

VARIABLE	SUBVARIABLES	DOLENCIAS	SALUD
<p>Cultura según Mayo (1972) esta es la que se encarga de establecer las normas, los valores, símbolos, y los hábitos que caracterizan a la estructura, con el fin de que las personas se apropien de su organización, por medio de la implementación de un sistema de significados compartidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sentido de pertenencia: se estructura sentido de pertenencia por medio de imagen corporativa y de los productos comunicativos que potencializan la consolidación de marca y hacen distintivo al producto. - Comportamiento: Actividades que crea la organización por medio de la educomunicación que generen impacto a nivel interno y externo. - Ideología: el enfoque social el cual se tiene que tiene el producto teniendo en cuenta la problemática social en Colombia 	<ul style="list-style-type: none"> - Significados erróneos por parte de la sociedad colombiana debido a el pensamiento tradicionalista que hace parte del componente cultural del país. - El comportamiento que se presenta por parte de un determinado sector de la población (personas con pensamiento arraigado y tradicional) no generan pensamientos ni acciones críticas que fortalezcan la idea de emprendimiento, muchas veces se opina por un sentido personal y egoísta, no por brindar y buscar soluciones a un determinado problema. - El enfoque social que se presenta en nuestra comunidad a trabajar tiene polos apuestos, algunos de apoyo y otros en desaprobación al tema de emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Re significación de la menstruación a partir de la creación de una cultura informada e igualitaria ejerciendo un cambio al modelo cultural actual por medio de la educomunicación. - El comportamiento de nuestro público clave es muy positivo, nos brindan insumos desde sus cogniciones en sus encuestas, entrevistas y en la compra del producto, generan un ambiente de complementariedad con el proyecto de emprendimiento, además se genera apropiación por parte del público objetivo con respecto al tema. - El pensamiento crítico y social que tienen las personas van cambiando y volviéndose un poco más liberal lo cual brinda la oportunidad de entender mejor el tema lo cual nos ayuda nuevos enfoques y puntos de vista al desarrollo de nuestros productos

<p>Clima Según Wallace, Hunt y Richards (1999) este término se focaliza con el análisis de los flujos de comunicación en una estructura, y de cómo las personas que pertenecen a esta se relacionan entre sí, para poder de constituir una atmósfera productiva con un ambiente dinámico por medio de herramientas como los incentivos, esto hace que mejore la comunicación interna y estratégica.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones: Formas de interacción entre Empresa-público - Valores: Actitudes destacadas positivas y negativas generadas por el público o por la empresa, se evidencia de manera interna y externa - Liderazgo: Optar una posición de empoderamiento en el mercado, monopolizar el respectivo mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés por parte del sector del público con el tema o el producto - La posición negativa por parte de un sector mediático, genera oposición a nuestro trabajo y desinterés - Ruido comunicacional interno en cuanto al manejo de la información 	<ul style="list-style-type: none"> - El target seleccionado (mujeres entre 15-50 años) han participado de ,manera asertiva generando nuevas opiniones y críticas constructivas hacia los productos de BOH - El clima interno de BOH es óptimo, lo cual genera un buen rendimiento laboral
---	---	---	---

<p>Estructura según Mintzberg (1984) son sistemas de transformación de la realidad que se rigen bajo ciertas normas que cambian de acuerdo a las transformaciones, esto hace que el estructuralismo sea dinámico e impredecible. A su vez, en la comunicación en las organización se parte del hecho de que las organizaciones son estructuras que tienen mecanismos de control y jerarquías, además, estas se constituyen a partir de sistemas adaptables que crean estrategias con el fin de aumentar la productividad para poder satisfacer sus fines.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gremio: consolidar la organización teniendo en cuenta el mercado y la existencia de competencia, con el fin de estructurar una imagen. - Roles: División de tareas, se establecen por competencias y cualidades que aporten al proyecto de emprendimiento - Poder: El poder que tenga BOH en el mercado, monopolización - Tecnoestructura: Como es la estructura por medios virtuales y cómo se compone 	<ul style="list-style-type: none"> - En la actual etapa del proyecto aún no generamos competencia en el mercado ya que estamos en fase exploratoria, lo que genera desconocimiento frente a la competitividad que podamos generar - Por la falta de personal, algunas veces la división de roles queda un poco injusta, ya que algunas tareas que competen la empresa nadie las sabe ejecutar - Por nuestra aparición repentina en el mercado BOH no tiene poder alguno, poder que va a tener que forjarse con calidad, servicio y Manejo óptimo de los clientes - No contamos con una estructura digital hasta el momento 	<ul style="list-style-type: none"> - Dentro de los recursos investigativos tenemos en cuenta que existe la competencia y se vienen analizando sus procesos comerciales y administrativos. - Las actividades propuesta por BOH se cumplen de una forma exitosa, son muchas actividades las cuales hay que desarrollar, sin embargo se cumplen sin ningún problema - Aunque no contemos con un poder de ninguna índole, el mercado está tan vacío de un producto como el que nosotros ofrecemos que podemos idear con calma estrategias comunicativas de calidad que suplan las necesidades presentadas. - Se empezará a formalizar en cada plataforma de comunicación la marca de Box Of Her, y empezar a darnos a conocer a nivel local.
---	--	--	--

<p>Procesos según Thomas Davenport de la organización aéreas cumple con proceso mediante el cual se pone en marcha la operatividad de la estructura, los procesos están consolidados a partir de las normas y procedimientos creados por la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Garantías: cumplir los compromisos determinados a tiempo con nuestros proveedores y con nuestros clientes - Eficiencia: Capacidad de lograr los mejores resultados con los medios a disposición - Eficacia: Capacidad que tendrá BOH para lograr objetivos dispuestos - Efectividad: Capacidad de lograr el objetivo que se desea, cumplimiento con proveedores y clientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Por ser nueva nuestra empresa y al no tener un reconocimiento en el mercado de productos femeninos y detalles, se dificulta lograr un posicionamiento en el mercado (lograr estabilidad) - La eficiencia del grupo con el proyecto de emprendimiento a veces se ve afectada por factores externos como lo son, actividades extracurriculares, tareas caseras u otros trabajos - La eficacia de BOH en cumplir con sus objetivos no se ha podido evidenciar a profundidad ya que por lo nuevo del proyecto no han podido cumplir 	<ul style="list-style-type: none"> - A Pesar de las dificultades económicas, se logra dar el cumplimiento del cronograma establecido y cumplir con los procesos legales estipulados - ser efectivos y eficientes es una de nuestras mayores virtudes cuando se habla de responsabilidad social corporativa, se evidencia en la calidad de nuestra caja - poseemos eficacia con los procesos actuales que dan el cumplimiento del marco legal establecido, de igual manera se inicia todos los procesos competentes para ser una empresa transparente y legal frente a nuestro proveedores y clientes
<p>Conflicto Lewis Coser (1968) El conflicto es una lucha sobre valores o reclamo de estatus, poder y recursos escasos en los cuales el objetivo de una de las partes en conflicto es no solamente obtener valores deseados sino también neutralizar,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conflicto intergrupual: Este tipo de conflicto se da en el marco que compete a la colectividad, como el género, geografía, edad etc. - Solución de conflictos: Se utilizan métodos para la solución de conflictos, ya sean de manera interna o externa 	<ul style="list-style-type: none"> - Este componente hace que la sociedad se consolide en grupos y por ende en cada uno de ellos se creen diferentes flujos de información lo que produce conflicto de cualquier índole debido a la diversificación cultural. - No contamos con un departamento en BOH que cubra los problemas que se 	<ul style="list-style-type: none"> - En BOH los conflictos se a nivel interno y externo tiene un debido conducto regular que provoca armonía todas las prácticas y decisiones que se toman, teniendo en cuenta la opinión de los integrantes de BOH, de los clientes y colaboradores. - Hasta la fecha no se han presentado problemas de

perjudicar o eliminar a sus rivales.		generan de manera interna y externa	ninguna índole, se ejecutan las actividades de buena manera y el desarrollo mercantil se genera de manera óptima
--------------------------------------	--	-------------------------------------	--

<p>DirCom según Joan Costa plantea que las funciones del Dircom en muchas ocasiones se ha malinterpretado, especialmente durante los años noventa, cuando se consideraba que esta figura sólo se encargaba de coordinar los diferentes medios y mensajes que emite una organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alianzas: Formar relaciones con marcas para lograr un mayor alcance y una mayor utilidad Ej: (Nosotras, Hindú, O.B) - Estrategias de comunicación: Herramientas empleadas para hacer llevar un mensaje en específico (Logos, Mensajes motivacionales, corte láser de la caja) - Comunicación Interna: Comunicación entre los miembros de BOH, escuchar la posición de los demás, al igual que las ideas y aportes, de igual manera, recomendaciones y quejas - Comunicación Externa: Acciones comunicativas que BOH genera hacia sus proveedores y clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Box of her no cuenta con el reconocimiento en el mercado para lograr alianzas, se dificulta encontrar patrocinadores o inversionistas - No se cuenta con los recursos necesarios (temporalmente) para crear estrategias comunicativas más directas con el público en general (perifoneo, volantes de alto alcance, cuñas radiales) - la comunicación interna alguna veces se ve inmiscuida por factores como el estrés, el cansancio o la delegación de tareas, además de la sobrecarga estudiantil - la comunicación externa muchas veces se ve perjudicada, por que no todas las personas de nuestro entorno comercial poseen las redes sociales que se usan y aumentar o intensificar el mensaje muchas veces se hace complicado 	<ul style="list-style-type: none"> - La comunicación interna en BOH es óptima, se crea un clima organizacional positivo, lo cual beneficia nuestro rendimiento laboral en gran escala - BOH ya generó su primera alianza estratégica (multiservis.com), lo cual soportara una carga económica menos para la empresa, dando así productos de más calidad - La estrategias de comunicación son acertadas y cumplen con el objetivo impuesto al principio, hacer llegar un mensaje, influir un mensaje en el entorno y el valor ecológica - La comunicación externa se maneja positivamente, utilizando las herramientas de comunicación las cuales disponemos, como lo son (Celulares, tablets y demás), de igual forma se utilizan las redes sociales de gran impacto como twitter, facebook, y whatsapp para generar comunicación
--	---	--	---

<p>Medios corporativos Diana Barahona es un tipo de comunicación que es realizada por un grupo de personas que son parte de una institución o quien la representa, con el fin de establecer diferentes actividades que permitan relacionarse con el entorno social ya sean personas, grupos o comunidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Medios internos: Recursos con los cuales cuenta BOH para el cumplimiento de metas, de igual manera el uso del talento humano dentro de la estructura corporativa - Medios Externos: Elementos externos a nuestra empresa para crecer de manera exponencial (Tecnológica, políticas, ETC..) 	<ul style="list-style-type: none"> - Independientemente del soporte de nuestra primera alianza estratégica se necesita más capital para generar más calidad en nuestros productos y el cumplimiento de metas establecido. - Se requiere más elementos externos(tecnológicos) para dar más calidad y expansión a nuestros productos, cortadoras laser para el MDF y materias primas de alta calidad para la impresión de etiquetas y mensajes motivacionales 	<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo de nuestros productos base (cajas y mensajes) no necesitan de gran trabajo por el momento, lo que se le está ofreciendo al público está gustando y de igual manera también están de acuerdo con el servicio que se brinda - Los recursos iniciales dan abasto para el proceso que se lleva, no se han tenido inconveniente económicos hasta la fecha
<p>Marketing Joan Costa En el mercado la gestión planeada de la información y la comunicación en las organizaciones es un factor crítico de éxito en la actual revolución de la información, el propósito es crear y mantener la identidad y el prestigio para lograr un</p>	<ul style="list-style-type: none"> - precio: Es el valor que en BOH le otorgamos a nuestro producto, teniendo en cuenta, calidad, mano de obra y producción del Kit - rendimientos: El valor del trabajo de cada integrante de BOH para el cumplimiento de objetivos - publicidad: Forma en la cual se comunica nuestro producto, puede ser de manera física o de manera digital - características del producto: Que 	<ul style="list-style-type: none"> - El precio que se le dio al KIT femenino en BOH no se ha estipulado de una forma concreta y definitiva, ya que no se han encontrado los productos definitivos para nuestros kits - El rendimiento laboral ejercido por parte de los integrantes de BOH se ve afectado por acciones externas a la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Aunque no se hayan encontrado unos artículos definitivos para los kits no nos preocupa ya que casi todos comparten un mismo precio y un mismo rango de calidad, hay de donde elegir - Hasta el momento se ha tenido un rendimiento positivo, se evidencia con la formulación del proyecto de emprendimiento desde el

<p>reconocimiento, posicionamiento, retención de clientes y reputación entre sus públicos.</p>	<p>es lo que compone nuestro producto, cuáles son los artículos que contiene y cuál es su función</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No se maneja hasta el momento ningún tipo de publicidad del kit, se fundamentan más adelante - Como se mencionó anteriormente, aunque se tenga estipulado que artículos y de qué forma hacen parte de dal KIT, todavía no se posee nada concreto, se procederá a hacer un estudio de mercado para saber cual es la demanda y los mejores productos a ofrecer 	<p>marco legal y el desarrollo de actividades propuestas por la universidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Pesar no tener publicidad de BOH y sus kits, se maneja una publicidad de o que se aproxima, que se venderá y sobre qué costos, lo cual genera incertidumbre y expectativas por parte de los clientes
<p>RSE Consiste en el desarrollo de estándares que legitiman a una corporación como una entidad que trabaja en pro de la solución y la aportación a problemas sociales. Su propósito es comprender el impacto ocasionado como organización y resarcir efectos negativos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Clima corporativo: El ambiente generado por las acciones de los miembros de BOH, esto influye de manera interna y externa a la empresa - D. ambiental: El desarrollo de BOH con el medio ambiente se evidencia con la realización de sus productos, como eje principal sería la Caja donde van los artículos - estructura y operación : Se componen de varios de departamentos para la gestión operacional de BOH - Desempeño económico: Teniendo en cuenta la actividad mercantil se trabaja por la obtención de un sustento monetario y cumplir los objetivos propuestos 	<ul style="list-style-type: none"> - BOH no cuenta hasta la fecha con plan establecido donde se evidencia la responsabilidad social empresarial, se dispondrá a crear ese plan y efectuar prácticas positivas tanto nivel ecológico como a nivel corporativo - en BOH a pesar de que su caja es una fuente de reutilización y de ejemplo de ecología, los otros productos son contaminante por sus empaque, se planearon estrategias para contrarrestar este problema - Por el poco personal que se posee en BOH no nos podemos dividir las tareas de manera equitativa, y algunas veces quedan tareas sueltas o 	<ul style="list-style-type: none"> - Aunque no se cuenten con un plan RSE formalmente, se piensa en el medio ecológico ya que las prácticas de BOH son directamente a dar un pro a al cuidado del medio ambiente, y esto se evidencia en la reutilización de la caja y de las fundas de los productos que servirán para guardar cualquier otro objeto - La estructura se come por 3 departamentos (diseño, administrativo y de desarrollo) el cual es pequeño pero sustentable, se cumplen con las tareas propuestas - Gracias a los sponsors con

		<p>que no le competen a la persona</p> <ul style="list-style-type: none">- Por lo nueva de nuestra empresa todavía no contamos con un sustento monetario estable, solo nos sustentamos con la ayuda de nuestros patrocinadores	<p>los que cuenta BOH se tiene un sustento económico estable que da sustento a los gasto generados hasta el momento.</p>
--	--	--	--