



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

**ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
SANTO TOMÁS**

**SEMINARIO:
“RELACIONES PÚBLICAS ESTRATÉGICAS”**

**PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS APLICADO A UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO ELECTRÓNICO DE SEGURIDAD**

TRABAJO FINAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES

PRESENTA:

**PABLO CÉSAR GARCÍA MORÁN
ERIKA GARCÍA VARGAS
DIANA MAXIMINO SALVADOR
JOSÉ FRANCISCO MORALES PADILLA
REBECA REYNA LUNA**

CONDUCTOR: L.R.C. ALEJANDRO ENRIQUE HERNÁNDEZ DE LA TORRE

MÉXICO D.F DICIEMBRE DEL 2009



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

1.	MARCO DE REFERENCIA	5
1.1	ANTECEDENTES	5
1.2	VISIÓN	6
1.3	MISIÓN	6
1.4	OBJETIVO GENERAL	6
1.5	VALORES	7
1.6	POLITICA DE CALIDAD	7
1.7	SITUACIÓN ACTUAL DE YONUSA	8
1.8	GIRO COMERCIAL	9
1.9	COMUNICACIÓN	9
1.10	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	10
1.11	ENTORNO INTERNO DE YONUSA	11
1.12	COMPETENCIA	13
1.13	ANALISIS FODA	14
1.14	PRODUCTOS	15
1.15	MATRIZ BCG	22

CAPITULO II

2.	INVESTIGACIÓN	23
2.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
2.2	ANÁLISIS DEL PROBLEMA	23
2.3	OBJETIVO GENERAL	24
2.4	OBJETIVOS ESPECIFICOS	24
2.5	JUSTIFICACIÓN	24
2.6	PÚBLICO OBJETIVO	25
2.7	HIPOTESIS	25
2.8	TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
2.9	DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA	26
2.10	CUESTIONARIO	27
2.11	GRÁFICAS	30
2.12	REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.13	CONCLUSIONES	44

CAPITULO III

3.	PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS	45
3.1	PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS	45
3.2	OBJETIVO GENERAL	45
3.3	OBJETIVOS ESPECIFICOS	45
3.4	PERIODICO MURAL	46
3.5	CARTAS PERSONALES	48
3.6	DIPLOMA	49
3.7	BOLETÍN INFORMATIVO	50
3.8	PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS	51
3.9	OBJETIVO GENERAL	51
3.10	OBJETIVOS ESPECIFICOS	51
3.11	YONUSA CUIDA TU ESCUELA	51
3.12	ADOPTA UN ARBOL, ILUMINA TU CAMINO	52
3.13	CRONOGRAMA	53
3.14	PRESUPUESTO	55

ANEXOS

ANEXO 1	PERIÓDICO MURAL	57
ANEXO 2	CARTA PERSONAL	59
ANEXO 3	DIPLOMA	61
ANEXO 4	BOLETÍN INFORMATIVO	63
ANEXO 5	YONUSA CUIDA TU ESCUELA	66
ANEXO 6	ADOPTA UN ÁRBOL, ILUMINA TU CAMINO	68

INTRODUCCIÓN

La empresa YONUSA se dedica a la fabricación y distribución de diversos productos de seguridad perimetral a nivel Nacional e Internacional, el trabajo que a continuación se presenta tiene como finalidad identificar los puntos débiles referentes a comunicación interna con el fin de proporcionarle un paquete de soluciones efectivas.

Este proyecto ha enfocado una investigación de mercados cualitativa y cuantitativa con el fin de recabar información canalizándola para así conocer y analizar la problemática de comunicación del personal de la empresa, con el fin de realizar las adecuadas estrategias logrando contrarrestar estas fallas convirtiéndolas en áreas de oportunidad.

La recopilación de información se llevó a cabo dentro de la empresa, aplicando un cuestionario al personal que labora directamente en ella.

Capitulo I

Consta de información básica y general de la empresa la cual muestra un alto grado de responsabilidad y compromiso en el ámbito profesional, así como en su lado humano.

Capitulo II

Este capitulo se conforma de la problemática de la empresa, así como de los resultados que la investigación arrojó para así poder determinar estrategias útiles para la resolución de las debilidades encontradas.

Capitulo III

Se integra por las estrategias internas y externas aplicables para la solución de la problemática mencionada en el capitulo II.

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 ANTECEDENTES

YONUSA fue fundada en 1985 con la intención de satisfacer las necesidades de la industria de la seguridad, enfocado principalmente en sistemas de electrificación de cercas para la protección de perímetros tanto residenciales, como industriales y comerciales.

El desarrollo de los equipos de electrificación fue, y seguirá siendo, influenciada por la más alta tecnología Israelí, diseñada en las dimensiones, peso y resistencia promedio de un ser humano.

Asimismo YONUSA completó las necesidades periféricas de protección para sistemas de seguridad como son fuentes de poder desde 1.5amp., hasta las capacidades necesarias solicitadas de switcheo y análogas, así como transformadores de varios voltajes (9, 12, 16, 24) en (20, 60, 150 y 500) watts. Hoy en día YONUSA cubre aproximadamente el 72% de la República Mexicana y exporta sus productos a diversos países de la Unión Americana, Centro el Caribe y América del Sur.

Nuestra preocupación fundamental es la calidad de los productos así como la seguridad y satisfacción de nuestros clientes, tomando en cuenta la gran importancia que representa el servicio y la puntualidad de nuestras entregas. Acérquese a YONUSA, recibirá las soluciones a sus problemas y encontrará un amigo.

1.2 VISIÓN

Ser una de las más importantes empresas en el diseño y fabricación de sistemas electrónicos de alta seguridad a nivel mundial innovando y cumpliendo con las expectativas de los clientes.

1.3 MISIÓN

Es ofrecer los mejores sistemas electrónicos de alta seguridad con competitividad nacional e internacional, que nos permita satisfacer expectativas y necesidades de nuestros clientes, del personal y de los que indirectamente participan en la empresa.

1.4 OBJETIVO

En YONUSA tenemos como objetivo el satisfacer las necesidades de seguridad en la industria, enfocándonos en sistemas de electrificación de cercas para la protección de perímetros, tanto residenciales, como industriales y comerciales.

1.5 VALORES

- Integridad
- Honestidad
- Actitud
- Amistad
- Trabajo
- Lealtad
- Compromiso
- Humildad

1.6 POLÍTICA DE CALIDAD

Ofrecer los mejores sistemas electrónicos de alta seguridad a través de un sistema de calidad y mejora continua para satisfacer las expectativas y necesidades del mercado nacional e internacional con personal comprometido y capacidad

1.7 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Razón Social. YONUSA S.A DE CV

Actualmente YONUSA cuenta con una plantilla laboral de 40 colaboradores de áreas administrativas y operativas.

MATRIZ

Calle 3 No. 55 Fracc. San Francisco Cuautlalpan Naucalpan, Edo de México CP 53569

Tel: (+55) 5358-0796, 5358-0783 5359-4129 Fax: (+55) 5358-0796



1.8 GIRO COMERCIAL

Es una empresa que se dedica a la fabricación y distribución de productos de seguridad electrónica especializada, sus productos están diseñados con electrónica y tecnología de punta, por lo que su eficiencia se refleja en el consumo y rentabilidad del equipo.

1.9 COMUNICACIÓN

- Publicidad: YONUSA maneja el portal en internet www.yonusa.com donde muestra su gama de productos así como información general de la empresa. Otro medio publicitario utilizado por la organización es el programa de seminarios de capacitación y demostración de productos impartidos por Samuel Nurko.
- Relaciones Públicas: YONUSA maneja un paquete de prestaciones superiores a las de ley entre las cuales están pago de cuotas patronales, como son IMSS e INFONAVIT.
- Promoción de ventas: participa en expo-seguridad México y Argentina y demostración de equipos donde se otorgan bonos de descuento.

1.10 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



1.11 ENTORNO INTERNO DE YONUSA

* Los trabajadores quedan exentos del pago de seguridad social e INFONNAVIT, ya que es absorbido por el director de YONUSA.

DERECHOS

Vacaciones

Prima vacacional

Reparto de utilidades

Aguinaldo

Seguridad Social

Comedor

INFONNAVIT

Locker

Afore

OBLIGACIONES

Puntualidad y asistencia

Disciplina

Portar uniforme

Portar credencial

Portar equipo de seguridad

Trabajo en equipo

PRESTACIONES ADICIONALES

Bono de productividad del 10%

Bono de puntualidad del 10%

INCENTIVOS

A fin de año se realiza una fiesta y se les otorga despensa y rifa de electrodomésticos.

10 de mayo se otorga el día libre a las mujeres.

Apoyo económico para terminación de estudios.

Se descansa jueves, viernes y sábado de semana santa.

El 24 y 31 de diciembre se labora medio día.

Asistencia médica (optometrista, dentista, nutrióloga).

CALIDAD

En este momento YONUSA cuenta con la certificación de ISO 9001-2000.

1.12 COMPETENCIA





1.13 ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Productos de vanguardia. • Personal certificado. • Precios competitivos. • Distribución nacional e internacional. • Empresa certificada ISO 9001-2000. • Diversificación de productos. • Servicios de asesoría en integración de sistemas profesionales de seguridad. • Capacidad de producción. • Brinda seminarios internacionales. • Junta de calidad. • Soporte técnico de su producto las 24 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de ventas. • Medios de comunicación. • Productos no patentados. • Mala asesoría a clientes. • No cuenta con departamento de RH. • Comunicación interna insuficiente. • Falta de publicidad. • Instalaciones inadecuadas. • Falta de interés hacían su trabajo.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar dealers. • Aplicar estrategia de servicio al cliente eficaz. • Trámite de patentes. • Desarrollar proyectos especiales de integración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricantes nuevos. • Nuevos competidores directos. • Introducción de nuevos productos de baja calidad en el mercado. • Competencia desleal. • Clonación de productos.

1.14 PRODUCTOS

ALARMAS

Descripción	Producto
<p>Panel de alarma de Robo de 8 a 32 zonas híbridas Tarjeta de alarma de 8 zonas cableadas. Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas cableadas - Requiere adicionar hasta 3 Módulos de Expansión PC5108 Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas híbridas o inalámbricas. - Requiere adicionar el modulo de expansión inalámbrico PC 5132-433NB. Incluye tarjeta con comunicador digital, teclado LCD5501Z y caja metálica. No incluye transformador ni batería</p>	
<p>Panel de alarma de Robo de 8 a 32 zonas híbridas Tarjeta de alarma de 8 zonas cableadas. Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas cableadas - Requiere adicionar hasta 3 Módulos de Expansión PC5108 Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas híbridas o inalámbricas. - Requiere adicionar el modulo de expansión inalámbrico PC 5132-433NB. Incluye tarjeta con comunicador digital, teclado LCD5500Z y caja metálica. No incluye transformador ni batería</p>	

Panel de alarma de Robo de 8 a 64 zonas híbridas
8 zonas cableadas en la tarjeta.
Con capacidad de expansión de hasta 64 zonas cableadas

- Requiere adicionar hasta 7 Módulos de Expansión PC5108

Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas híbridas o inalámbricas

- Requiere adicionar el modulo de expansión inalámbrico PC 5132-433NB.

Incluye tarjeta con comunicador digital, teclado LCD5501Z y caja metálica.

No incluye transformador ni batería



Panel de alarma de Robo de 8 a 64 zonas híbridas
8 zonas cableadas en la tarjeta.
Con capacidad de expansión de hasta 64 zonas cableadas

- Requiere adicionar hasta 7 Módulos de Expansión PC5108

Con capacidad de expansión de hasta 32 zonas híbridas o inalámbricas.

- Requiere adicionar el modulo de expansión inalámbrico PC 5132-433NB.

Incluye tarjeta con comunicador digital, teclado LCD5500Z y caja metálica.

No incluye transformador ni batería



Sistema de seguridad inalámbrico auto contenido con pantalla LCD EnvoyLCD es el más popular de los sistemas de seguridad inalámbricos auto contenidos de DSC. Una tecnología inalámbrica garantiza su desempeño y confiabilidad.



El EnvoyLCD ofrece un reloj en tiempo real en una gran pantalla, mensajes preestablecidos de fácil lectura, la conveniencia de un control con llave inalámbrica y localizador personal. El sistema puede ser profesionalmente instalado en pocos minutos evitando el desorden asociado a las instalaciones cableadas, haciéndolo una elección excelente para pequeños hogares, departamentos, condominios y pequeños negocios. Totalmente supervisado, la unidad de control del EnvoyLCD monitorea continuamente los componentes del sistema detectando sabotajes, interferencia de RF, batería baja, fallas de zona y errores de comunicación del sistema.

Soluciones en paneles de seguridad híbridos expansibles

Los paneles de control PowerSeries cuentan con una sólida reputación por brindar el valor y la confiabilidad que los profesionales de la seguridad necesitan. El diseño modular de los paneles PowerSeries provee versatilidad y flexibilidad en cualquier aplicación, desde pequeñas viviendas hasta comercios de mediano tamaño. Con una amplia variedad de funciones, son fáciles de instalar, programar y lo que es más importante, fáciles de usar. Con más de una docena de sofisticadas características de prevención de falsas alarmas, le aseguran la confiabilidad que Ud. necesita.



Panel de control de 4 a 32 zonas

- ◆ 4 zonas en el panel de control
- ◆ Capacidad de expansión usando módulos inalámbricos y zonas de teclados
- ◆ Memoria de 128 eventos
- ◆ 2 salidas programables en la placa:
- ◆ Consulte la información de los módulos PowerSeries para más detalles sobre módulos admitidos

La Nueva PC1565 Clásica tiene una norma elevada en la seguridad tradicional. Lo más avanzado, en sistemas de 6/8-zonas, software de programación, ofreciendo el rango ancho de seguridad que ofrece funciones que usted necesita para protección de vidas y la propiedad, en casa o al trabajo. La PC1565 esta diseñada para ofrecer el más moderno, en inalámbrico híbrido y seguridad del hardware y protección de fuego. También ofrece un nuevo nivel de comunicaciones de la alarma para su protección - incluyendo la programación personal - e incorpora sofisticadamente los rasgos de prevención de falso-alarma. La PC1565 se ha diseñado rigurosamente para el customización fácil, para la facilidad de uso y para la fiabilidad probado. Con su capacidad poderosa para mejorar la protección de vidas y posesiones, la Nueva PC1565 Clásica de verdad se ha vuelto la última norma para una variedad ancha de las demandas tradicionales de seguridad.



Tipo: Sistema Híbrido Expandible.
 Zonas Fijas: 6 Expandibles a 32.
 Zonas Inalámbricas: 32.
 Zonas para Teclados: 8.
 Particiones: 2.
 Códigos de Usuario: 38.
 Eventos Grabables: 128.
 Formatos: Auto SIA, Contact ID.
 Comunicaciones: SkyrouteMAX y T-Link,
 Transferencia Completa de Datos.
 Normas: UL y ULC

CERCOS ELECTRICOS

Descripción

Producto

Equipo 1 EY-12000-127 el cual cubre una distancia de 700 metros de barda en 5 hilos con alambre calibre 14. El modelo EY-18000-127 el cual sustenta hasta 1,500 metros de barda en 5 hilos calibre 14. Es importante resaltar que si el cercado eléctrico es montado al frente de una malla ciclónica, se debe reducir el alcance de los equipos al 50 % de su capacidad.



AUTOMATIZACION

Descripción

Producto

Con los dispositivos de domótica que encontrará en esta sección, puede controlar las luces y electrodomésticos de su casa desde cualquier mando a distancia y sin instalar ni un solo cable. Disfrute de la comodidad que le ofrece la domótica para hacer su hogar mas cómodo y seguro y además ahorrar energía



Motores para puertas automáticas de cualquier tipo, portones corredizos, batientes, para santa marías de las mejores marcas ITALIANAS con el mejor respaldo y stock de repuestos



1.15 MATRIZ BCG

P
A
R
T
I
C
I
P
A
C
I
Ó
N

<p>ESTRELLA</p>  <p>TRASFORMADORES</p>	<p>NIÑO PROBLEMA</p>  <p>AUTOMATIZACIÓN</p>
<p>VACA LECHERA</p>  <p>CERCAS ELECTRICAS</p>	<p>PERRO</p>  <p>ALARMAS</p>

C R E C I M I E N T O D E L M E R C A D O

2. INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

YONUSA no cuenta con un sistema de comunicación interna, debido a esto se percibe una falta de compromiso y pertenencia hacia la empresa, así como una indiferencia y apatía en la convivencia entre personal administrativo y operativo.

2.2 ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Se detectó que actualmente YONUSA no cuenta con los medios de comunicación interna necesarios para crear y mantener una comunicación directa y bidireccional, se realizará una investigación cualitativa y cuantitativa contemporánea aplicada a los trabajadores de la empresa como base para elaborar un plan estratégico de Relaciones Públicas internas que permitan forjar su comunicación interna.

Existe poca interacción y comunicación entre los departamentos lo cual provoca situaciones problemáticas en la convivencia y desarrollo de sus actividades laborales.

2.3 OBJETIVO GENERAL

Identificar las principales causas o efectos de la falta de comunicación interna en su ambiente laboral.

2.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la relación que existe entre la comunicación y el nivel de compromiso por parte de los trabajadores hacia la empresa.
- Evaluar el nivel de reconocimiento que tiene la empresa hacia sus empleados.
- Detectar las necesidades en cuestión a información de la empresa requeridas por el personal.
- Identificar los medios de comunicación internos para la difusión de información.

2.5 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día la comunicación interna es de suma importancia para el buen funcionamiento y desarrollo de toda empresa, en YONUSA este factor no se le ha dado la importancia necesaria, por esta circunstancia no se ha podido lograr el compromiso total por parte de los trabajadores en el desarrollo de sus actividades.

YONUSA al ser una de las mejores empresas en el segmento de la seguridad perimetral se encuentra comprometido en mantenerse a la vanguardia en todos sus procesos, esto se ve reflejado con la certificación ISO 9001-2000, buscando un equilibrio entre las acciones y lo que refleja se tiene el interés de integrar un plan de comunicación interna. Esta investigación tiene la finalidad de identificar las áreas de oportunidad

permitiendo la implementación de estrategias y tácticas para lograr un plan de comunicación formal, oportuno y productivo.

2.6 PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro público objetivo es el personal que labora directamente en YONUSA, sin dirigirnos a un área en específico ya que se entrevistará a personal administrativo y operativo, esto es con la finalidad de obtener equidad en los resultados.

Esta investigación no contempla la opinión del área directiva con el fin de obtener información lo más confiable posible.

2.7 HIPÓTESIS

Ho: Actualmente YONUSA no cuenta con un plan de comunicación interna que cree un compromiso por parte del personal.

Hi: Actualmente YONUSA no cuenta con un plan de comunicación interna por lo tanto, no existe un compromiso total por parte del personal.

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

DEPENDIENTE: Actitudes, Estrategias y Objetivos.

INDEPENDIENTE: Comunicación.

2.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación formal de tipo cuantitativa y cualitativa, será aplicada por medio de una encuesta conformada por un cuestionario estructurado en su mayoría por preguntas cerradas obteniendo con esto, información específica, medible y de fácil interpretación.

Esta investigación se aplicará dentro de la empresa debido a que nuestro público es interno, por tanto no existe la necesidad de contratar un asesor externo. La encuesta está dividida en:

- Conocimiento de la empresa
- Nivel de Motivación y Pertenencia

2.9 DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA

Debido a que el tamaño de nuestro universo es mínimo se ha considerado aplicar un censo en lugar de tomar una muestra representativa del universo, es decir aplicaremos el cuestionario al total de colaboradores que trabajan en la empresa, esto es con el fin de obtener datos más precisos.

2.10 CUESTIONARIO

Buen día se esta realizando una investigación cuyo objetivo es conocer la comunicación interna de YONUSA, podría contestarnos las siguientes preguntas.

Edad: _____

Antigüedad en el puesto: _____

Puesto o actividad que desempeña: _____

1. ¿Conoce la misión de la empresa?

a) Si b) No

2. ¿Conoce la visión de la empresa?

a) Si b) No

3. ¿Conoce los objetivos de la empresa?

a) Si b) No (Pasar a la pregunta 5)

4. ¿Se siente comprometido con los objetivos de la empresa?

a) Si b) No

5. ¿Se considera parte de la empresa?

a) Si b) No

6. ¿Cómo es su ambiente de trabajo?

- a) Agradable b) Regular c) Desagradable

7. ¿Qué actividades crees que ayudarían a mejorar tu ambiente laboral?

- a) Deportivas b) Culturales c) Sociales
d) Otras _____

8. ¿La empresa reconoce tus logros?(Si su respuesta es Nunca pasar a la pregunta 10)

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Nunca

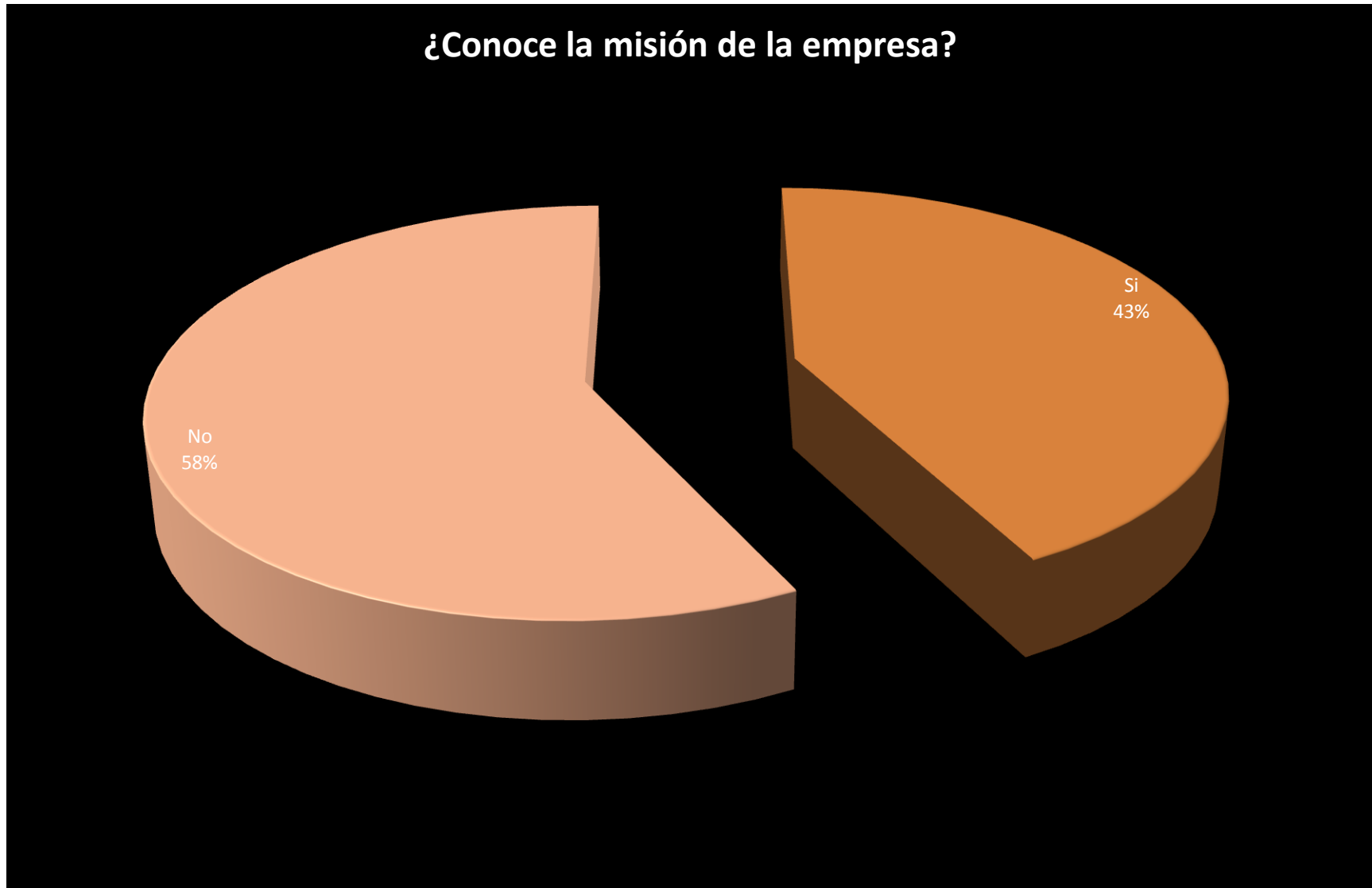
9. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza la empresa para reconocer tus logros?

- a) Cartas personales b) Reconocimientos Impresos
c) Felicitación verbal por tu jefe d) Premios
e) Correo electrónico
g) Otro _____

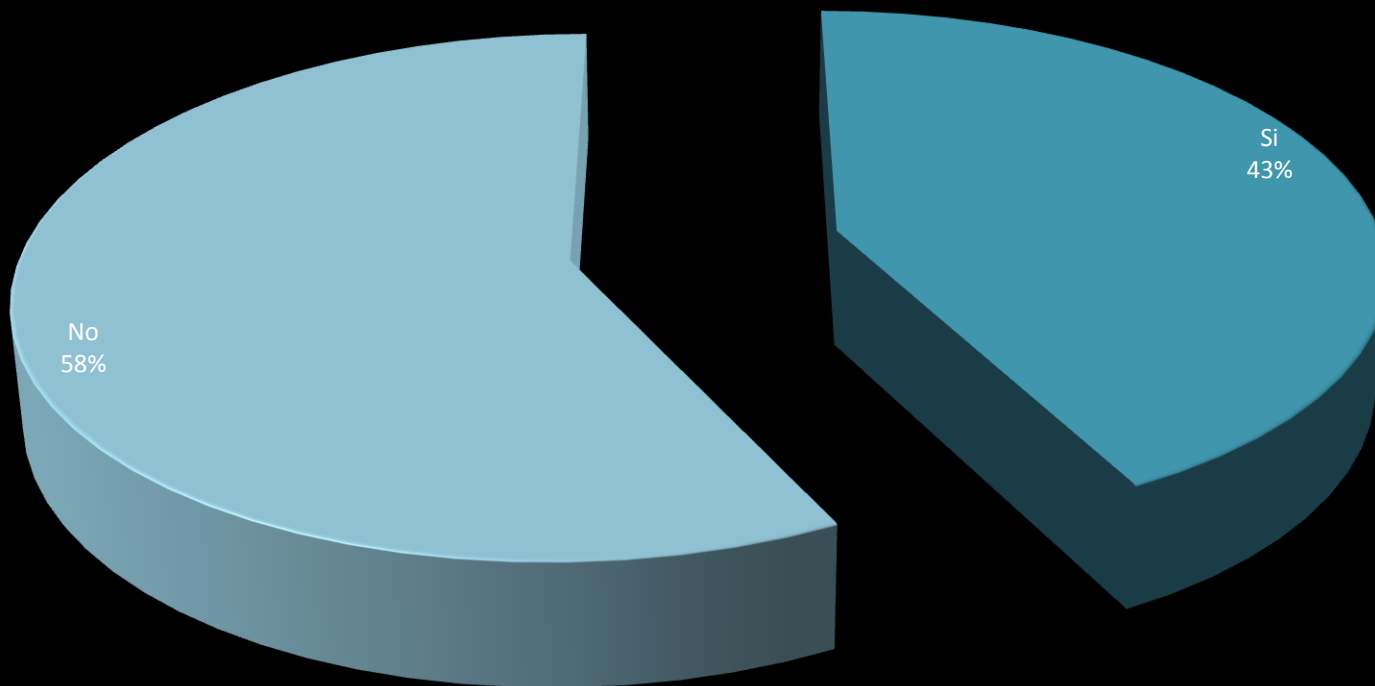
10. ¿Cómo te enteras de las novedades que surgen dentro de la organización tales como; Nuevos productos, cambios laborales, situación financiera?

11. ¿Crees que el medio utilizado es el adecuado?
- a) Si b)No Porque_____
-
12. Consideras correcta y completa la información organizacional que te ofrece la empresa
- a) Si b)No Porque_____
-
13. Como evaluarías a la empresa en una escala de:
- a) Excelente b) Muy buena c) Buena
- d) Regular e) Mala f) Muy mala g) Pésima

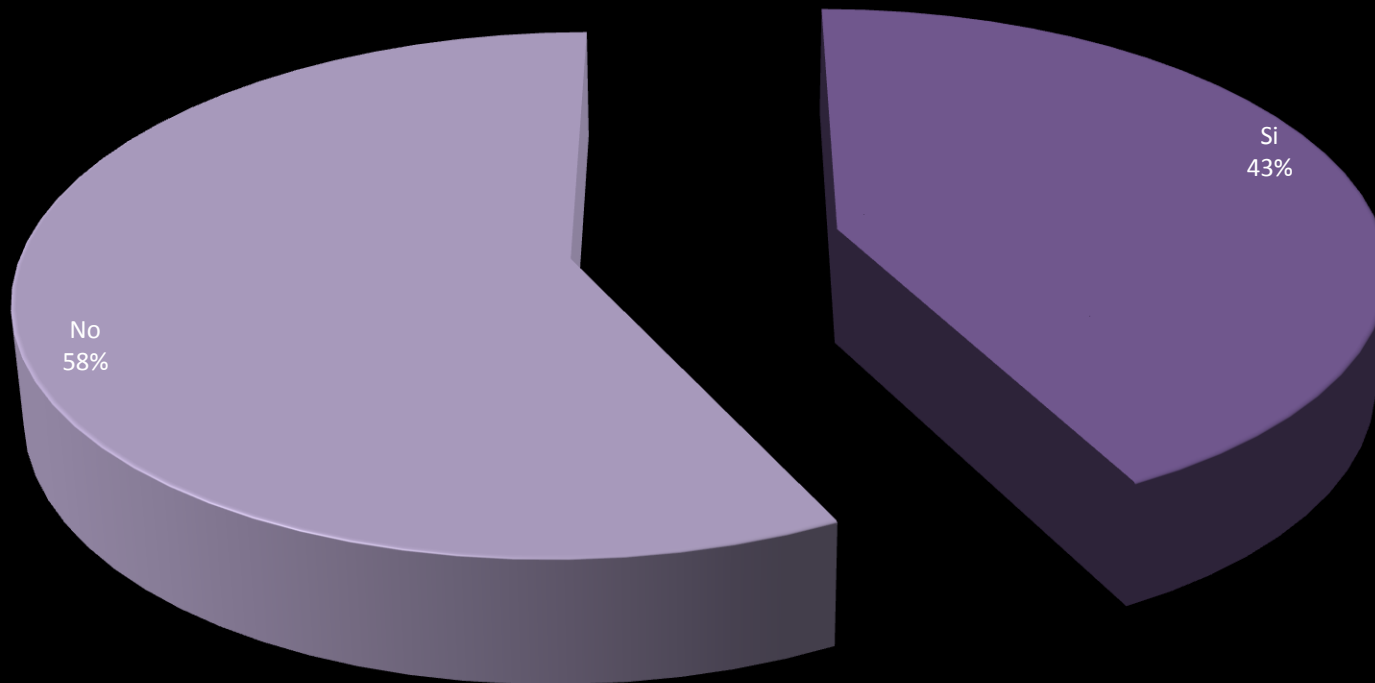
2.11 GRÁFICAS



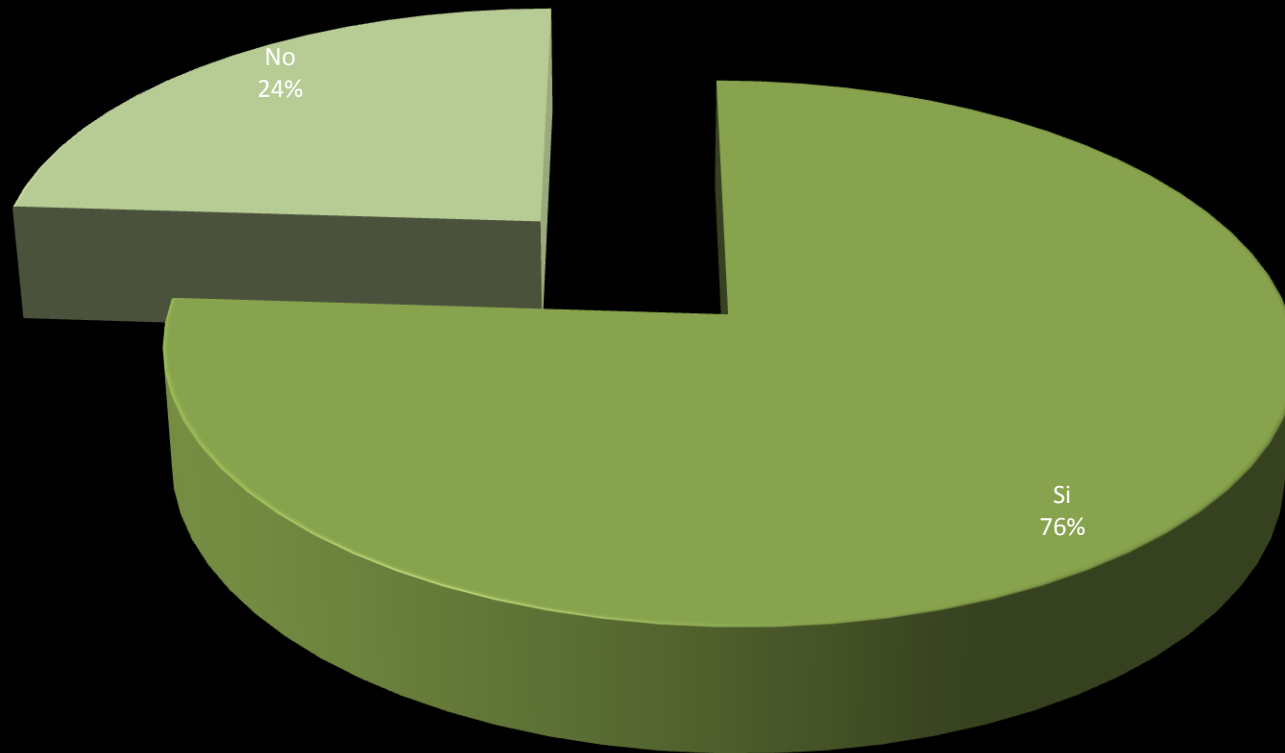
¿Conoce la visión de la empresa?



¿Conoce los objetivos de la empresa?

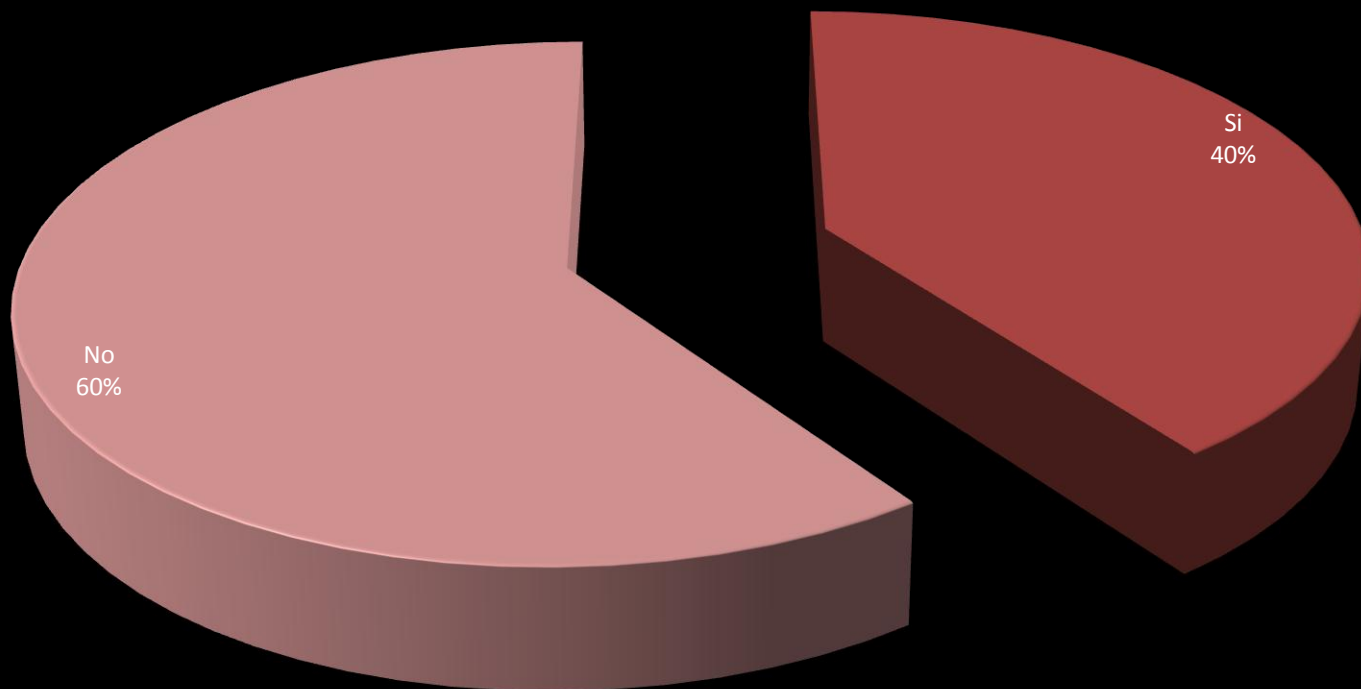


¿Se siente comprometido con los objetivos de la empresa?

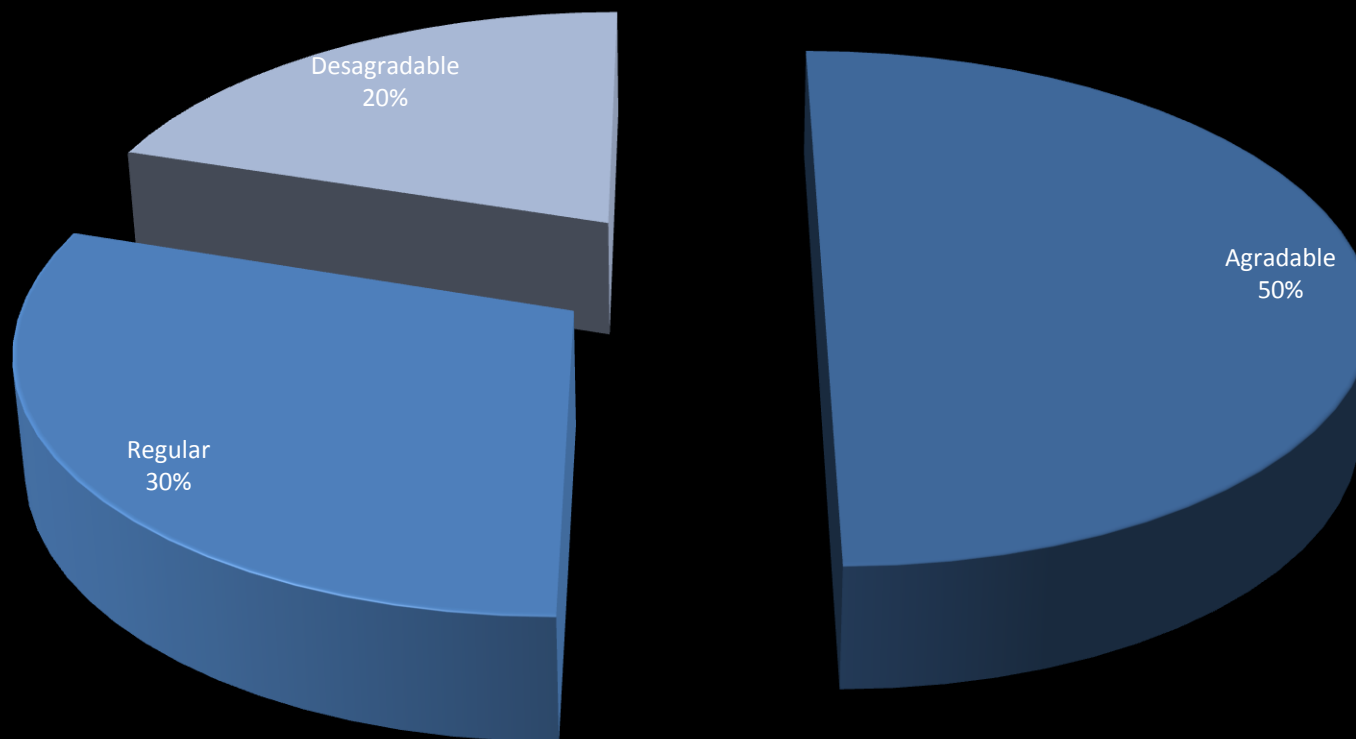


Estos resultados se obtuvieron de la respuesta anterior afirmativa tomandola como el 100%, ya que los que respondieron negativamente pasaron a la pregunta número 5.

¿Se considera parte de la empresa?

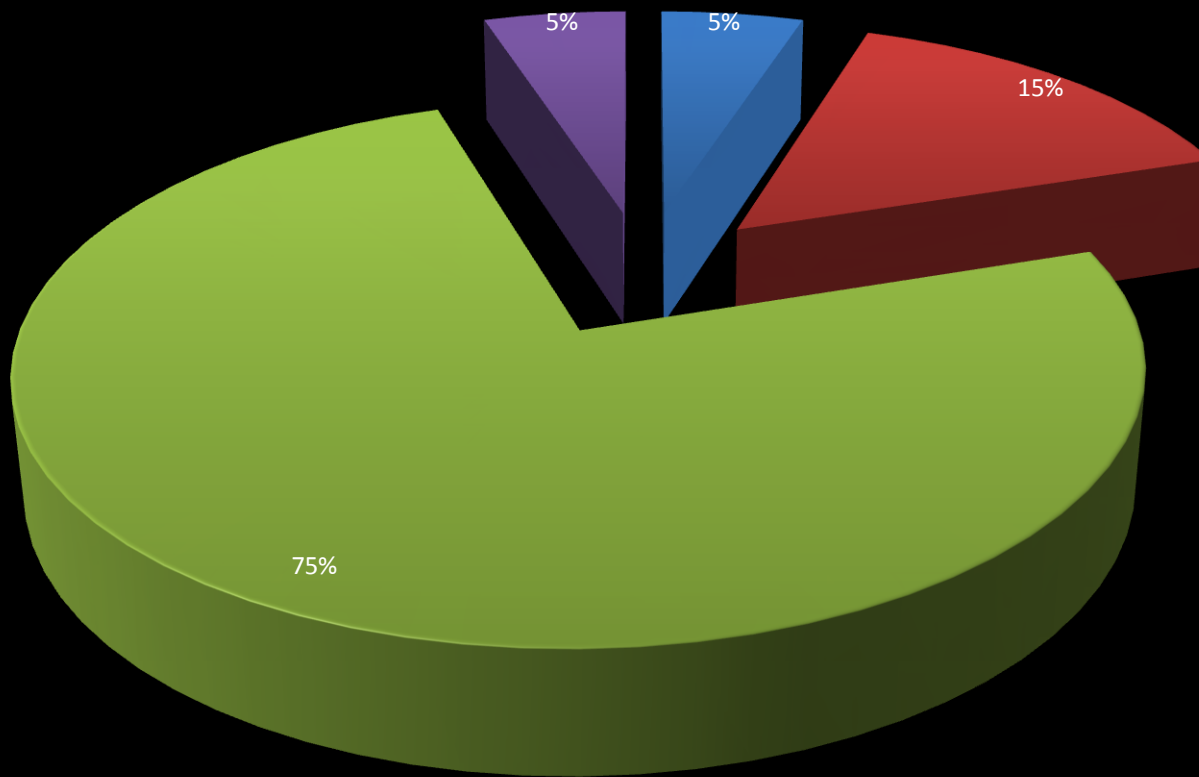


¿Cómo es su ambiente de trabajo?



¿Qué actividades crees que ayudarían a mejorar tu ambiente laboral?

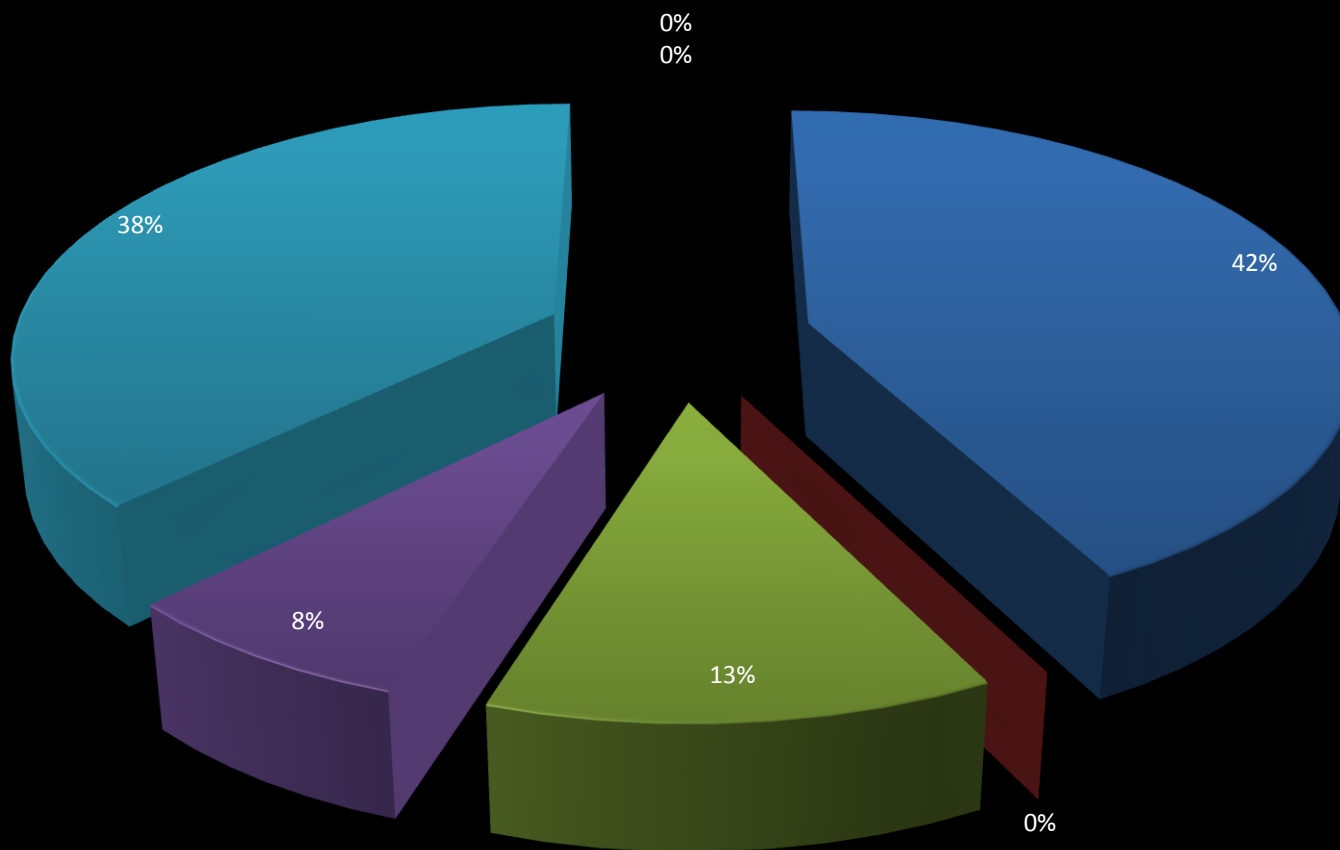
■ Deportivas
 ■ Culturales
 ■ Sociales
 ■ Otros: Union de áreas





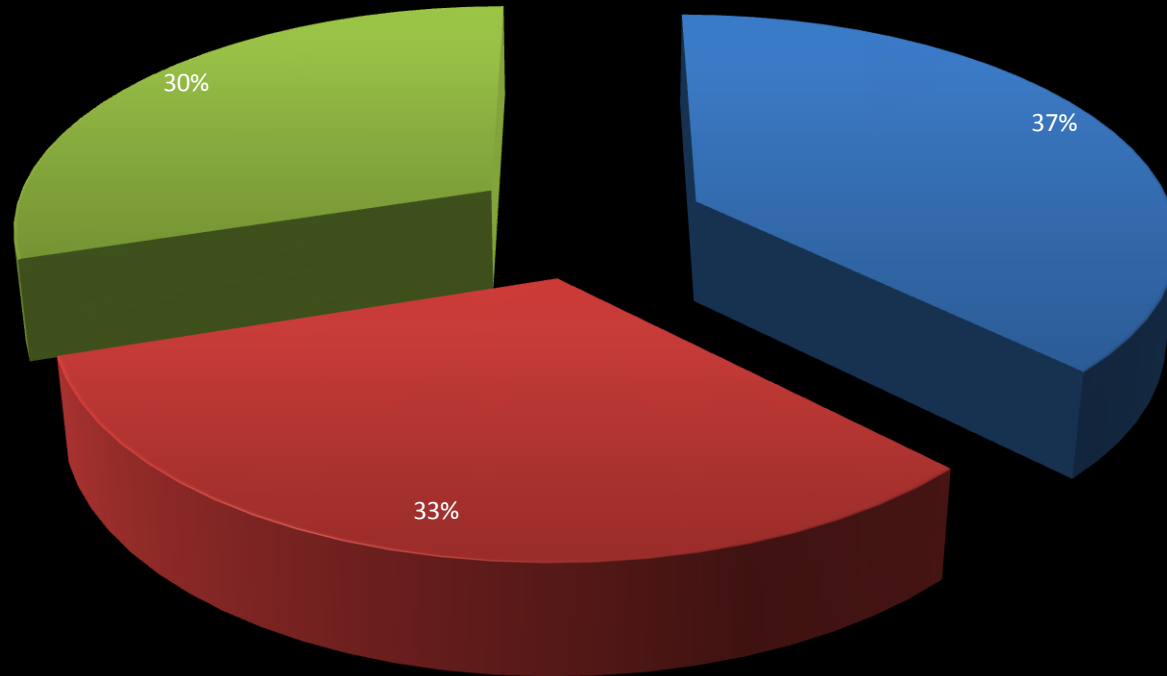
¿Cuál de los siguientes medios utiliza la empresa para reconocer tus logros?

■ Cartas personales
 ■ Reconocimientos impresos
 ■ Felicitación verbal por tu jefe
 ■ Premios
 ■ Correo electrónico
 ■ Otro

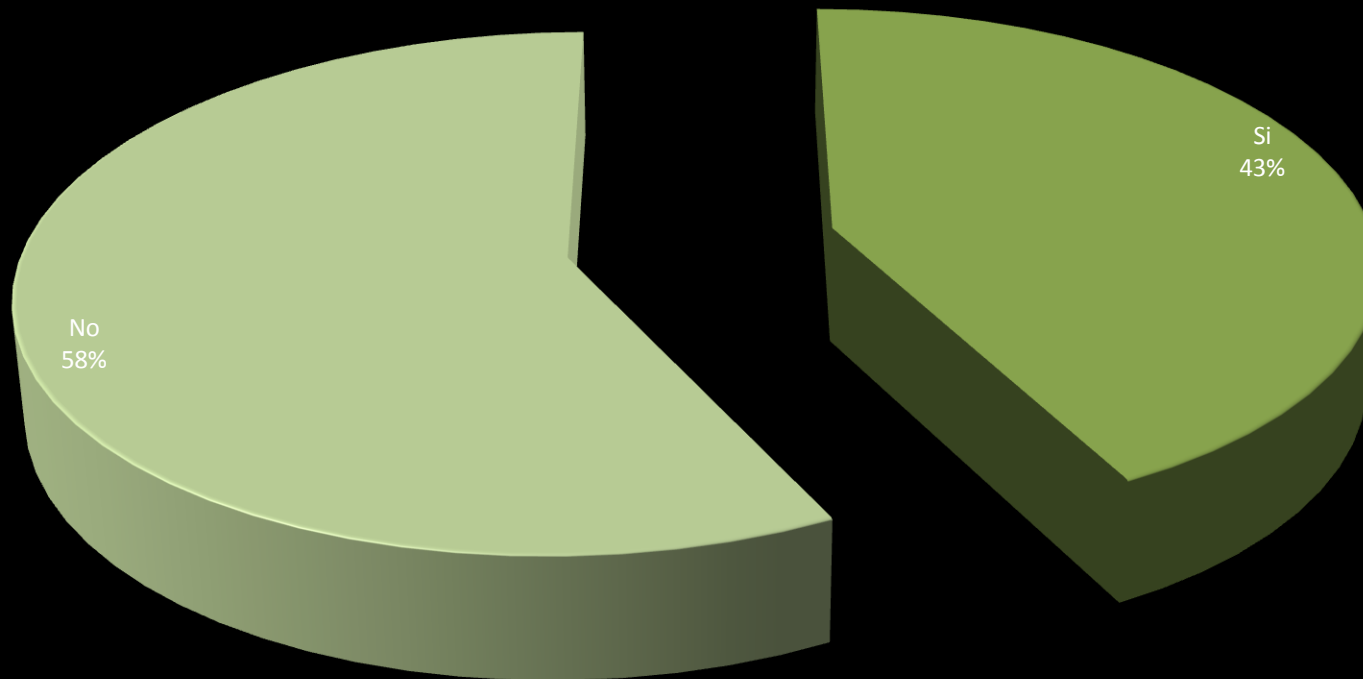


¿Cómo te enteras de las novedades que surgen dentro de la organización?

■ Juntas/Reuniones informativas
 ■ Información por parte del jefe de área
 ■ Información por parte de compañeros de área u otras áreas

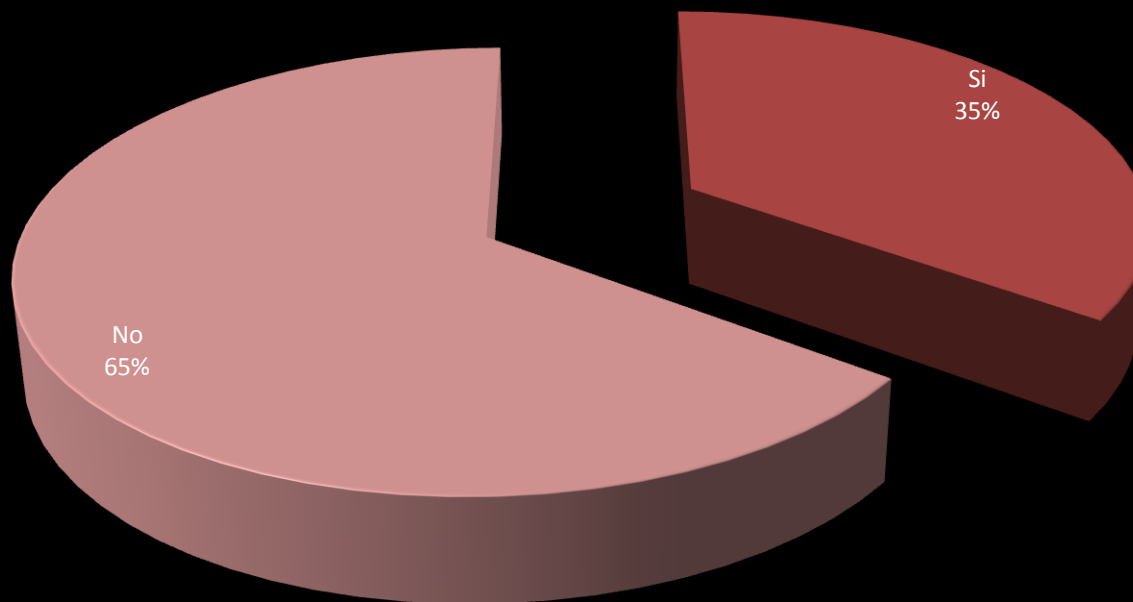


¿Crees que el medio utilizado es el adecuado?



El resultado de las respuestas negativas fue arrojado por medio del porque: Excluyen información con un 22%. La información no es del todo verdadera con un 78%.

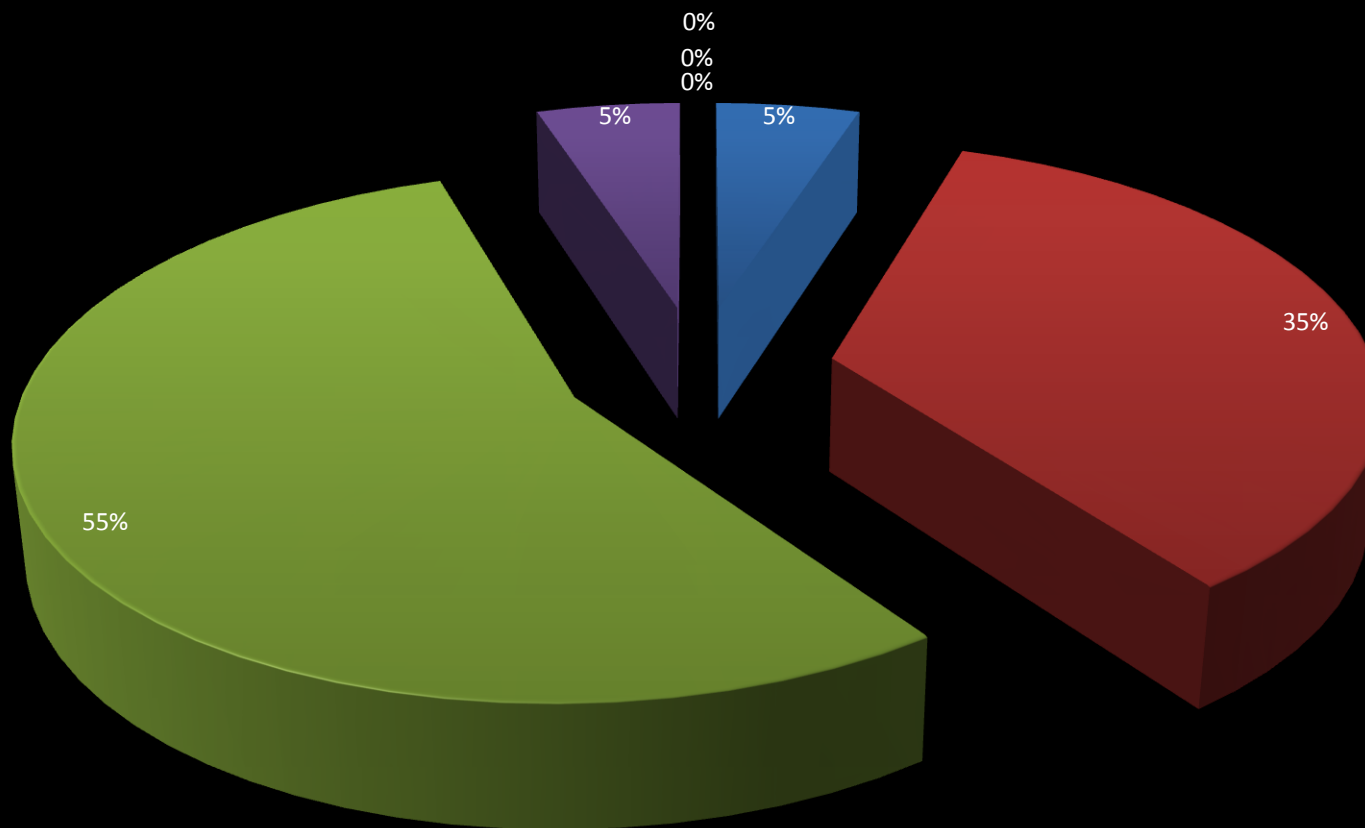
¿Consideras correcta y completa la información organizacional que te ofrece la empresa?



El resultado de la respuesta negativa fue arrojado del porque:
 La información es insuficiente 65%.
 No llega en tiempo 35%.

Como evaluarías a la empresa en una escala de:

■ Excelente
 ■ Muy buena
 ■ Buena
 ■ Regular
 ■ Mala
 ■ Muy mala
 ■ Pésima



2.12 REPORTE DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los datos obtenidos por medio de la investigación se identificó claramente que el personal necesita que se le proporcione más y mejor comunicación para asegurar que todos los miembros de la organización mantengan un buen nivel de conocimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa.

YONUSA es una empresa que no se preocupa en reconocer los logros de sus empleados utilizando medios formales como son la carta personalizada ni tampoco el reconocimiento impreso expedido por la dirección general, tácticas muy importantes, que motivan en su mayoría los trabajadores.

Los resultados muestran que una de las actividades más relevantes que se debe considerar para la integración del personal hacia un adecuado ambiente laboral es la implementación de actividades sociales.

Se identificó que los medios que la empresa debe implementar debido a que son los más utilizados por las organizaciones, para establecer la difusión de información son, la carta personalizada, correo electrónico, premios en especie y como medios informales la felicitación verbal del jefe directo.

Los niveles de compromiso que se reflejaron durante el estudio nos indican que el personal se encuentra comprometido con los objetivos de la empresa, sin embargo es importante destacar que existe personal que no se considera parte de la compañía.

En cuanto a la percepción del ambiente de trabajo, un gran porcentaje coinciden en que se encuentran en una empresa segura y confiable con un agradable entorno laboral.

2.13 CONCLUSIONES

Con base a la información obtenida y a los resultados arrojados por este estudio se han hecho las siguientes conclusiones.

Los indicadores muestran que la información que surge dentro de la organización no es correcta y se proporciona de forma incompleta además que los medios utilizados para transmitir la información no son los adecuados, sin embargo el personal percibe que YONUSA es una empresa estable, donde pueden seguir laborando.

De acuerdo con la investigación realizada se detectó que es necesario integrar una mejor y más adecuada comunicación interna, para crear actitudes positivas dentro del personal enfocándose al desarrollo de la empresa lo que ofrecerá áreas de oportunidad y crecimiento, por medio de un plan de relaciones publicas estratégicas.

3. PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS

3.1 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS

3.2 OBJETIVO GENERAL

Implementar los medios adecuados para llevar a cabo una óptima comunicación interna, logrando con esto un total compromiso por parte del personal.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un plan de medios de comunicación interna para lograr un ambiente de trabajo adecuado.
- Mantener una comunicación bidireccional con el personal de la empresa.
- Aumentar el nivel de confianza de los trabajadores hacia la empresa.
- Inducir una actitud positiva en los trabajadores mediante motivaciones y reconocimientos.

3.4 PERIÓDICO MURAL

ESTRATEGIA

Se pretende establecer un canal de comunicación directo, promoviendo la comunicación e integración de los empleados de YONUSA.

TÁCTICA

El mural por ser un medio de comunicación más directo para el público interno permitirá dar a conocer información y/o sucesos relevantes de último momento; así como un medio de expresión y propuesta.

Se establecerá un periódico mural en el acceso de entrada para los trabajadores. Este estará a cargo de un comité editorial que se conformará por un colaborador de cada departamento, desde su planeación, producción y evaluación. La decoración de este será de acuerdo a la época, temporada o festividad durante el año, según lo decida el área administrativa en el mes correspondiente.

PROCEDIMIENTO PARA PREPARAR EL PERIÓDICO MURAL DE YONUSA

- El mural debe ser unificado en dimensiones, medida, altura de piso, y material (este podrá ser elegido y seleccionado por el comité en cuestión).
- Evitar que los murales se queden con espacios vacíos.
- Cada mural debe contar con el logo de YONUSA y secciones fijas.
- El formato de colocación que se siga deberá ser limpio, claro, y visualmente atractivo.
- Los contenidos mensuales contendrán información en general así como información acerca de cursos de capacitación, integración, innovación y regulación que ocurran dentro de YONUSA.

PRODUCCIÓN

- Deberá colocarse el logo de YONUSA en la parte superior.
- Se podrá recurrir a imágenes, recortes, materiales didácticos, memorándum ,graficas, entre otros que permitan complementar y dar una mejor información a los lectores
- El mural estará dividido en secciones de acuerdo a lo programado durante la quincena.

PERIODICIDAD: Quincenal

DEPARTAMENTO ENCARGADO: Comité editorial integrado por un colaborador de cada departamento, designado por el jefe directo.

EVENTOS QUE SE COLOCARAN DENTRO DEL MURAL

SECCIONES	DESCRIPCIÓN
Onomástico	Se mencionará fecha y nombre de los empleados que cumplan años en el transcurso de la quincena.
Efemérides	Fechas y eventos relevantes.
¿Sabías Qué?	Información acerca de temas de interés.
Información general de YONUSA	Acerca de nuevos productos, eventos, capacitación, y sucesos relevantes de la empresa.
Nuevas contrataciones	Empleados de nuevo ingreso en YONUSA.

Checar anexo 1

3.5 CARTAS PERSONALES

ESTRATEGIA

Implantar una cultura de reconocimiento.

TÁCTICA

Se entregarán cartas personales a los colaboradores con la finalidad de reconocer los esfuerzos realizados, la productividad, un objetivo cumplido y antigüedad.

Reforzando los valores de la empresa para la motivación constante del personal logrando que el empleado sienta que su participación es valiosa dentro de la empresa. Las cartas personales estarán firmadas de forma autógrafa por el director general de YONUSA.

VENTAJAS

- Desarrollo de un vínculo empleado-empresa
- Reconoce el comportamiento y desempeño de los empleados con el efecto de ampliar los niveles de satisfacción y retención, mejorar la rentabilidad y productividad de toda a la empresa a todos los niveles y a un bajo costo

PERIODICIDAD: Las cartas personales serán expedidas de acuerdo a las diferentes acciones, actividades y etapas en que se programen los procesos por los cuales se otorgara el reconocimiento impreso a los empleados

DEPARTAMENTO ENCARGADO

Área administrativa contable a cargo de C.P Ivonne Domínguez

Checar anexo 2

3.6 DIPLOMA

ESTRATEGIA

Propiciar la participación y el buen desempeño de los colaboradores.

TÁCTICA

Se entregarán diplomas a los colaboradores por cumplimiento de objetivos y cursos de actualización que se lleven a cabo dentro y fuera de la empresa, con la finalidad de tomar en cuenta su participación y desempeño en las actividades.

El diploma estará firmado de manera autógrafa por el director general de YONUSA.

PERIODICIDAD: Se entregarán los diplomas al término de cada curso siempre y cuando su desempeño haya sido relevante, y por el cumplimiento de objetivos asignados por su área.

DEPARTAMENTO ENCARGADO

Área administrativa contable a cargo de C.P Ivonne Domínguez

Checar anexo 3

3.7 BOLETÍN INFORMATIVO

ESTRATEGIA

Fomentar el interés con el personal hacia la empresa y cultura general mediante el hábito de lectura.

TÁCTICA

Se propone utilizar un boletín informativo con el nombre COLABORADOR-YONUSA, se pretende que sea una herramienta que tenga como propósito mantener un vínculo con los trabajadores, el boletín será impreso en papel bond blanco a 4 tintas con una medida de 21.59 x 27.94 cm, se elaborara en una hoja por anverso y reverso. La portada contendrá el nombre del boletín, fecha, año, y número.

El contenido del boletín estará dividido en las siguientes secciones:

SECCIONES	DESCRIPCIÓN
Artículo principal	Información referente a estructura de la organización.
Artículo secundario	Noticias que se generen con relación a la empresa.
Artículo informativo	Información adicional de utilidad para los empleados.

PERIODICIDAD: Mensual

DEPARTAMENTO ENCARGADO: Comité editorial integrado por un colaborador de cada departamento, designado por el jefe directo.

TIRAJE: 50 Ejemplares.

Checar anexo 4

3.8 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE RELACIONES PÚBLICAS EXTERNAS

En YONUSA preocupados por la comunidad y el ambiente que le rodea ha implementado estrategias de relaciones públicas con el fin de ayudar a la comunidad, brindará ayuda para pintar la escuela Isidro Fabela ya que las instalaciones exteriores están deterioradas por factores como el clima y grafiteros.

3.9 OBJETIVO GENERAL

Crear buenas relaciones con la comunidad que rodea a la empresa, logrando con esto una buena convivencia y por tanto el desarrollo de ambas partes.

3.10 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Apoyar al desarrollo de la sociedad.
- Mejorar la imagen de la empresa ante la comunidad vecina.

3.11 YONUSA CUIDA TU ESCUELA

ESTRATEGIA

Se llevará a cabo una campaña de mantenimiento a la escuela Isidro Fabela, esto es con el fin de ayudar a que los estudiantes de la comunidad tengan un centro de estudio con instalaciones adecuadas.

TÁCTICA

El área administrativa contable de YONUSA se encargará de organizar a los padres de familia de la escuela Isidro Fabela así como de proveer la pintura necesaria 2 veces al año para pintar el exterior de las instalaciones de la escuela llevándose a cabo en los meses de Enero

y Agosto, ya que son los meses en los que los estudiantes regresan a clases y YONUSA se preocupa por el bienestar de los niños y de la comunidad.

También se proporcionarán botes de basura y se organizarán campañas de limpieza con los padres de familia, esta actividad se llevará en la misma fecha.

PERIODICIDAD: Se realizará en los meses de Enero y Agosto.
Checar anexo 5

3.12 ADOPTA UN ÁRBOL, ILUMINA TU CAMINO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS

ESTRATEGIA:

La empresa creará un plan ecológico dirigido al público exterior donde se donarán árboles así como lámparas inteligentes al parque Naucalli ubicado en el municipio de Naucalpan de Juárez, con el fin de fomentar una conciencia ecológica en los habitantes de la comunidad.

TÁCTICA:

YONUSA contribuirá al mejoramiento de su Municipio realizando la campaña "Adopta un árbol, ilumina tu camino", se donarán 60 arboles y 60 lámparas, durante la campaña se pedirá el apoyo de la comunidad para asistir un sábado de cada mes para poder realizar la plantación de los arboles y se pedirá a los técnicos de YONUSA capacitar a los voluntarios para la instalación de las lámparas.

PERIODICIDAD: Se realizará cada año durante los meses de Marzo, Abril y Mayo.

Checar anexo 6.

3.13 CRONOGRAMA

Evento	Medios	Año 2009-2010												
		Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
TÁCTICAS INTERNAS														
Onomástico	P. Mural													
Nuevas contrataciones	P. Mural													
Efemérides	P. Mural													
Información adicional	Mural, boletín													
Información YONUSA	Mural, boletín													
Reconocimiento a colaboradores	Diploma				E	V	E	N	T	U	A	L		
Reconocimiento a colaboradores	Cartas personales				E	V	E	N	T	U	A	L		
MEDIOS														
BOLETÍN														
PERIÓDICO MURAL														

TÁCTICAS EXTERNAS	Año 2009-2010												
	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
YONUSA cuida tu escuela(pintura)													
Mantenimiento (botes de basura, escobas)													
Adopta un árbol, ilumina tu camino													

3.14 PRESUPUESTO

PRESUPUESTO				
Actividad	Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Neto
Cartas Personalizadas	200	Hojas de Papel bond tamaño carta	\$0.30	\$60.00
Diplomas Impresos	150	Hojas de papel opalina brillante	\$1.20	\$180.00
Periodico Mural (Materiales)	24	Actualización de Materiales quincenalmente	\$100.00	\$2,400.00
Boletin Interno	480	Boletín impreso a todo color t/carta	\$6.00	\$2,880.00
Campaña Yonusa cuida tu escuela	20	Cubetas de 20 Lts. pintura para exteriores	\$80.00	\$1,600.00
Campaña Yonusa cuida tu escuela	10	Botes de basura	\$120.00	\$1,200.00
Campaña salva un arbol	60	Arboles para sembrar	\$4.00	\$240.00
Luminarias ahorradoras para exteriores	60	Luminarias ahorradoras para exteriores	\$5.00	\$300.00
Total				\$8,860.00

PRESUPUESTO GENERAL	
Tàcticas Internas	\$5,520
Tàcticas Externas	\$3,340
Total	\$8,860

ANEXO

YONUSA

DICIEMBRE

EFEMERIDES

- 1º DÍA INTERNACIONAL DEL SIDA
- 12-DIC-1531 LA VIRGEN DE GPE. SE APARECE ANTE JUAN DIEGO
- 25-DIC-337 1RA VEZ QUE SE CELEBRA LA NAVIDAD EL 25 DE DICIEMBRE.



EL MES ANTERIOR EN YONUSA CUMPLIMOS NUESTROS OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN 3 DÍAS ANTES DE LA FECHA LÍMITE.

BIENVENIDOS:

- DEPTO. DE PRODUCCIÓN
OSCAR QUINTANA NUÑEZ
- DEPTO. DE COMPRAS
CARLOS MARQUEZ SANCHEZ

CUMPLEAÑOS DEL MES

- 3-DIC JUAN RAMON GODINEZ
- 12-DIC IVETTE MANRIQUE AYALA
- 31-DIC SILVESTRE MORÁN



SABÍAS QUE?

- EL ENCENDEDOR FUE INVENTADO ANTES QUE EL CERILLO
- LOS KOALAS PUEDEN VIVIR TODA SU VIDA SIN TOMAR AGUA.
- LOS COCODRILOS PUEDEN COMER UNA SOLA VEZ AL AÑO.



ANEXO 2



México, D. F. a 25 de Julio de 2009.

Distinguido Ing. Sergio Hernández:

Me contacto con Ud. para expresarle a nombre de Yonusa nuestro más sincero reconocimiento sobre su desempeño laboral en el departamento de soporte técnico por lo cuál tenemos el honor de informarle que ha sido nombrado Gerente de Soporte Técnico a nivel nacional.

Enhorabuena reciba nuestras más sinceras felicitaciones por su logro, reciba un cordial saludo usted y su apreciable familia.

Ing. Samuel Nurko J.

Director General.

Calle 3 No.55 San Francisco Cuautlalpan Naucalpan, Edo. De Mex. Tel: 5358-0796,
5358-0783 5359-4129 Fax: (+55) 5358-0796

ANEXO 3



DIPLOMA

Otorgado a: _____

Por su brillante colaboración para el cumplimiento de objetivos de YONUSA en el mes de Diciembre.

Samuel Nurko
Director General

ANEXO 4



LLEGO LA NAVIDAD A YONUSA.

YONUSA S.A. de C.V.

Volumen 1, nº 1
DICIEMBRE 2009

ACERCA DE YONUSA

ANTECEDENTES.

Yonusa fue fundada en 1985 con la intención de satisfacer las necesidades de la industria de la seguridad, enfocado principalmente en sistemas de electrificación de cercas para la protección de perímetros tanto residenciales, como industriales y comerciales.

El desarrollo de los equipos de electrificación fue, y seguirá siendo, influenciada por la más alta tecnología Israelí, diseñada

en las dimensiones, peso y resistencia promedio de un ser humano.

Asimismo Yonusa completó las necesidades periféricas de protección para sistemas de seguridad como son fuentes de poder desde 1.5amp., hasta las capacidades necesarias solicitadas de switcheo y análogas, así como transformadores de varios voltajes (9,12,16,24) en (20, 60, 150 y 500) watts. Hoy en día Yonusa cubre aproximadamente el 72% de la República Mexicana

y exporta sus productos a diversos países de la Unión Americana, Centro el Caribe y América del Sur.

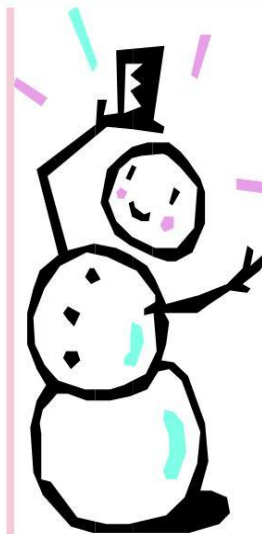
Nuestra preocupación fundamental es la calidad de los productos así como la seguridad y satisfacción de nuestros clientes, tomando en cuenta la gran importancia que representa el servicio y la puntualidad de nuestras entregas. Acérquese a Yonusa, recibirá las soluciones a sus problemas y encontrará un amigo.

Yonusa en Oaxtepec, Morelos

El pasado mes de Julio se llevó a cabo con gran éxito el curso de Team Building impartido por el Psicólogo Héctor Rodea

en las instalaciones del Hotel Ex-Hacienda de Temixco, con el fin de lograr la integración de todo el personal de todos

los departamentos que integran YONUSA.



Puntos de interés especial:

- *El llegar temprano te beneficia con un bono de puntualidad.*
- *Nosotros cubrimos tu cuota del seguro social.*
- *Por ley tienes derecho al infonavit.*
- *Toma los cuidados necesarios contra la influenza AH1N1*



YONUSA S.A. de C.V.

Calle 3 No.55 Frac. San Francisco Cuautlalpan 53569 Naucalpan, Edo. De México

Teléfono: 53580783, 53594129

Fax: 53580796

Correo: yonusa@att.net.mx



OBJETIVO

En YONUSA tenemos como objetivo el satisfacer las necesidades de seguridad en la industria, enfocándonos en sistemas de electrificación de cercas para la protección de perímetros, tanto residenciales, como industriales y comerciales.

OBESIDAD

La **obesidad** es la enfermedad en la cual las reservas naturales de energía, almacenadas en el tejido adiposo de los humanos y otros mamíferos, se incrementa hasta un punto donde está asociado con ciertas condiciones de salud o un incremento de la mortalidad. Está caracterizada por un índice de masa corporal o IMC aumentado (mayor o igual a 30). Forma parte del síndrome metabólico. Es un factor de riesgo conocido para enfermedades crónicas como enfermedades cardíacas, diabetes, hipertensión arterial, ictus y algunas formas de cáncer. La evidencia sugiere que se trata de una enfermedad con origen multifactorial: genético, ambiental, psicológico entre otros. Se caracteri-

za por la acumulación excesiva de grasa en el cuerpo, hipertrofia general del tejido adiposo.

Es una enfermedad crónica originada por muchas causas y con numerosas complicaciones, la obesidad se caracteriza por el exceso de grasa en el organismo y se presenta cuando el índice de masa corporal en el adulto es mayor de 30 kg/m² según la OMS (Organización Mundial para la Salud).

Anteriormente se consideraba a la persona con sobrepeso como una persona que gozaba de buena salud, sin embargo ahora se sabe que la obesidad tiene múltiples consecuencias negativas en salud. Actualmente se acepta que la obesidad es factor causal de otras

enfermedades como lo son los padecimientos cardiovasculares, dermatológicos, gastrointestinales, diabéticos, osteoarticulares, etc.

El primer paso para saber si existe obesidad o no, es conocer el índice de masa corporal (IMC), lo que se obtiene haciendo un cálculo entre la estatura y el peso del individuo y éste elevado al cuadrado.



ANEXO 5



ANEXO 6

