



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y MULTIMEDIA

TEMA: Elaboración de un video corporativo informativo enfocado al manual de servicio de la
empresa Mishan Service

AUTOR: Raúl Fernando Melo Cisneros

TUTOR: Ing. Andrés Tobar

ASESOR TÉCNICO: Msc. Gabriela Chávez

AÑO: 2016

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación **“ELABORACIÓN DE UN VIDEO CORPORATIVO INFORMATIVO ENFOCADO AL MANUAL DE SERVICIO DE LA EMPRESA MISHAN SERVICE”**, presentado por el Señor Raúl Fernando Melo Cisneros, estudiante de la Carrera de Producción de Televisión, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de la UNIVERSIDAD ISRAEL designe.

Quito, abril 2016

TUTOR

Firma:

Ing. Andrés Tobar

C.C.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Producción de Televisión , declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Producción de Televisión y Multimedia, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, abril 2016

ESTUDIANTE

Firma:

Raúl Melo

CC: 171491864-4

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la UNIVERSIDAD ISRAEL, aprueban EL Trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, abril 2016

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

FIRMA PRESIDENTE

FIRMA MIEMBRO 1

FIRMA MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A la luz y fuerza de mi vida, Thomas

Amaru, mi amado hijo.

Raúl

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica

Israel por aportarme un valioso conocimiento académico para ser un gran profesional.

Raúl

RESUMEN

El presente proyecto es la elaboración de un video corporativo informativo enfocado al manual de servicio de la empresa Mishan Service. Está escrito en las siguientes etapas: introducción, fundamentos teóricos, investigación, desarrollo del producto, conclusiones, recomendaciones.

El producto contiene el manual de servicio que cada empleado debe conocer para cumplir sus funciones en su área de trabajo, entre los trabajadores seleccionados fueron: camarero, salonero, bodeguero, campamentero y cocinero. El video corporativo informativo se realizó siguiendo los procesos establecidos para el desarrollo de productos audiovisuales.

Las palabras claves utilizadas fueron: comunicación, preproducción, producción, postproducción.

ABSTRACT

This project is the development of an informative corporate video focused on the company Mishan Service. It is written in the following stages: introduction, theoretical foundations, research, product development, conclusions, recommendations.

The product contains the service manual that every employee must know to carry out their functions in their area of work among workers selected were: bellboy, waiter, vintner, cook and camp. The informative corporate video was made following the processes established for the development of audiovisual products.

The keywords used were: communication, preproduction, production, postproduction.

ÍNDICE

I. Introducción.....	1
II. Planteamiento del Problema.....	2
III. Justificación	2
IV. Objetivos.....	3
IV. Objetivo general	3
IV. Objetivos específicos	3
V. Metodología de la Investigación	3
Capítulo I Fundamentos Teóricos.....	5
1.1 Comunicación interna	6
1.2 Comunicación visual.....	7
1.3 Video corporativo. Definición.....	8
1.4 Usos y características del video corporativo	10
1.5 Tipos de videos corporativos.....	11
1.5.1 Video corporativo general o promocional.....	11
1.5.2 Video corporativo específico o comercial	11
1.5.3 Video corporativo informativo	11
1.6 Seguridad industrial.....	12
Capítulo II Investigación.....	14
2.1 Recolección de datos con encuestas y entrevistas.....	14
2.2 Fuentes de información	14
2.3 Métodos de investigación.....	14
2.4 Encuesta	15
2.4.1 Tabulación e interpretación de encuestas	15
2.4.2 Análisis de las encuestas	21
2.5 Entrevistas	22
2.5.1 Interpretación de datos entrevista.....	22
2.6 Conclusiones de la investigación	23
Capítulo III Desarrollo Del Proyecto.....	25
3 Fundamentación del producto.....	25
3.1 Preproducción.....	25
3.1.1 Organización del equipo.....	25

3.1.2 Tratamiento.....	26
3.1.3 Guión Narrativo.....	27
3.1.4 Guión Técnico	33
3.1.5 Presupuesto.....	38
3.1.6 Cronograma	42
3.1.7 Permisos para la producción.....	43
3.1.8 Plan de rodaje	43
3.2 Producción.....	43
3.2.1 Rodaje.....	43
3.3 Postproducción	44
3.3.1 Edición.....	44
3.3.1 Animación	44
3.3.1 Sonorización y musicalización.....	45
IV. Conclusiones y Recomendaciones.....	46
4.1 Conclusiones	46
4.2 Recomendaciones.....	47
V. Bibliografía	48
VI. Anexos	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Guión Técnico	33
Tabla 2: Presupuesto	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1: Tabulación de pregunta 1 de encuesta	15
Gráfica 2: Tabulación de pregunta 2 de encuesta	15
Gráfica 3: Tabulación de pregunta 3 de encuesta	16
Gráfica 4: Tabulación de pregunta 4 de encuesta	17
Gráfica 5: Tabulación de pregunta 5 de encuesta	17
Gráfica 6: Tabulación de pregunta 6 de encuesta	18
Gráfica 7: Tabulación de pregunta 7 de encuesta	19
Gráfica 8: Tabulación de pregunta 8 de encuesta	19
Gráfica 9: Tabulación de pregunta 9 de encuesta	20
Gráfica 10: Tabulación de pregunta 10 de encuesta	21

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cronograma Enero	42
Ilustración 2: Cronograma Febrero	42

I. INTRODUCCIÓN

Mishan Service es una sociedad anónima constituida en el Ecuador desde el 2010. Dedicada a prestar servicios de catering para el área petrolera, cubre además actividades complementarias de alimentación y limpieza en general, en las instalaciones de campamentos base y estaciones industriales y petroleras en el Ecuador.

La empresa cuenta con un personal calificado que cumple con las normas y estándares exigidos en el sector alimenticio y de caterings. Es por ello que en su afán por mantener sus estándares de calidad tanto en la relación con sus clientes como en su propia dinámica interna ha decidido desarrollar un producto piloto que busca convertirse en instrumento de inducción que informa, sobre las principales funciones y las medidas de seguridad que el equipo de operaciones de la empresa debe cumplir y mantener, como característica del profesionalismo en los labores que se llevan a cabo.

El presente documento busca argumentar tal propósito, tanto a partir de un sustento teórico, como del procesamiento y la exposición de la información recogida a través de las entrevistas y encuestas desarrolladas. El documento por lo tanto se divide en tres capítulos principales:

El primero, contiene el sustento teórico del proyecto. Por una parte los conceptos aplicados en comunicación organizacional y por el otro el formato escogido para el producto piloto elaborado. Incluye por lo tanto los conceptos básicos sobre comunicación organizacional y sobre la elaboración del video informativo.

El segundo capítulo, mediante los métodos de investigación planteados por los empleados se puede ver cuáles son las necesidades de los miembros de la empresa en base a las herramientas de comunicación e información sobre sus funciones y procesos de la empresa.

El tercer capítulo es la propuesta del proyecto planteado, donde consta el proceso desarrollado para la elaboración del audiovisual. Cada una de las etapas será recogida de manera que el lector pueda tener una idea clara de las diferentes actividades de un producto audiovisual de calidad.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa tiene una falencia clara en la comunicación interna que maneja con sus empleados y se puede evidenciar que carece de herramientas comunicacionales tanto impresas como audiovisuales que informen a los empleados sobre los lineamientos de seguridad industrial y el manejo de alimentos.

No existe un manual que contenga las diferentes funciones y medidas de seguridad que deben cumplir los miembros de la empresa y que el mismo sea difundido entre ellos. Con el fin de que sepan desarrollar de forma correcta sus actividades e incluso puedan volver a revisar el material en caso de tener alguna duda al respecto.

III. JUSTIFICACIÓN

Partiendo de la problemática que afrontan muchas empresas que se dedican a la prestación de servicios alimenticios se ha tomado en cuenta que una de sus principales falencias está en el funcionamiento interno y en los sistemas de comunicación que deben lograr transmitir a sus empleados.

La propuesta de crear una herramienta comunicacional y audiovisual donde conste el correcto seguimiento de las medidas de seguridad industrial y de las funciones que deben realizar los

trabajadores, mejorando así la comprensión entre los profesionales de las distintas áreas, para que ellos realicen sus labores de una manera más eficiente y segura.

Por esta razón es necesario, buscar nuevas alternativas de comunicación que faciliten los procesos de aprendizaje y estrategias para transmitir de mejor manera la imagen de la organización y los procesos de seguridad, los cuales facilitarán el trabajo del personal.

IV. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

Elaborar un video informativo que comunique las medidas de seguridad y las funciones de cada uno de los empleados.

4.2. Objetivos específicos

1. Elaborar una herramienta de comunicación audiovisual rápida y dinámica, que va ayudar a comunicar los procesos de seguridad de la empresa.
2. Producir un video de inducción que sirva como herramienta para lograr resultados positivos en los procesos de comunicación para informar sobre temas de seguridad industrial y manejo de alimentos.
3. Validar este producto por medio de un especialista en la elaboración de videos informativos y por los empleados de la empresa.

V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de esta tesis se aplicó el método inductivo – deductivo (Galeano, 2004), un método mixto puesto que se utilizaron instrumentos de recolección y procesamiento de la información perteneciente a ambos paradigmas. Tanto para la elaboración del documento como para la confección del producto mismo que se convierte en una de las herramientas que para la

capacitación de los nuevos miembros de Mishan Service y ha sido elaborada también bajo esquemas de análisis de corte cualitativo. La técnica empleada para la obtención de datos estadísticos fue la encuesta personal, mientras que la estrategia comunicacional se hizo en base a la entrevista de profundidad.

CAPITULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

De acuerdo los conceptos y términos que se van a utilizar dentro de nuestra propuesta está el tema de comunicación organizacional, según Caldevilla (2010), es un medio para dar a conocer los procesos internos que tienen las empresas y de igual forma es un nexo de interacción entre los miembros que constituyen la compañía.

Se mencionan aquí tres enfoques, que forman sin embargo, parte de una misma propuesta:

Como proceso social donde la “comunicación organizacional es la unificación de mensajes que se transfieren entre los miembros de una organización y sus diferentes públicos externos.” (Andrade, 2005). Es decir que se concentra en la comunicación organizacional como fenómeno de comunicación propio de las actividades humanas mediadas por alguna forma de organización propia. “Por otra parte, es posible concebirla como una disciplina en la que hablamos de un campo de conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio.” (Andrade, 2005). Entender el fenómeno para poder actuar en él, es uno de los objetivos fundamentales de esta visión cuyo producto son, en parte el conjunto de técnicas actividades, que constituyen el tercer enfoque ya que:

“Los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno” (Andrade, 2005).

Dentro de estos tres paradigmas, la comunicación organizacional tiene que ver con los procesos de comunicación que se da dentro y fuera de una empresa, institución, organización social, entre

otros, pero sobretodo es interesante notar que se encuentran relacionados entre sí. El fenómeno comunicacional permite el desarrollo de la disciplina y la creación de estrategias necesarias para el mejor desenvolvimiento en el área, una vez que esta se convierte en parte activa de una empresa por mencionar el caso.

Hay que tener presente que una empresa es un “órgano de la sociedad que tiene por objetivo primario obtener beneficios” (García, 1998), por lo tanto cuenta con una organización en la gran mayoría de los casos, con una estructura jerárquica y basada en políticas, mandatos, órdenes, reglamentos. La comunicación interna de una empresa se construye considerando las diferencias que se establecen entre los miembros de una organización donde la comunicación en un nivel interpersonal e individual resulta vital ya que ayuda a definir el lugar que cada uno ocupa dentro de la estructura empresarial.

Para llegar a tener efectividad y un buen rendimiento mediante la fluida comunicación se debe tomar en cuenta que la comunicación organizacional busca la forma más eficiente dentro de una organización, para alcanzar los objetivos esperados y proyectar una excelente imagen empresarial. En el caso de la presente investigación, el esfuerzo se concentra en el análisis de lo que se denomina la comunicación interna. (García, 1998)

1.1 Comunicación interna.

La comunicación interna brinda información necesaria para los integrantes de la organización, con el propósito de conseguir un desarrollo en la comunicación para ser más efectiva entre los diferentes departamentos y trabajadores que forman parte de la misma. Crear un ambiente de buenas relaciones, de colaboración entre los empleadores y los empleados es muy importante ya que esto depende en gran medida que las operaciones se lleven a cabo con la mejor predisposición y los mejores resultados.

“La comunicación interna considera dos eventos como principales: de tarea y de relaciones humanas; el primer evento corresponde a las comunicaciones internas rutinarias simples, lógicas, y racionales, directas, concisas, frías y muy previsibles” (García, 1998). En el segundo caso se trata de un intercambio cultural, en el que interviene las actitudes y los valores de cada persona, se trata de “comunicaciones más propias del sistema informal” (García, 1998).

Dentro de los nuevos modelos de comunicación organizacional, están los que buscan que las organizaciones transnacionales cubran “la necesidad de coordinar e integrar las acciones de todas esas unidades a partir del conocimiento de las repercusiones que producen en cada una genera repercusiones de todas las demás” (García, 1998).

Esta propuesta concuerda con la del video, ya que al generalizar la información sobre las funciones de cada miembro, se refuerza la necesidad de asumir las competencias propias con profesionalismo considerando en todo momento que el trabajo de uno afecta al de todos (Fernández, 2007).

Se basa en la idea de que es más fácil fortalecer una cultura de trabajo en equipo, de respeto y solidaridad entre los compañeros de trabajo de manera independiente a la estructura jerárquica dentro de la cual se mueve la organización empresarial.

1.2 Comunicación Visual

Es un sistema que conduce el progreso visual de la organización, esto involucra un conocimiento que va más allá de la teoría de la imagen. Este proceso se ha transformado en una herramienta que busca mantener un orden armonioso entre la cromática, la diagramación de imágenes, la puesta en escena y el lenguaje visual.

La comunicación visual de una empresa, involucra varios procesos para obtener grandes resultados al momento de comunicar un producto corporativo mediante la elaboración gráfica óptima y la integración coherente de la imagen externa e interna de la organización. (Ruiz, 2016).

1.3 Video Corporativo. Definición.

Según Sanchez (2006), el lenguaje audiovisual es un conjunto de códigos visuales y sonoros con los que es posible comunicar mensajes de cualquier índole. Partiendo de esta breve definición el video corporativo que se deriva del género publicitario puede así mismo, tener varios formatos y duraciones dependiendo de la cantidad de información que se precise condensar en el lenguaje audiovisual. Pero en general se prefieren los tiempos más breves. Los capítulos seriados y productos en general más dinámicos y cuya comprensión resulten más fáciles. Es una de las razones por las que para el presente trabajo se escogió el video informativo cuyas características se detallan más adelante.

La comunicación visual corporativa es, el conjunto de herramientas, técnicas, procedimientos y estrategias que sirven para comprender los temas más fundamentales de la identidad de una compañía y de los distintos servicios y productos que ofrecen al consumidor. Por lo general es utilizado como una herramienta de marketing con el fin de consolidar la imagen de la empresa, institución u organización. Se puede entonces llamar video corporativo a cualquier producción referida a instituciones comerciales, industriales, corporativas, políticas, sociales, ONG's, etc., lo que hace que las aplicaciones y formas que pueda llegar a tener este producto pueden variar de diversas maneras. Al respecto Caldevilla (2010), menciona que se trata de un producto que “facilita la actualización de los contenidos y la producción de versiones conservando la calidad del material. Este nuevo modo de recibir el mensaje audiovisual corporativo permite su personalización; el

mensaje se puede ver en cualquier ordenador, es un acto voluntario sin compromisos ningunos” (Caldevilla, 2010).

Esta rama de la producción audiovisual se enfoca en servicios comerciales, industriales e institucionales. Las mismas que están dirigidas por objetivos específicos y con una gran variedad de categorías, les proporciona a las empresas una opción diferente que permite un alcance mayor para condensar más información de una manera amigable y en menor tiempo. Este tipo de audiovisuales potencia la capacidad de comunicación de la empresa a todo nivel, abriendo un abanico de oportunidades que se aplican en todas las áreas de comunicación o donde exista la necesidad de transmitir información de cualquier naturaleza.

La organización, con una identidad ya definida, a través de sus correspondientes estructuras profesionales, elabora un guión audiovisual que es producido y difundido a través de los nuevos medios de comunicación masiva. Este producto va destinado a un público interesado, que tras observarlo, elabora un nuevo concepto partiendo de las percepciones y emociones sentidas y añadiendo su propia experiencia personal con la organización. (Caldevilla, 2010).

Es importante decir que, salvo la determinación de usar “medios de comunicación masiva”, la definición anterior se puede aplicar al producto elaborado para el presente proyecto, ya que aunque se trata de un producto diseñado para una difusión más bien de pequeña escala, busca tal como lo señala la cita, generar empatía en los receptores para generar cambios en los hábitos de comportamiento, cambios de actitudes, etc. Finalmente, hay que decir que las buenas prácticas en la comunicación empresarial pueden mejorar notablemente ciertos procesos comunicacionales con repercusiones en el desempeño laboral, en parte debido a la facilidad con la que se puede transmitir el mensaje a los trabajadores.

1.4 Usos y características del video corporativo

Es una herramienta de apoyo que sirve para consolidar la imagen de la compañía mejorando los procesos internos de sus empleados para ser reflejado en el servicio externo con los clientes.

Actualmente se la considera una importante carta de presentación y sus mensajes pueden incluir: la historia de la organización, sus objetivos, los servicios que brinda, la misión, la visión y como en este caso: una serie de indicaciones para el personal, procedimientos necesarios para el buen desarrollo de las actividades diarias y con las que se espera ayudar al mejoramiento de los servicios que presta la empresa.

Según Rojas (2012), las características del video corporativo son las siguientes:

- Aunque el tiempo debe ser breve y brindar la mayor cantidad de información posible, no existe un exacto que determine al video corporativo. Su duración se encuentra entre los 3 y 10 minutos, dependiendo de los temas que se incluyan y del presupuesto con el que se cuente para su desarrollo.
- Debe resaltar, cuando se requiere, múltiples expresiones y manifestaciones de la realidad de la empresa.
- Se necesita un objetivo o necesidad claro para ser expuesta en el producto audiovisual.
- Se debe tener claro el público objetivo, los lugares de proyección, la calidad de imagen y sonido, ya que de esto dependerán los resultados.
- Es importante crear un vínculo directo, ameno con el público, haciendo que se sienta parte del video y mostrando imágenes interesantes que le puedan servir de aprendizaje.
- Debe tener una secuencia lógica.
- Debe informar, ser interesante y representar a la organización.

- El discurso debe estar bien construido para que se pueda entender de la mejor manera.
- Se puede utilizar diferentes recursos para que el receptor se sienta atraído por el video, así se evita la distracción. (Rojas, 2012)

Mencionar estas características es importante ya que permiten lograr una coherencia entre fondo y forma. Además si el receptor siente que obtuvo un aprendizaje de lo que ha visto, esto quiere decir que el producto audiovisual ha cumplido ya parte de sus objetivos.

1.5 Tipos de videos corporativos

Según Fernández existe tantos tipos de videos corporativos como necesidades de difusión interna y externa pueda tener una organización de cualquier índole, sin embargo se mencionan aquí tres como principales:

1.5.1 Video corporativo general o promocional

Se centra en las posiciones estratégicas de la empresa, está dirigido a un público amplio, por tanto debe contener datos globales de la empresa con los cuales el público pueda tener una idea general de las actividades, servicios, etc., no deberá contener datos específicos, como características de cada producto o servicio, datos estadísticos, proyecciones de ventas y crecimientos, de ser posible, ya que esta información resulta más difícil de digerir por parte de un público no especializado.

Según Alcudía (2011), el video corporativo que se integra en una política global de comunicación e imagen de las empresas e instituciones es un video de presentación de la empresa con información corporativa y formato publicitario.

1.5.2 El video corporativo específico o comercial

También conocido como publrreportaje consiste en la explicación del proceso de elaboración de un producto o de las bondades y beneficios de un servicio, sirve para la comercialización de los productos y servicios de una empresa, pero la misma debe tener imágenes y sonidos de sus instalaciones y el personal y puede incluir entrevistas y otros elementos propios del formato periodístico en articulación con el publicitario. (Talaya, 2008).

1.5.3 El video corporativo informativo

Según Medellín (2005), este tipo de video busca la adaptación del trabajador que se incorpora a la empresa y de la misma manera al ambiente donde este se va a desenvolver. Esto facilita y ayuda a que los trabajadores tanto nuevos como antiguos se identifiquen con la misión, visión y objetivos de la empresa y tengan así una buena relación laboral.

Es importante realizar este trabajo en las empresas para proporcionar al trabajador la información de sus labores y a su vez pueda ser instruido en los procedimientos que va a realizar, los riesgos a los que está expuesto y las medidas de seguridad que debe tomar al momento de realizar el trabajo.

Los beneficiarios de los videos informativos son en primer lugar la empresa, los trabajadores, el público en general y por su puesto los posibles clientes, ya que informa acerca de un sin número de actividades, servicios y otros aspectos relacionados con la empresa o institución. La motivación es uno de los elementos que se busca como resultado de este proceso de comunicación. Lo mismo que se verá reflejado en el accionar del público objetivo, cualquiera que este sea. Es una forma dinámica y eficaz de hacer conocer cualquier mensaje que la empresa quiera dar. Los soportes para comunicar algo ahora son de vital importancia ya que la primera impresión es determinante en la captación de la atención de un cliente o empleado.

1.6 Seguridad industrial

La seguridad industrial dentro de una empresa es la que se encarga de la prevención de accidentes, salvaguardar la integridad física de los empleados y minimizar los riesgos de incidentes dentro del establecimiento; garantizando las condiciones óptimas para que sus trabajadores cumplan de una manera adecuada sus funciones laborales manteniendo un alto nivel de salud para los mismos .

Una de las causas para que existan descuidos, malos procesos y accidentes laborales, es porque los empleados reciben una mala o nula capacitación en normas de seguridad, no obtienen información sobre el equipo de protección personal que deben utilizar para realizar ciertas actividades, además de “una confianza excesiva e irresponsable sobre normas y procesos de trabajo establecidos como seguros, son factores para que los trabajadores incurran en actos inseguros” (Hernández, 2005) causando pérdidas humanas y económicas para la empresa .

Por estas causas la empresa debe invertir en un plan de seguridad utilizando diversos medios de comunicación para que el mensaje sea recibido de una manera óptima por los empleados y que estos a su vez comprendan los riesgos que corren sino acatan estas indicaciones sea en su salud personal o en su puesto laboral. Los conceptos mencionados en seguridad industrial están aplicados al área de empresas dedicadas a la manipulación de alimentos.

CAPÍTULO II.

INVESTIGACIÓN

2.1 Recolección de datos con encuestas y entrevistas

La encuesta es un instrumento altamente usado para investigaciones en diversos campos, puede servir en el contexto de investigaciones de carácter exclusivamente cuantitativo pero también como complemento de investigaciones cuantitativas como es el caso de la presente investigación.

Para el presente estudio se plantea el uso de la investigación descriptiva, con el fin de analizar los problemas de información y comunicación que la empresa tiene.

2.2 Fuentes de información

Fuentes primarias.- Se establece la encuesta personal realizada a las personas que reúnan las condiciones definidas requeridas para ser investigados, es decir empleados y gerentes.

2.3 Métodos de investigación

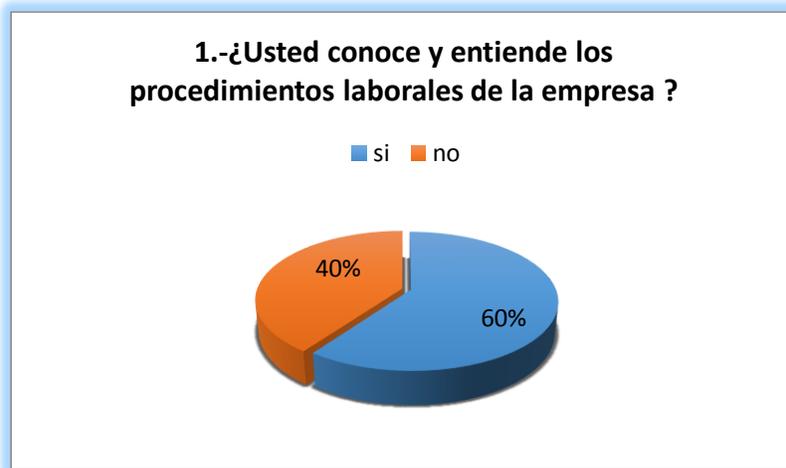
Se emplea el método inductivo porque mediante los datos que arroje la muestra, se tendrá un conocimiento más acertado sobre el estudio, para, de esta manera, establecer conclusiones generales.

El método de análisis se utiliza para identificar características del comportamiento, una vez obtenidos los resultados de la investigación, para tener una visión más clara sobre los problemas que presenta la empresa.

El método de síntesis permite plantear recomendaciones y conclusiones una vez finalizado el análisis de la información recabada en la investigación de campo.

2.4 Encuesta

2.4.1 Tabulación e Interpretación de Encuesta



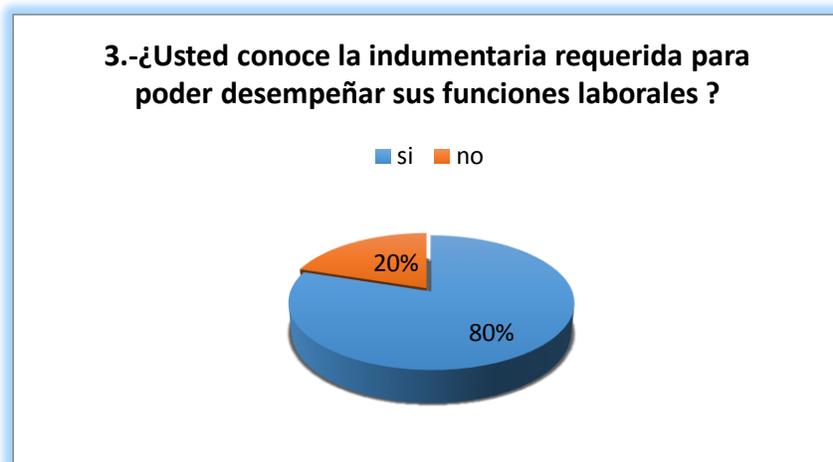
Gráfica 1 : Tabulación de pregunta 1 de encuesta

(1) Interpretación: El 60% de trabajadores tiene conocimiento de los procedimientos que debe realizar, el 40% desconoce sus labores. Se puede ver claramente que un porcentaje considerable de empleados no conocen los procedimientos, con lo que se puede demostrar que hay una deficiencia de comunicación interna sobre los procesos que tiene la empresa, el desconocimiento de los procesos puede afectar en el correcto desenvolvimiento de las funciones de los empleados.



Gráfica 2 : Tabulación de pregunta 2 de encuesta

(2) Interpretación: El 45% tiene la confianza de preguntar sobre sus funciones a sus jefes, el 55% no tiene la confianza necesaria para consultar sus dudas con sus superiores. En la empresa la mitad de los empleados por tema de desconfianza no conocen sus funciones, tomando en cuenta que el conocimiento de sus funciones no debe estar atado a un tema de confianza con su jefe, sino a un proceso que debe ser comunicado de forma clara y formal.



Gráfica 3 : Tabulación de pregunta 3 de encuesta

(3) Interpretación: El 80 % conoce sobre la indumentaria requerida para poder trabajar, el 20% desconoce los implementos y vestuario con los que debe desempeñar sus labores. Ese pequeño porcentaje que tiene desconocimiento puede convertirse en un problema para la empresa porque no están dentro de las medidas de seguridad industrial requeridas.



Gráfica 4 : Tabulación de pregunta 4 de encuesta

(4) Interpretación: El 90 % recibe críticas si su trabajo no está bien realizado, el 10 % no ha recibido tales llamados de atención. La mayor parte de los empleados reciben críticas por no realizar bien su trabajo lo que se convierte en un malestar laboral, debido a la desaprobación de sus jefes. Es un tema que la empresa tiene que tomar en cuenta porque el porcentaje es alto y equivale a la mayoría de los empleados.



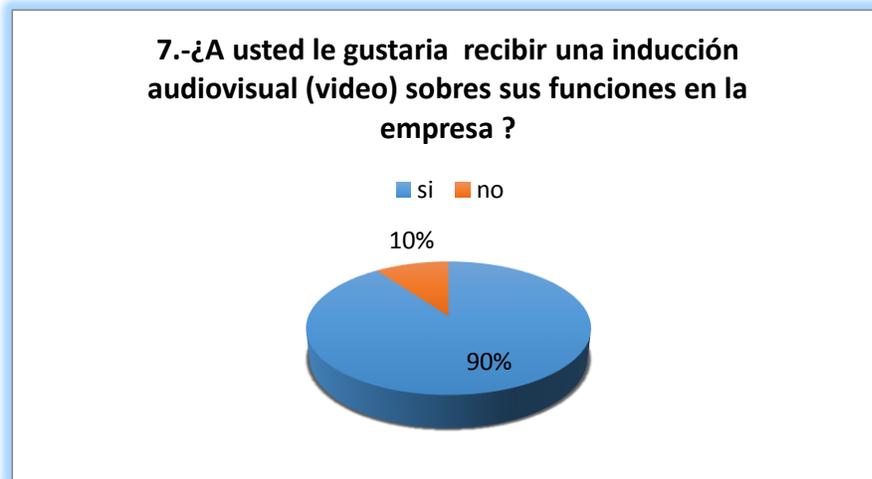
Gráfica 5 : Tabulación de pregunta 5 de encuesta

(5) Interpretación: El 75 % conocen la satisfacción por el servicio brindado al cliente, el 25 % desconoce la opinión del cliente. Al obtener un porcentaje mayor a la mitad en niveles de satisfacción, demuestra que la operación se está realizando de forma efectiva y que se debe tratar de mantener y mejorar los procesos internos para llegar a un mejor nivel de satisfacción.



Gráfica 6 : Tabulación de pregunta 6 de encuesta

(6) Interpretación: El 75 % reciben un reconocimiento por realizar bien su trabajo, el 25% no recibe ningún tipo de estímulo por ejecutar bien sus funciones. Es importante que los empleados perciban que el buen desenvolvimiento de sus labores es reconocido por parte de sus superiores, por eso trabajar en ese 25% mediante niveles de comunicación y estímulos puede mejorar los niveles de desarrollo laboral.



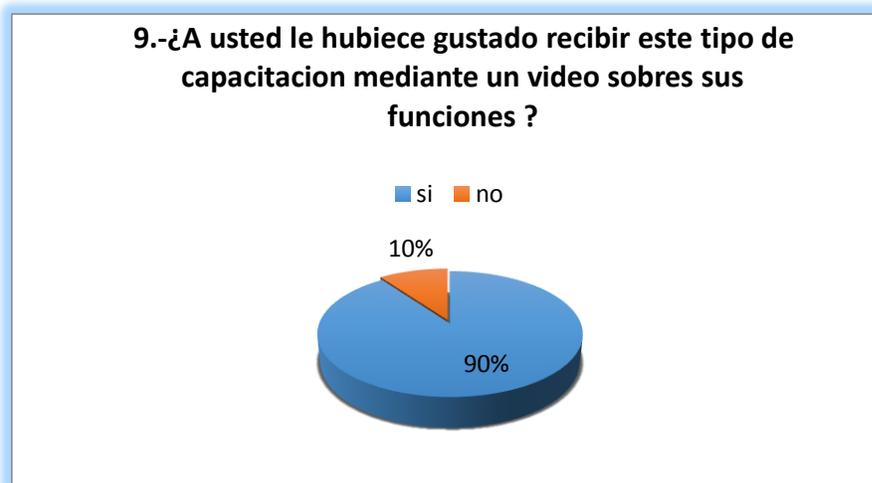
Gráfica 7 : Tabulación de pregunta 7 de encuesta

(7) Interpretación: El 90% si le gustaría recibir una inducción audiovisual por medio de un video sobre sus funciones, el 10 % no desea recibir la capacitación audiovisual. Dentro de este segmento de empleados, la herramienta que facilita el aprendizaje de los procesos y funciones de la empresa es el medio audiovisual que por ser dinámico y de fácil entendimiento crea una favorable aceptación por parte de los empleados.



Gráfica 8 : Tabulación de pregunta 8 de encuesta

(8) Interpretación: El 30% ha recibido alguna capacitación mediante un video informativo en otra empresa, el 70% no ha recibido ninguna preparación por algún medio audiovisual, lo que significa que este soporte puede convertirse en un medio novedoso y dinámico para ser utilizado como herramienta de inducción e información para los empleados.



Gráfica 9 : Tabulación de pregunta 9 de encuesta

(9) Interpretación: Al 90 % le hubiese gustado recibir algún tipo de capacitación sobre sus funciones por medio de un video, la apertura que tienen los empleados por obtener una capacitación por medio de esta herramienta es altamente aceptada y la empresa tiene que considerar el medio audiovisual como su principal medio para dar a conocer los procesos internos de la empresa. Al 10% no le interesa haber adquirido dichas capacitaciones por medio de un producto audiovisual.



Gráfica 10 : Tabulación de pregunta 10 de encuesta

(10) Interpretación: El 65% le gustaría recibir la inducción a sus labores por medio de un video corporativo, el 25% prefiere a través de un manual y el 10% quiere seguir su capacitación por medio del supervisor de la empresa. La mayoría de los empleados prefieren la inducción mediante un medio audiovisual porque permite un fácil aprendizaje y es un medio mucho más amigable que un soporte impreso.

2.4.2 Análisis de las encuestas

Mediante la investigación se pudo validar las falencias que tiene la empresa sobre los soportes de comunicación, que validen temas importantes sobre los procesos y funciones que se manejan en la empresa. Se puede concluir que hay un problema de informalidad dentro de la empresa para transmitir a sus empleados estos temas, lo cual ocasiona malestar tanto en los empleados como en las jefaturas y gerencias.

Posteriormente a la tabulación de las encuestas, con la interpretación de cada una de sus preguntas y con la proyección del video, se ha concluido que el nivel de aceptación tanto de los

empleados como de los jefes de la empresa es bastante alto confirmando que el video sirve como herramienta para reforzar las funciones de los empleados.

El video al ser desarrollado dentro de una plataforma didáctica facilita el tema de aprendizaje y comunicación por parte de los empleados, viendo esta herramienta como una propuesta que soluciona los problemas de comunicación evitando la informalidad en temas de procesos y funciones.

2.5 Entrevistas

2.5.1 Interpretación de Datos Entrevista

1.- ¿Cómo ha visto el desenvolvimiento de sus empleados en los últimos 5 años?

Interpretación: En los últimos años el 40% sostiene que los empleados han tenido un mejor desenvolvimiento laboral, mientras que el otro 40% piensa que éste ha sido regular en las funciones de trabajo y el 20% cree que los empleados cumplen de manera mala las operaciones laborales.

Los porcentajes son preocupantes porque la mayor percepción, se basa en una desfavorable percepción del desenvolvimiento de sus empleados que puede ser debido a la falta de conocimiento de los procesos y funciones.

2.- ¿La capacitación hacia los empleados es bien recibida?

Interpretación: El 17% comenta que es bien recibido el mensaje, el 33% cree su aceptación es regular en el contexto de la capacitación laboral, el 50% opina que el mensaje está mal recibido por parte del personal, esto se debe a que no hay un proceso formal y tampoco material que apoye el mensaje que se desea transmitir a los empleado.

3.- ¿Cómo capacitan en sus funciones a los empleados nuevos?

Interpretación: El 80% de la capacitación a los empleados se realiza de manera oral por parte de los supervisores o jefes de área, el 20% lo realizan de una manera textual y no existen instrumentos de capacitación audiovisual. Como no hay un medio formal de capacitación y tampoco una herramienta de comunicación y aprendizaje, la capacitación se vuelve efímera y sin ningún sustento que valida los procesos de capacitación así los empleados, se nota una falencia en términos de capacitación y comunicación en relaciona a las funciones y procesos de los empleados.

4.- ¿Sus empleados tienen la confianza con sus superiores para consultar sobre sus funciones?

Interpretación: Los empleados en un 80% no siempre tienen la confianza de consultar sobre sus funciones a sus superiores, el 20% nunca pregunta sobre sus dudas a los jefes superiores. Para no dejar el tema de las funciones que desempeñan los empleados en tema de confianza o no, debe existir un medio de consulta donde los empleados puedan recurrir a consultar las veces que ellos crean necesario para poder realizar sus funciones de forma correcta.

5.- ¿Usted piensa que elaborando un video corporativo sobre las funciones de los empleados, el desempeño de los mismos funcionen?

Interpretación: El 100% está de acuerdo en que la elaboración de un video corporativo sobre sus funciones mejorara el desempeño de sus empleados.

2.6 Conclusiones de la investigación

Posteriormente a la tabulación de las encuestas y con la interpretación de cada una de sus preguntas, se ha concluido que el nivel de aceptación tanto de los empleados como de los jefes de la empresa es bastante alto en cuanto a realizar un video informativo, en el que se muestre el

proceso de trabajo de varios empleados, este material servirá para complementar las capacitaciones orales y gráficas hacia los trabajadores nuevos y antiguos.

Después de realizar las entrevistas a varios jefes y supervisores de la empresa, tabulando las entrevistas de una manera general y realizando una interpretación de las mismas, se analiza de manera objetiva que la empresa únicamente capacita de forma oral y con poca información escrita a los empleados nuevos, de esta manera ellos no siempre reciben con buen agrado dicho proceso, además tienen cierto recelo de preguntar posteriormente sus inquietudes.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PRODUCTO

3 Fundamentación Del Producto

3.1 Preproducción

El objetivo de este proyecto está dirigido a clientes o públicos internos de la empresa de catering industrial Mishan Service.

Dentro de los lineamientos que van a sustentar el video, está la información y capacitación sobre las funciones de desempeño del personal operativo y sobre las medidas de seguridad que se deben cumplir antes, durante y después de las operaciones que lleva a cabo la empresa, será una herramienta de inducción para optimizar y facilitar el desenvolvimiento en sus funciones laborales.

3.1.1 Organización del equipo

En esta etapa de preproducción se organizan todas las actividades, la logística previa al rodaje y la postproducción del material a filmarse, es importante tomar en cuenta que para una correcta ejecución dentro de la planificación se debe cumplir el tiempo establecido y el presupuesto asignado a las actividades.

Dentro del equipo de trabajo se debe tomar en cuenta la contratación del crew fílmico (personal técnico) que será responsable de ejecutar todas las actividades requeridas en la producción.

El personal técnico que está a cargo de la ejecución del proyecto es el siguiente: Realizador, Director de Fotografía, Eléctrico, Sonidista, Productor, Asistente de Producción, Editor y Pos productor.

En base a las necesidades que el guión requiere, se debe escoger las locaciones más adecuadas para el rodaje. Una vez escogidas las locaciones en base al libreto y con los parámetros ya establecidos para la producción, se debe viabilizar los permisos respectivos para su ejecución en los diferentes escenarios.

Esta fase es fundamental porque determina el trabajo que se va realizar posterior a la producción, por lo tanto una vez que se inicia la filmación se debe evitar cambiar o modificar los lineamientos ya determinados.

De esta manera y luego de investigar dentro de que categoría se encuentra el video institucional que se va a producir y de acuerdo a las necesidades que se presentan dentro del proyecto, la alternativa más viable es el video corporativo porque se ajusta más a nuestra propuesta, ya que como se señaló anteriormente, este video permite establecer una buena imagen de la institución incluyendo la información relacionada con su misión, visión y procesos, así como sus trabajadores y ambiente laboral.

3.1.2 Tratamiento

Para facilitar el proceso de filmación del proyecto se solicitó el organigrama de la empresa y la descripción de las funciones de cada uno de los departamentos que constituyen la empresa.

Se receiptó la información gracias a la colaboración directa del departamento de Recursos Humanos sobre las funciones de los empleados, esto ha sido necesario para tener claro la manera en la que se va a desarrollar el video.

El conocimiento de la estructura de la empresa nos permite desarrollar de forma clara los procesos que intervienen en la filmación del proyecto.

3.1.3 Guión Narrativo

1 ESC 1 INT / EXT EMPRESA

Varios empleados en sus puestos de trabajo realizando sus funciones diarias.

Loc. Off: En el año 2000 inicia formalmente sus actividades la empresa Mishan Service S.A. en el Ecuador, dedicados al servicio de catering para petroleras con el objetivo de brindar una mejor capacitación al nuevo personal Mishan Service pone a su disposición este manual de funciones laborales

2 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "FUNCIONES DE COCINERO"

Loc. Off: Funciones de Cocinero

2 ESC 2 ANIMACIÓN

Fotos de indumentaria del camarero: malla de cabello, tapabocas y guantes de látex, guantes para horno, guantes de malla de acero inoxidable, guantes de seguridad, botas con puntones de acero

Loc. Off: El cocinero deberá utilizar los elementos de protección personal que se le asignaran, estos son: Malla de cabello, tapabocas y guantes de látex, guantes para horno, guantes de malla de acero inoxidable, guantes de seguridad, botas con puntones de acero

2 ESC 3 INT. COCINA

El cocinero limpia su área de trabajo, prepara alimentos, revisa documentos con el chef.

Loc. Off: Deberá mantener de trabajo limpias antes y después de la preparación de alimentos. Él debe preparar las sopas y ensaladas. Deberá coordinar con el chef la presentación de la línea de servicio

3 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "FUNCIONES DE SALONERO"

Loc. Off: Funciones de salonero

3 ESC 2 ANIMACIÓN

Fotos de indumentaria del salonero: malla de cabello, tapabocas y guantes de látex, botas de seguridad

Loc. Off: El salonero deberá utilizar los elementos de protección personal que se le asignaran, estos son:
Malla de cabello, tapabocas y guantes de látex, botas de seguridad

3 ESC 3 INT. / EXTERIOR COMEDOR

El salonero se comunica con los clientes en un comedor, limpia el comedor después de un servicio, prepara y sirve una bebida con todos los implementos.

Loc. Off: Él es el encargado de la atención directa al cliente en los diferentes comedores, además debe mantener limpio y desinfectado el comedor antes y después de cada servicio, él se encargara de la preparación de jugos para todos los servicios, alistamiento de fruta jamón y queso para los desayunos.

4 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "FUNCIONES DE CAMPAMENTERO"

Loc. Off: Funciones de campamentero

4 ESC 2 ANIMACIÓN

Fotos de indumentaria del campamentero: malla de cabello, tapabocas y guantes de látex, botas de seguridad.

Loc. Off: El campamentero deberá utilizar los elementos de protección personal que se le asignaran , estos son : guantes industriales de caucho largos y cortos, botas de caucho antideslizante, gafas de seguridad, poncho industrial impermeable si existen trabajos realizados bajo lluvia, casco de seguridad, protección auditivo tipo tapón, mascarilla.

4 ESC 3 INT. / EXTERIOR CAMPAMENTO

El campamentero recoge basura, realiza la limpieza de los baños comunes, ayuda a la descarga del camión.

Loc. Off: El realizara las labores de limpieza externa del campamento como la recolección de basura, el desyerbado y la limpieza de campers, realiza la limpieza de los baños comunes, además ayudara con el descargue del camión.

5 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "FUNCIONES DE BODEGUERO"

Loc. Off: Funciones de bodeguero

5 ESC 2 ANIMACIÓN

Fotos de indumentaria del bodeguero: chaqueta, pantalón y guantes térmicos, gafas de seguridad, guantes para frio, pupo o látex, botas de seguridad, botas antideslizantes de caucho

Loc. Off: El bodeguero deberá utilizar los elementos de protección personal que se le asignaran , estos son :chaqueta , pantalón y guantes térmicos para ingreso a cuartos fríos, gafas de seguridad, guantes para frio , pupo o látex , botas de seguridad, botas antideslizantes de caucho cuando la actividad lo requiera.

5 ESC 3 INT. / EXTERIOR BODEGAS

El bodeguero revisa salidas, cantidad y etiqueta varios productos además de revisar las fechas de vencimiento de estos. Limpia y revisa el cuarto de congelación, dando un informe del estado de los alimentos.

Loc. Off : Es responsable de las entradas y salidas de productos de cada una de las bodegas de almacenamiento , mantener STOCK de provisiones para la semana, elaborar el reporte de entradas y salidas de bodega identificando cada producto con los colores de etiquetas establecidas, mantener limpias las áreas de trabajo , tales como : cuartos de congelación y refrigeración , congeladores y bodegas, reportar cualquier daño en los equipos de refrigeración y congelación, seleccionar y rotar diariamente los productos perecederos, verificar fechas de vencimiento de cada uno de los productos en bodega.

6 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "FUNCIONES DE CAMARERO"

Loc. Off: Funciones de camarero

6 ESC 2 ANIMACIÓN

Fotos de indumentaria del camarero: guantes industriales, botas de caucho, gafas de seguridad, poncho de agua, guantes de pupo, casco de seguridad, protección auditiva

Loc. Off: El camarero deberá utilizar los elementos de protección personal que se le asignaran , estos son :guantes industriales de caucho, botas de caucho antideslizantes, gafas de seguridad, poncho de agua impermeable cuando haya trabajos bajo la lluvia, guantes de pupo para el descargue del camión, casco de seguridad donde el cliente lo exija , protección auditiva tipo tapón.

6 ESC 3 INT. / EXTERIOR HABITACIONES

El camarero recoge ropa sucia de las habitaciones, la entrega al lavadero según normas establecidas, limpia los baños, tiende las camas y llena las neveras de las oficinas del staff.

Loc. Off: El será responsable de la recolección de ropa sucia y de la entrega de la ropa limpia en las habitaciones, posteriormente entregara la ropa sucia al lavadero junto al formato establecido para esta actividad, otra tarea asignada será la limpieza de los baños, realizara el tendido de camas, cambiando de blancos dos veces por semana, finalmente abastecerá las neveras en oficinas del personal de staff.

7 ESC 1 ANIMACIÓN

Animación 2D de grafica "NORMAS DE SEGURIDAD"

7 ESC 2 INT. / EXT. EMPRESA

Tomas de advertencia y de peligro en señal ética por varios lugares de los campamentos, trabajadores en sus puestos de trabajo.

Loc. Off: Te recordamos que no debes fumar en lugares prohibidos, cuida de ti, de tus compañeros y no lo olvides que tu seguridad está ante todo

3.1.4 Guión Técnico

<p>GUIÓN TÉCNICO</p> <p>Productor : Raúl Melo</p> <p>Cliente : Mishan Service S.A.</p> <p>Producto : Video Corporativo</p> <p>Duración: Aproximadamente 4 min.</p> <p>Guión : Raul Melo</p>						
Secuencia	Escena	Locación	Set	Plano	Efecto	Descripción del plano
1	1	QUITO	Interior Empresa	Medio	ninguno	Empleados trabajando

2	5	Oriente	Interior Espacio blanco	Primer Plano	Fotografía	Elementos de protección de Camarero
2	6	Oriente	Interior habitación	General	ninguno	Camarero recogiendo ropa
2	7	Oriente	Interior lavandería	Medio	ninguno	Camarero entregando ropa sucia
2	8	Oriente	Interior Baño	General / Primer Plano	ninguno	Camarero limpiando baño
2	9	Oriente	Interior habitación	General	ninguno	Camarero cambiando y tendiendo una cama
2	10	Oriente	Interior Oficina	General	ninguno	Camarero llenando una nevera
3	12	Oriente	Interior Espacio blanco	Primer Plano	Fotografía	Elementos de protección de Cocinero

3	13	Oriente	Interior Cocina	General	ninguno	Cocinero preparando alimentos
3	14	Oriente	Interior Cocina	General	ninguno	Cocinero limpiando el área de trabajo
3	15	Oriente	Interior Cocina	Medio	ninguno	Cocinero hablando con el chef
4	17	Oriente	Interior Espacio blanco	Primer Plano	Fotografía	Elementos de protección de Salonero
4	18	Oriente	Interior Comedor	General	ninguno	Salonero comunicándose con un cliente
4	19	Oriente	Interior Comedor	Medio	ninguno	Salinero limpiando el comedor
4	20	Oriente	Interior Cocina	Medio	ninguno	Salinero preparando un jugo
4	21	Oriente	Interior Cocina	Medio	ninguno	Salinero toma muestra de alimento

5	23	Oriente	Interior Espacio blanco	Primer Plano	Fotografía	Elementos de protección de Campamentero
5	24	Oriente	Exterior campamento	General	ninguno	Campamentero recogiendo basura
5	25	Oriente	Interior Baño	General	ninguno	Campamentero realiza limpieza de baños comunes
5	26	Oriente	Exterior campamento	General	ninguno	Campamentero ayudando a descargar del camión
6	28	Oriente	Interior Espacio blanco	Primer Plano	Fotografía	Elementos de protección de Bodeguero
6	29	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero con salida de producto
6	30	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero revisando la cantidad de producto

6	31	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero etiquetando productos
6	32	Oriente	Interior Cuarto de congelación	General	ninguno	Bodeguero limpiando cuarto de congelación
6	33	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero escribiendo en un papel y viendo equipo de congelación
6	34	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero seleccionando un producto perecedero
6	35	Oriente	Interior Bodega	Medio	ninguno	Bodeguero viendo fechas de vencimiento

Tabla 1: Guión Técnico

3.1.5 Presupuesto

Para la aprobación de la realización del video corporativo de inducción de Mishan Service se ejecutó un presupuesto general de gastos de acuerdo al guión elaborado, donde se verificó el costo total de cada fase de producción. Dicho presupuesto fue entregado a la Gerencia de Mishan Service para su aprobación, con lo cual se pudo garantizar la realización de este proyecto.

El presupuesto elaborado y aprobado por Mishan Service para la realización del video corporativo es el siguiente:

PRESUPUESTO	
Productor :	Raúl Melo
Cliente :	Mishan Service
Producto :	Video Corporativo
Duración :	Aproximadamente 4 minutos
PRODUCCIÓN VIDEO CORPORATIVO	
DESGLOSE DE PRODUCCIÓN	

PREPRODUCCIÓN:	Precio	Cant.	Días	Total
----------------	--------	-------	------	-------

Realización				
				\$ 0,00
Caja de Producción	50	1	5	\$ 250,00
Impresión documentos	10	1	1	\$ 10,00
Alimentación Preproducción para Crew	3	4	8	\$ 96,00
			Subtotal	\$ 356,00
TOTAL PREPRODUCCIÓN				\$ 356,00
PRODUCCIÓN				
Material de Rodaje				
Cámara				
Canon 7D	60	1	3	\$ 180,00
Óptica 25mm, 35mm, 50mm, 85mm	50	1	3	\$ 150,00
Estructura para cámara con dual hand grip para tomas a mano Y SHOULDER.				\$ 0,00
Monitor full HD 1920x1080 lcd 7"				\$ 0,00
Kit AC para cámara	incluye en el alquiler de la cámara			\$ 0,00
2 Baterías con cargador				\$ 0,00

Disparador remoto,				\$ 0,00
Lector externo de tarjetas				\$ 0,00
Tarjetas de 32gb (64 min HD), 16gb (48 min HD) y 4gb (12 min en HD)				\$ 0,00
Trípode Manfrotto				\$ 0,00
Luces & Grip & Personal Técnico				\$ 0,00
2 Kinoflo 4x4	50	2	3	\$ 300,00
2 rebotes nuevos	10	2	3	\$ 60,00
1 Paquete De Grip Pequeño	50	1	3	\$ 150,00
1 Paquete Eléctrico Pequeño	50	1	3	\$ 150,00
1 Eléctrico	50	1	3	\$ 150,00
				\$ 0,00
			Subtotal	\$ 1.140,00
Movilización para Crew				
Transporte al Oriente	10	4	2	\$ 80,00
Transporte Quito	30	1	1	\$ 30,00
			Subtotal	\$ 110,00
Catering para Crew				

Desayuno , Almuerzo , Cena	9	4	3	\$ 108,00
			Subtotal	\$ 108,00
Logística Rodaje				
Hospedaje exterior Quito rodaje	10	4	1	\$ 40,00
			Subtotal	\$ 40,00
Post Producción				
Edición / Animación 2d				
Editor / animador	200	1	1	\$ 200,00
Dvds	4	4	1	\$ 16,00
Sonido				
Locutor	200	1	1	\$ 200,00
Sonorización	200	1	1	\$ 200,00
			Subtotal	\$ 616,00
TOTAL PRODUCCIÓN				\$ 2.370,00

Tabla 2: Presupuesto

3.1.6 Cronograma

Para la elaboración del video se empleó un calendario de actividades que asigna la fecha de inicio y finalización de la filmación.

CRONOGRAMA DE FILMACION VIDEO CORPORATIVO MISHAN SERVICE						
enero 2015						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
					DIA O REUNION CON CLIENTE	
25	26	27	28	29	30	31
	PREPRODUCCION APROBACION DEL GUION	PREPRODUCCION APROBACION DEL GUION	PREPRODUCCION APROBACION DEL GUION	PREPRODUCCION APROBACION DEL GUION	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	
		Notas:				

Ilustración 1: Cronograma 1

febrero 2015						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	PREPRODUCCION BUSQUEDA LOCACIONES / CASTING	
8	9	10	11	12	13	14
	PRODUCCION REUNION GENERAL CREW	PRODUCCION REUNION GENERAL CREW			PRODUCCION VIAJE A LOCACION	RODAJE 1
15	16	17	18	19	20	21
RODAJE 2	EDICION	EDICION	EDICION	POST PRODUCCION GRAFICA	POSTPRODUCCION GRAFICA	
22	23	24	25	26	27	28
	POSTPRODUCCION AUDIO	CORTE FINAL	ENTREGA PRODUCTO			
		Notas:				

Ilustración 2: Cronograma 2

3.1.7 Permisos para la Producción

En este caso, los permisos necesarios para la realización del video corporativo se solicitan al Gerente de la empresa Mishan Service, quien debe autorizar el rodaje dentro de los campamentos. También se firmó un documento para el uso de la imagen de los trabajadores que participaron en los diferentes planos del video.

Es importante contar con el permiso del Gerente de la empresa para poder filmar en los campamentos, ya que por ser un lugar privado se necesita la autorización previa por parte de las empresas petroleras para la filmación.

Los permisos que se van a elaborar para la producción del video corporativo se los puede revisar en la sección de Anexos. (Ver anexo pag.71)

3.1.8 Plan de Rodaje

El guión es dividido en días de rodaje basados en las locaciones, personajes y otras consideraciones. Se creó un plan y un presupuesto de rodaje. Una vez que se determinó las escenas y habiendo estimado el tiempo de rodaje de cada una, se distribuyó el tiempo en días de trabajo para tener un máximo aprovechamiento del mismo.

Este plan de rodaje tiene mucha flexibilidad para poder solucionar los imprevistos que se presenten de última hora, es decir, que sea posible cambiar el orden de las escenas sin que esto sugiera una alteración significativa en el presupuesto.

3.2 Producción

3.2.1 Rodaje

En esta etapa se ejecuta el registro de las imágenes, la producción de este video comenzó con la previa reunión del equipo para revisar el plan de rodaje.

Se realizó el desglose necesario para el rodaje y posteriormente se prepararon los equipos de filmación e iluminación con los responsables de cada área.

Primer día de grabación: nos desplazamos a la ciudad Joya de los Sachas ubicada en la provincia de Orellana a unas ocho horas de Quito, donde se encuentra una de las estaciones de servicio en las que Mishan Service opera.

Segundo día de grabación: se procedió a grabar el timelapse y después seguimos con los distintos empleados grabando sus funciones priorizando los exteriores para aprovechar la luz natural, finalmente se registran los interiores con una adecuada iluminación y un cuidadoso tratamiento de la composición de la imagen.

Tercer día de grabación: se filmó en la oficina matriz de Mishan Service utilizando diversas locaciones y procedimientos como son el cuarto de refrigeración, las oficinas administrativas y el despacho en camiones de los productos hacia los diferentes campamentos del oriente.

3.3 Post-Producción

3.3.1 Edición

La edición para este proyecto se la realizó con un orden no lineal incluyendo tomas que se ejecutaron en diferentes ciudades y en días distintos. Los cortes intercalan de un plano abierto a un plano cerrado para que el video tenga un tinte dinámico, además se realizó la corrección de color para tratar de dar un mismo matiz a las distintas tomas que se seleccionó.

3.3.2 Animación

La transformación de imagen estática a una con movimiento implica el desarrollo de varias etapas, estas animaciones alcanzan ciertos efectos de visualización mejorando el conjunto del producto audiovisual, utilizamos animaciones 2D para realzar el logotipo de la empresa y las funciones de cada empleado enfocadas siempre con la cromática de la compañía.

3.3.3 Sonorización y musicalización.

La locución fue realizada por un locutor profesional para dar más fuerza a las imágenes presentadas, la música de stock seleccionada trata de mantener una armonía en el video y que vaya acorde al ritmo del mismo.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Al final del proceso se pueden anotar algunas conclusiones tanto con respecto al proceso de investigación, como en lo que respecta al producto audiovisual del que se desprende el presente informe. Si se considera que el problema de investigación implica justamente la búsqueda de la optimización de los procesos de comunicación interna de la empresa Mishan Service a través del instrumento audiovisual el cual contiene las medidas de seguridad y funciones de cada empleado, se puede decir que el producto, al haber sido incluido ya, como instrumento de comunicación por parte del Departamento de Recursos Humanos ha cumplido ya con una parte importante de sus objetivos.

Se elaboró una herramienta de comunicación audiovisual rápida y dinámica, la cual ayudo a mejorar el entendimiento de los procesos de seguridad de la empresa por parte de los empleados. El video colaboro en el conocimiento tanto para el realizador y su equipo en las medidas de protección que deberían tomar para la filmación del producto audiovisual.

Se produjo un video de inducción dirigido a los trabajadores para captar de una manera eficaz y vigorosa los procesos laborales a los cuales ellos deben responder.

El haber validado el video por un especialista en realización audiovisual y por parte de los empleados de la compañía fue otra acertada estrategia del proyecto, ya que permitió ratificar el éxito del producto audiovisual, aumentando las posibilidades de futuros trabajos con la misma empresa y con otras, en donde se pueda presentar el material como parte del portafolio de la productora audiovisual.

En definitiva y en tanto proyecto audiovisual, el producto cumple con los principios fundamentales de la elaboración tanto creativa como técnica, ya que cumple con los mejores estándares de calidad en la producción de audiovisuales, lo que lo convierte en este sentido en un proyecto exitoso.

4.2 Recomendaciones

Es necesario la creación y difusión de más videos corporativos informativos para las empresas, que permitan el conocimiento y capacitación de los procesos laborales que deben seguir los trabajadores.

Se recomienda a los realizadores interesados en la elaboración de este tipo de proyectos, manejar un lenguaje visual amigable y de fácil comprensión para que los empleados de la compañía puedan entender el fin comunicacional de dicha pieza audiovisual.

Finalmente se hace énfasis en el correcto desempeño de cada etapa de producción del video como garantía de sus eficacia y usabilidad, no solo en cuanto a las características técnicas, sino, a partir de la correcta ejecución de cada requerimiento logístico y de cada necesidad que surge a partir de una idea creativa que deba ser traducida al lenguaje de la imagen en movimiento para que el producto final sea el esperado por el realizador y su cliente.

V. BIBLIOGRAFÍA

Alcudia, M. (2011). Competidores y aliados: Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación. Madrid, España.: CEU. Ediciones.

Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. España.: Gesbiblo, S. I.

Caldevilla, D. (2010). La cara interna de la comunicación en la empresa. Madrid, España.: Editorial. Nueva Visión.

Canales, M. (2006). Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios. Santiago de Chile, Chile.: Lom ediciones.

Espinosa, E. (2005). La producción de video en el aula. Buenos Aires, Argentina.: Ediciones Colihue S. R. L.

Fernández, S. (2007). Cómo gestionar la comunicación: en organizaciones públicas y no lucrativas. Madrid, España. Narcea, S. A. de Ediciones.

García, J. (1998). La comunicación interna. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos. S. A.

Hernández, A. (2005). Seguridad e higiene industrial. Zúñiga, México. Limusa.

McRae K. (2005). Manual del video digital. Barcelona, España. Ediciones Ceac.

Medellín, F. (2005). Como hacer cine, televisión y video. Bogotá, Colombia. Editorial Paulinas.

Ramírez, C. (2005). Seguridad industrial: Un enfoque integral. México Df., México. Limura

Rincón, O. (2002). Televisión, video y subjetividad. Bogotá, Colombia. Grupo Editorial Norma.

Roca, J. (2003). 983 Preguntas y respuestas del cine, video y televisión. Alicante, España. Imprenta Gamma.

Rojas, O. (2012). Relaciones públicas: la eficacia de la influencia. Madrid, España. Esic Editorial

Ruiz, A. (2016). Teorías de Comunicación. Comunicólogos Recuperado de <http://www.comunicologos.com/enciclopedia/proyecto/>

Sánchez, J. (2006). Narrativa audiovisual. Barcelona, España. Editorial UOC.

Talaya, E. (2008). Principios de marketing. Madrid, España. Esic Editorial

Vivanco, M. (2005). Muestreo Estadístico. Diseño y aplicaciones. Santiago de Chile, Chile. Editorial Universitaria S. A.

VI. ANEXOS

ANEXO 1

MANUAL DE LA EMPRESA MISHAN SERVICE

Procedimiento Para Preparación De Alimentos

- **Objetivo**

Establecer las actividades necesarias de Seguridad Alimentaria para la manipulación de alimentos y preparación de alimentos en los diferentes puntos de servicio de catering de la empresa Mishan Services.

Responsables: Supervisores en campo y personal a cargo.

Actividades antes de la preparación.

1. HIGIENE DEL PERSONAL

- Es indispensable que todo manipulador mantenga una higiene personal estricta, para evitar que contaminen los alimentos los microorganismos de los que pueda ser portador.
- El personal debe utilizar ropa limpia y de uso exclusivo.
- Todo manipulador de alimentos debe lavarse las manos antes de iniciar sus actividades y en las siguientes circunstancias:
 - a. Cada vez que se produzca una interrupción.
 - b. Después de manipular alimentos crudos y antes de manipular alimentos cocinados.
 - c. Después de utilizar el pañuelo para toser, estornudar o sonarse.
 - d. Después de utilizar el baño.

Y cuantas veces sea necesario.

- Si se produce una herida en las manos, después de curarla esta se protegerá con un apósito impermeable que se mantendrá siempre limpio.

- Cuando el manipulador padezca diarrea, anginas, fiebre, constipados, heridas, infecciones cutáneo-mucosas o ictericia, deberá comunicar inmediatamente al supervisor de campo, quien remitirá al médico de campo, de acuerdo al diagnóstico la persona afectada suspenderá su trabajo habitual hasta que se recupere o será cambiada a un área que en la que no tenga contacto con alimentos.

- PROHIBICIONES.

En Las áreas de manipulación de alimentos no se fumará, comerá ni mascarará chicle, estas acciones aumentan la insalivación y los movimientos de las manos, facilitando la posibilidad de contaminación de los alimentos.

- COMO LAVARSE LAS MANOS

1. Utilizar jabón líquido y agua caliente tan caliente como sus manos soporten.

2. Frotar vigorosamente una mano contra la otra utilizando jabón durante un mínimo de 15-20 segundos.

3. Lavar todas las superficies (incluyendo la parte de atrás de las manos, las muñecas, hasta la parte media del brazo, entre los dedos y bajo las uñas con cepillo).

4. Enjuagar bien las manos hasta que no quede restos de jabón y dejar el agua corriendo.

5. Secar las manos con una toalla de papel descartable o con aire caliente.

6. Con el mismo objetivo, utilizar la toalla de papel para abrir y cerrar la puerta (si la hubiera) de la zona de lavado de manos y desecharla luego de salir de la misma.

- **PAUTAS PARA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS.**

- Cuando se manipule productos como carne, pollo, pescados o vegetales crudos deben cortarse en la tabla destinada para este fin, nunca se manipulará en la misma tabla o lugar ni con el mismo cuchillo.

- Como norma general, las comidas se prepararan con la mínima antelación posible.

- Las verduras y frutas que se consumen crudas deben ser lavadas y desinfectadas sumergiéndolas antes de su uso en agua con unas gotas de desinfectante (vitalin) por unos minutos y posteriormente enjuagadas.

- Verifique la temperatura de ebullición o cocción de los alimentos en todo momento.

- Para rectificar el punto de sal o condimento de un alimento, emplee una cuchara limpia para esto e individual para cada alimento.

- Tanto los platos preparados refrigerados como los congelados serán sometidos a temperaturas en la cuales el centro del alimento alcance una temperatura aproximada de 70 c en menos de una hora.

- **PAUTAS PARA CONSERVACIÓN DE LAS COMIDAS PREPARADAS.**

- El personal de cocina está encargado de mantener la cadena de temperatura, bien sea caliente (mantener los alimentos entre 65-70°C) o fría (las comidas refrigeradas por debajo de los 4° c y los congelados por debajo de -18° c y nunca re congelar).

- Todos los días se debe controlar la temperatura de los alimentos en los sitios de almacenamiento (neveras, cámaras, termos), realizar la limpieza adecuada y evitar posibles contaminaciones cruzadas.

- Cada tipo de alimento se colocará en un lugar u otro en los equipos de refrigeración según sus características se protegerán los alimentos con láminas de plástico y rotulados para su correspondiente identificación.

- INGRESO DE PERSONAL EN ÁREAS DE PRODUCCIÓN.

- Todas las personas que ingresen a las áreas de cocina deberán seguir el siguiente procedimiento seguro.

- PROCEDIMIENTOS SEGUROS

- Se prohíbe el ingreso de personal con ropa sucia, líquidos inflamables, joyas, pulseras, relojes o con fragancias fuertes.

- Para ingresar a las áreas de cocina el personal debe estar en buen estado de salud, es decir, no presentar enfermedades respiratorias de tipo contagioso, procesos febriles, afecciones a la piel o sufrir de algún tipo de parasitosis.

- Toda persona debe colocarse correctamente el Equipo de Bioseguridad que consta de una malla o gorra para cabello, tapabocas y un mandil limpio que obligatoriamente debe ponerse antes de ingresar.

- Abstenerse de tocar los alimentos o las superficies de las áreas de producción, si necesita hacerlo lávese y desinfecte las manos de acuerdo al procedimiento.

- PROCEDIMIENTO PARA LA DESCONGELACIÓN DE ALIMENTOS.

Objetivo: Establecer las actividades necesarias con el fin de descongelar productos alimenticios como carne, pulpas de fruta, mariscos, etc.

Responsables: El supervisor de campo debe verificar que las condiciones para descongelar los productos sean las establecidas.

PROCEDIMIENTO PARA DESCONGELAR ALIMENTOS

OBJETIVO:

Establecer un método para realizar la descongelación de alimentos que se requiere para la producción.

1. Solicite al chef el producto (Carne, Pescado, Mariscos; Pollo, etc.) que requiere para preparaciones.
2. Prepare el área dentro del cuarto frío (Refrigeración), para la disposición de los alimentos.
3. Disponga los productos a proceso de descongelación 12 a 24 horas antes de ser usados.
4. Coloque el producto en los recipientes destinados para este fin, cúbralos. No olvide que no se debe almacenar ningún alimento en recipientes de aluminio.
5. Rotule los productos que se encuentran en el proceso de descongelación de acuerdo a lo establecido.
6. Recuerde almacenar los productos cocidos en la parte superior de la estantería y los productos crudos en la parte inferior del mismo.
7. Verifique que las temperaturas en el cuarto frío sean las apropiadas (4.4. ° C o 40° F)

PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE JUGOS.

Objetivo:

Establecer los pasos adecuados a seguir para la preparación de jugos usando como materia prima pulpa de fruta congelada y agua de botellón, todo esto bajo los estándares establecidos de sanidad alimentaria.

Pasos para la elaboración de jugos

1. Seleccionar y descongelar las pulpas de fruta
2. Considerar que los utensilios, mesas, recipientes, manos y todo lo demás que este en contacto con el jugo deberá ser limpiado, lavado y desinfectado.
3. Lávese las manos, desinfectelas con alcohol gel y póngase los guantes de látex.
4. Una vez descongeladas las pulpas lave el empaque con agua de botellón y desinfectante para fruta y verdura.
5. Escurra el agua restante del empaque desde arriba hacia abajo asegurándose que la parte que va ser abierta se encuentre hacia arriba.
6. Corte el empaque con un cuchillo previamente desinfectado y vierta la pulpa dentro de la licuadora previamente lavada y desinfectada.
7. El azúcar y el agua serán añadidas a la pulpa de fruta de acuerdo con las especificaciones establecidas para este producto. Una vez añadidos se deberá verificar que el sabor y la consistencia sea la adecuada.
8. Una vez que se ha preparado el jugo se enfriará y se colocará en jugueras o recipientes limpios y desinfectados.
9. En el caso de colocar estos recipientes en la nevera se deberá tomar en cuenta que los aparatos de refrigeración (neveras, cámaras y termos) tengan siempre su control de temperaturas. Se ha de extremar la limpieza para evitar posibles contaminaciones cruzadas entre productos

crudos y cocidos. Se ha de cuidar al máximo el orden de colocación y protección de los alimentos almacenados.

PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE ENSALADAS

Objetivo: Establecer las actividades necesarias para la preparación de ensaladas.

Responsabilidades: El chef, jefe de partida o ayudante de cocina serán los encargados de la preparación de ensaladas de acuerdo a lo establecido en el procedimiento.

PREPARACIÓN DE CÁRNICOS

Objetivo: Establecer las actividades necesarias para la preparación de cárnicos.

Campo de Aplicación: Este procedimiento se aplica a la preparación de cárnicos, en los comedores que MISHAN SERVICES S.A. brinda su servicio.

Responsabilidades:

* El Chef o Jefe de Partida, realiza las siguientes actividades:

1. Descongelación: Se realizará de acuerdo al procedimiento: PROCEDIMIENTO PARA LA DESCONGELACIÓN DE ALIMENTOS

2. Corte. El chef procede a preparar los cárnicos tomando en cuenta lo siguiente:

- Los utensilios, mesas tablas, manos, y todo lo demás que este en contacto con los cárnicos deberán limpiarse, lavarse y desinfectarse según lo establecido en:

PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

- Los cárnicos crudos deben cortarse en una mesa o superficie destinada expresamente a esta finalidad.

- “Nunca se manipulará en el mismo lugar ni con el mismo cuchillo productos crudos y la cocidos “.

Preparación y Cocción

- Como norma general, las comidas se han de preparar con la mínima antelación posible.
- La temperatura de ebullición o cocción, aplicada durante un cierto tiempo, es capaz de eliminar todos los gérmenes patógenos que puede contener un alimento. Nunca se debe dejar enfriar lentamente y sin tapar.
- Cada vez que se haya de probar para rectificar el punto de sal o condimento, se ha de emplear una cuchara limpia.

2.4.- Tratamiento posterior y consumo.

- No se ha de romper nunca la cadena de temperatura, se mantendrá caliente la carne en todo momento hasta su consumo final, para esto la línea siempre debe estar caliente y tapada.
- Se debe evitar que las personas que ingresan al servicio tomen los alimentos con sus propias manos, puesto que esto es una fuente de contaminación, para ello deben utilizar los utensilios destinados para esa función.

PROCEDIMIENTO PARA ELABORACIÓN DE FRITURAS

Objetivo: Establecer los pasos a seguir para la elaboración de frituras, con la finalidad de evitar accidentes e incidentes graves que afecten la operación o el bienestar de los trabajadores.

Actividades de Calidad:

1. PROCESO

✓ Cuando se inicia el proceso de fritura es muy importante verificar la temperatura del aceite para evitar que el producto absorba grasa o se queme por fuera y quede crudo por dentro. Si no tenemos un termómetro de cocina, se puede comprobar la temperatura de aceite poniendo un poco en él un trocito de pan, si el pan se va hacia el fondo y no sube, la temperatura se encontrará sobre los 150°C; temperatura aún baja para la correcta fritura. Si el pan sube lentamente a la superficie, la temperatura estará entre 160°C y 165°C; que es la temperatura recomendada para freír alimentos delicados como las verduras. Si el pan sube rápido a la superficie, su temperatura estará entre 170°C y 180°C que es la temperatura indicada para la mayoría de las frituras. Si el pan no llega a sumergirse y se tuesta, la temperatura es demasiado alta (superior a 180°C).

✓ Se debe evitar que el producto este con exceso húmedo ya que el ingreso de líquidos o productos con otra temperatura menor a la del aceite produce un choque de temperaturas y el aceite caliente brinca.

✓ Si el producto presenta partes huecas debemos tener especial cuidado ya que ahí se alojan vapores y aceite hirviendo lo que puede provocar que este reviente y genere quemaduras fuertes al procesador del alimento, para esto se recomienda cortarlo por la mitad.

✓ En caso de tener que fritar productos con humedad propia como son carnes, huevos, quesos y otros se debe evitar el contacto directo del producto con la mano, para esto se recomienda usar una espumadera larga o la canastilla de la freidora.

2. UTILIZACIÓN DEL EPP

Para este proceso es importante utilizar el siguiente equipo de protección personal:

- Gorra de cocina
- Mascarilla
- Guantes para altas temperaturas (NEOPRENO)

- Uniforme completo
- Botas con punta de acero
- Mandil

3. EN CASO DE QUEMADURAS QUE HACER

- PONER EL ÁREA QUEMADA BAJO AGUA FRÍA PARA PRODUCIR UN ENFRIAMIENTO DE LA LLAGA.
- SECAR BIEN EL ÁREA QUEMADA SIN FREGAR PARA EVITAR LACERACIÓN
- Acudir inmediatamente al dispensario médico del campamento.

PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DESECHOS LÍQUIDOS

Objetivo: Establecer los pasos a seguir para controlar de mejor manera todos los desechos líquidos que se extraen de la producción de alimentos tal como aceites, aguas, bebidas en general, vinagres salsas y aderezos; con la finalidad de contribuir al medio ambiente depositando estos desechos en el lugar correspondiente.

Actividades de Calidad:

1. ACEITE

- ✓ El cambio de aceite utilizado debe realizarse máximo cada 2 o 3 días.
- ✓ Sí la preparación es de mariscos, cárnicos o vegetales fritos, el cambio debe realizarse inmediatamente al finalizar el proceso.
- ✓ En caso de que el aceite, se encuentre con algún tipo de contaminación sea esta química o física, debe también ser desechado.
- ✓ La recolección de desechos líquidos debe ser semanalmente siguiendo los siguientes pasos:

- a. Recolectar todos los residuos de grasa o aceites desechados en recipientes plásticos debidamente rotulados.
- b. Enviar a Quito en el camión semanal, relacionando el envío en el formato establecido para esto.

Nota: Todos los desechos líquidos que llegan a Bodega Central son enviados a la empresa PRODUCTOS & MERCADOS calificada como Gestor Ambiental por el Distrito Metropolitano de Quito, la cual nos provee de una firma y sello de responsabilidad para el respaldo de este procedimiento.

➤ AGUA, BEBIDAS EN GENERAL

- ✓ Dentro del grupo de aguas y bebidas podemos encontrar tipos de contaminación que limitan la inocuidad del producto y consumo del mismo. para esto es importante identificar las posibles alteraciones que pueden presentarse y evitar futuros problemas de salud.
- ✓ Los envases muchas veces pueden sufrir alteraciones provocando cambios en el color y sabor de las bebidas cuando estos son sometidos a luz solar directa, altas temperaturas, almacenamiento inadecuado y falta de rotación.
- ✓ El primer paso al identificar una bebida que este fuera de las especificaciones normales es reportar el hallazgo y enviar a Bodega Central Quito el/o los productos en mal estado relacionando el envío en el formato de novedades de despacho.

PROCEDIMIENTO DE CAMARERÍA.

HABITACIONES:

- CAMAS.

Cambiar los tendidos (sábanas, sobre sábanas, fundas, toallas), colocarlos en los recolectores de ropa.

- **SANITARIOS.**

Recipientes De Basuras.

Anudar las fundas de basuras y desalojarlas en el área correspondiente dentro del recipiente asignado, lavar el recipiente con solución detergente y desinfectante, dejar secar, colocar una funda plástica que cubra los bordes.

PAREDES Y PISOS.

Limpiar con un cepillo de cerdas fuertes, y solución de anti sarro (sin olvidar utilizar para este fin el respectivo EPP), enjuagar con suficiente agua, evacuar el agua del piso hacia el desagüe utilizando la escoba o escurridor y trapear el piso para recoger el agua sobrante.

INODOROS Y ORINALES.

Utilizando un cepillo y solución detergente, restregar tanto las paredes internas como externas, descargar el tanque de agua, y repetir el paso anterior tantas veces como sea necesario, para su completa limpieza. Secar las superficies externas con una toalla absorbente.

LAVAMANOS.

Lavar con un cepillo suave las paredes internas, superficies y grifos, utilizando una solución detergente restregar hasta retirar la suciedad adherida, enjuagar directamente con agua; y se pasa nuevamente. Secar la superficie exterior con una toalla absorbente.

DUCHAS.

Utilizando un cepillo se lavan los orificios por los cuales desaloja el agua. Se limpian las paredes internas con detergente fregando las paredes, enjuagar y pasar un paño suave para secar. Las cortinas de baño deben ser retiradas para lavado en lavadora. Se debe estar pendiente que no se rasguen o dañen.

PISOS.

Barrer cuidadosamente, recoger la basura, evacuar en el recipiente correspondiente, trapear con un trapero húmedo en solución para pisos enjuagar y pasar nuevamente.

Frecuencia: diariamente.

ACCESORIOS Y PUERTAS.

Limpiar con un paño suave y húmedo con solución detergente, enjuagar y pasar

Nuevamente. Secar con una toalla absorbente.

ESPEJOS Y VIDRIOS.

Se secan con una solución limpia-vidrios y una toalla desechable, deben presentar opacidad, ni manchas.

La limpieza en habitaciones se efectúa dos veces al día, aprovisionando de papel higiénico, jabón líquido para manos y toallas desechables en los dispensarios médicos.

MUEBLES.

Recoger el polvo de los accesorios de la habitación, ubicarlos los objetos en su respectivo sitio.

OFICINAS.

Barrer cuidadosamente, recoger la basura, evacuar en el recipiente correspondiente, trapear con un trapeo húmedo en solución para pisos, enjuagar y pasar nuevamente.

VIDRIOS.

Limpiar todas las superficies con utilizando un trapo a toalla desechable. Los escritorios, sillas, cuadros, etc. Si los escritorios tienen superficie de vidrio se limpia con solución limpia – vidrios. Al igual que los cuadros, los accesorios de madera se brillan con líquidos especiales para ese material.

Tratamiento de basuras.

Los recipientes de basuras tienen un color específico, evitándose que sea utilizado en otra función y facilitado su identificación, existe un área de almacenamiento de basuras en el cual se mantendrán las basuras clasificadas de acuerdo al esquema dado por Mishan, el cliente o la operadora.

Las basuras deben ser retiradas diariamente evitándose su acumulación, y previniendo focos de contaminación, además debe estar aislada del proceso de

Producción; los desechos o basuras generados en las diferentes operaciones de preparación de alimentos deben ser depositados en estos recipientes finalizados

El proceso, evitándose contaminación cruzada que altere la calidad microbiológica de los alimentos.

Los recipientes de basuras se deben mantener siempre tapados favoreciendo su aislamiento del medio circundante, evitando también la presencia de moscas y demás animales, que lleguen al área, esto por los olores que se desprenden de los diferentes alimentos.

CANECAS.

Desalojar las basuras del área de producción, trasladar al depósito de basuras, anudando la bolsa antes de sacarla del tanque. Lavar los tanques con solución detergente, restregar bien las paredes internas y externas al igual que las tapas con un cepillo de cerdas fuertes, enjuagar con suficiente agua y desinfectante, dejar circular por todas las paredes, incluyendo las tapas.

Dejar secar, y colocar una bolsa resistente dentro del tanque, recubriendo los bordes y tapanla.

PROCEDIMIENTO DE LAVANDERÍA

Objetivo: Establecer las actividades necesarias para el lavado, planchado Y reparaciones menores de la ropa.

Responsabilidades:

Supervisor de Campo: Verificar que se realice la limpieza de la ropa según lo establecido en el procedimiento.

Personal de Lavandería: Lava, plancha y realiza reparaciones a la ropa de trabajo entregada por el camarero.

Camareros: Recolectar la ropa sucia de cada una de las habitaciones, para entregar al lavandero y luego entregar a cada cliente.

Actividad:

El lavandero recibe la ropa entregada por el camarero, clasificando la ropa de color, ropa blanca, overoles y ropa interior, retira de bolsillos los objetos como monedas, llaves u otros objetos que puedan dañar las máquinas de lavado.

Para eliminar suciedades de las prendas como grasa, lodo y otros el lavadero debe eliminar mediante fregado con cepillo y productos especiales destinado a esto.

Una vez realizado esto debe disponer las prendas en la máquina de lavado de en el ciclo indicado de acuerdo al tipo y cantidad de ropa a lavar.

Posterior al lavado el lavadero debe pasar las prendas a la máquina de secado para este proceso en la temperatura apropiada

El Personal de camarería: Recoge la ropa usada en las áreas dónde el servicio se proporciona (las alcobas, oficinas y otros) y los entrega en la lavandería, donde en la tarde recibirá con el formato adjunto firmado del lavadero para la entrega a cada cliente.

ANEXO 2

ENCUESTA

FUNCIONES LABORALES DE EMPLEADOS

Sexo

Masculino Femenino

Edad

..... Años

1. ¿Usted conoce y entiende los procedimientos laborales de la empresa?

Si (12)

No (8)

2. ¿Usted tiene la confianza de preguntar sobre sus funciones a su Jefe?

Si ()

No ()

3. ¿Usted conoce la indumentaria requerida para poder desempeñar sus funciones laborales?

Si ()

No ()

4. ¿Usted cuando no realiza bien su trabajo obtiene críticas y desaprobación de sus superiores?

Si ()

No ()

5. ¿Usted sabe si los clientes están satisfechos con su desempeño?

Si ()

No ()

6. ¿Usted cuando realiza bien su trabajo obtiene algún reconocimiento laboral?

Si ()

No ()

7. ¿A usted le gustaría recibir una inducción audiovisual (video) sobre sus funciones en la empresa?

Si ()

No ()

8. ¿Usted ha recibido capacitaciones mediante un video informativo en otras empresas?

Si ()

No ()

9. ¿A usted le hubiese gustado recibir este tipo de capacitación mediante un video sobre sus funciones?

Si ()

No ()

10. A usted como le gustaría recibir la inducción a sus labores:

a. A través de un manual

b. Un video corporativo

c. Por el supervisor

ANEXO 3

FOTOGRAFÍAS DE ENCUESTAS



(1) Fotografía de encuestas



(2) Fotografía de encuestas



(3) Fotografía de encuestas



(4) Fotografía de encuestas



(5) Fotografía de encuestas



(6) Fotografía de encuestas



(7) Fotografía de encuestas



(8) Fotografía de encuestas

ANEXO 4

CARTA PERMISO DE FILMACIÓN

QUITO, 15 de ENERO del 2015

Lic.

Sarita del Carmen Cisneros

GERENTE GENERAL

MISHAN SERVICE S.A.

Presente.-

Reciba un cordial saludo Licenciada, en esta ocasión me encuentro realizando el video corporativo de inducción para la empresa Mishan Service.

La grabación de dicho video se la realizara a mediados de febrero a distintos trabajadores que se desempeñan en los campamentos del oriente. El tiempo de filmación será de dos días aproximadamente 8 horas diarias por día.

Por lo que le solicito muy cordialmente nos autorice el ingreso y filmación de los procesos laborales de distintos trabajadores.

Por la favorable respuesta al pedido le anticipo mi agradecimiento.

Me suscribo atentamente,

Raúl Melo

Productor

0984681511