

Plan de comunicación interna



Equipo:

Juan Aroca Sánchez | Karla Cruz | José Manuel Galindo Iglesias | María Lozano Oliva

ÍNDICE

1. Sobre Grupo Peña	3
2. Diagnóstico inicial	5
2.1 Situación actual de Grupo Peña	5
2.2 Análisis de buenas prácticas	8
2.3 Análisis DAFO	12
3. Plan de comunicación interna	13
3.1 Objetivos	13
3.2 Estrategia	13
3.3 Audiencia	13
3.4 Mensajes clave	15
3.5 Canales y contenido	16
3.6 Plan de acción	18
3.7 Medición	29
4. Propuesta creativa	31
4.1 Concepto	31
4.2 Aplicaciones gráficas	31
5. Cronograma	44
6. Referencias	45



Grupo Peña Automoción es una empresa líder dedicada a la distribución de piezas de recambio para turismos, vehículos agrícolas e industriales. Cuenta con más de 50 años de trayectoria y es reconocida como un referente en el sector de la automoción en Andalucía y Castilla-La Mancha.

Su fundador, Francisco Peña Ocaña, nació en Córdoba en 1940. Desde pequeño mostró un gran interés por los vehículos y la mecánica. Tras terminar la escuela, comenzó a trabajar en un taller de reparación de automóviles. En 1971, Francisco Peña decidió emprender su propio camino y estableció una pequeña tienda de repuestos de automóviles en Córdoba. La empresa experimentó un crecimiento acelerado y en pocos años, se consolidó como un referente en el sector automotriz de la provincia.

En 1988, el Grupo Peña inauguró su primera sucursal fuera de Córdoba, marcando el inicio de su expansión. En los años siguientes, la empresa continuó su crecimiento con la apertura de nuevas sucursales en otras provincias andaluzas.

En 2004, la empresa dio un paso significativo en su expansión al abrir su primera sucursal en Castilla-La Mancha. El Grupo Peña prosiguió su desarrollo en esta región con la inauguración de más sucursales en los años siguientes.

En la actualidad, cuenta con 28 sucursales repartidas por Andalucía y Castilla-La Mancha. Se ha convertido en una empresa consolidada y que se encuentra en constante desarrollo. Ofreciendo un amplio catálogo de recambio de las principales marcas del sector, así como un servicio de asesoramiento y atención al cliente de calidad.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:

Misión: "Hoy somos más que meros recambistas para nuestros clientes, somos su proveedores de "soluciones integrales" que les facilita la actividad de su negocio. Siempre estamos cuando nos necesitan".

Visión: "Ser reconocidos como una organización en la que se puede confiar y se mantenga con sus clientes una estrecha relación de colaboración. Tanta confianza y colaboración que lleguen a verlos como el recambio que más rentabilidad aporta a sus negocios. El estribillo de sus clientes será *Con Peña mi taller es más rentable*".

La visión de Grupo Peña se centra en ser reconocidos como una empresa confiable y colaborativa en el sector automotriz. Para alcanzar este objetivo, la organización se compromete a proporcionar un servicio integral, que incluya atención al cliente, formación y asesoramiento.

Asimismo, busca destacar como una entidad innovadora mediante inversiones en investigación y desarrollo, así como la adopción proactiva de nuevas tecnologías. La cooperación con clientes, proveedores y colaboradores es fundamental para el éxito de Grupo Peña, reflejando su enfoque en relaciones sólidas y trabajo conjunto.

Valores:

"Son las características personales y profesionales que definen al Hombre y Mujer Peña, parte de nuestro ADN. Añadimos nuestra actitud orientada a "Yo me comprometo", "Yo trabajo en equipo" y "Yo estoy abierto al cambio". Además está el convencimiento que "la satisfacción del cliente asegura el futuro" un lema acuñado desde 1990 y que sigue siendo la inspiración de nuestro trabajo diario en todos los niveles de nuestra organización".

- Satisfacción del cliente: La máxima prioridad de la empresa es la satisfacción del cliente. Se compromete a proporcionar un servicio de calidad que cumpla con las necesidades y expectativas de estos.
- Compromiso: Los empleados/as de Grupo Peña demuestran un fuerte compromiso tanto con la empresa como con sus objetivos. Están dispuestos a esforzarse al máximo y a contribuir con lo mejor de sí mismos para garantizar el éxito continuo del negocio.
- Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es una piedra angular en Grupo Peña. Los empleados/as colaboran estrechamente para alcanzar los objetivos organizacionales. Se respaldan mutuamente, comparten conocimientos y experiencias para lograr un ambiente laboral cooperativo y efectivo.
- Abierto al cambio: Grupo Peña está abierto al cambio y a la innovación. Está dispuesta a adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y a las sugerencias de sus clientes, reconociendo que la evolución constante es clave para el éxito a largo plazo.



2. DIAGNÓSTICO INICIAL



2.1 SITUACIÓN ACTUAL DE GRUPO PEÑA:

La auditoría de comunicación constituye un diagnóstico del estado actual de la compañía, el cual facilita el análisis de estrategias aplicadas por esta. Permite revisar la eficacia de los canales, mensajes y medios utilizados. Con los resultados obtenidos en la auditoría, se señalan los aspectos que se deberían mejorar para superar los déficits de comunicación interna detectados, proponiendo alternativas que podrían resultar más efectivas una vez aplicadas.

Mediante las estrategias de comunicación interna, se aspira a fomentar la motivación entre los trabajadores, crear acciones que contribuyan a mejorar la comunicación entre la dirección y todo el resto del equipo, además de contribuir al desarrollo profesional de los empleados. También se busca integrarlos en la cultura corporativa de la organización, con el propósito de crear un sólido sentimiento de pertenencia.

En consecuencia y de acuerdo con las necesidades del negocio, se implementará una estrategia de comunicación que se ajuste de manera óptima a sus requerimientos, considerando el contexto como punto de partida.

Para realizar la auditoría se ha apostado por una investigación cualitativa, a través de una entrevista en profundidad con el responsable de Recursos Humanos¹.

¿Qué?	Detalle
Rol	El área de Comunicación Interna se encuentra en pleno desarrollo y llevan tan solo tres años trabajando en este terreno, por lo que aún tiene muchas oportunidades de mejora. Están realizando esfuerzos para transformar su comunicación interna, que hasta ahora ha sido principalmente descendente, hacia un enfoque más transversal. Quieren fomentar una comunicación abierta y colaborativa, donde la interacción entre todos los miembros sea una parte fundamental de su proceso comunicativo.
Audiencias	El Grupo Peña Automoción, con una plantilla de 427 empleados, presenta una gran variedad de perfiles laborales. Mientras muchos de ellos desempeñan funciones en oficinas y sucursales con acceso a ordenadores e internet, otros trabajan en talleres, careciendo de un lugar fijo de trabajo y de la posibilidad de consultar un ordenador.

1. La entrevista se le realizó a Christian Delgado, responsable del departamento de RRHH. La entrevista se hizo de manera telemática el día 4 de enero a las 16:30

¿Qué?	Detalle
Audiencias	Esta diversidad se refleja también en aspectos como la edad, responsabilidades y tareas dentro de la empresa, lo cual dificulta la creación de un perfil homogéneo para dirigir mensajes de manera específica. Por esta razón, se propone una estrategia integral que permita llegar el mensaje a todos los públicos dentro de la empresa. La mayoría de los empleados se sitúa en el rango de edad de 26 a 45 años, abarcando a 288 trabajadores. Además, la predominancia de hombres es notable, con 386 empleados.
Canales	Actualmente Grupo Peña Automoción apuesta por la intranet. Este canal es el principal medio de comunicación para todos los empleados de la empresa, independientemente de su ubicación o función. Lo han llamado Área Privada, y ahí pueden encontrar todos los elementos de comunicación relevantes, como la newsletter, las noticias importantes para la empresa, nóminas, políticas, etc. Desde el área de Recursos Humanos trasladan que el canal de Área Privada no está teniendo muy buena acogida, ya que los empleados solo se conectan a principios y finales de mes para consultar sus nóminas. Además Grupo Peña Automoción utiliza otros canales secundarios de comunicación. Estos canales son usados para transmitir mensajes más informales o específicos. Usan Microsoft Teams y grupos de Whatsapp entre los trabajadores, además de cartelera y tableros de anuncios dentro de las oficinas. Otro canal destacado son las reuniones <i>face to face</i> con cada uno de los empleados, lideradas por el responsable de Recursos Humanos. El objetivo de estos encuentros es interactuar y escuchar a cada miembro del equipo. En estas sesiones se busca entender las necesidades y atender las solicitudes más personales, relacionadas con el bienestar de cada empleado. Por ello, desde el departamento de Recursos Humanos trabajan en estrategias que permitan una interacción entre todos los trabajadores de Grupo Peña, fomentando así un diálogo abierto y colaborativo, en el que las opiniones y sugerencias de los empleados en todos los niveles también juegan un papel fundamental en el flujo de la comunicación.
Mensajes	Hasta ahora han dado mayor prioridad a las reuniones con todos sus empleados, pero están trabajando en la transición hacia el Área Privada debido al crecimiento en el número de colaboradores, lo que hace más difícil reunirse con todos. Los empleados demuestran confianza en los mensajes, reflejado en el hecho de que el 90% de los puestos de directivos, responsables de sucursal, área o departamento, están ocupados por personas que han desarrollado toda su carrera profesional en la empresa.



¿Qué?	Detalle
Mensajes	Es importante destacar que dentro del material de comunicación interna siempre resaltan los valores de la empresa y el sentido de familia, ya que en todo momento mencionan el término hombre y mujer Peña.
Rendimiento	El equipo de comunicación interna del Grupo Peña se encuentra en proceso de formación y sigue estructurándose para identificar lo que mejor funciona. Han destinado recursos para invertir en la intranet de la empresa, están observando y analizando cómo implementarla de la mejor manera para sus trabajadores, ya que han identificado que los empleados la usan muy poco. Por otro lado, como el newsletter se publica a través de la misma área el nivel de lectura también es bajo y el contenido que más les interesa es cuando se publica contenido de los mismos trabajadores.

Además de lo mencionado con anterioridad, el Grupo Peña tiene muy presente a todos los empleados y les da un gran protagonismo. Cada vez que nace un hijo de uno de los trabajadores de la compañía, la empresa le envía una cesta con regalos y lo publica en la newsletter. Otro ejemplo es que en el libro que crearon por el 50 aniversario de la empresa entrevistaron a numerosos empleados pero además, aparecen imágenes de todos los que forman Grupo Peña. De esta forma, fomentan el sentimiento de pertenencia y la cultura corporativa de que son una familia y hacen partícipes a todos ellos.

Por otro lado, siguiendo los valores y la cultura corporativa, cuentan con un programa de Recursos Humanos que fomenta el desarrollo profesional dentro de la compañía llamado "Programa Cantera". En este programa lo que se fomenta es el crecimiento de los empleados desde el momento de su incorporación con planes de formación continuo para que vayan obteniendo responsabilidades y ascendiendo.

De hecho, la empresa se enorgullece de que el 90% de los puestos directivos, responsables de sucursal, área o departamento están ocupados por personas que han nacido y se han formado en Grupo Peña.



2.2 ANÁLISIS DE BUENAS PRÁCTICAS:

- **Dentro del sector:**

Empresa	Breve descripción	¿Qué están haciendo en comunicación?
Jiménez Maña Corporación	Es un grupo de empresas dedicado principalmente a la distribución de recambios, pero también tienen otras líneas de negocio en otros sectores.	Tienen una cultura corporativa sólida basada en la misión y los valores. La estrategia de la compañía y los servicios que ofrecen se basa en la misión y el compromiso que tienen con cada uno de los stakeholders. La comunicación es clave para activar y permear este modelo de gestión y liderazgo. ¹ Tienen un programa de voluntariado corporativo, centrado en ayudar a las personas en soledad o en riesgo de exclusión social; medio ambiente y salud para contribuir a la mejora del entorno. El proyecto fue finalista en los premios Compromiso Social en la Posventa organizados por Ancera y Sernauto. ²
La Asociación Española de Proveedores de Automoción (Sernauto)	Representa a parte de la industria española de equipos y componentes para automoción, a través del diálogo con las empresas del sector, las Administraciones Públicas a nivel nacional y europeo, instituciones afines y la sociedad.	Han desarrollado un Portal de Impacto de Sostenibilidad sectorial con el objetivo de fomentar la comunicación y la transparencia, así como facilitar a las empresas una solución tecnológica para avanzar en esta materia, haciendo seguimiento de sus propios objetivos y proporcionándoles, además, un benchmarking con otras compañías del sector. Lo han planteado con un enfoque de escalabilidad que le permita evolucionar a un portal público con un alcance mayor y que impulse la transparencia, la colaboración y alianzas, y el reporte en el ecosistema de la movilidad sostenible. ³
ZAPHIRO	Es una unión social de concesionarios y distribuidores de marcas premium para el sector del repintado.	Han decidido asumir el compromiso de alinear su estrategia empresarial con los ODS, priorizando la responsabilidad social y ambiental. Para ello, publican píldoras formativas en sus redes sociales y canales de comunicación sobre cómo puede un taller de chapa y pintura aplicar cada uno de estos ODS en su actividad diaria. ⁴
CIRA	Asociación de Comerciantes e Importadores de Recambios y Accesorios para Vehículos de Automoción, que representa a los Comerciantes de Recambios y Accesorios del área de Cataluña.	Vermuts CIRA es un programa de radio que se emite en Gran Vía Radio, que cuenta con una cobertura FM. El objetivo es generar contenido de interés y de valor para todas las personas que forman parte del sector de la posventa del automóvil, creando un programa dirigido especialmente a los miembros del aftermarket, pero al mismo tiempo dirigiéndose al resto de la sociedad, con la intención de acercar el sector al cliente final. Se espera que escuchen el programa, a través de sus diferentes canales de difusión: talleres, recambistas, fabricantes y el resto de representantes del sector, como otras asociaciones, empresas de servicios vinculadas al sector, prensa, etc. A lo largo de los programas irán participando invitados de todo tipo, como los socios de CIRA y patrocinadores de la asociación, otros miembros destacados del sector y de las diferentes empresas que forman parte del mismo, representantes institucionales y un sinfín de personas del sector privado que aportarán y transmitirán sus experiencias y conocimiento a todos los oyentes. ⁵



Recambios Del Olmo	Es un distribuidor en recambios multimarca para turismo y vehículo industrial con cobertura en Castilla-La Mancha y Jaén.	Tienen una app que contiene:⁶ • Actualidad en promociones de la empresa. • Contacto con el comercial asignado y delegación a la que pertenece. • Acceso a HaynesPro (si se tiene contratado) Posibilidad de tener información técnica de vehículos. • Acceso al Area Clientes con posibilidad de realizar compras online (DocNet y Area privada) con el móvil 24 horas al día y desde cualquier lugar. • Chat directo con el call center para tener comunicación directa dividido en departamentos. • Acceso a Next Control (Programa de contabilidad) desde el móvil para repasar cualquier dato. • Next Assist (Servicio de Asistencia Telefónica) con el que ayudar en cualquier reparación. • Poder comprobar el historial como cliente de Recambios del Olmo. • Acceso a Next Academy donde hay acceso a la formación técnica. • Aplicación móvil adaptada a Android y Apple.
Grupo Serca Automoción	Grupo de distribución de recambios en España y Portugal	Realizan un evento para exponer el balance anual de la empresa. Ese día también realizan reuniones One to One, ponencias, presentación de novedades de productos y una cena de gala. ^{7 8}
Vemare	Se dedica a la distribución de recambios para el automóvil y el vehículo industrial. Vemare es socio fundador del Grupo AD Parts	Vemapp: comunicados entre una y tres veces por semana con resultados muy positivos. Una comunicación planificada y trabajada junto al equipo de Marketing de Vemare, que elabora un plan de comunicación para que toda la plantilla pueda recibir información continua acerca de su compañía, mejorando su experiencia de Empleado. Esta sección de Actualidad y comunicados semanales permite que Vemare pueda difundir activamente noticias sobre la compañía, nuevas aperturas, cambios en las oficinas, incorporaciones al equipo, cambios organizativos, comunicados de departamentos, y también las iniciativas que se realizan con un carácter más sólido. Actualmente cuentan con un 90% de lecturas en cada comunicado y un 8% de interactividad en las publicaciones.⁹



• **En otros sectores:**

Es interesante conocer qué se está haciendo en materia de comunicación interna en otros sectores, ver cuáles son las tendencias y tomar algunas referencias. Por ello, a continuación, se presentan aquellas acciones o campañas que han sido premiadas en el 2023.

Campaña o acción	Premio	Breve descripción
"Passion for Costumer" de MediaMarkt y Mostaza Comunicación	Best "Internal Communication Campaign" de Global Alliance y Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Motivación y engagement en compañías u organizaciones".	Con el objetivo de reforzar el compromiso y motivación de los empleados, Mediamarkt activó un programa de movilización de cinco meses de duración. Consistió en un viaje de para explorar 4 territorios clave: Bosque del ADN, tierra de la omnicanalidad, el lago del B2B y el parque de la polivalencia. En él participaron 6500 empleados, guiados por 280 formadores internos con muchos videos y juegos. Al terminar el programa, acababan siendo "Mediamarkt Lovers" aquellos que terminan el recorrido y "Mediamarkt Big Lovers" si habían ganado en la Gran Final. ^{10 11}
"The Big Show" de Telecoming	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Motivación y engagement en pymes".	Organizaron The Big Show para transmitir al público interno el nuevo proyecto estratégico y el espíritu sportech de Telecoming. Como parte de la estrategia de comunicación prevista para el lanzamiento, decidieron organizar un evento de lanzamiento en el que, además de mostrar la hoja de ruta para 2023, los talentos de Telecoming pudieran sentirse partícipes de cada paso que la empresa emprende desde el principio. Consideran que saber dónde están y hacia dónde van hace que el equipo se sienta motivado y comprometido con el trabajo diario. El evento, totalmente personalizado con el espíritu deportivo, se convirtió en un espectáculo corporativo en torno a la Super Bowl. El escenario elegido fue el Teatro Alcázar, y creó todo tipo de elementos para ambientarlo al máximo: • Mascota con equipamiento específico para el evento • Cheerleaders con actuaciones musicales en los descansos • Presentadores del espectáculo • Invitaciones diseñadas en formato de entrada deportiva • Carteles • Publicidad de los servicios durante el descanso¹²
"Win Gate. Comunicar una nueva cultura comercial" de KPMG	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Cambio organizacional en compañías u organizaciones"	El objetivo de KPMG es implementar y desarrollar una nueva cultura comercial, basada en el lanzamiento de un nuevo modelo operativo y de gestión. La iniciativa involucró a diversos departamentos, contribuyendo a identificar y adelantarse a las necesidades de sus clientes, acompañándolos y aportándoles valor en la toma de decisiones. Los sponsors se convirtieron en embajadores y utilizaron Camera Café y a sus actores para comunicar el cambio. ¹³



Campaña o acción	Premio	Breve descripción
"* Diversos + Inclusivos + Capaces" de Acciona, La Casa De Carlota y Roman	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Cuidado de los empleados en compañías u organizaciones":	El proyecto de ACCIONA quiere motivar un compromiso real basado en sensibilizar a todos los empleados de la compañía y fomentar la diversidad y la inclusión de profesionales con discapacidad intelectual. Para lograrlo se realizaron talleres, experiencias y un evento presencial y virtual que logró conectar a 17 países. ¹⁴
"Goiko Games 2022" de GOIKO	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Evento interno en compañías u organizaciones".	La empresa organizó un evento que pretendía ser una experiencia única para todos los asistentes, con el objetivo de demostrar a sus empleados el impacto y la influencia de su trabajo, no solamente en la empresa, sino también en su entorno y en la sociedad en general. Cerraron más de 100 restaurantes para hacer el evento en Madrid en el que tuvieron diversas actividades: • Carrera de bicicletas • Concierto • Juegos • Batalla de gallos¹⁵
"Haka al futuro" de Encamina	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a "Evento interno en pyme".	Propusieron afrontar el 2023 con una mirada de guerrero. Hicieron "#HAKA al futuro" y se convirtieron en guerreros maories por unas horas, con el objetivo de transmitir este espíritu de equipo y determinación a toda la empresa, y motivarlos a enfrentar el futuro con pasión y convicción. ¹⁶
"#Miquelverso" de Fundación LaCaixa, Educaixa y Prodigioso Volcán	Premio Dircom Ramón del Corral 2023 a soporte digital (página web, blog, publicaciones digitales y apps)	Miquelverso es el primer metaverso rural, creado por Fundación laCAIXA y EDUCACAIXA en el que los dos mundos (el mundo de Miquel Montoro y el mundo del The Challenge) se juntan, con el propósito de alcanzar Objetivos de Desarrollo Sostenible y educar a las futuras generaciones. Crearon el primer metaverso educativo que conecta la tecnología y el mundo agrícola. ¹⁷
"Conexión Unibán, el espacio que nos une" de Unibán	"Mejor Sistemática de Canales, Soportes y Herramientas para la Comunicación Interna" del OCI	Implementó un nuevo ecosistema de canales, con Workplace como herramienta central de comunicación interna, nuevos formatos más ágiles y una red de embajadores para llegar a todos los niveles de la compañía. ¹⁸
"Explora, la nueva intranet social de Cabify"	Mejor herramienta de CI, del OCI	Permitió a la compañía desarrollar un modelo de comunicación más centralizado y participativo, que pusiera en contacto a equipos locales y globales a través de una única plataforma digital llamada Explora. ¹⁹
"Así de fácil, gestos que marcan la diferencia" de Redeia y PrideCom	Mejor Campaña Integral de Comunicación Interna del OCI	Es una campaña de comunicación integral, con un enfoque en la prevención de riesgos laborales y la salud de los empleados. "Nuestra Red", la intranet de Redeia se convierte en epicentro para el despliegue de la estrategia. La campaña se lanza con la participación de empleados en un spot y la introducción del primer podcast llamado "Actitud Preventiva". Además, se llevan a cabo las "Jornadas de la Prevención". Finalmente, se ponen en marcha acciones como juegos interactivos, distribución de cartelera, entre otras acciones. ²⁰



2.2 ANÁLISIS DAFO:

A continuación, se recoge de forma sintética los resultados de la auditoría. El siguiente análisis DAFO permite destacar cuáles son las acciones positivas que está realizando Grupo Peña con su público interno e identificar las debilidades. Por otro lado, las oportunidades y amenazas, son aspectos del entorno de los cuales la empresa puede sacar provecho para mejorar la comunicación interna con los diferentes públicos.

FORTALEZAS: - Cultura organizacional fuerte y bien definida: misión, visión y valores. - Existencia de "Área privada" para empleados - Disposición de la empresa a escuchar e incluir en el desarrollo de mensajes internos a diferentes colaboradores. - Inclusión de colaboradores de diferentes áreas en la publicación de celebración de 50 aniversario que se realizó en 2021. - Programas de formación continua para los trabajadores. - Cuentan con un programa cantera, en el cual cada empleado tiene el conocimiento de su posibilidad de crecimiento dentro de la empresa. - Inclusión de la mujer en el sector del recambio. Premio "Impacto en las personas" por la iniciativa "La inclusión y promoción de las mujeres en el sector del recambio". - Cuentan con una organización lineal y permite los encuentros 1-1 de gerencia con los empleados.	OPORTUNIDADES: - Eventos de integración entre los colaboradores de todas las sucursales para crear mayor sentido de pertenencia. - Uso de nuevas tecnologías o herramientas para mejorar la comunicación interna. - Utilizar diferentes herramientas innovadoras para que el proceso de onboarding sea llamativo para nuevas generaciones. - Desarrollar línea gráfica para los programas enfocados en los empleados, así como existe para los clientes. - Incentivar a los empleados al uso de la herramientas existentes: Área Privada. - Implementar una aplicación como algunas empresas de la competencia a las que les ha funcionado bien
DEBILIDADES: - Todas las estrategias de comunicación están bien desarrolladas para el cliente y poco enfocadas en el desarrollo de los clientes internos. - Solo existe un canal de comunicación oficial y compartido con todos los empleados: Área Privada. - Los empleados no usan el Área Privada. - Poco interés en el contenido que se comparte a través del Área Privada: noticias y newsletter. - Cada sucursal tiene sus propios canales de comunicación: grupos, teams, etc.	AMENAZAS: - Nuevas generaciones de colaboradores jóvenes que no desarrollan sentido de pertenencia a la organización. - Colaboradores jóvenes que exigen medios y formatos innovadores que llamen su atención para recibir información relevante de la empresa. - Brecha generacional entre los diferentes trabajadores. - Riesgos de malentendidos o desinformación en una empresa que cuenta con diferentes equipos de trabajo y varias sucursales en diferentes zonas de España. - Competencia con una sólida cultura corporativa.



3. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA



3.1 OBJETIVOS:

General:

- Mejorar el flujo de comunicación interna para que sea transversal y directa entre todos los empleados.

Específicos:

- Fomentar la participación de la plantilla en las actividades de comunicación.
- Aumentar el uso de Universo Peña
- Lograr que las personas de nueva incorporación se sientan parte del equipo y se identifiquen con los valores y cultura de la empresa.
- Mejorar el *employee advocacy*.

3.2 ESTRATEGIA:

A raíz de la auditoría, se concluye que el flujo de comunicación es descendente, en su mayoría es información que proviene de la directiva o de los puestos que se encuentran en lo más alto del organigrama. La estrategia de este plan de comunicación se basará en modificar esta realidad para conseguir que el **flujo de comunicación sea transversal**, que vaya en todos los sentidos y con implicación en todos los niveles de la organización.

3.3 AUDIENCIA:

Para alcanzar los objetivos mencionados, en primer lugar se determina cuál es la audiencia. En este caso, son los 427 empleados con los que cuenta actualmente Grupo Peña. De los cuales 386 son hombres y 41 mujeres, con una media de edad de 36,64 años.

Estos empleados pertenecen a todos los niveles del organigrama, desde directivos hasta puestos base y se encuentran distribuidos en las 28 sucursales de Andalucía y Castilla La Mancha.

Dentro de este público objetivo se establecen dos segmentos diferenciados:

- Empleados en puestos directivos como: Dirección General, Finanzas, Compras, Administración, Recursos Humanos, Marketing, Comercial y Comunicación.
- Personal en área de logística, empleados de sucursales y talleres.

A partir de los cuales se definen dos buyer persona.

Perfil:	Ana Gómez 38 años Oficinas Córdoba Gerente Comercial	Miguel García 50 años Sucursal Málaga Atención en taller
Necesidades de comunicación:	- Necesita estar en constante comunicación con todas las gerencias de la empresa para poder lograr los diferentes objetivos comerciales. - Está alejada de las distintas sucursales y no cuenta con un canal de comunicación directo con todos los colaboradores.	- Busca comunicar sus necesidades como empleado a través de las reuniones face to face, ya que es el canal oficial que tiene para hacerlo. - El contacto que tiene con personas de otras sucursales es casi nulo y con gerencia muy poco.
Comportamiento dentro de la empresa:	- Lleva 10 años trabajando dentro de Grupo Peña y ha ido escalando en diferentes posiciones a lo largo de su carrera profesional y se siente orgullosa de trabajar para la empresa. - Al estar en una gerencia tiene poca relación con sus compañeros de las diferentes sucursales. - Es una persona con una alta carga laboral, lo que a veces le dificulta estar al día con el contenido de Grupo Peña que recibe a través del Área Privada, la revisa muy poco.	- Lleva 15 años dentro de la empresa y desde un inicio se ha sentido como parte de la familia Peña. - Las pocas veces que ingresa al Área Privada es para revisar su nómina y nunca lee el newsletter. - Las veces que ha participado en alguna actividad de comunicación interna ha sido porque rifan entradas para partidos de fútbol. - Algo que le gustaría explorar más son las diferentes plataformas de formación que ofrece Grupo Peña.
Plataformas que más utiliza:	- Dentro de la empresa la herramienta de comunicación que utiliza a diario es el correo institucional, ya que a través de él está en contacto con los demás gerentes. - También usa WhatsApp para comunicarse con sus compañeros con los que tiene una mayor relación de confianza. - El Área Privada lo consulta muy poco y cuando lo hace realiza la visita a través del móvil.	- Al no contar con un correo institucional, las formas que utiliza para estar en contacto con gerencia son reuniones face to face y el Área Privada. - Debido a que su trabajo es en talleres su mayor herramienta es es móvil, a través del cual gestiona cualquier comunicación con su equipo como el grupo de WhatsApp de su sucursal. - El Área Privada lo consulta una vez al mes.



3.4 MENSAJES CLAVE:

El mensaje principal que se quiere transmitir a través de las diferentes acciones es: **el sentido de pertenencia a la familia Peña.**

1. Nuestra familia, nuestra fortaleza: juntos en cada desafío.
2. En el Grupo Peña Automoción, tu crecimiento profesional es nuestra prioridad. Ofrecemos oportunidades de formación para que alcances tu máximo potencial.
3. La satisfacción del cliente se basa en la calidad de nuestros productos. Tu trabajo es crucial para mantener esa satisfacción en cada entrega.
4. Somos una gran familia que trabaja en equipo.
5. En esta empresa, el aprendizaje continuo es la clave del éxito. Estamos aquí para apoyarte en tu camino de desarrollo.
6. Un equipo, una misión: excelencia en cada recambio, calidez en cada interacción.
7. Cada día, cada entrega, una oportunidad para fortalecer nuestros lazos
8. Cada empleado en el Grupo Peña Automoción es una parte esencial en nuestro éxito continuo.
9. En esta familia, nos cuidamos mutuamente y trabajamos juntos para alcanzar el éxito.
10. Tu implicación con el trabajo es lo que nos hace únicos frente a la competencia.



3.5. CANALES Y CONTENIDO:

Canal	Contenido
Manual de onboarding	El manual de onboarding se entregaría de manera física y poseería los siguientes apartados por orden: • <i>Bienvenida</i> • <i>Orígenes de la compañía</i>: Pequeña introducción histórica a Grupo Peña, en la que se remarque la importancia de la familia. • <i>Misión, visión y valores</i>: A fin de que el empleado asimile desde el primer momento la filosofía de la empresa. • <i>Grupo Peña en la actualidad</i>: datos sobre la realidad actual de la empresa. • <i>Procedimientos de trato al cliente</i>: Una pequeña guía que aborde cuestiones relativas a la gestión y entrega de productos que pueda servir como manual y libro de normas a la hora de comunicarnos con nuestros clientes. • <i>Procedimientos del día a día</i>: Contemplan uniformidad, control de asistencia y canales de comunicación. • <i>Protocolos de seguridad</i>: Información de interés en lo relativo a la seguridad en el trabajo y los diferentes procedimientos a seguir en sucursales en caso de incendios, terremotos u otras posibles catástrofes naturales. • <i>Políticas de la compañía</i>: Guía informativa sobre posicionamiento en cuestiones como confidencialidad, seguridad de la información, redes sociales, conducta interna o diversidad e inclusión, entre otros. • <i>Programas de apoyo al empleado</i>: Listado de beneficios de pertenecer al Grupo Peña. • <i>Terminología Peña</i>: En caso de que la hubiera, glosario relativo a terminología común en la compañía que puede sonar extraño al recién llegado (por ejemplo, hombre-mujer Peña).
Vídeo Tour 360	• Vídeo 360 que consista en un tour virtual por las instalaciones del Grupo Peña.
Caja de <i>onboarding</i>	• Carta de bienvenida a la empresa donde se explique la historia, hitos y valores de la empresa. Será similar a la agenda de Francisco Peña. • Árbol genealógico de Grupo Peña para representar la conexión del empleado con la familia Peña y la empresa, fomentando así el sentido de pertenencia. • Última Newsletter para ir familiarizando al empleado con el formato y las dinámicas internas. • Kit de merchandising



Canal	Contenido
Universo Peña	• <i>La renovación del área privada, pese a mantener prestaciones anteriores como poder ver los turnos o la nómina, comprende diferentes acciones:</i> • <i>Creación del área 'Te escuchamos', donde los empleados pueden tener un contacto directo con el Departamento de Recursos Humanos, tanto de manera anónima como natural. Su función principal sería la de servir como herramienta comunicativa y plataforma para compartir con la empresa videos o documentos para respotear en el blog.</i> • <i>Apertura de un blog interno:</i> Espacio en el que cada empleado puede publicar contenido, desde consultas a relatos sobre vivencias personales, con sus compañeros. • <i>Área de actualidad:</i> Apartado gestionado únicamente por los administradores de la red que funciona como newsletter virtual, ampliando la información que ofrece la misma en su versión física. Además, franja dedicada a la publicación del resultado de los diferentes eventos o concursos, fotografías del día a día o secciones propias como 'Conoce a la familia'. • <i>Buzón 'Exprésate':</i> Sección dentro del área 'Te escuchamos' en la que los empleados pueden enviar piezas artísticas, relatos del día a día o, en general, cualquier contenido que consideren relevante y quieran compartir con sus compañeros y compañeras.
Newsletter	• Informar sobre los sucesos importantes de la empresa. • Presentar las diversas dinámicas y actividades en las que puede participar: - Participación en el equipo de fútbol de la empresa. - Involucramiento en sorteos. - Participación en concursos. - Asistencia a pequeños eventos organizados en fechas específicas. - Contenido que han creado los empleados que nos sea publicado en el blog.



Canal	Contenido
Encuentro Somos Peña	El objetivo principal es fomentar el trabajo en equipo, por lo cual se realizarán diferentes dinámicas que fomenten la interacción entre todos los hombres y mujeres Peña.
Redes Sociales	- Videos en los cuales los empleados su experiencia dentro de la empresa y como han ido creciendo. - Potenciar el uso del hashtags: #trabajoenGrupoPeña #mujerPeña #hombrePeña #familiaPeña - Videos de la sección "Conoce a la familia", estos los empleados contarán un poco sobre ellos, cuáles han sido los retos que han experimentado en la empresa y los logros alcanzados.

3.6. PLAN DE ACCIÓN:

Para cada uno de los objetivos mencionados anteriormente se proponen una serie de acciones a desarrollar en un período de 6 meses. Sin embargo, es importante destacar que varias de las actividades propuestas se recomienda que queden implementadas permanentemente en Grupo Peña.

Las acciones establecidas en este plan se han visualizado como el ciclo de vida que tienen los empleados en la organización, enfocado en las siguientes etapas:





Onboarding

- **Integración de nuevos empleados dentro del equipo:**

El proceso para que los nuevos trabajadores se sientan parte del equipo y se identifiquen con los valores y cultura de la empresa comienza desde antes de su llegada a Grupo Peña, a través de una serie de acciones que se realizan como el seguimiento telefónico, la obtención de información y el ajuste del puesto al perfil de la persona.

Para ayudar a la integración completa se le hará entrega de un manual de *onboarding*, una caja de bienvenida y se establecerán canales abiertos de comunicación para que puedan proporcionar retroalimentación y expresar cualquier inquietud que le vaya surgiendo.

Estas acciones buscan no solo mejorar la comunicación interna, sino también contribuir al bienestar general de la plantilla y fortalecer el sentido de pertenencia a la empresa.

Acciones clave:

1. Manual *onboarding*
2. Tour con video 360 por las instalaciones
3. Tutor Peña
4. Caja de *onboarding* / *Welcome pack*

Primer día en Grupo Peña	
9:00	Firma de contrato
9:20	Onboarding
9:50	Guía por las oficinas y tour 3D del entorno de trabajo
10:20	Presentación del Tutor Peña
10:30	Entrega de <i>Welcome pack</i>
Durante toda la primera semana, el nuevo hombre o mujer Peña será ayudado por el Tutor que le sea asignado.	



1. Manual onboarding:

La intención es que cada hombre y mujer Peña reciba una calurosa bienvenida cuando inicie su andadura en la empresa y comience desde el primer día a sentirse identificado con los valores corporativos. Por ello, se propone la entrega de un manual de onboarding que resuma las principales ideas sobre las que se basa el día a día y facilita la integración del empleado o empleada.

En este manual debe figurar una pequeña introducción a la empresa, tanto histórica como en materia de valores. Se debe inculcar la cultura familiar que se pretende llevar por bandera a la hora de comunicarse con los clientes desde el primer minuto, por lo que hay que aprovechar este momento para resumir, de manera breve, los orígenes y la expansión de Grupo Peña en las diferentes sucursales.

Después de este breve contexto histórico, se debe remarcar los valores como grupo y las principales ideas fuerza en cuanto al funcionamiento de la empresa. Es muy necesario que los hombres y mujeres Peña tengan clara la filosofía de la compañía. Este punto es el más importante de todo el manual, por lo que no se debe escatimar en su explicación.

Tras explicar la filosofía, es buen momento para presentar las acciones concretas que demuestran la personalidad y, sobre todo, el compromiso con la RSC en sus diferentes formas. Es aquí donde se informa someramente a la persona incorporada de las actividades que se llevan a cabo a lo largo del año para hacer del mundo un lugar mejor. Parte de este apartado puede incluir, dada la importancia de Grupo Peña en este ámbito, las ferias y encuentros que se realizan, como el Congreso Peña Conocimiento o la Feria Peña.

Una vez hecho esto, se procede a la presentación de las diferentes plataformas; GP-Gestaller, GP-CAT, GP-Academy, GP-Taller y GP-Pinturas.

Al terminar esta parte sobre la empresa, es conveniente dedicar un apartado al contrato y las condiciones de cada trabajador, así como a la normativa para temas de interés, como pueden ser las bajas médicas o los días de asuntos propios.

A partir de aquí, la información a proporcionar es de un carácter más técnico, por lo que se propone dedicar capítulos por separado a los siguientes temas:

- **Procedimientos del día a día:** Contemplan uniformidad, control de asistencia y canales de comunicación.
- **Procedimientos de trato al cliente:** Una pequeña guía que aborde cuestiones relativas a la gestión y entrega de productos que pueda servir como manual y libro de normas a la hora de comunicarse con los clientes.
- **Protocolos de seguridad:** Información de interés en lo relativo a la seguridad en el trabajo y los diferentes procedimientos a seguir en sucursales en caso de incendios, terremotos u otras posibles catástrofes naturales.
- **Políticas de la compañía:** Guía informativa sobre posicionamiento en cuestiones como confidencialidad, seguridad de la información, redes sociales, conducta interna o diversidad e inclusión, entre otros.



- Programas de apoyo al empleado: Listado de beneficios de pertenecer al Grupo Peña.
- *Terminología Peña*: En caso de que la hubiera, glosario relativo a terminología común en la compañía que puede sonar extraño al recién llegado (por ejemplo, hombre-mujer Peña).

2. Tour 360 por instalaciones:

Una de los objetivos que cualquier empresa debe tener es hacer sentir a sus nuevos empleados que llevan trabajando toda la vida en la compañía. La aclimatación social es importante, pero también debemos poner empeño en la espacial, para que los hombres y mujeres Peña que llegan a la empresa no tarden más de un día en saber moverse de manera natural y despreocupada por su lugar de trabajo.

Por eso, se propone la creación de un tour virtual por las oficinas de Grupo Peña, que le ayude a situarse con facilidad y a ubicar rápidamente sus principales puntos clave. Este tour se realizaría en un principio a través de la pantalla de un ordenador, del mismo modo que lo realizan diferentes entidades como la Universidad Loyola de Sevilla o el Congreso de los Diputados, aunque sería interesante pensar en un posible desarrollo del tour para dispositivos de Realidad Virtual si es un método que funciona y se pueden permitir los dispositivos en el futuro.

Al ser Grupo Peña una empresa multisede con un amplio abanico de perfiles laborales, el tour debería ser personalizado al entorno de trabajo de la persona que se incorpora. Es importante que se ajuste lo máximo posible al espacio en que se moverá cada día, ya sea de oficina, almacén o taller

3. Tutor Peña:

Otra de las iniciativas que se pueden tomar es la de un programa de tutorización por parte de los empleados de Grupo Peña que ayude a integrar a los nuevos colaboradores. Se optaría por la creación de la figura de Tutor o Tutora Peña y se fomentaría su colaboración a través del Departamento de Recursos Humanos para trabajar con ellos en conjunto y facilitar la aclimatación de las nuevas incorporaciones.

Para que el Tutor o Tutora Peña sea realmente de ayuda para el empleado de nueva incorporación sería favorable que fuera un responsable o coordinador del departamento en el esta persona va a desarrollar su actividad. De esta forma, cada departamento de la compañía tendría su cuerpo de tutores, cuya función sería complementaria a su labor como trabajador de la empresa y siempre respetaría su horario original.

Lo ideal es que esta persona que va a guiar a los nuevos empleados sea veterana en la empresa, la conozca bien y le transmita los valores del Grupo Peña, además de los conocimientos técnicos necesarios para desarrollar su trabajo. Se recomienda que durante la primera semana acompañe al nuevo empleado y le instruya tanto para su aclimatación al ámbito de trabajo, como la manera de hacer las cosas de Grupo Peña. Sin embargo, sería oportuno que este Tutor o Tutora Peña sea una persona de referencia y a la que acudir en los primeros meses en la empresa.



4. Caja de *onboarding*:

Grupo Peña es una compañía que, a pesar de la globalización, no ha perdido de vista sus raíces ni sus orígenes como una empresa familiar, por lo que se buscará potenciar lo que es la organización como cultura y a la vez empezar a construir en los nuevos hombres y mujeres Peña un sentido de pertenencia que los haga sabedores de lo partícipes que pueden llegar a ser para la compañía.

Desde el primer momento que entran por la puerta de las instalaciones ellos deben sentirse como un o una Peña más y se considera que no hay mejor manera de comenzar esta relación que a través de un *welcome pack* que explique los orígenes y provoque en los empleados la sensación de estar uniéndose verdaderamente a una familia. Es por eso que, en los documentos que se detallan a continuación, se busca incidir especialmente en esta idea. Se propone que la caja cuente con los siguientes elementos:

- *Carta de bienvenida a la empresa*: Un escrito que dé la bienvenida al Hombre o Mujer Peña que se incorpore, en el que se comparte parte de la historia, valores y cultura del Grupo Peña. También se anima a una participación activa dentro de la empresa y a fomentar el sentido de pertenencia. Se entregará un código QR que enlaza con un vídeo en el que el presidente de Grupo Peña e hijo del fundador, Antonio Peña Ortiz, de la bienvenida a la compañía, de una forma más cercana.
- *Árbol genealógico de Grupo Peña*: Queremos sustituir el clásico organigrama vertical que ubica al empleado por un árbol genealógico que comienza con el fundador de la empresa y desarrolla sus vínculos familiares. Sin embargo, de la rama de sus hijos proponemos que salga el logo del Grupo Peña y se desarrolle hasta llegar al empleado, simbolizando que es parte de la familia. Con este material no se pretende establecer o indicar un orden jerárquico, sino crear un sentido de pertenencia a la familia y, por tanto, a la empresa.
- *Última newsletter*: Se propone incluir en el pack el último boletín de noticias de la compañía, para que la nueva incorporación pueda enterarse de los últimos sucesos importantes para la empresa. También puede servir para que se familiarice con su formato y conozca las diversas dinámicas de las que puede ser partícipe, como el equipo de fútbol de la empresa, los sorteos, los concursos o los pequeños eventos que se puedan llevar a cabo en esas fechas.
- *Kit de merchandising*: se entregarán objetos promocionales que acompañen a los nuevos empleados durante su crecimiento profesional dentro de la empresa. Este kit incluirá: una botella de agua, un vaso para café, mochila, cuaderno, una batería portátil y otros artículos como stickers o bolígrafos que sean de utilidad.





Desarrollo

- **Aumentar el uso de Universo Peña:**

En este área, los empleados actualmente encuentran los detalles de la nómina, noticias sobre la empresa, cursos de formación y cada vez que se crea un newsletter les notifica por correo a los empleados sobre el nuevo contenido.

Para mejorar y fomentar el acceso se sugiere ampliar la oferta de contenidos que actualmente se tiene, así como el rango de dispositivos que soporta. Dentro de este plan, se animará a los empleados a publicar contenido propio en la red interna con la intención de revitalizarla y darle un mayor número de usos. De igual manera, para hacerla abierta y accesible para todos los empleados, se creará una versión app de la misma, llamada 'Universo Peña', que permita a los trabajadores que no usan ordenadores en su día a día mantenerse en contacto con el resto de hombres y mujeres Peña. Es decir, la aplicación tendrá su versión escritorio y su versión para móvil.

Los apartados en los que los trabajadores muestran más interés serán colocados debajo de las noticias, newsletters o información que desde la empresa se quiera destacar. Así, el viaje del usuario le obligará a pasar por encima de otros contenidos que, pese a ser considerados importantes por la gerencia, no son tenidos tan en cuenta actualmente.

Acciones clave:

1. Reformar el plan de contenidos interno de Grupo Peña y la organización de la información de "Universo Peña"
2. Crear la aplicación "Universo Peña" versión escritorio y móvil

1. Reformar el plan de contenidos interno de Grupo Peña:

La aplicación es una herramienta muy aprovechable para mantener un contacto continuo con los empleados de una manera bidireccional. Sin embargo, a partir de la auditoría se determinó que la actual plataforma Área Privada no está siendo utilizada, pero para este plan de comunicación interna se transformará en una herramienta principal, por lo que el primer paso será la reestructuración del contenido.

Actualmente, el acceso a la red interna se da en la mayoría de la plantilla de una manera irregular y casi exclusivamente para consultar la nómina. El resto de contenido que se publica cuenta con poco *engagement* por parte de los empleados, por lo que es necesario adecuarlo. Por la información proporcionada, se concluye que hay interés por Grupo Peña por algunos temas que pueden hacer revitalizar el Área Privada que posteriormente se transformará en la aplicación "Universo Peña",



El primero de ellos son los diferentes sorteos que se realizan, por ejemplo, de entradas para acudir a ver al Córdoba Club de Fútbol. Siguiendo con el fútbol, también levanta interés la liga de empresas de Córdoba, en la que Grupo Peña participa. Seguir al equipo de la compañía mediante la publicación de crónicas de los partidos y la clasificación puede ser un gancho que se utilice más la aplicación y que al mismo tiempo los empleados puedan comenzar a darle seguimiento a otros temas de menor interés, como noticias sobre la compañía o recomendaciones de seguridad.

Por último, se propone la inauguración de una nueva área, que recibe el nombre de **"Te escuchamos"**, y conecta al empleado directamente con el Departamento de Recursos Humanos. La comunicación que se plantea va más allá de las típicas quejas y sugerencias, ya que este canal tendrá dos opciones:

- *Buzón 'Exprésate':*

Una que permita a los empleados que lo deseen compartir contenido creado por ellos y que quieran ver publicado en la aplicación o en newsletters. Por este contenido se entiende: escritos de cualquier tipo, desde noticias hasta pequeñas piezas literarias, dibujos, imágenes o vídeos sobre su experiencia dentro de la empresa, que permita que toda la Familia Peña se conozca mejor.

Estas creaciones que compartan los empleados pueden ser reflejadas en un blog de la empresa que se ubique dentro de la misma plataforma y dé una visión más personal de los trabajadores que se puede combinar con noticias institucionales. Este buzón posibilita también llevar a cabo eventos internos como concursos. Una de las ideas que se proponen es la elaboración de un concurso en el que los familiares más pequeños de los empleados de Grupo Peña (los hijos de los trabajadores) dibujen aquello que creen que hacen sus mayores en el trabajo y, con los mejores dibujos, se realice un calendario para distribuirlo en los talleres y oficinas.

Una de las formas de incentivación a la publicación que se propone es que los empleados que más contenido hayan generado tengan más posibilidad de ganar entradas para acudir a ver al Córdoba.

- *Buzón para comentarios y sugerencias:*

Compartir contenido con los compañeros no debe ser la única función del área 'Te escuchamos'. También debe servir para que, los hombre y las mujeres Peña que así lo deseen, de manera anónima o no, tengan un buzón electrónico a su disponibilidad para aquellas sugerencias o quejas que puedan tener y puedan verbalizarlas con la mayor rapidez posible y de una manera directa al Departamento de Recursos Humanos.



2. Creación de la aplicación 'Universo Peña':

La versión web de la aplicación es un recurso muy válido para los empleados que se encuentren en la oficina y tengan contacto constante con un ordenador. Sin embargo, los colaboradores que en su día a día no tienen la necesidad de trabajar con ordenadores personales también podrán ingresar al Universo Peña a través de la aplicación que se creará para móviles. El hecho de convertirlo en una aplicación se decide debido a las ventajas que suponen no necesitar un navegador web dentro del teléfono y la posibilidad de comunicar a través de notificaciones en las terminales de los empleados cuando se haya publicado contenido relevante para la organización. Esta aplicación estaría disponible tanto para terminales IOs como para Android.

Para promover el uso de la aplicación se deberá realizar una campaña interna, que incluirá los siguientes pasos:

- 1.El departamento de comunicación interna deberá preparar un manual de uso de la aplicación y una presentación para capacitar a los representantes de cada sede.
- 2.Capacitación de los representantes de sede por parte del departamento de comunicación.
- 3.Los representantes de cada sede llevarán una reunión con todo su equipo, serán los encargados de presentarles la aplicación y de explicarles las funcionalidades. Además, deberán garantizar que todas las dudas de uso queden resueltas durante la reunión.
- 4.Posterior a la capacitación se colocarán carteles en cada sede con códigos QR para que todos los empleados descarguen la App.



Desarrollo y Retención

• Fomentar la participación de los empleados actuales:

Para hacer que los empleados participen en los flujos de comunicación se crearán canales interactivos en los que puedan ellos mismos aportar la información para la generación de contenido de comunicación interna o los comentarios que crean oportunos. Además se buscará la integración de todos los empleados a través de eventos y actividades, esto también ayudará a generar un mayor sentido de pertenencia a la empresa.

Acciones clave:

1. Conocer a los empleados a través de videos cortos
2. Creación de insignia de influencers dentro de la app "Universo Peña"
3. Eventos de convivencia e integración entre los empleados



1. Conocer a los empleados a través de videos cortos:

La propuesta es para que los colaboradores se puedan ir conociendo entre sí e integrarse todos como Familia Peña. Los empleados que lo deseen deberán crear sus propios videos cortos, los cuales se publicarán en "Universo Peña" y en los newsletter. Se ha seleccionado esta modalidad ya que se ha observado que el contenido que genera más interacciones y que es más compartido por los trabajadores es aquel en el que aparecen ellos mismos o sus compañeros. Además,¹ facilita el intercambio de conocimientos, perspectivas y aprendizajes entre los empleados mediante historias y vivencias humanas que sitúen al empleado como protagonista, para favorecer la colaboración y las sinérgias. Los temas que se sugieran para los videos son:

- Sobre su trayectoria dentro de Grupo Peña, historias sobre su camino profesional y cómo llegaron a su posición actual.
- Lecciones aprendidas a lo largo de su trabajo en la empresa.
- Hobbies, los empleados podrán compartir intereses personales y las cosas que les gusta hacer en su tiempo libre.
- #undiaenGrupoPeña, videos a través de los cuales los hombres y mujeres Peña compartan una breve historia sobre sus actividades que realizan y el valor que le aportan a la empresa.

2. Creación de insignia de influencers dentro de la app "Universo Peña":

Como se explicó previamente, en la nueva aplicación los empleados podrán generar contenido sobre diferentes temas y para incentivar la participación y sentido de pertenencia se sugiere que se haga una estrategia de gamificación, a través de la cual los empleados vayan ganando insignias y el máximo nivel sería Influencer Peña. Cabe destacar que según los niveles que vayan alcanzando los empleados podrán participar en diferentes rifas.

3. Encuentro Somos Peña:

Para fomentar que los hombres y mujeres Peña se conozcan e integren se realizará un Encuentro Peña anual, evento al cual asistirán todos los empleados de la empresa, se sugiere que se realice durante un domingo en el mes de octubre. El día elegido es un domingo porque la empresa no se puede permitir estar sin actividad un día laborable, ya que de ella dependen muchos talleres. Debido a que será en un día no laborable, los empleados podrán solicitar posteriormente un día libre como compensación.

Durante el Encuentro Peña los empleados realizarán actividades que fomenten el trabajo en equipo, el cual es un valor fundamental para la empresa. Algunas dinámicas para impulsar el engagement y la conexión podrían ser:

- Tirar de la cuerda
- Carrera de relevos a tres piernas
- Escape room

1. Conclusión sacada del artículo "Tendencias de Comunicación Interna para 2024," de LinkedIn publicado por Estudio de Comunicación - Consultores de comunicación y RR.PP.



- No dejes caer la pelota: los equipos formarán un círculo y se deberán pasar la pelota, no se puede dar la pelota al compañero que se tiene a la par, la pelota debe estar siempre en el aire. Una persona no puede tocar la pelota dos veces seguidas.
- Caída del huevo, el objetivo es que todos trabajen en equipo para construir una estructura que proteja al huevo y no se quiebre cuando sea lanzado desde una altura considerable.
- Captura de bandera, los participante se dividirán en dos equipos y el objetivo es quitarle la bandera a los integrantes del equipo contrario.
- Mini golf

Por el tipo de dinámicas propuestas el lugar para realizar el evento sería un polideportivo en la ciudad de Córdoba, por lo cual Grupo Peña deberá coordinar el transporte desde diferentes puntos de encuentro hasta el polideportivo.

Otro aspecto importante de mencionar es que los equipos para realizar los juegos se integrarán previamente. Para ello cada empleado deberá inscribirse a través de la aplicación Universo Peña en 3 diferentes actividades de su preferencia y luego se realizará el sorteo de equipos.



Retención

• **Mejorar el *employee advocacy*:**

El employee advocacy es esencial para atraer y retener talento, así como para construir una reputación positiva como empleador, para ello es fundamental que los empleados estén contentos en la empresa, porque son los embajadores más importantes.

Acciones clave:

1. Contenido en Redes Sociales
2. Sección de videos "Conoce a la familia"

1. Contenido en Redes Sociales:

Se deberá trabajar una línea de contenido enfocada en promover las buenas experiencias laborales que tienen los hombres y mujeres Peña. Ya se han realizado acciones de este tipo en Instagram, así que se propone continuar con estas publicaciones:

- Videos en los cuales los empleados cuenten sobre su experiencia dentro de la empresa y como han ido creciendo.
- Potenciar el uso del hashtags: #trabajoenGrupoPeña #mujerPeña #hombrePeña #familiaPeña

Otro tipo de contenido que se podría realizar es la publicación de las diferentes participaciones en eventos de formación o videos del día a día en la oficina. Para fomentar la participación de los empleados, se propone que en los primeros videos aparezcan directivos o coordinadores.



Para llegar a personas que estén interesadas en formar parte del Grupo Peña recomendamos plantear estas acciones en Instagram, Tiktok y LinkedIn. Con la presencia en Tiktok e Instagram se pretende atraer a talento joven y/o que probablemente no tenga estudios superiores. Por otro lado, en LinkedIn los usuarios suelen tener más edad o un nivel de estudios de bachillerato o superior, por eso, también es relevante crear contenido en esta red social especializada en el mundo profesional.

2. Videos 'Conoce a la Familia':

Estos videos se publicarán en las diferentes redes sociales de Grupo Peña y dentro de la app Universo Peña. En estos los empleados contarán un poco sobre ellos, cuáles han sido los retos que han experimentado en la empresa y los logros alcanzados. Todos los videos de esta sección estarán enfocados en el crecimiento profesional que han tenido los empleados.



3.6. MEDICIÓN:

Acciones	KPIs
Aplicación Universo Peña	• Número de empleados que descargan la aplicación. • Total de empleados únicos que están generando contenido. • Recurrencia de los empleados a generar contenido. • Porcentaje de engagement del contenido generado por los empleados. • Cantidad de lecturas de los newsletter a través de la aplicación. • Total de aperturas de los newsletter a través de correo electrónico. • Cantidad total de mensajes recibidos por medio del buzón exprésate.
Conocer a los empleados a través de videos cortos	• Número de empleados que crean y envían videos. • Visualización que tienen los videos creados por empleados. • Tiempo de visualización promedio que tienen los videos. • Feedback de parte de los empleados, comentarios y opiniones sobre esta iniciativa. • Nivel de engagement de cada temática desarrollada en los videos.
Creación de insignia de influencers dentro de la app "Universo Peña"	• Total de empleados únicos que están generando contenido. • Recurrencia de los empleados a generar contenido. • Cantidad de empleados que llegaron a ser Influencer Peña.
Encuentro Somos Peña	• Tasa de asistencia al evento. • Cantidad de empleados que se inscribieron previamente en las dinámicas. • Feedback de parte de los empleados, comentarios y opiniones sobre esta iniciativa. • Nivel de satisfacción de los empleados con el Encuentro Somos Peña. • Número de publicaciones en RRSS generadas por los empleados a partir de la participación en el evento



Acciones	KPIs
Creación de contenido en Redes Sociales	• Número de empleados dispuestos a participar en la grabación de videos. • Visualización que tienen los videos creados por empleados. • Tiempo de visualización promedio que tienen los videos. • Alcance e impresiones de los videos publicados en RRSS. • Número de interacciones generadas: likes, comentarios y shares. • Contenido generado en RRSS con cada #.
Videos 'Conoce a la Familia'	• Número de empleados dispuestos a participar en la grabación de videos. • Visualización de videos dentro en RRSS. • Total de vistas del video dentro de la app Mundo Peña. • Tiempo de visualización promedio que tienen los videos en cada canal. • Alcance e impresiones de los videos publicados en RRSS. • Número de interacciones generadas: likes, comentarios y shares.



4. PROPUESTA CREATIVA



4.1 CONCEPTO:

El concepto bajo el cual se han desarrollado las acciones y la propuesta gráfica es la **Familia Peña**. Lo que se busca es destacar la importancia de cada uno de los empleados que forman parte de la empresa, generando un ambiente de confianza, apoyo mutuo, comunicación abierta y en todas las direcciones. Además de seguir fomentando la cultura organizacional basada en valores, inclusión, diversidad y colaboración, de esta manera los empleados se sentirán cómodos y comprometidos con la organización.

4.2 APLICACIONES GRÁFICAS:

- **Manual de onboarding:**



Click aquí para demo de manual de onboarding: <https://bit.ly/4970Thr>

- **Welcome pack:**





Grupo Peña

Bienvenido a la familia Peña.

Estábamos esperando recibirte y comenzar a trabajar juntos con aires nuevos y nuevos desafíos. ¡Estamos muy felices de tenerte entre nosotros!

Nuestro presidente tiene un mensaje para ti, escanea el código QR para que puedas verlo.





Querido David Serrano,

En nombre de todo el equipo de Grupo Peña, te extendemos una calurosa bienvenida. Nos llena de alegría que hayas decidido formar parte de nuestra familia empresarial, y esperamos que tu experiencia en nuestra compañía sea tanto gratificante como desafiante.

Desde su fundación en 1971, el Grupo Peña ha sido un líder en el sector de la posventa de automoción, destacando por nuestro compromiso con la calidad, la innovación y, por encima de todo, su gente. Valoramos la diversidad de talentos y perspectivas que cada nuevo miembro aporta a nuestro equipo, convencidos de que son esenciales para nuestro éxito colectivo. Aquí, tendrás la oportunidad de crecer profesionalmente, desarrollar tus habilidades y contribuir a nuestra misión de proporcionar soluciones integrales en el ámbito de la automoción.

Durante tu incorporación, te familiarizarás con nuestras operaciones, valores y la cultura que nos ha hecho una de las empresas familiares más importantes de nuestra región. Te alentamos a que te sumerjas, hagas preguntas, busques orientación cuando sea necesario y, sobre todo, que compartas tus ideas innovadoras. Nuestro objetivo es brindarte todo el apoyo necesario para asegurar una transición fluida y prepararte para tus nuevas responsabilidades.

Te invitamos también a participar activamente en nuestras actividades de equipo y eventos sociales. Son excelentes oportunidades para integrarte a nuestra comunidad, conocer a tus colegas y entender profundamente la esencia del Grupo Peña.

Tu contribución será fundamental para continuar el legado de excelencia y servicio que nos ha caracterizado durante más de cinco décadas. Estamos entusiasmados por las perspectivas y energía fresca que traerás al equipo.

Bienvenido a bordo, David Serrano. Estamos seguros de que tu paso por el Grupo Peña será de mutuo enriquecimiento y juntos alcanzaremos nuevos éxitos.

Con los mejores deseos,

[Firma]
Christian Delgado
Director de Recursos Humanos
Grupo Peña



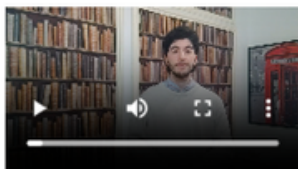
- **Aplicación Universo Peña:**



Conoce a Juan Aroca

Esta semana conocemos a Juan Aroca, uno de nuestros compañeros en el Departamento de Comunicación.

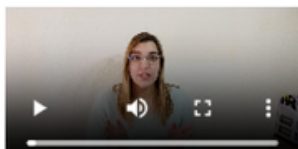
Algunos de sus hobbies son viajar o los juegos de mesa y nos sorprende con sus gustos musicales y un talento oculto que seguro que pocos conocíais.



Conoce a María Lozano

Inauguramos esta sección conociendo un poco mejor a María Lozano, parte de nuestro Departamento de Comunicación.

Puedes añadir más párrafos, encabezados, imágenes o vídeos aquí.



¡Bienvenido a 'Te escuchamos'!

Este es el nuevo portal de 'Universo Peña', en el que podrás comunicarte directamente con el Departamento de Recursos Humanos.



Comentarios y sugerencias

Aquí puedes comunicarnos tus inquietudes con respecto a la empresa o los compañeros, tanto con tu nombre como de manera totalmente anónima.



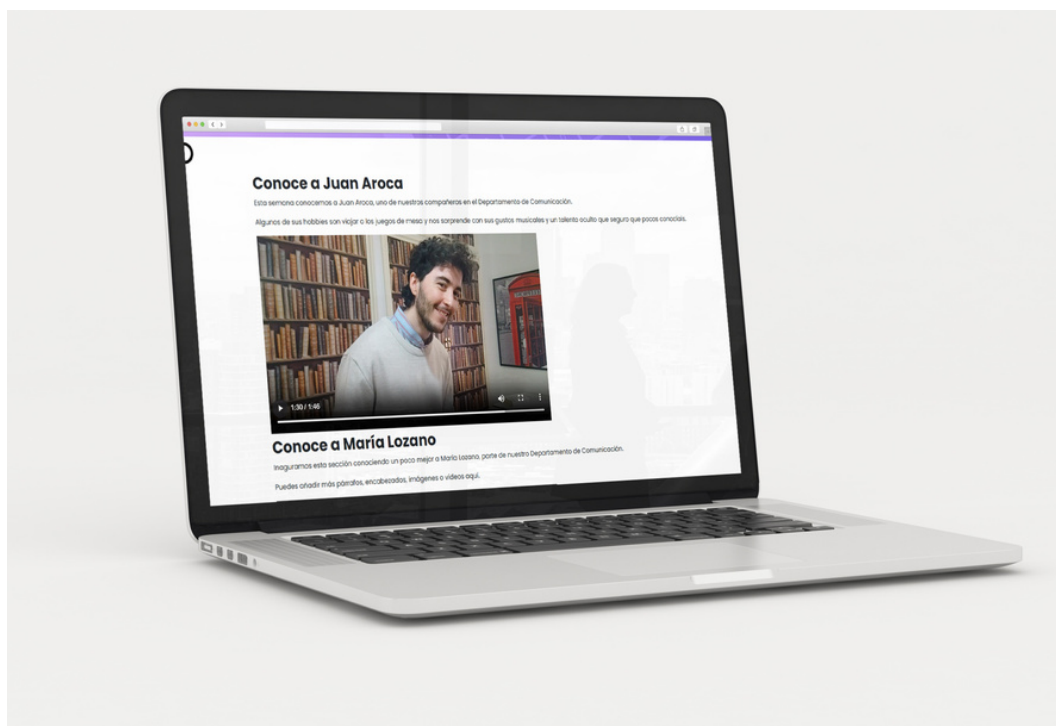




Click aquí para descargar demo de Universo Peña: <https://bit.ly/497mdU1>

Para su visionado, es imprescindible descomprimir el archivo .zip. Una vez hecho esto, aunque la web es totalmente interactiva en todas sus funciones y puede ser arrancada desde cualquier archivo adjunto, es recomendable empezar por el ejecutable home.html. Abierta la web, no es necesario cerrar nada para navegar por ella libremente, ya que los archivos se encuentran totalmente interconectados entre sí. Aunque es totalmente responsiva en formatos móviles, también aconsejamos abrirla desde un ordenador, ya que es más sencillo ejecutar desde ahí los archivos y, llegado el momento, eliminarlos, que desde un terminal móvil.

- **Demo videos de empleados dentro de la aplicación Universo Peña:**



Click aquí para ver videos demo: <https://bit.ly/3uirv09>

- **Propuesta logo Encuentro Somos Peña**



El logo creado para el evento: "Encuentro Somos Peña" mantiene la línea gráfica de la variación de logotipos con la que cuenta la empresa. Es decir, mantiene el elemento gráfico y el texto: "Grupo Peña".

Se seleccionó el color verde ya que representa el optimismo, naturaleza, éxito y en las personas es reflejo de liderazgo, aspectos que se quieren transmitir a través del evento.



- Newsletter mensual:

OCTUBRE 2024



GP·NOTICIAS

La revista mensual del Hombre y Mujer Peña

¡Bienvenidos a la Edición Especial del Newsletter de Grupo Peña!

Querida Familia Peña,

Es un placer compartir con vosotros los logros y noticias que nos han mantenido en movimiento. Desde el lanzamiento de nuevos eventos y proyectos hasta la expansión de nuestras operaciones, cada paso que damos es gracias al esfuerzo y dedicación de cada uno de nosotros.



Equipo de fútbol Grupo Peña Automoción

¡Unámonos en el Campo de Fútbol!

Invitamos a todos los aficionados del fútbol a formar parte de nuestro equipo. Es una excelente oportunidad para mostrar tus habilidades, hacer nuevos amigos y, sobre todo, divertirnos juntos ¡No dudéis en venir para animar también!

¡Vive el Córdoba CF con tu Familia Peña!

¿Te sientes afortunado? Participa en nuestros sorteos y concursos para ganar entradas para el siguiente partido del Córdoba. ¡Tu próxima participación podría hacerte ganar entradas para ver al Córdoba CF - Atlético de Madrid B.



CÔRDOBA

CLUB DE FÚTBOL

SORTEO

 gpautomocion_
  GPAutomocion1971
  Grupo Peña Automoción
  Grupo Peña Automoción
  gpautomocion_

Buzón 'Exprésate'



¿Tienes una historia que contar, un dibujo de tu hijo que mostrar o un video que te gustaría compartir? Nuestro buzón 'Exprésate' está abierto para todas tus creaciones. Las mejores serán destacadas en nuestra aplicación y newsletters, dándote la oportunidad de brillar en toda la Familia Peña.

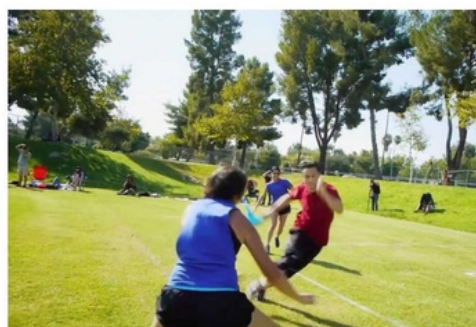
Crece la Familia Peña

- Este mes, la Familia Peña crece más fuerte y diversa. Estamos emocionados de presentar a los nuevos integrantes que se unen a nuestro equipo:
 - Karla Cruz
 - José Galindo
 - María Lozano

Nos llena de alegría tener talentos frescos a bordo, cada uno aportando nuevas ideas y energías a nuestro grupo. Asegúrate de darles una cálida bienvenida, hacerlos sentir parte de esta gran familia y compartir con ellos la cultura y valores que nos caracterizan.

Encuentro Peña

No olvides marcar en tu calendario el Encuentro Peña de este octubre. Será un día lleno de diversión, juegos y actividades que fortalecen el trabajo en equipo. Y recuerda, por participar durante el fin de semana, tendrás derecho a un día libre compensatorio.



Salud al día

El descanso adecuado es fundamental para nuestra salud física y mental:

- Establece una rutina de sueño regular, procurando dormir entre 7 y 8 horas cada noche.
- Dedica tiempo a relajarte antes de dormir, evitando pantallas para mejorar la calidad de tu descanso.
- Practica técnicas de relajación o meditación para manejar el estrés.

¡Gracias!

Agradecemos a todos los que habéis compartido vuestras historias y creaciones con nosotros. Tus contribuciones han enriquecido nuestro blog, demostrando la diversidad y talento dentro de nuestra gran familia. ¡Continúa enviando tu trabajo y sé parte de nuestra historia!

En Grupo Peña, creemos firmemente en el poder de la comunidad. Cada sonrisa compartida, cada gol marcado y cada historia contada nos acerca más como familia. Agradecemos tu pasión, tu creatividad y tu compromiso continuo con nuestra visión.



PAUTAS PARA DORMIR BIEN

Higiene del sueño



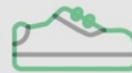
1 CENA TEMPRANO

La digestión debe de terminar antes de acostarse. Una cena tarde o demasiado fuerte deteriora la calidad del sueño. Se recomienda los alimentos ricos en vitamina B por sus propiedades sedantes. Se debe evitar el chocolate o grandes cantidades de azúcar.



2 A PARTIR DE LAS 17:00

Evitar bebidas alcohólicas, picantes, refrescos, sobre todo carbonatados y estimulantes como la cafeína. No fumar antes de irse a acostarse. En el caso de despertarse a media noche evitar comer.



3 EJERCICIO NO ANTES DE ACOSTARSE

La práctica del ejercicio durante el día facilita el sueño por la noche siempre y cuando no se haga antes de acostarse



4 HORARIO REGULAR PARA IRSE A DORMIR Y DESPERTARSE

Las siestas pueden interrumpir el ciclo natural del sueño por lo que si acostumbra a echarlas que no excedan los 30 minutos



5 NO USAR MÓVILES O TABLETS

Los dispositivos móviles inhiben la segregación de la neurohormona melatonina por lo que el sueño se verá dañado en su calidad y cantidad. Al menos dos horas antes se deben de apagar. Especial atención tienen las personas jóvenes con cerebros en proceso de desarrollo.



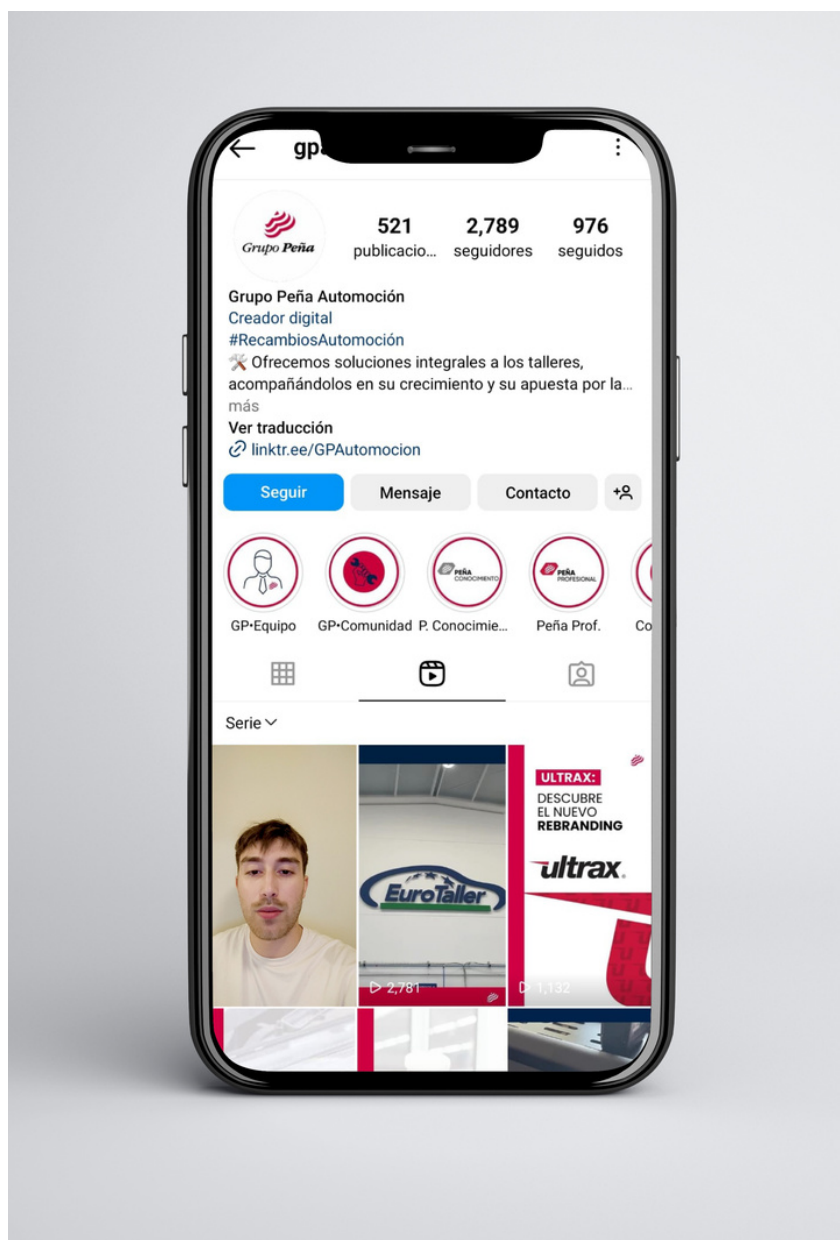
6 HABITACIÓN VENTILADA Y TEMPERATURA ADECUADA

Se debe ventilar todos los días. La temperatura debe de estar entre 20-22°C y el nivel de humedad entre el 40-70%. Evitar o reducir el ruido. Colores cálidos. Sacar las plantas. Cama no estrecha. Ropa de cama ligera y almohadas adecuadas

¡Juntos, seguimos construyendo un futuro brillante para todos!

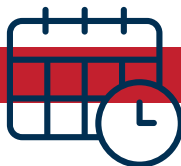


- Demo videos de empleados dentro para Redes Sociales - “Conoce a la familia Peña”:

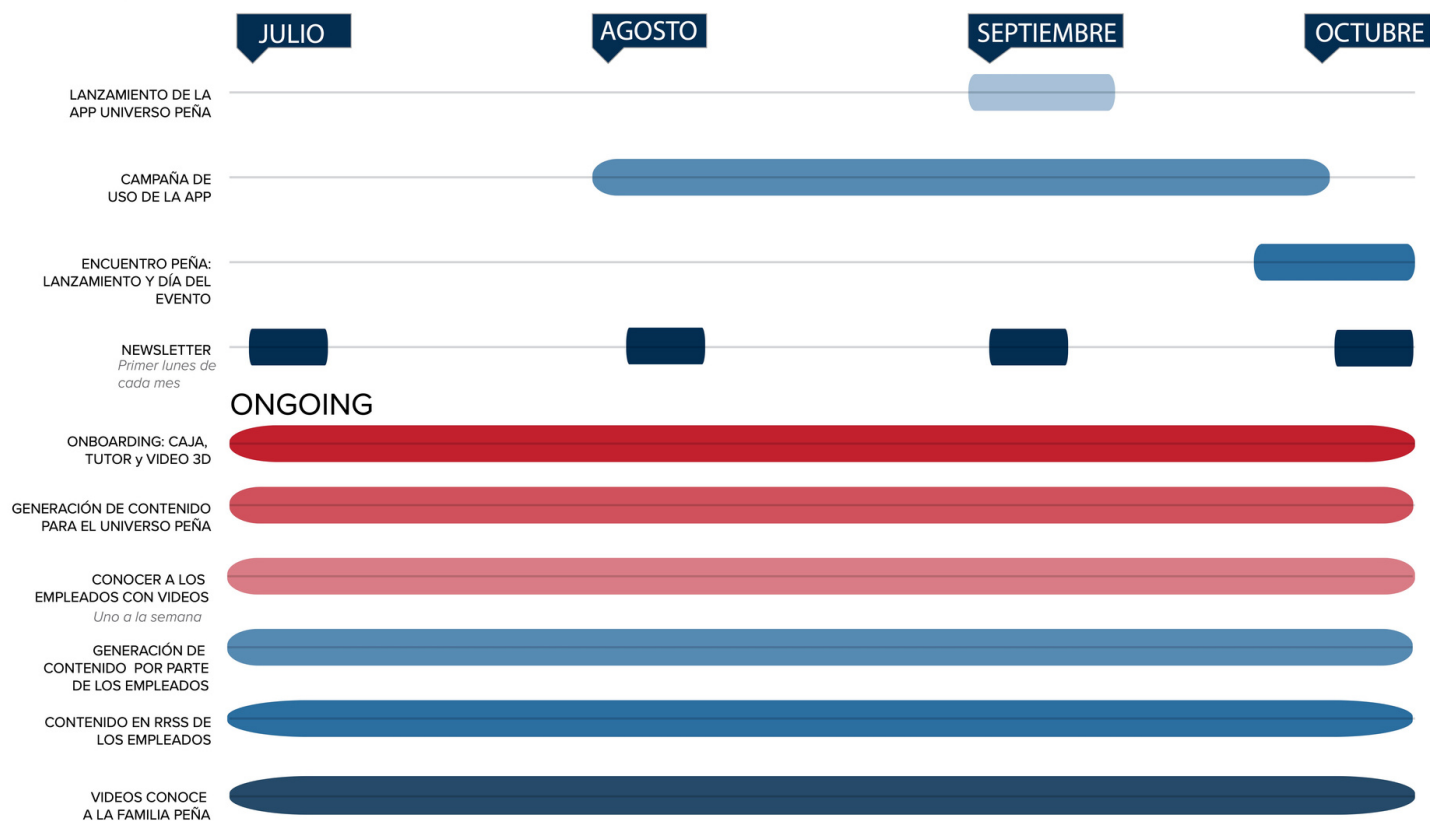


Click aquí para ver video demo: <https://bit.ly/3waTLlK>

5. CRONOGRAMA



CRONOGRAMA - Grupo Peña Automoción



6. Referencias



- 1 Corporación Jiménez Maña. (2019, 2 julio). *Cultura Corporativa - Corporación Jiménez Maña*. <https://corporacionjimenezmana.com/es/cultura-corporativa/>
- 2 Romero, F., & Romero, F. (2022, 23 septiembre). Liderazgo y comunicación en la Pyme para la recuperación social | El caso de la 'Corporación Jiménez Maña' - *Asociación de Directivos de Comunicación*. *Asociación de Directivos de Comunicación - Dircom*. <https://www.dircom.org/2022/09/23/liderazgo-y-comunicacion-en-la-pyme-para-la-recuperacion-social-el-caso-de-la-corporacion-jimenez-mana/>
- 3 Redacción. (2023, 21 noviembre). Sernauto desarrollará un portal de impacto de sostenibilidad sectorial. *Posventa*. <https://www.posventa.info/texto-diario/mostrar/4587854/sernauto-desarrollara-portal-impacto-sostenibilidad-sectorial>
- 4 Posventa, R. (2023, 16 octubre). Zaphiro propondrá acciones sostenibles a los talleres de chapa y pintura. *Posventa.com de Automoción* » Las noticias del taller. <https://www.posventa.com/texto-diario/mostrar/4476039/zaphiro-propondra-acciones-sostenibles-talleres-chapa-pintura>
- 5 Cira. (2023, 29 mayo). *DESDE CIRA PRESENTAMOS NUESTRO PROPIO PROGRAMA DE RADIO*. *CIRA* | Asociación Catalana de Recambistas. <https://cira.es/noticias/cira/>
- 6 Recambios Del Olmo S.L. (2022, 21 enero). Aplicación móvil del Olmo | *Para tener comunicación directa*. <https://www.recambiosdelolmo.com/aplicacion-movil/>
- 7 Recambios Del Olmo (2023, 27 octubre). Recambios del Olmo on LinkedIn: #congresoserca #gruposerca #xxxivcongresoserca #eventoautomoción. https://www.linkedin.com/posts/recambios-del-olmo_congresoserca-gruposerca-xxxivcongresoserca-activity-7123570568624259072-GfYF?utm_source=share&utm_medium=member_desktop
- 8 *Información Congreso Valencia 2023* - Congreso Serca. (2023, 14 octubre). Congreso Serca. <https://congreso.serca.es/>
- 9 Delgado, N. (2023, 22 junio). Vemare apuesta por la Comunicación Interna para cultivar un profundo sentido de pertenencia. *Dialenga*. <https://www.dialenga.com/vemare-apuesta-por-la-comunicacion-interna-para-cultivar-un-profundo-sentido-de-pertenencia/>
- 10 Premios Dircom Ramón del Corral. (2023, 14 junio). *Vencedores Premios Ramón del Corral 2023 - Premios Dircom Ramón del Corral*. <https://premios.dircom.org/vencedores-premios-ramon-del-corral-2023/>
- 11 Global Alliance. (2023, 21 septiembre). *Global Alliance bares winners of this year's "World PR and Communication Awards"* — Global Alliance. Global Alliance. <https://www.globalalliancepr.org/news/2023/9/21/global-alliance-winners-2023>

- 12 Telecoming (2023, 22 junio). *DIRCOM 2023 Awards. . . Winners!* Telecoming <https://www.telecoming.com/blog/dircom-2023-awards-winners/>
- 13 Dircom. (2023, 14 junio). Win Gate. *Comunicar una nueva cultura comercial. KPMG* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VlZAgY8ZP8Y>
- 14 Dircom. (2023a, junio 14). + diversos + inclusivos + capaces. ACCIONA | LA CASA DE CARLOTA | ROMAN [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nrcPwx_rm_M
- 15 Goiko Games 2022 - GOIKO. (2022, 25 noviembre). GOIKO. <https://www.goiko.com/es/goiko-games-2022/>
- 16 De Juan, H. (2022, 22 diciembre). Hagamos HAKA al futuro - Con la cabeza en las nubes y los pies en el suelo. Con la Cabeza En las Nubes y los Pies En el Suelo. <https://blogs.encamina.com/en-las-nubes/hagamos-haka-al-futuro/>
- 17 Volcán, P. (2023, 18 julio). El primer metaverso rural en un entorno educativo. Prodigioso Volcán. <https://www.prodigiosovolcan.com/proyectos/metaverso-educativo-educaixa/>
- 18 Observatorio de Comunicación Interna. (s. f.). Conoce a los ganadores de la XIII Edición de los Premios a las Mejores Prácticas en Comunicación Interna – Observatorio de Comunicación Interna. <https://www.observatoriocomunicacioninterna.es/xiii-premios-oci-ganadores/>
- 19 El Observatorio de Comunicación Interna anuncia los ganadores de la XIII edición de sus premios a las mejores prácticas - ATREVIA. (2023, 28 junio). ATREVIA. <https://www.atrevia.com/actualidad/el-observatorio-de-comunicacion-interna-anuncia-los-ganadores-de-la-xiii-edicion-de-sus-premios-a-las-mejores-practicas/>
- 20 PrideCom. (2023, 9 octubre). Redeia | PrideCom. PrideCom | Conectamos Personas Con Organizaciones. <https://pridecom.es/redeia/>





Grupo Peña