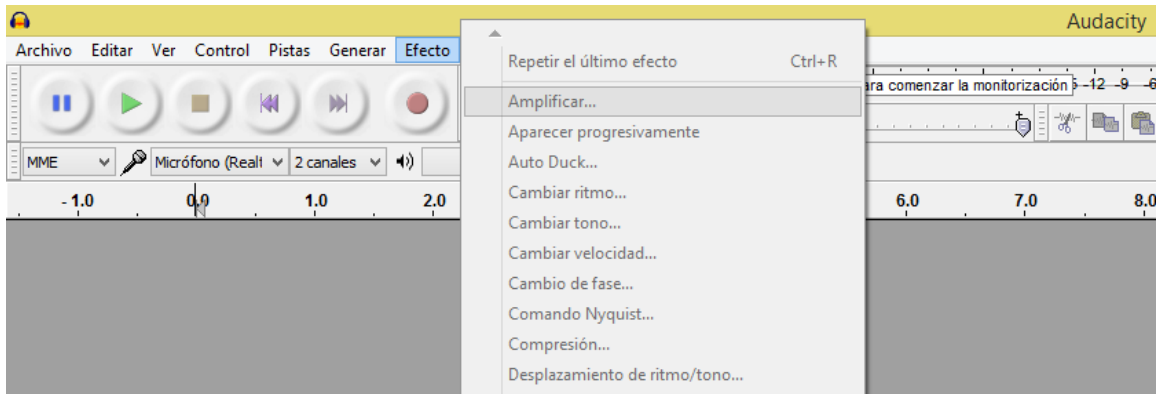
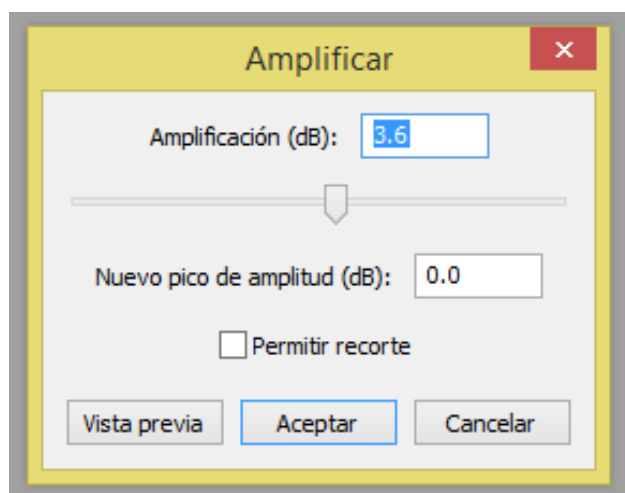


Figura 43. Opción de amplificación de sonido.



Conclusiones

El manual del practicante dentro el área de comunicaciones, será una herramienta que ayudará a contribuir con el correcto desempeño de las labores establecidas para este cargo y dando total cumplimiento a los objetivos propuestos.

Este elemento será 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 Dirección de comunicaciones en el Grupo Éxito es un área que no para de generar información tanto interna como externa, por lo tanto cada analista tiene su función , pero el practicante brinda apoyo a cada una de estas, por esto el manual de procedimientos hace posible que las funciones sean más ágiles, efectivas y direccionadas.

Recomendaciones

El Grupo Éxito emplea 41.000 empleados por lo que el tiempo de empalme es tan valioso porque más que entregar un puesto es que las funciones se sigan realizando con la misma productividad que venían, por ello se recomienda que el manual sea estudiado los primeros días y que el resto de días sean de practica en las tareas, para que el nuevo practicante se vaya apropiando del puesto.

Este manual está sujeto a cambios debido a la implementación de algunas reestructuraciones o nuevos procesos que se incluyan dentro del Área y esto influya en la depuración o incrementación de algunas tareas.

El practicante de comunicaciones que entregue el cargo debe actualizar el manual de procedimientos para que su próximo reemplazo pueda tener la facilidad de realizar sus funciones y acoplarse en el cargo.

Bibliografía

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

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

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

Cuervo, Marisa. (2011). *Comunicación Interna y formación profesional*. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009

Cuervo, Marisa. (2011). *Relaciones públicas, nuevos paradigmas ¿más dudas que certezas?*. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232011000100009

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

Paladines Galarza, F Y; Yaguache Quichimbo, J J; Valarezo González, K P; (2013). La comunicación integral, un factor determinante en la gestión de la empresa ecuatoriana. *Signo y Pensamiento*, XXXII (63) 110-128. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86029193007>.

Gómez, Giovanni. (2001). *Manuales Administrativos*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>

Pedroza Flores, R; Villalobos Monroy, G; (2002). Mejoramiento de la calidad en la práctica profesional. *Universidades*, (23) 31-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37302305>.