

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)**

TEMA:

**“Implementación de Herramientas como apoyo a Comunicación Interna y
Clima Laboral en Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)”**

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2,014

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)**

TEMA:

**“Implementación de herramientas como apoyo a Comunicación
Interna y Clima Laboral en Derivados de Maíz de Guatemala, S.A.
(Gruma)”**

Informe Final de Ejercicio profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

LILIAN MARLEY CASTILLO Y CASTILLO

Previo a optar al título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2014

Consejo directivo

Director

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria

M.A. Claudia Molina

Representantes de Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes de Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez Folgar





GUATEMALA

Km. 19.5 Carretera a Antigua, Lo de Coy, Zona 1 Mixco
2314-3701 / 2314-3705 / 2438-6556 / 2438-6567

Guatemala, octubre 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Respetable M.A. Morataya:

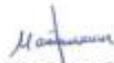
Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito me dirijo a usted.

Por este medio le informo que la señorita Lilian Marley Castillo y Castillo, con número de carné: 200317973, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en Derivados de Maíz de Guatemala, S. A., cumpliendo con las trescientas horas (300) de practica a partir del 05 de mayo al 27 de junio del 2014. Realizando el proyecto de comunicación "Implementación de herramientas como apoyo a Comunicación Interna y Clima Laboral en Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Gruma)"

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

DEMAGUSA
DERIVADOS DE MAÍZ DE GUATEMALA, S.A.


Licda. Maritza Girón Montes
Gerente de Recursos Humanos





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Lilian Marley Castillo y Castillo
Carné: **200317973**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

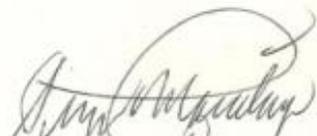
De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Implementación de herramientas como apoyo a Comunicación Interna y Clima Laboral en Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)"**.

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Forgar
Supervisora de EPS


Vó. Bo. M. Sc. Sergio Morátaya
Coordinador EPS Licenciatura



Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt

**Para efectos legales, únicamente
la autora es responsable del
contenido de este trabajo**

ACTO QUE DEDICO

A DIOS: Por darme la sabiduría y la fuerza para culminar esta etapa académica.

A mi Madre: Celinda de Castillo, a la memoria de una gran mujer, por todas sus contribuciones a mi vida, por guiarme con su ejemplo de lucha y perseverancia, por enseñarme a valerme por mi misma y por su eterno amor.

A mi padre: Cesar Castillo, por darme la vida, por su amor y comprensión.

A mis hermanos: Thelma Castillo, Alex Castillo, Wendy Castillo e Iris Castillo fueron son y serán mis ángeles, los amo con todo mi corazón, gracias por estar siempre que los necesito.

A mis amigos, Lic. Roberto Garza, Lic. Sergio Mencos, Licda. Glendy Vásquez, Lic. Jorge Mario Castillo y Marlon Cuadra, por su amistad incondicional y por sus sugerencias y consejos para la elaboración de este trabajo.

A la Promoción de Licenciados en Ciencias de la Comunicación por –EPS-, Ejercicio Profesional Supervisado 2014: Recordaremos esos años de nuestra vida universitaria con todas esas locuras, risas, enojos y satisfacciones a lo largo de esos años.

AGRADECIMIENTOS

A mi patria: País de la eterna primavera, tierra bendita por Dios, a la cual bendice con nosotros los profesionales en beneficio de nuestro bello país.

A mi casa de estudio: Universidad San Carlos de Guatemala, por hacer de mí en sus benditas aulas una profesional de éxito y darme la oportunidad de adquirir sus conocimientos a través de la experiencia y perseverancia, para poner en práctica su lema “Id y enseñad a todos”.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación: donde lleve el proceso de preparación para poder ser una comunicadora con conciencia social.

A Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Demagusa): por ofrecerme la información y el tiempo requerida para lograr los objetivos trazados en este proyecto.

A mi supervisor y asesor: Lic. Juan Carlos Rivera, por su orientación, apoyo y paciencia incondicional, en esta actividad.

A mis compañeros de trabajo: Lic. Juan Carlos Rivera, Rene Vielman, Ing. Santiago del Pino, Lic. Jaime Lopez, Licda. Maritza Giron, Amilcar Aragon, Ing. Dagoberto Leiva, Lic. Luis Pablo Gereda, Sergio Santizo, por su apoyo en este trabajo colaborando en alguna parte por muy minina para cumplir con éxito mi Ejercicio Profesional Supervisado.

RESUMEN

UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Implementación de Herramientas como apoyo a Comunicación Interna y Clima
Laboral en Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)”

Informe Final de Ejercicio profesional Supervisado E.P.S.
Presentado al Honorable consejo Directivo por:

LILIAN MARLEY CASTILLO Y CASTILLO

UTILIZANDO EL METODO DESCRIPTIVO A TRÁVES DE
INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE OBSERVACION DE DATOS

- ✓ OBSERVACIÓN CIENTIFICA
- ✓ ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD
- ✓ ENCUESTAS

RESULTADOS OBTENIDOS:

- ❖ En el departamento de Recursos Humanos, hay la necesidad de implementar una herramienta de comunicación que apoye la trasmisión y mejoras en el clima laboral en las diferentes áreas de la empresa para agilizar la comunicación entre departamentos sobre las actividades más relevantes dentro y fuera.
- ❖ Como mejora a la Comunicación Interna la elaboración de un Boletín, el cual se circulara por tres vías, Impreso, Electrónico y en Pantalla Informativa.
- ❖ La realización de Capacitaciones, ayudando a los colaboradores a transmitir conocimientos en comunicación efectiva y liderazgo.

CONCLUSIONES

A partir del Plan de Comunicación con la estrategia realizada se ha obtenido los siguientes avances:

- ❖ La continuidad con la elaboración y distribución del Boletín Informativo por las tres vías, Impreso, Electrónico y por Pantalla Informativa.

- ❖ Implementación de un presupuesto para la realización del mismo.

- ❖ Se fortaleció la Comunicación en toda la empresa por medio del Boletín Informativo transmitiendo de forma efectiva la información más relevante dentro y fuera.

- ❖ Se sugirió, la realización de Capacitaciones para todos los colaboradores, con los temas Comunicación, Clima Laboral y Relaciones Humanas. Para el 2015.

ÍNDICE

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2. JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| 3. DIAGNÓSTICO..... | 3 |
| 3.1. Objetivos | 3 |
| 3.4.1. Objetivos Generales..... | 3 |
| 3.4.2. Objetivos Específicos..... | 3 |
| 3.2. La Institución | 3 |
| 3.4.1. Antecedentes o Historia | 3 |
| 3.4.2. Marco Filosófico..... | 7 |
| 4. FODA..... | 8 |
| 4.4.1. Fortalezas: | 8 |
| 4.4.2. Oportunidades:..... | 8 |
| 4.4.3. Debilidades: | 8 |
| 4.4.4. Amenazas:..... | 8 |
| 5. Metodología..... | 9 |
| 5.4.1. Descripción del Método | 9 |
| 5.1.1.1. Tipo de Enfoque Cuantitativo/Cualitativo..... | 9 |
| 5.2. Instrumentos..... | 9 |
| 5.4.1. Observación | 9 |
| 5.4.2. Encuestas | 9 |
| 5.4.3. Entrevistas | 9 |
| 5.4.4. Cronograma..... | 10 |
| 6. Recopilación de Datos..... | 10 |
| 6.1. Ficha de las entrevistas..... | 10 |

| | | |
|--------|---|----|
| 6.2. | Resultados de las entrevistas..... | 10 |
| 6.3. | Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados | 13 |
| 7. | Radiografía de la Institución | 15 |
| 7.4.1. | Descripción de la comunicación Interna | 15 |
| 7.4.2. | Descripción de Comunicación Externa | 16 |
| 7.4.3. | El POA del año..... | 17 |
| 7.4.4. | Campañas realizadas | 18 |
| 7.4.5. | El plan estratégico que se está Ejecutando | 18 |
| 7.4.6. | El plan Estratégico que se va ejecutar | 18 |
| 7.2. | Trascripción completa de las entrevistas | 19 |
| | Entrevista 1..... | 19 |
| | Entrevista realizada al señor Amilcar Aragón (Jefe de Ventas Boca2) | 19 |
| | Entrevista 2..... | 21 |
| | Entrevista realizada a la Licenciada Maritza Girón (Jefe de Gestión Humana) | 21 |
| | Entrevista 3..... | 22 |
| | Entrevista realizada al señor Sergio Santizo (Jefe de Ventas Canal Industrial) | 22 |
| | Entrevista 4..... | 24 |
| | Entrevista realizada al Licenciado Juan Carlos Rivera (Jefe del Departamento de Contabilidad) | 24 |
| 7.3. | Problemas Detectados | 26 |
| 7.4. | Estrategia del Proyecto Comunicacional | 27 |
| 7.4.1. | Estudio de Mercado o Radiografía de la Institución..... | 27 |
| 8. | Objetivo General..... | 28 |
| 8.1. | Objetivos Específicos..... | 28 |
| 8.2. | Público Objetivo | 28 |
| 8.3. | Mensaje..... | 28 |
| 8.4. | Estrategia..... | 28 |
| | Boceto de Boletín | 31 |
| 8.5. | Los Planes de Comunicación | 32 |

| | | |
|--------|---|----|
| 9.1. | Calendario | 39 |
| 9.2. | Presupuesto | 41 |
| 9.3. | Control y Seguimiento (Evaluación) | 43 |
| | Actividades y resultados:..... | 45 |
| 9.4.1. | Boletín electrónico:..... | 45 |
| 9.4.2. | Boletín impreso:..... | 46 |
| 9.4.3. | Boletín en pantalla:..... | 46 |
| 10. | Resultados aceptación de boletín:..... | 46 |
| 11. | CONCLUSION | 48 |
| 12. | RECOMENDACIONES..... | 50 |
| 13. | Referencias | 51 |
| 14. | Anexos | 52 |
| a) | ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCIÓN | 52 |
| c) | GRAFICAS, INTERPRETACIONES DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS..... | 56 |
| d) | FOTOGRAFIAS Y MATERIAL EJECUTADO | 67 |
| e) | MOBILIARIO Y EQUIPO | 70 |
| f) | VISITA DE SUPERVISION EPS, EN DEMAGUSA POR LICDA. FLORALBA PEREZ FOLGAR..... | 72 |

1. INTRODUCCIÓN

En febrero del 2014 se comenzó la elaboración del presente trabajo diagnóstico en la empresa Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. Con el fin de realizar en dicha entidad el Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, siendo la realización de este informe el primer paso en el proceso del desarrollo de la práctica profesional de EPS.

Teniendo como fin identificar oportunidades de mejora en los diferentes procesos de comunicación interna de la empresa.

Previamente se desarrolló el trabajo de observación, para detectar los procesos dentro de la empresa y tener un conocimiento más amplio acerca de las posibles debilidades que se pudieran detectar dentro de los principales departamentos de la empresa y que tienen relación directa con el departamento de Recursos Humanos. A partir de la observación y documentación se realizaron entrevistas y encuestas para sustentar y argumentar el presente informe.

Dicha debilidad es la que servirá como tema de estudio y sobre la cual, se planteará una estrategia, para agilizar la Comunicación Interna entre departamentos, no existe de forma concreta un medio para agilizar la información. Indicando los colaboradores no tener claramente el proceso para hacerles llegar la información a tiempo y concisa.

Como plan o estrategia, se proponen dos herramientas para mejorar la comunicación interna y clima laboral dentro de la organización, haciendo con esto que el colaborador se sienta parte e identificado con la empresa.

2. JUSTIFICACIÓN

La empresa realiza una encuesta de Clima Laboral anualmente, en donde identifiqué la debilidad o área de oportunidad de tener una herramienta o forma de comunicar al personal la situación de la empresa (Resultados Trimestrales) actividades realizadas interna y externamente, logros obtenidos y resaltar o implementar alguna idea o innovación de un proceso.

Esto ayudaría a reforzar el indicador de un 60% a nivel país relacionado con el indicador de comunicación, debido a esto se realizó una encuesta para reforzar el tema de comunicación interna y determinar que requiere o demanda el personal en temas de comunicación y algunas de las preguntas fueron:

¿Considera usted, qué hay una clara comunicación interna dentro de la empresa?

¿De uno a tres, qué calificación le daría al nivel de comunicación interna que hay dentro de la empresa?

¿Al tener usted una herramienta para comunicar sus propuestas, ideas o mejoras, se consideraría importante dentro de la organización.

La empresa tiene una cultura positiva en desarrollar a su personal en el tema académico, por tal razón apoya el ejercicio profesional supervisado (EPS) para la elaboración de un canal de comunicación y con esto iniciar el proceso de una adecuada comunicación entre colaboradores – directores y viceversa.

Se procedió únicamente a trabajar el Boletín por la limitante de recursos económicos, ya que la empresa no tenía un valor de importancia de estar comunicados jefes –subalternos y subalternos-jefes.

3. DIAGNÓSTICO

3.1. Objetivos

3.4.1. Objetivos Generales

Identificar oportunidades de mejora comunicacional dentro de la Empresa Derivados de Maíz de Guatemala, S. A.

3.4.2. Objetivos Específicos

Mantener de forma óptima los canales de comunicación, a fin de que el empleado este enterado de las actividades que la empresa está realizando.

Proveer a la empresa de herramientas necesarias para mejorar el clima laboral

Organizar reuniones o talleres mensualmente, como una manera de mejorar la comunicación interna entre colaboradores.

3.2. La Institución

3.4.1. Antecedentes o Historia

Todo inicio con un joven entusiasta, emprendedor, visionario y con una gran sensibilidad comercial, Don Roberto González Barrera en un viaje a Reynosa Tamaulipas; encontró un artefacto rústico con el que se molía nixtamal seco, era un molino que producía 18 toneladas mensuales de harina de maíz para hacer tortillas, desde que lo tuvo en sus manos sintió que esto podría ser una gran industria, llevó una prueba de esto a su padre; un hombre de trabajo ingeniero e investigador nato Don Roberto M. González Gutiérrez y juntos lograron dar un salto tecnológico de cinco mil años en la industria de la tortilla y revolucionar por completo la manera en que tradicionalmente se hacían las tortillas en México.

Un 3 de mayo de 1949, la compañía inicio sus operaciones en Cerralvo, Nuevo León, fundando Molinos Azteca, con lo que nace GRUMA y la primera planta de harina de maíz nixtamalizado del mundo.

Las ventajas competitivas desarrolladas por GRUMA permitieron que la empresa no solo se desarrollara en México, si no que se convirtió, en una creciente industria a partir de la transformación del maíz en harina, con base en importantes avances tecnológicos y administrativos.

Es así como a principios de la década de 1970 GRUMA incursiona en el mercado de Costa Rica, seis años más tarde, en 1976, llegó a Estados Unidos logrando desde entonces un crecimiento sostenido en ventas.

En 1949 se funda Molinos Azteca S.A. de Capital Variable y con ella la primera planta productora de harina de maíz nixtamalizado en el mundo.

En 1957 se incorpora una nueva planta de maíz iniciando así la expansión continua de GRUMA.

La internacionalización de GRUMA inicia en 1973, cuando a petición del gobierno costarricense se inician operaciones en el mercado de harina de maíz de dicho país.

En 1977 GRUMA extiende aún más su presencia internacional al iniciar la producción y venta de tortillas de maíz en el mercado estadounidense.

En el ramo nacional en 1978 GRUMA desarrolla una nueva subsidiaria TECNOMAÍZ, dedicada a la producción de maquinaria TORTEC para la industria de la tortilla.

Debido al arduo crecimiento de GRUMA en la esfera internacional, en 1987 se inician operaciones en Honduras y tan sólo 5 años más tarde se expanden operaciones hacia El Salvador, Guatemala y Venezuela, impulsando así la consolidación de GRUMA Centroamérica y Venezuela. Dicho grupo opera en Costa Rica desde hace 65 años y en Guatemala iniciaron operaciones desde el mes de marzo en el de año 1,994 y el producto que introdujeron al mercado guatemalteco es la Harina de Maíz marca MASECA.

La forma de introducirse al mercado fue muy cautelosa ya que en la cultura guatemalteca la fabricación de la masa era Nixtamalizada en un 100% a nivel nacional.

La calidad del producto Harina de Maíz marca MASECA, se debe a que esta es producida de la misma forma, con la diferencia que es en máquina industrial y lo que se hace en su proceso es deshidratar la masa y luego se convierte en harina y la forma de consumo del mismo consiste en colocar una medida de harina agregando agua tibia para que la misma tenga la consistencia de masa. Haciendo que esto facilite la elaboración de la tortilla y sea mucho más rápido.

Luego de un año la empresa decide elaborar su producto en Guatemala y construye su planta de producción, con capacidad de 54 mil Toneladas Métricas de Harina de Maíz al año, acá ya cuenta con una flota de camiones de 3.5 toneladas y con 35 rutas en todo el país, colocando en el mercado un producto que ayuda a la mujer guatemalteca especialmente en tortillería y mejorar así su nivel de vida, es decir, desgastarse menos ya que al utilizar Maseca se evitaba muchos trabajos forzosos y ganaba tiempo para realizar otras actividades.

Año y medio después GRUMA decide convertir a esta empresa en una organización de Clase Mundial e introduce programas Internos de calidad conocidos como 5's AIB. Posteriormente se introduce a otro programa llamado ISO 9000 y programa SOL en un periodo de trabajo logra la Certificación ISO 900-2000, ISO 14000 y se convierte en una de las pocas empresas a nivel nacional en el ramo de alimentos ser Certificada por este programa y esto encamina a GRUMA a ser una empresa con calidad clase mundial.

GRUMA llega a su capacidad instalada al 100% en el año 2005 y comienza a importar harina de sus afiliadas, Salvador, Honduras y México para satisfacer la demanda de la Harina de Maíz.

Marca BOCA2

En el año 2,005 GRUMA Guatemala decide instalar una Planta de Producción de Snack, en esta ocasión decide lanzar al mercado otro producto tradicional como lo es la Tostada en tamaños grande, mediana y pequeña.

Este nuevo negocio es de valor agregado ya que la materia prima es la harina de maíz, en esta oportunidad se decide industrializar tostada Gruma como una idea innovadora. En Guatemala ya se hace tostada pero a nivel artesanal, para darle otra categoría se le da marca al producto tradicional que es BOCA2. La tostada al igual que la harina son productos muy tradicionales del país y se inicia con volúmenes muy bajos, por tal razón, un año después lanza nacho con sabor natural.

En el año 2007 se ingresa el nacho sabor queso, del cual no se tuvo mayor demanda, ya que el canal de distribución eran con 2 rutas de venta directa y no se contaba con capital para inversión en comunicación, publicidad y promoción.

En 2,009 se asigna un equipo de trabajo a los que se les entrega a su cargo este negocio y en ese año logran introducir el nacho sabor barbacoa, se reincorpora el sabor nacho queso y se lanza el taco vacío.

Acá se decide ingresar al canal de los principales supermercados como: Wal-Mart, Unisuper, La Torre entre otros. Acá se invierte en degustación, material promocional, afiches, entre otros.

Al día de hoy, los competidores de tostada son las empresas que vieron la oportunidad de mercado que había y lanzaron su marca de tostada, (Monte Verde, Milpa Real) esto en detalle y Supermercados y en segmento de nachos el principal competidor en Supermercados es Mucho Nacho.

Boca2 tiene una importante participación en las cadenas de Wal-Mart las cuales son; Despensas Familiares, Paiz y los Wal-Mart en si. También en la cadena Unisuper La Torre también se cuenta con una importante participación.

En el canal a detalle, al día de hoy, se cuenta con 6 rutas aprovechando estas como una forma de comunicación, la rotulación de las mismas con imagen y la marca Boca2, incluyendo también los números de Servicio al Cliente.

3.4.2. Marco Filosófico

3.2.2.1. Misión

Ser una empresa de calidad y de clase mundial, dedicada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Suministrando productos de calidad con el mejor servicio, asegurando el bienestar y desarrollo integral y sostenible de nuestra empresa, colaboradores, accionistas y proveedores; aplicando los más altos valores éticos y morales.

3.2.2.2. Visión

Llegar a ser una empresa continuamente rentable, reconocida entre las empresas líderes de la industria en la región, que ofrecerá a los consumidores productos alimenticios innovadores y superiores, construyendo continuamente en ellos y en nuestra gente lealtad a través de nuestras marcas.

4. FODA

4.4.1. Fortalezas:

Estabilidad Laboral, ya que cuenta con personal de más de 20 años dentro de la empresa.

Es una empresa con responsabilidad social, ya que apoya a Instituciones como Central de Alimentos, ONG y Casa Hogar y desastres naturales con donaciones de producto.

Cuenta con toda la infraestructura necesaria para brindar a sus colaboradores, proveedores y clientes un ambiente agradable y las herramientas necesarias para el desarrollo de relaciones comerciales.

Tecnología disponible para todos los departamentos.

Búsqueda constante en la excelencia.

4.4.2. Oportunidades:

Creación de nuevos canales de comunicación interna.

Promueve la participación con programas de Innovación al colaborador, aportando ideas y premiando la mejor propuesta.

Promover el desarrollo profesional de los colaboradores, con el fin de contar con personal mejor capacitado.

4.4.3. Debilidades:

No cuentan directamente con un Departamento de Comunicación.

Procesos lentos en la toma de decisiones.

Falta de comunicación entre departamentos.

4.4.4. Amenazas:

Ausencia de comunicación interna, la cual impide el cumplimiento de procesos.

Falta de seguimiento, a la recepción de información.

La inexistencia de un departamento específico de servicio al cliente, lo cual puede ocasionar pérdida de negociaciones con clientes potenciales.

5. Metodología

5.4.1. Descripción del Método

Entre los diferentes tipos de métodos existentes, el presente trabajo de investigación se enfocó en un estudio descriptivo que permitirá encontrar los datos de investigación pues tiene como fin definir propiedades, descubrir las características y perfiles importantes de personas y grupos en el fenómeno que se está sometiendo a un análisis.

5.1.1.1. Tipo de Enfoque Cuantitativo/Cualitativo

Cuantitativo: debido a que recolecta datos para comprender el fenómeno y Cualitativo: debido a que se debe analizar los resultados de la entrevista realizada.

5.2. Instrumentos

5.4.1. Observación

Como técnica fundamental que consiste en observar atentamente un fenómeno para su posterior análisis.

5.4.2. Encuestas

Instrumento de orden cuantitativo que permitirá explorar sistemáticamente opiniones, sentimientos y creencias del grupo objetivo, que se investiga dejando una muestra física comprobable

5.4.3. Entrevistas

Del orden cualitativo, se toma como apoyo este método que utiliza la comunicación verbal para recoger informaciones en relación a con una determinada finalidad. Página consultada.

<http://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

siente una persona importante dentro de la empresa, sino se evitan rumores dentro de la misma.

En la pregunta 2. ¿Cómo calificaría el nivel de comunicación dentro de la Empresa?

Los entrevistados coinciden en que la comunicación dentro de la organización está muy baja, puesto que deberían de informar frecuentemente, ya que esto conlleva a que no haya una comunicación clara, ya sea porque no se difunde en su momento o se quede a medias.

En la pregunta 3. ¿Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el clima laboral?

Todos indicaron que indiscutiblemente habría una mejora, ya que esto aumentaría el sentido de pertenencia del recurso humano hacia la compañía.

En la pregunta 4. ¿Cuáles cree usted que pueden ser los canales de comunicación?

Algunos indicaron que hoy en día, la era de la tecnología está al alcance de muchas personas y eso conlleva a que hayan muchos medios que vendrían a beneficiar dentro de la empresa como: folletos, revistas internas (impresas y digitales), boletines, pizarras o carteleras, buzones de sugerencias, intranet, link y convenciones para todo el personal.

En la pregunta 5. ¿Qué periodo cree usted conveniente para poder transmitir la información?

La mayoría consideran que para que haya una comunicación efectiva tiene que ser mensual, para que los colaboradores de la organización no pierdan el interés de lo que se está publicando y otros consideran que sea bimensual o trimestral.

En la pregunta 6. ¿Cuál estas opciones cree conveniente para difundir la información que se quisiera transmitir Boletín, Trífoliar o Revista?

Algunos de los entrevistados indicaron que debería ser por medio de un Trífoliar, porque es más conciso; otros un Boletín porque es más eficaz, corto y práctico para leerlo y el resto una revista porque la consideran más formal.

En la pregunta 7. ¿Por qué medio le gustaría que se difundiera la información Físico, Electrónico o ambas?

Los entrevistados consideran que debería ser de ambas formas, ya que en el caso del personal administrativo si cuenta con un computador, al contrario del personal operativo.

6.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados

| Nombre | Que piensa usted de la comunicación interna | Como Calificaría el nivel de comunicación dentro de la empresa | Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el clima laboral | Cuales cree usted que pueden ser los canales de comunicación | Que periodo cree usted conveniente para poder transmitir la informacion | De estas opciones cual cree conveniente. Boletin, trifolear, revista internet | Porque medio le gustaria que se difundiera, fisico o electronico o ambos |
|----------------|--|--|---|---|---|--|---|
| Amilcar Aragon | Es una herramienta que nace como respuesta a las nuevas necesidades de la compañía. | A mi criterio el nivel de comunicacion esta bajo, ya que es necesario que los colaboradores esten bien informados de todas las actividades que se realizan dentro de la organización | si, porque nos ayuda a crecer culturalmente dentro de la empresa contribuyendo a evitar el rumor. | hoy en dia con la era de la tecnologia, podriamos mencionar una revista digital o impresa, talleres de comunicacion, convenciones, carteleras, e incluso un documento que se distribuya cada cierto tiempo que sea consiso y de interes | considero que para que haya una comunicacion efectiva y de interes para todos tiene que ser bimensual | Considero que seria un trifoliar | considero que ambos |
| Maritza Giron | la comunicacion interna es vital y basica para que se den los resultados dentro de la organizacion | El nivel de comunicacion dentro de la compania ha venido mejorando | Totalmente de acuerdo, ya que los colaboradores vendria a tener una percepcion muy positiva | Escritos y visuales | considera que deberian de ser trimestral | Todos los medios vendrian a beneficiar en mucho | Ambas vias |
| Sergio Santizo | Es importante como una herramienta de motivacion al recurso humano de una compania y tambien para retener al talento profesional dentro de | Regular puesto que no siempre se tiene una clara informacion, ya sea porque no se difunde en el momento oportuno o porque se queda a medias la informacion. | Definitivamente el Clima se veria beneficiado y el sentimiento de pertenencia del recurso humano hacia la compania se incrementaria | Folleto, revistas internas impresas y digitales, pizarras o carteleras, buzones de sugerencia, convenciones para todo el personal, intranet y link. | Dependiendo del tipo de informacion y via que deba comunicarse y de las herramientas de comunicacion que se promueva, asi debiera de ser la frecuencia. | Considero que si se pudiera las tres, pero veo mas efectivo un boletin informativo ya que es un documento no muy cargado | Considero que ambos, pensando en las personas que no tienen acceso a un computador. |
| Juan C. Rivera | La empresa puede encontrar areas de oportunidad para mejorar su Clima Laboral | La comunicacion de la empresa, es un poco debil ya que se informa al personal cada año, lo que ha hecho y considero que dejan de pasar o comunicar muchas acciones que se realizaron en el transcurso del mismo. | Si considero que mejoraria el Clima Laboral | Hoy en dia la tecnologia esta al alcance de casi todas las personas, pero tambien es importante tomar en cuenta los que no y por tal razon considero que debe ser via internet y escrita | Consider que mensual, ya que seria mas efectivo y el colaborador estaria comunicado mas frecuentemente. | Para mi gusto seria un Boletin. | Considero que ambos, ya que serian muy efectivos. |

Fuente: Epesista Lilian Castillo abril 2,014

- En la pregunta 1, los entrevistados coinciden en que la comunicación interna es muy importante dentro de la organización, ya que un colaborador bien informado no solo se siente una persona importante dentro de la organización sino se evitan rumores dentro de la misma.
- En la pregunta 2, la mayoría de los entrevistados coinciden en que la comunicación dentro de la empresa es muy débil, puesto que, no siempre se tiene una clara información, ya sea porque no se difunde en el momento o porque se queda a medias.
- En la pregunta 3, todos indicaron que definitivamente el Clima Laboral vendría a beneficiarse en gran manera, ya que un colaborador bien informado viene a tener un sentimiento de pertenencia hacia la compañía.
- En la pregunta 4, la mayoría de los entrevistados indicaron que hoy en día la tecnología está al alcance de casi todas las personas, por eso consideran que los canales de comunicación deberían de ser digitales y escritos.
- En la pregunta 5, la mayoría indicó que la información que se quiere dar a conocer a todo el personal tendría que ser mensual, ya que sería más efectivo.
- En la pregunta 6, la mayoría indicó que un Boletín sería de gran beneficio. ya que es un documento más efectivo, que no va muy cargado de información sino con lo más relevante.
- En la pregunta 7, todos los entrevistados coinciden en que sería por ambas vías, (electrónico y físico) ya que en algunos departamentos como el área operativa, no cuentan con equipo de cómputo.

7. Radiografía de la Institución

7.4.1. Descripción de la comunicación Interna

La comunicación interna en Gruma funciona desde el equipo corporativo que da directrices a los ejecutivos y/o altos mandos, los cuales estos a su vez se encargan de trasladar la información a los diferentes departamentos y jefes de área, ya sea por medio de reuniones o correos. Existen diferentes tipos de canales de comunicación, con el fin de que los colaboradores puedan tener una comunicación efectiva en todos los departamentos.

En todas las áreas de la empresa se cuenta con computadoras conectadas a la red de Demagusa, cada una con correo electrónico para enviar y recibir información, también con Lync que es un chat interno y externo, teléfonos fijos en todos los departamentos y móvil para algunos colaboradores haciendo más eficiente la comunicación dentro y fuera. En algunos casos se utiliza el boceo general por medio de planta telefónica, tiene carteleras en lugares estratégicos en la cual se publican futuras capacitaciones e información de interés para todos.

Tiene oficinas y espacios individuales, mobiliario adecuado, escritorios y sillas con rodos para el personal administrativo, equipo de cómputo para cada persona, algunas Laptop y otras de escritorio. Cuentan con dos Fax, un triturador de papel, cuatro impresoras, tres scanner dos fotocopadoras, estas últimas son utilizadas por la mayoría del personal de los distintos departamentos.

También cuentan con una cartelera de cumpleaños, en la cual publican los nombres y fechas de los colaboradores cada mes, actualmente cuentan con una pantalla informativa, la cual se encuentra en Recepción, en donde se publican eventos pasados, de actualidad y futuros, esto con el fin de

que el personal de producción que no cuenta con equipo se informe al igual que el resto.

7.4.2. Descripción de Comunicación Externa

La Imagen de Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Gruma) y las marcas que lo respaldan se manejan en base a negociaciones y planes estratégicos que buscan un posicionamiento en la mente del consumidor.

Entre los principales tipos de comunicación externa podemos mencionar a continuación:

➤ **Afiches**

Estos son repartidos entre las distintas rutas, para que el encargado los deje puestos, con el permiso de los clientes en sus negocios, para ser reconocidos a nivel de mercado.

➤ **Calendarios**

Estos al igual que los Afiches, son repartidos entre las distintas rutas que tienen los vendedores como fin, para hacer publicidad al producto y le sea útil al cliente.

➤ **Banners**

Los encargados de ver la ruta de supermercados, los van colocando en puntos estratégicos dentro de los establecimientos, en los periodos de promoción o lanzamientos de productos.

➤ **Rotulación de Marcas**

Tanto en el área de Mayoreo, Detalle y Snack se tienen exhibidores de productos en puntos estratégicos tanto en negocios como en supermercados.

➤ **Rotulación de vehículos con imagen de marca**

La flotilla de camiones de reparto, paneles, están rotulados con imagen de Maseca y Boca2, los camiones recorren la mayor parte del área departamental y las paneles, municipios y zonas de la capital.

➤ **Anuncios en Prensa Libre y Nuestro Diario**

Estas publicaciones, van dentro de la sección de ofertas y para promocionar productos nuevos de ambas marcas.

➤ **Apoyos Promocionales**

Gruma ofrece a sus clientes Mayoristas, Industriales a Detalle, apoyos promocionales entre los que podemos mencionar pinturas de fachadas, mantas promocionales y activaciones en el punto de venta de los clientes, por medio de promotores que tiene a su cargo el manejo y exhibición de la imagen de las marcas dentro de cada negocio que visitan. Cuentan con una mascota de una de las marcas “MASEQUIN” que es representativa con la imagen de la marca.

7.4.3. El POA del año

- ✓ Son \$107.000.00 dólares que se estarán dividiendo en:
- ✓ Sueldos y salarios
- ✓ Cargas Sociales (Uniformes, IGSS, Bono 14, Aguinaldos, vacaciones y seguro de vida)
- ✓ Beneficios
- ✓ Honorarios por Asesoría
- ✓ Gastos de Viajes
- ✓ Combustibles
- ✓ Materiales e Insumos
- ✓ Seguros médicos
- ✓ Eventos Especiales
- ✓ Alquiler y mantenimiento de Edificios
- ✓ Capacitaciones y entrenamiento.

Destinando para el área de comunicación Q. 5,000.00 quetzales anuales en medios impresos. Ya que en su mayoría la información se traslada por medio de correo electrónico.

7.4.4. Campañas realizadas

El Licenciado Luís Pablo Gereda, Jefe del departamento de Mercadeo comentaba que en otros años se han realizado medios de punto de venta (POP) como afiches, banners, habladores de góndola, visibilidad en fachadas, también utilizan otros medios como eventos y activaciones BTL, Roll Ups, Danglers, Stoppers

7.4.5. El plan estratégico que se está Ejecutando

Actualmente tienen contratada una Agencia de Publicidad, que les apoya con todas las notas publicity principalmente medios escritos. También hacen uso de recursos propios para publicitar, como la rotulación de toda su flota de camiones y tres furgones de 40 pies y reestructuración de rutas para mejorar cobertura

En cuanto a redes sociales tienen una fan page en Facebook, denominada Maseca Mesa para 6, hacen uso de circuitos cerrados de algunas cadenas independientes de supermercados como Súper del Barrio y La Canasta.

7.4.6. El plan Estratégico que se va ejecutar

En el transcurso de dos años, se estará trabajando proyectos de lanzamientos de productos nuevos, haciendo uso de la plataforma de publicidad vía cable, en donde la pauta se hace de manera regional. También una combinación de medios impresos, promociones, degustaciones de producto, insertos (dependiendo la temporada), afiches y calendarios. Fachadas con publicidad de sus productos y Publicidad móvil en puntos de venta y la utilización de redes sociales como medio de comunicación, ya que son un vínculo importante que puede permitir a Gruma llegar a muchas personas que aún no conocen esta marca.

7.2. Transcripción completa de las entrevistas

Entrevista 1

Entrevista realizada al señor Amilcar Aragón (Jefe de Ventas Boca2)

1. ¿Qué piensa usted de la comunicación Interna en la Empresa?

R// Considero que es una herramienta que nace como respuesta a las nuevas necesidades de la compañía, como una manera de motivar a sus colaboradores aumentando así la eficiencia del equipo, haciéndolos verdaderos artices de los resultados y hacerlos sentir a gusto e integrados dentro de la organización.

2. ¿Cómo calificaría el nivel de comunicación dentro de la Empresa?

R// A mi criterio, el nivel de comunicación está bajo, ya que es necesario que los colaboradores estén mejor informados de todas las actividades que se realizan dentro de la organización, por ello transmitir mensajes corporativos, informar sobre lo que ocurre dentro de la empresa, motivar y establecer una línea de comunicación eficaz entre los empleados, la dirección y los diferentes departamentos de la empresa, son algunos de los objetivos que persigue la comunicación interna.

3. ¿Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el clima laboral?

R// Si, porque nos ayuda a crecer culturalmente dentro de la empresa contribuyendo a evitar el rumor, propiciando un clima de confianza y motivación, beneficiando a la empresa ya que esto la hace más competitiva y rentable.

4. ¿Cuáles cree usted que pueden ser los canales de comunicación?

R// Hay muchos medios que vendrían a beneficiar dentro de la empresa, hoy en día con la era de la tecnología, podríamos mencionar una revista digital o impresa talleres de comunicación como mejora en el clima laboral, convenciones, carteleras, buzón de sugerencias o incluso un documento que se distribuya, ya sea en forma física o electrónicamente cada cierto tiempo, que sea conciso y de interés a los colaboradores para que estén informados de todo lo que la empresa realice y desee comunicar dentro y fuera.

5. ¿Qué periodo cree usted conveniente para poder transmitir la información?

R// Considero que para que haya una comunicación efectiva y de interés para todos tiene que ser bimensual, para que los colaboradores de la organización no pierdan el interés de lo que se está publicando.

6. ¿De estas opciones cuál cree conveniente para difundir la comunicación o información que se quisiera transmitir Boletín, Trifoliar o Revista?

R// Considero que sería un Trifoliar para que todos los colaboradores de nuestra organización tengan la información reciente en sus manos cada vez que salga la publicación y así poder ganar el interés de cada uno de ellos, teniendo un documento conciso y eficaz.

7. ¿Por qué medio le gustaría que se difundiera la información Físico, Electrónico o ambas?

R// En lo personal considero que ambos, ya que dentro de la empresa hay distintos departamentos y en el caso administrativo tenemos la dicha de contar con computadoras para que se nos haga llegar electrónicamente, pero en el área de producción, que no se requiere de ese tipo de tecnología sería físico, para que no se pierda en ninguno de los departamentos la comunicación y esto pueda ser efectivo ya que no se dejaría ningún departamento sin informar.

Entrevista 2

Entrevista realizada a la Licenciada Maritza Girón (Jefe de Gestión Humana)

1. ¿Qué piensa usted de la comunicación Interna en la Empresa?
R// La comunicación Interna es vital y básica para que se logren los objetivos en una organización.

2. ¿Cómo calificaría el nivel de comunicación dentro de la Empresa?
R// El nivel de comunicación actual en la compañía ha mejorado debido a que se tienen herramientas que facilitan la misma, como por ejemplo pantallas correos pizarras.

3. ¿Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el clima laboral?
R// Totalmente, ya que los colaboradores vendrían a tener una percepción muy positiva, con relación a lo que comunicación respecta.

4. ¿Cuáles cree usted que pueden ser los canales de comunicación?
R// Impresos, visuales, afiches y pantallas electrónicas.

5. ¿Qué periodo cree usted conveniente para poder transmitir la información?
R// Considero que debería de ser trimestral.

6. ¿De estas opciones cuál cree conveniente para difundir la comunicación o información que se quisiera transmitir Boletín, Trifoliar o Revista?
R// Todos los medios vendrían a beneficiar de gran manera.

7. ¿Por qué medio le gustaría que se difundiera la información Físico, Electrónico o ambas?
R// Por ambas vías debido a que no todo el personal cuenta con equipo de cómputo.

Entrevista 3

Entrevista realizada al señor Sergio Santizo (Jefe de Ventas Canal Industrial)

1. ¿Qué piensa usted de la comunicación Interna en la Empresa?

R// Es importante como una herramienta de motivación al recurso humano de una compañía y también para retener al talento profesional dentro de ella.

2. ¿Cómo calificaría el nivel de comunicación dentro de la Empresa?

R// Regular, puesto que no siempre se tiene una clara información ya sea porque no se difunde en el momento oportuno o porque se queda a medias la información y esto impide que no fluya ágilmente u oportunamente, entre todos los departamentos.

3. ¿Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el Clima Laboral?

R// Definitivamente el Clima Laboral se vería beneficiado y el sentimiento de pertenecía del recurso humano hacia la compañía se incrementaría

4. ¿Cuáles cree usted que pueden ser los canales de comunicación?

R// Folletos, revistas internas impresas y digitales, pizarras o carteleras, buzones de sugerencia, convenciones para todo el personal, intranet y link.

5. ¿Qué periodo cree usted conveniente para poder transmitir la información?

R// Dependiendo del tipo de información y vía que deba comunicarse y de las herramientas de comunicación que se promueva, así deberá de ser la frecuencia.

6. ¿De estas opciones cuál cree conveniente para difundir la comunicación o información que se quisiera transmitir Boletín, Trifoliar o Revista?

R// Considero que deberían ser las tres, pero veo más efectivo un Boletín informativo ya que es un documento no muy cargado, que va al grano, con la información que se desea comunicar a los colaboradores y al cual todos tendríamos acceso por el bajo costo que le implicaría a la empresa.

7. ¿Por qué medio le gustaría que se difundiera la información Físico, Electrónico o ambas?

R// Considero que ambos, pensando en las personas que no tienen acceso a un computador.

Entrevista 4

Entrevista realizada al Licenciado Juan Carlos Rivera (Jefe del Departamento de Contabilidad)

1. ¿Qué piensa usted de la comunicación Interna en la Empresa?

R// La comunicación interna es fundamental para una empresa, ya que en ella se puede transmitir y a la vez hacer conciencia al colaborador todos los beneficios intangibles que se les da. De la misma forma la empresa puede encontrar áreas de oportunidad para mejorar su Clima Laboral y muchas veces el operador o colaborador quien es el que ejecuta al día a día, puede aportar una sugerencia que pudiera reducir costos a la empresa y la forma de saberlo es tener una metodología de comunicación interna en doble vía.

2. ¿Cómo calificaría el nivel de comunicación dentro de la Empresa?

R// La comunicación de la empresa es un poco débil ya que se informa al personal cada año lo que ha hecho y considera que dejan de pasar o comunicar muchas acciones que se realizaron en el transcurso del mismo en lo personal, considerando que la comunicación debe ser constante y en periodos corto de tiempo.

3. ¿Considera que al implementar la comunicación interna dentro de la empresa habría una mejora en el clima laboral?

R// Si, considero que mejoraría el Clima Laboral, ya que el empleado que tuvo la oportunidad de dar una idea de mejora y que salga su imagen y que todos se den cuenta que aportó algo se sentiría valorizado. También la empresa puede transmitir todos los beneficios que se le da al empleado y que en otras empresas no se tienen.

4. ¿Cuáles cree usted que pueden ser los canales de comunicación?
R// Hoy en día la tecnología está al alcance de casi todas las personas, pero también es importante tomar en cuenta los que no la tienen y por tal razón considero que debe ser vía Internet y vía escrita.
5. ¿Qué periodo cree usted conveniente para poder transmitir la información?
R// Considero que mensual, ya que sería más efectivo y el colaborador estaría comunicado más frecuentemente.
6. ¿De estas opciones cuál cree conveniente para difundir la comunicación o información que se quisiera transmitir Boletín, Trífoliar o Revista?
R// Para mi gusto sería un boletín, el cual debería estar compuesto o estructurado por segmentos por ejemplo, área de deporte, responsabilidad social, logros de la empresa, reconocimientos y eventos relevantes.
7. ¿Por qué medio le gustaría que se difundiera la información Físico, Electrónico o ambas?
R// Considero que ambos serían muy efectivos tanto para la gente que tiene acceso a un computador por medio electrónico y físico para la gente que no tiene acceso al mismo.

7.3. Problemas Detectados

Mediante la información recabada, en el presente Diagnóstico de la empresa Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Gruma), se detalla a continuación puntos de importancia de donde partirá, la estrategia a proponer:

- Procesos lentos y falta de comunicación entre departamentos.
- No cuentan con una herramienta para difundir con eficacia la comunicación interna entre departamentos.
- Establecer un buen clima laboral y conseguir en los empleados el espíritu de pertenencia dentro de ella.
- Falta de capacitaciones, en general para mantener un buen Clima Laboral.

7.4. Estrategia del Proyecto Comunicacional

7.4.1. Estudio de Mercado o Radiografía de la Institución



Fuente: Epesista Lilian Castillo, abril 2,014

8. Objetivo General

Mejorar la comunicación interna y Clima Laboral entre colaboradores de Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Gruma)

8.1. Objetivos Específicos

Implementar un Boletín Informativo, proyectando las actividades relevantes mensuales, vía correo electrónico, impreso y proyectado en pantalla.

Capacitaciones para promover la comunicación interna y mejora en el Clima Laboral.

8.2. Público Objetivo

Los 165 colaboradores internos, de Derivados de Maíz de Guatemala, S. A

8.3. Mensaje

“Todos Tenemos algo para Comunicar”



8.4. Estrategia

8.4.1. Proceso para la realización del Boletín:

a) Proponer el plan de comunicación a la gerencia para su aprobación:

Presentar al departamento de Recursos Humanos el proyecto llamado “Todos tenemos algo para Comunicar” con la realización de un boletín informativo interno, para su aprobación y asignación de recursos monetarios y humano.

b) Recopilación de datos por jefaturas a una fecha determinada.

Al contar con la aprobación del proyecto “Boletín informativo interno” realizar una reunión con las jefaturas para comunicar el fin del boletín que se implementará.

En esta reunión se darán los lineamientos de que información se publicara para tener la recepción de la misma ya depurada, así facilitaremos la selección de tema a plasmar en el boletín.

c) Recepción de sugerencias de los colaboradores:

En la sección de otros en el boletín, se publicarán las sugerencias más objetivas y concisas que los colaboradores aportaron, para dar el reconocimiento por medio de la divulgación de su idea en este boletín.

d) Depuración, de la información que no se considere relevante, para comunicar al colaborador:

Posteriormente al recibir la información de los jefes de área y sugerencias de los colaboradores, la persona responsable de editar el boletín informativo interno seleccionará los temas más relevantes.

e) Diagramación, del documento que se publicara:

El contenido para elaborar la diagramación, se realizará posteriormente a la autorización de la información a publicar.

- La estructura será de la siguiente forma:
- Contendrá 8 secciones.
- En forma vertical
- Este será de un tamaño carta
- Se utilizará ambos lados de la hoja.
- Contendrá imágenes y texto

f) Impresión previa para revisión y aprobación del Gerente:

Teniendo el diagramado del boletín con el contenido previamente autorizado se realizara una impresión a modo de prueba, para que Gerencia vea como quedará el boletín final. Si Gerencia solicita algún cambio de color, diagramación o imagen, estas se podrán modificar para tener la versión final aprobada del mismo.

g) Impresión de Boletín, ya aprobado:

En esta sección se enviará el archivo del Boletín a imprenta para su reproducción física y al departamento de sistemas para la elaboración del documento electrónico; para que su formato sea protegido y ya no pueda ser modificado.

h) Se colocará un boletín físico en Cartelera:

Se publicará en cartelera el boletín del mes, para que sea visible para todo el personal, en un área concurrida para que siempre este a la vista del colaborador.

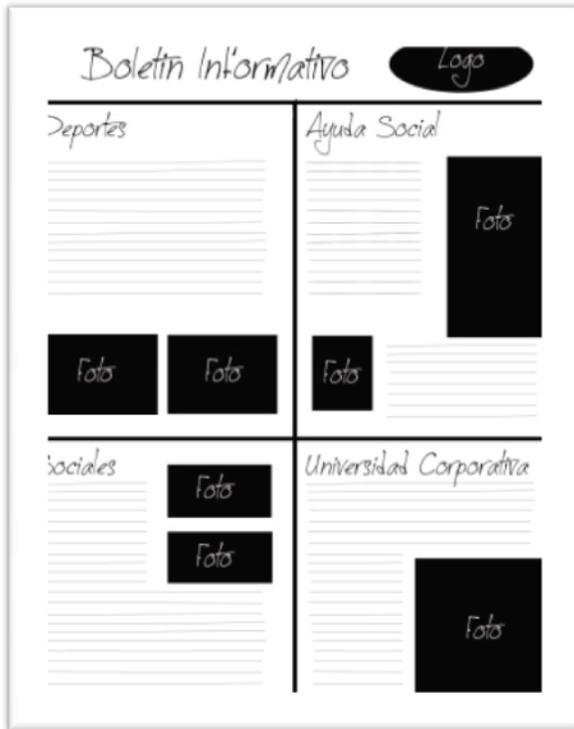
i) El resto se repartirá a los Jefes del área operativa, para que luego sean distribuidos entre los operadores:

Los boletines impresos serán entregados a cada jefe de área, para que ellos también estén involucrados y de esta manera la comunicación interna se fortalezca.

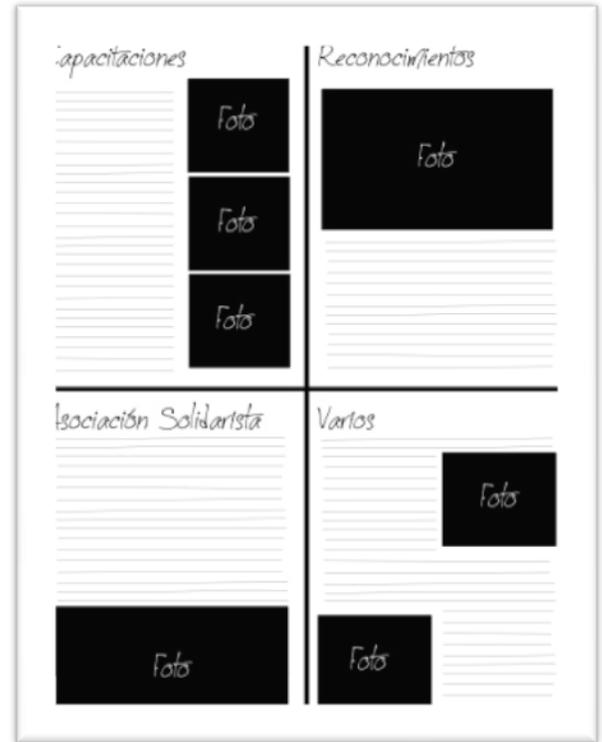
Con esto garantizaremos que la información será vista más de una vez por el 100% de los colaboradores.

Boceto de Boletín

Al frente



Atrás



8.4.2. Proceso para la realización de Capacitaciones

Como una forma óptima de mantener los canales estratégicos de comunicación, se fomentará la participación en capacitaciones, incorporando temas como mejoras a la comunicación interna y Clima Laboral, con esto se logrará involucrar más al colaborador, haciendo que se sienta cada vez más importante dentro de la organización.

a) Proponer el plan de capacitaciones a la Gerencia para su aprobación:

Es necesario presentar al departamento de Recursos Humanos el plan de capacitaciones como mejora en la comunicación interna y clima laboral, para su aprobación y asignación de recursos monetarios y humano.

b) Recopilación de información para las capacitaciones a una fecha determinada.

Al contar con la aprobación de las capacitaciones, se realizará una reunión con el departamento de Recursos Humanos para hacerle saber los temas que se llevaran a cabo, al igual que los videos que se estarán proyectando en las mismas, fechas y horarios en que se impartirán, además de los materiales que se requerirán.

c) Elaboración de diapositivas en Power Point:

Con el tema ya elegido se procederá a la elaboración de diapositivas para armar la presentación, al igual de videos, si estos fueran necesarios para fortalecer la presentación.

- Contendrá un máximo de 23 diapositivas, dependiendo el tema.
- Imágenes como soporte a la misma, dependiendo el tema.
- 1 o 2 videos por presentación.

8.5. Los Planes de Comunicación

El plan de comunicación define las herramientas y canales de comunicación para los colaboradores internos y describe los lineamientos para el desarrollo de este material. El documento está basado en el diagnóstico y sigue una línea de efectividad-bajo costo. Su elaboración y producción estarán a cargo de la Epesista, quien será supervisada por el Gerente de Recursos Humanos.

Su contenido y diseño pueden ser evaluados previamente por el Gerente, con la presencia del equipo de Negocio al igual que la aprobación del mismo.

Con esto, se busca que el colaborador en Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Gruma), se sienta parte de la compañía haciéndole saber lo más relevante que la empresa necesita comunicar, de una manera más frecuente.

Tomando estas acciones, la comunicación será más efectiva entre ambas vías, fortaleciendo la identificación y el compromiso de los colaboradores con la empresa.

Al tener un departamento o persona responsable de recopilar y elaborar el documento que se publicará periódicamente y las capacitaciones que se estarán dando a los colaboradores se podrá lograr una comunicación mejor estructurada y formal. Con esto se puede tener controlada la información que se divulgara y la relación entre colaboradores.

El documento que se propone para la empresa es un Boletín, el cual estará estructurado por varias secciones y este pretende distribuirse mensualmente impreso y vía electrónica.

Los temas que se proponen en boletín son los siguientes:

➤ **Deporte:**

En esta sección se estarán colocando los próximos partidos que se estarán realizando durante el mes, al igual que fotografías de los partidos pasados.

➤ **Social:**

Se estará informando de las actividades que se realizan dentro y fuera de la empresa.

➤ **Capacitaciones:**

En esta sección, se estará informando de capacitaciones próximas y se colocarán fotografías de capacitaciones que ya se hayan impartido.

➤ **Ayuda Social:**

En esta parte se estará informando a los colaboradores de la ayuda que la empresa proporciona a distintas Casa Hogar, al igual que poyos en algún desastre natural y donaciones para actividades solicitadas por alguna identidad no lucrativa.

➤ **Reconocimientos:**

Puesto que el reconocimiento dentro de la empresa es muy importante, en esta sección se estará colocando fotografías de los departamentos o persona individual premiada por su esfuerzo o innovación.

➤ **Universidad Gruma:**

En esta sección, se estará anunciando futuras fechas de clases impartidas por los Gerentes a cargo y fotografías de las clases ya realizadas, para que todo el personal este informado y se anime a inscribirse para la siguiente convocatoria.

➤ **Asociación Solidarista:**

En este bloque, se estará invitando a los colaboradores a que se hagan parte de ella y los beneficios que obtienen al integrarse, también de próximas actividades que realiza para sus socios y jornadas que lleva á cabo, cada cierto tiempo.

➤ **Varios:**

En esta sección se estará colocando fotografías de actividades como celebraciones del día de la secretaria, día de la madre, día del padre entre otros.

8.4.1. Boletín Electrónico:

Para los colaboradores que tienen equipo de cómputo y correo electrónico, esta herramienta es de suma importancia dado su facilidad, apropiación de la información y bajo costo.

Ver Anexos (D)

8.4.2. Boletín Impreso

El Boletín impreso, dirigida aquellos colaboradores que no cuentan con correo electrónico, como es el caso de los administrativos.

La distribución del boletín impreso a colaboradores que no utilizan Internet debe también contemplar los sitios más indicados para potenciar su lectura por ejemplo, carteleras, en pizarras y otros puntos de encuentro.

Ver Anexos (D)

8.4.3. Boletín Visual en pantalla

El Boletín Audiovisual, va dirigido a cada uno de los colaboradores de los distintos departamentos, administrativos, bodega y producción de la empresa, con el fin de que el colaborador se informe por distintas vías que se desea divulgar.

Ver anexos (D)

9. Capacitaciones

Otro tipo de herramienta que será utilizado como mejora en la comunicación interna y clima laboral dentro de la empresa, es la realización de capacitaciones. Esto como mejora de productividad, incrementando su desempeño y rendimiento ya que con este tipo de herramientas no solo tendremos una buena comunicación sino un cambio positivo en el clima laboral.

Esto contribuye también al desarrollo en el ámbito personal, los colaboradores se benefician de los planes de capacitación puesto que se les ofrece una amplia gama de conocimientos, una mayor sensación de competencia, un repertorio más grande de habilidades y una comunicación efectiva, los cuales son indicadores de un desarrollo personal.

Los temas que se darán son tres:

a) Comunicación

- ✓ Comunicación Eficaz
- ✓ Ventajas de la comunicación Eficaz
- ✓ Claves para desarrollar una buena comunicación
- ✓ La comunicación puede crear conexión
- ✓ Principios del carisma
- ✓ Principios de confrontación

Para la Capacitación necesitamos lo siguiente:

- ✓ Infraestructura: La programación será mensual, se deberá considerar el ambiente donde se realizarán las reuniones, dependiendo del número de personas de todos los departamentos, podrán realizarse en la sala grande (Caesa) o bien en alguna sala de sesiones anexa.
- ✓ Personal Objetivo: Todos los colaboradores De Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)
- ✓ Material y Equipo: Retroproyector para dar la presentación y Video, papel rotafolio, marcadores y lapiceros para anotar los puntos relevantes o ideas.
- ✓ Personal: para esta intervención será necesario el apoyo de la Gerencia de Recursos Humanos.

- ✓ Tiempo estimado: durará un mínimo de 40 minutos y un máximo de 60 minutos.
- ✓ Fecha de Capacitación: 30 de mayo 2014

b) Clima Laboral

- ✓ Que es el Clima Laboral
- ✓ Efectos que se evalúan en el Clima Laboral
- ✓ Consejos para generar un buen Clima Laboral
- ✓ La influencia del Clima Laboral
- ✓ Fuga de Talento

Para la Capacitación necesitamos lo siguiente:

- ✓ Infraestructura: La programación será mensual, se deberá considerar el ambiente donde se realizaran las reuniones, dependiendo del número de personas de todos los departamentos, podrán realizarse en la sala grande (Caesa) o bien en alguna sala de sesiones anexa.
- ✓ Personal Objetivo: Todos los colaboradores De Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)
- ✓ Material y Equipo: Retroproyector para dar la presentación y Video, papel rotafolio, marcadores y lapiceros para anotar los puntos relevantes o ideas.
- ✓ Personal: para esta intervención será necesario el apoyo de la Gerencia de Recursos Humanos.
- ✓ Tiempo estimado: durará un mínimo de 40 minutos y un máximo de 60 minutos.
- ✓ Fecha de Capacitación: 27 de junio 2014.

c) Relaciones Humanas

- ✓ Tres reglas de oro para escuchar y aprovechar la charla
- ✓ Factores negativos que impiden las Relaciones Humanas
- ✓ Condiciones de las Relaciones Humanas
- ✓ Clasificación de las Relaciones Humanas
- ✓ Perfeccionar las Relaciones Humanas por qué y para que
- ✓ Principios de las Relaciones Humanas

Para la Capacitación necesitamos lo siguiente:

- ✓ Infraestructura: La programación será mensual, se deberá considerar el ambiente donde se realizaran las reuniones, dependiendo del número de personas de todos los departamentos, podrán realizarse en la sala grande (Caesa) o bien en alguna sala de sesiones anexa.
- ✓ Personal Objetivo: Todos los colaboradores de Derivados de Maíz de Guatemala, S.A. (Gruma)
- ✓ Material y Equipo: Retroproyector para dar la presentación y Video, papel rotafolio, marcadores y lapiceros para anotar los puntos relevantes o ideas.
- ✓ Personal: para esta intervención será necesario el apoyo de la Gerencia de Recursos Humanos.
- ✓ Tiempo estimado: durará un mínimo de 40 minutos y un máximo de 60 minutos.
- ✓ Fecha de Capacitación: 31 de julio 2014

9.1. Calendario

a) Boletín:

- Se estará enviando un correo el 05 de mayo de solicitud relevante a las jefaturas, siendo el 15 de mayo el último día para recibir datos.
- Para los demás meses serán el día 15 o más cercado a la fecha.
- Del día 16 al 19 se analizará la información a colocar en el boletín.
- Del 20 al 25 de cada mes propuesta para revisión, corrección y autorización para su impresión.
- Del 26 al 30 de cada mes se imprimirá el boletín.
- El día 05 de cada mes se realizará distribución y/o publicación.

b) Capacitaciones:

Las capacitaciones se harán mensualmente abarcando el 100% de empleados en las siguientes fechas:

- Comunicación mayo 2014 última semana
- Clima Laboral junio 2014 última semana
- Relaciones Humanas julio 2014 última semana

9.2. Presupuesto

Boletín

Para este proyecto se pretende aprovechar la tecnología con la que cuenta la empresa y se enviará a imprimir 125 unidades mensuales para aquellos colaboradores que no tienen equipo de cómputo. Esto para ayudar a que la inversión no sea tan fuerte y también colaborar con el medio ambiente.

PRESUPUESTO BOLETÍN

| Descripción | Precio por unidad | Total |
|---|-------------------|-------------|
| Diseño y diagramación de Boletín | Q. 600.00 | Q. 600.00 |
| Impresión de 125 Boletines a Full Color | Q. 4.00 | Q. 500.00 |
| Gran Total | | Q. 1,100.00 |

Capacitaciones

Para este proyecto se llevará a cabo la impresión de 165 juegos con las diapositivas en Power Point, que se estarán presentando en la capacitación y la compra de papel rota folio para escribir las dudas que surjan en el transcurso de la presentación. El equipo y espacio que se utilizará es con el que cuenta la empresa.

PRESUPUESTO CAPACITACIONES

| Descripción | Precio por Hora | Precio por unidad | Precio por juego | Total |
|--|-----------------|-------------------|------------------|--------------------|
| Fotocopias a color, 7 hojas cada juego que corresponde a 165 colaboradores | | Q. 2.00 | Q. 14.00 | Q. 2,310.00 |
| 10 pliegos de papel Rota Folio | | Q. 0.30 | | Q. 3.00 |
| Capitador | Q. 1,000.00 | | | Q. 1,000.00 |
| Gran Total | | | | Q. 3,313.00 |

9.3. Control y Seguimiento (Evaluación)

La aplicación de técnicas de programación y control de proyectos constituye un elemento de apoyo insustituible para la administración eficiente de la ejecución. La finalidad de estas técnicas es identificar las variables claves del proyecto, dimensiones y además establecer sus interrelaciones recíprocas, con el objeto de adoptar medidas que cumplan con las metas de plazo, coste y calidad

Como punto de partida para el control y seguimiento del Boletín se elaborará una encuesta para conocer la percepción que tiene el colaborador al respecto y si ha cumplido más efectivamente la comunicación interna en la empresa.

Ver Anexos (B)

| ASPECTOS A EVALUAR (Boletín) | SI | NO |
|--|----|----|
| Cumplimiento de las 300 horas de práctica | X | |
| Realización de Boletín en Mayo y Junio | X | |
| Realización de Boletín electrónico y envío del mismo | X | |
| Realización de Boletín visual y colocado en pantalla | X | |
| Realización de Boletín impreso y entregado a los distintos departamentos | X | |
| Las secciones que contiene el Boletín cumplen con su satisfacción | X | |
| Le agregaría o quitaría alguna sección al Boletín | X | |

Lic. Juan Carlos Rivera
Supervisor del Epesista

Y como control y seguimiento de las Capacitaciones, también se elaborará una encuesta para conocer la percepción que tiene el colaborador al respecto y si ha cumplido más efectivamente la comunicación interna y el clima laboral en la empresa.

Ver Anexos (B)

| ASPECTOS A EVALUAR (Capacitaciones) | SI | NO |
|--|-----------|-----------|
| Se cuenta con una fecha propuesta para dar las capacitaciones | X | |
| Tiempo o duración de las capacitaciones | X | |
| Listado de temas y subtemas a exponer | X | |
| Listado de insumos y equipo a utilizar | X | |
| Lista de material didactico | X | |
| Espacio fisico para dar las capacitaciones | X | |
| Agregaría o quitaría algun tema o subtema a las capacitaciones | X | |

Lic. Juan Carlos Rivera
Supervisor de la Epesista

9.4. Ejecución del Proyecto

Actividades y resultados:

Se realizaron las actividades programadas conforme el cronograma en la siguiente forma:

| No. | Nombre de la actividad | Descripción | Fecha | Resultado Obtenido |
|-----|---------------------------------|--|------------------------------|---|
| 1 | Boletín Informativo Electrónico | Se procedió al envío de correo electrónico, para el personal que utiliza equipo de cómputo. | 05 de Mayo y 05 de Junio | Se obtuvo la participación de todos los jefes de departamentos, en el envío de Boletín electrónico al resto de colaboradores. |
| 2 | Boletín Informativo Impreso | Se procedió a diagramar y solicitar la autorización del documento final y oficial para su publicación. | del 26 al 30 en Mayo y Junio | se obtuvo la autorización por la empresa para la impresión y distribución del mismo. |
| 3 | Boletín Informativo Audiovisual | Por instrucciones de Jefe de Marca se realizó una plantilla por segmento | 05 de cada mes | Se obtuvo una visualización del 100% por parte de todo el personal tanto administrativo como de producción. |

9.4.1. Boletín electrónico:

Proceso de elaboración de boletín electrónico:

- ✓ Se envió correo a cada jefe de área solicitando información de actividades realizadas en el mes para ser tomadas en cuenta en publicación de boletín.
- ✓ Después de contar con la información de cada departamento o área se procedió a seleccionar y evaluar que actividades se publicarían en el boletín en el departamento de Recursos Humanos.
- ✓ Ya seleccionadas las actividades se presentó a Gerencia para su aprobación.
- ✓ Autorizado el contenido del boletín se procedió a diagramar el documento para la aprobación del Jefe de Marca de la empresa, para su respectiva edición.

- ✓ El día 5 del mes de mayo y junio se procedió a enviar el boletín electrónico al 100% de usuarios de la compañía.

9.4.2. Boletín impreso:

Proceso de elaboración de boletín impreso:

- ✓ Con autorización de Recursos Humanos, se procedió a contactar a Ofimat, para la cotización de 150 impresiones del Boletín frente y atrás.
- ✓ Ya con la cotización recibida del proveedor, Recursos Humanos autorizó la impresión del mismo.
- ✓ El día 5 del mes de mayo y junio se procedió a repartir el boletín impreso a los distintos departamentos que no cuentan con equipo de cómputo.

9.4.3. Boletín en pantalla:

Proceso de elaboración de boletín Audiovisual:

- ✓ A solicitud del Jefe de Marca, esta versión fue elaborada en plantillas de Power Point, colocando una plantilla por segmento.
- ✓ Se procedió a convertirlo a video en programa Camtasia Studio.
- ✓ Posteriormente se procedió a la publicación en pantalla.
- ✓ El día 5 del mes de mayo y junio se publicó a la vista del 100% de los colaboradores.

10. Resultados aceptación de boletín:

El Boletín fue muy bien aceptado por los colaboradores y Gerentes, mostrando en la muestra, un resultado de la encuesta realizada a 50 personas equivalente a un 30% total de empleados. Este sigue una línea

de efectividad bajo costo, en la encuesta que se les paso la mayoría indico gustarles el contenido y diagramado del mismo. En algunos casos propusieron el cambio de algunos segmentos en el contenido del Boletín.

Ver Anexos (C)

11. CONCLUSION

En la empresa Derivados de Maíz de Guatemala se realizó un diagnóstico sobre el tema de comunicación interna.

Esto derivado a que la empresa realiza un censo anual de clima laboral y el punto de comunicación la empresa salió demasiado bajo.

La empresa al no tener una política clara de comunicación no tiene los recursos necesarios para invertir en el mismo.

En el diagnóstico que se realizó a la empresa se logró detectar dos acciones inmediatas en implementar las cuales son las siguientes:

Boletín

Por medio de este boletín se propuso circularlo cada mes para que el personal de la empresa este informado de las principales actividades que se realizaron en el mes.

Este boletín se circularía en tres formas; impreso, por correo y proyección en las pantallas donde se da información general para los visitantes.

Capacitaciones

En esta se propusieron las siguientes capacitaciones; Tema Comunicación, Clima Laboral y Relaciones Humanas.

Estas capacitaciones ayudarían a transmitir al personal conocimientos en comunión, liderazgo y sobre todo un buen Clima Laboral.

La empresa opto por autorizar la elaboración y distribución del Boletín, esto por falta de recursos económicos.

Durante la práctica supervisada la cual fue realizada del 05 de mayo al 27 de Junio se logró la elaboración de dos boletines y se realizó una encuesta a los colaboradores tomando una muestra del 30% de empleados equivalente a 50 personas donde se detectaron los siguientes puntos:

La diagramación del boletín fue muy bien aceptada donde el 66% califico de excelente el documento.

Se consultó que sección agregaría al documento e indicaron el segmento de cumpleaños que representa el 48% de los encuestados.

En la encuesta reflejo que la sección universidad Gruma les gusta menos en un 44% de los encuestados.

Se preguntó también que sección le gusta más del documento y lo interesante que resaltaron tres secciones las cuales fueron:

Actividades sociales en un 32%

Capacitaciones en un 30%

Deportes en un 24%

12.RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se sugieren son las siguientes:

Continuar con la elaboración y distribución del boletín, ya que el personal lo acepta y es el medio más práctico y sencillo de comunicar las actividades que realiza la compañía.

Implementar un puesto o formar un comité de comunicación para que este sea la figura que pueda apoyar en el área de comunicación de la compañía tanto en lo interno como en lo externo.

Realizar las capacitaciones propuestas para que el personal tenga el conocimiento adicional para poder comprender más las estrategias que toma una empresa.

Para próximos años asignar recursos para poder mejorar el área de comunicación y así poder tener la fortaleza de tener informados a los colaboradores para que ellos estén motivados.

Al tener a un personal capacitado y comunicado, ellos tomaran conciencia y compromiso en que cada actividad que el haya aporta a la empresa para que puedan alcanzar sus metas, y así tener más seguridad que se tendrá oportunidad de crecimiento y estabilidad laboral en la empresa.

13. Referencias

Fuentes no Bibliograficas

Revista Interna (Al Grano) Edición No.1 2012 Páginas 6,7 y 8

Egrafías:

Página de Internet www.Gruma.com

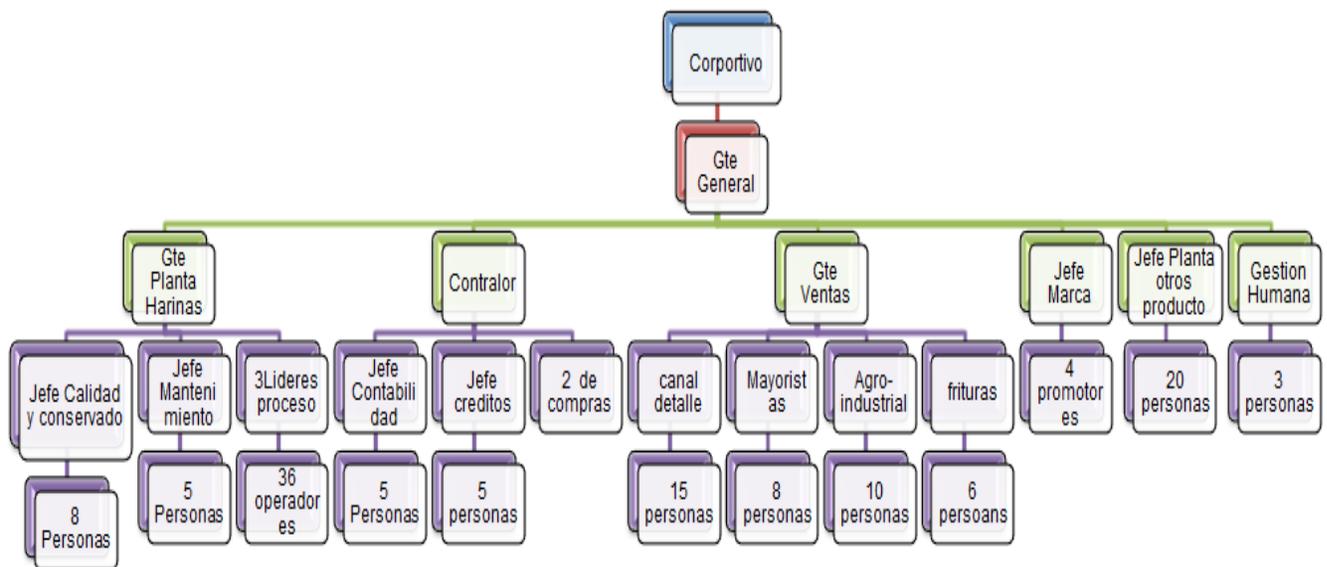
<http://es.scribd.com/doc/21789444/INSTRUMENTOS-DE-INVESTIGACION>

<http://jcfmetodologia.ohlog.com/objetivos-de-la-investigacion.oh61553.html>

<http://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

14. Anexos

a) ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCIÓN



Fuente: Derivados de Maíz de Guatemala, S. A. (Demagusa) abril 2,014

b) **GRAFICAS Y ESTADISTICAS**

B-1 Encuesta



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO -EPS-



A continuación se le presenta una serie de preguntas, por favor marque con una "X" la respuesta que considere correcta.

¿Considera usted que hay una clara comunicación interna dentro de la empresa?

SI

NO

¿Qué calificación le daría al nivel de comunicación interna que hay en la Empresa?

Bueno

Regular

Malo

¿Al tener usted una herramienta para comunicar sus propuestas, ideas o mejoras se consideraría importante dentro de la organización?

SI

NO

¿Cómo le gustaría que comunicaran la información relevante que pasa dentro de la empresa?

Boletín

Trifoliar

Revista

¿Cada cuánto le gustaría recibir la información?

Mensual

Bimensual

Trimestral

¿De que forma le gustaría recibir la información?

Física

Electrónica

Ambas



UNIVERSIDAD SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO -EPS-



ENCUESTA BOLETÍN

A continuación se le presenta una serie de preguntas, por favor marque con una "X" o subraye con una línea la respuesta que considere correcta.

¿De 1 a 5 cómo calificaría el contenido del Boletín?

1 2 3 4 5

¿De 1 a 5 cómo calificaría la imagen del Boletín?

1 2 3 4 5

¿Qué sección adicional le agregaría al Boletín?

Deporte

Actividades Sociales

Ayuda Social

Reconocimientos

Asodemagusa

Universidad Gruma

Capacitaciones

Varios

¿Qué sección le gusta más del Boletín?

¿Cuáles son las que menos te gustan?



ENCUESTA CAPACITACIONES

A continuación se le presenta una serie de preguntas, por favor marque con una "X" la respuesta que considere correcta.

¿Qué puntuación le daría a la capacitación sobre Comunicación Efectiva, del

1 2 3 4 5

¿Qué puntuación le daría a la capacitación sobre Clima Laboral, del 1 al 5?

1 2 3 4 5

¿Que puntuacion le daria a la capacitacion sobre Relaciones Humanas, del 1

1 2 3 4 5

¿Qué calificación daría a los capacitadores del 1 al 5?

1 2 3 4 5

¿Considera que las capacitaciones, tienen un ambiente pasivo o interactivo?

SI NO

¿Además de las proyecciones de diapositivas y videos, a su criterio que otras dinámicas podría sugerir según su criterio? _____

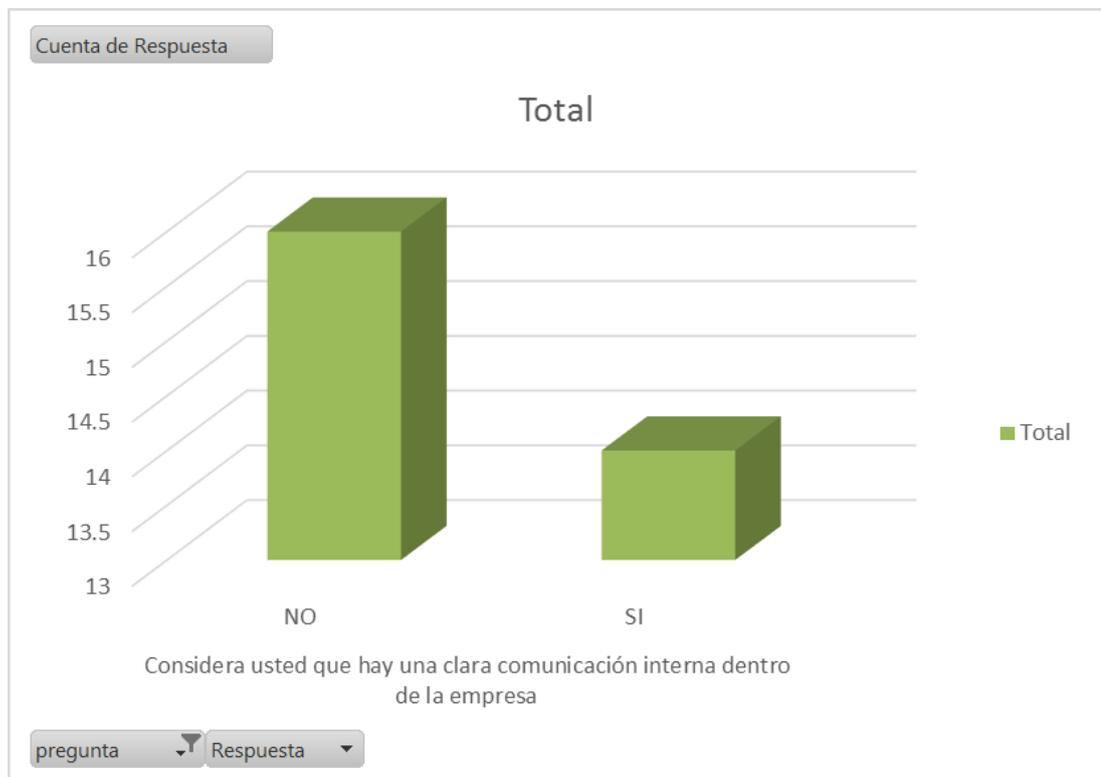
¿Días antes de una capacitación, usted comenta con su círculo laboral, sus expectativas acerca del evento?

SI NO

c) GRAFICAS, INTERPRETACIONES DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

C-1

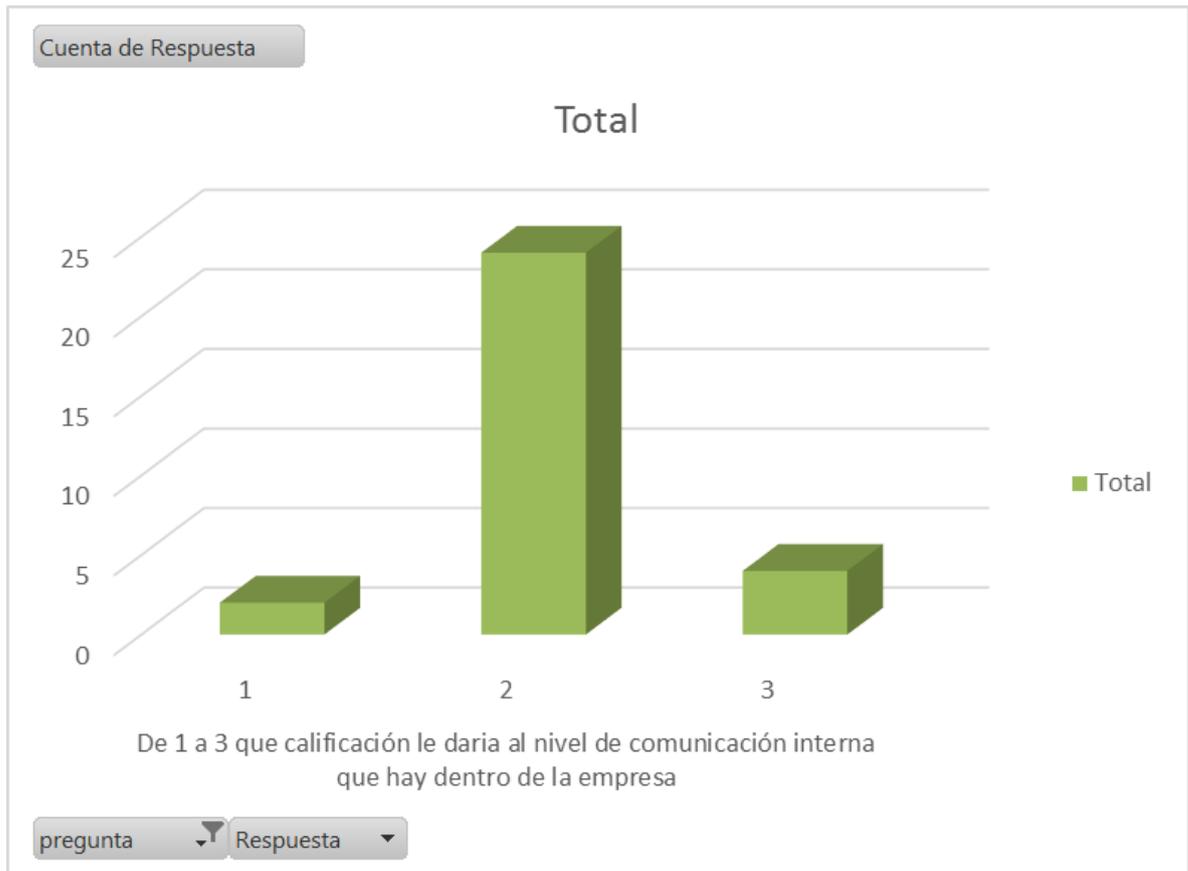
| Cuenta de Respuesta | | | |
|---|-----------|-------|------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| Considera usted que hay una clara comunicación interna dentro de la empresa | NO | 16 | 53% |
| | SI | 14 | 47% |
| Total Considera usted que hay una clara comunicación interna dentro de la empresa | | 30 | 100% |
| Total general | | 30 | |



Fuente: Epesita Lilian Castillo, abril 2,014

El 53% (16 personas) entrevistadas, indicaron que la comunicación interna dentro de la empresa no se considera clara. El número de encuestados fueron 30.

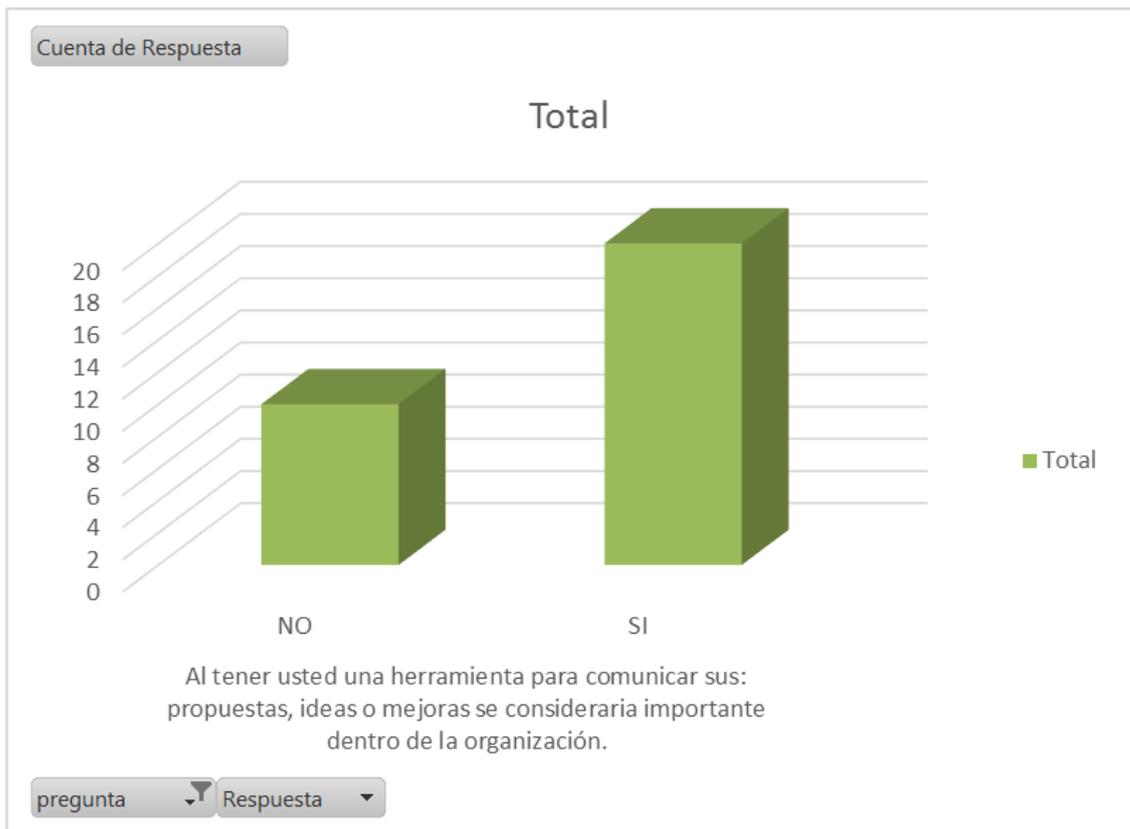
| Cuenta de Respuesta | | | |
|--|-----------|-----------|------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| De 1 a 3 que calificación le daría al nivel de comunicación interna que hay dentro de la empresa | 1 | 2 | 50% |
| | 2 | 24 | 600% |
| | 3 | 4 | 100% |
| Total De 1 a 3 que calificación le daría al nivel de comunicación interna que hay dentro de la empresa | | 30 | |
| Total general | | 30 | |



Fuente: Epesista Lilian Castillo, abril 2,014

El 80% (24 personas) entrevistadas, consideran que el nivel de comunicación es mal dentro de la empresa. El número de encuestados fueron 30

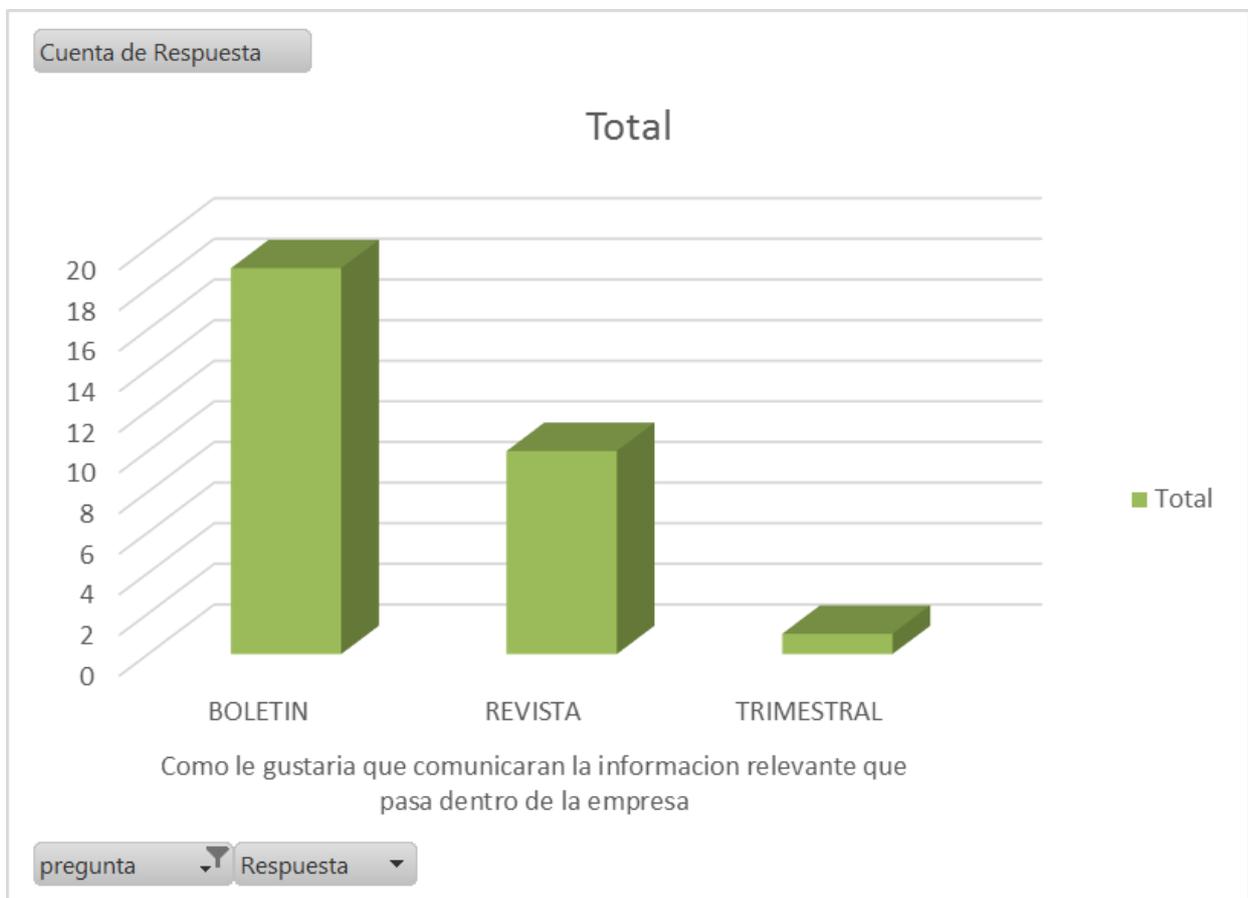
| Cuenta de Respuesta | | | |
|--|-----------|-------|------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| Al tener usted una herramienta para comunicar sus: propuestas, ideas o mejoras se consideraría importante dentro de la organización. | NO | 10 | 33% |
| | SI | 20 | 67% |
| Total Al tener usted una herramienta para comunicar sus: propuestas, ideas o mejoras se consideraría importante dentro de la organización. | | 30 | 100% |
| Total general | | 30 | |



Fuente: [Epesista Lilian Castillo abril 2,014](#)

El 67% (20 personas) entrevistadas, consideran que se sentirían importantes dentro de la organización, el número de encuestados fueron 30.

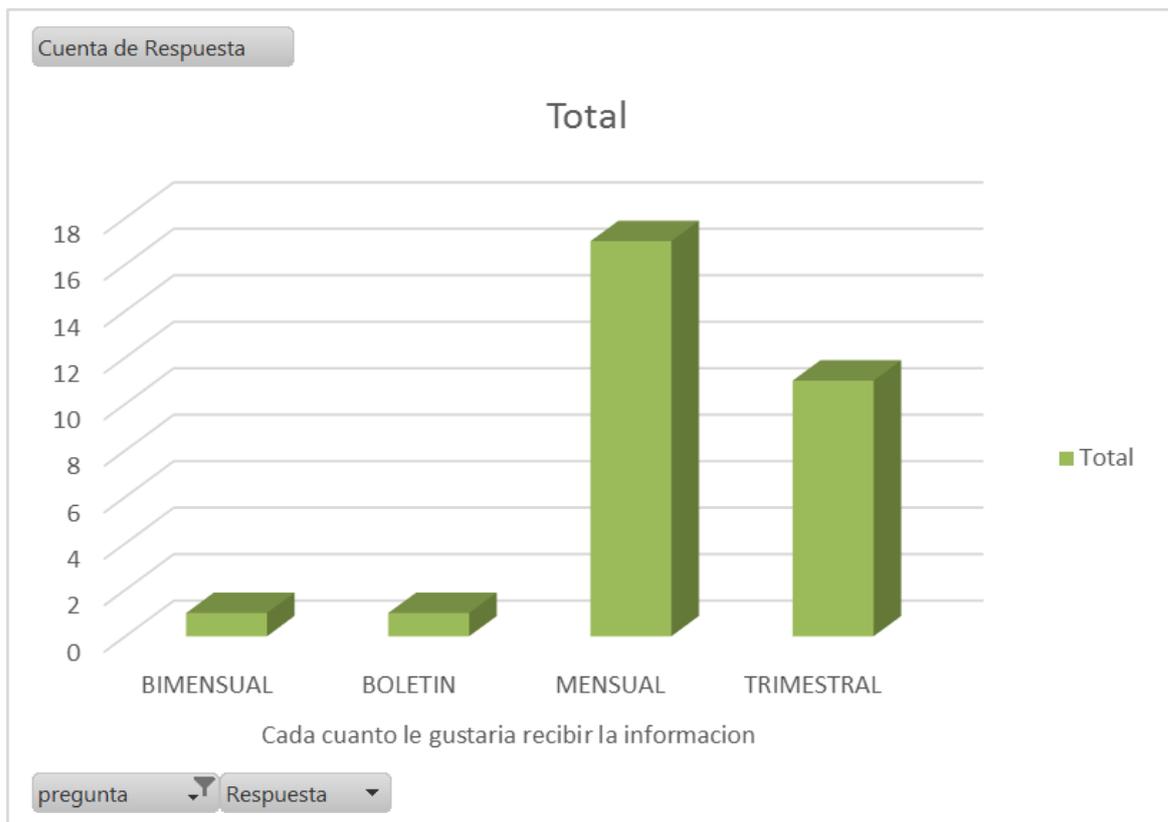
| Cuenta de Respuesta | | | |
|---|------------|-------|-------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| Como le gustaria que comunicaran la informacion relevante que pasa dentro de la empresa | BOLETIN | 19 | 1900% |
| | REVISTA | 10 | 1000% |
| | TRIMESTRAL | 1 | 100% |
| Total Como le gustaria que comunicaran la informacion relevante que pasa dentro de la empresa | | 30 | |
| Total general | | | 30 |



Fuente: Epesista Lilian Castillo abril 2,014

El 67% (20 personas) entrevistadas, indicaron que les gustaría que la comunicación relevante fuera por medio de un Boletín Informativo. El número de encuestados fueron 30.

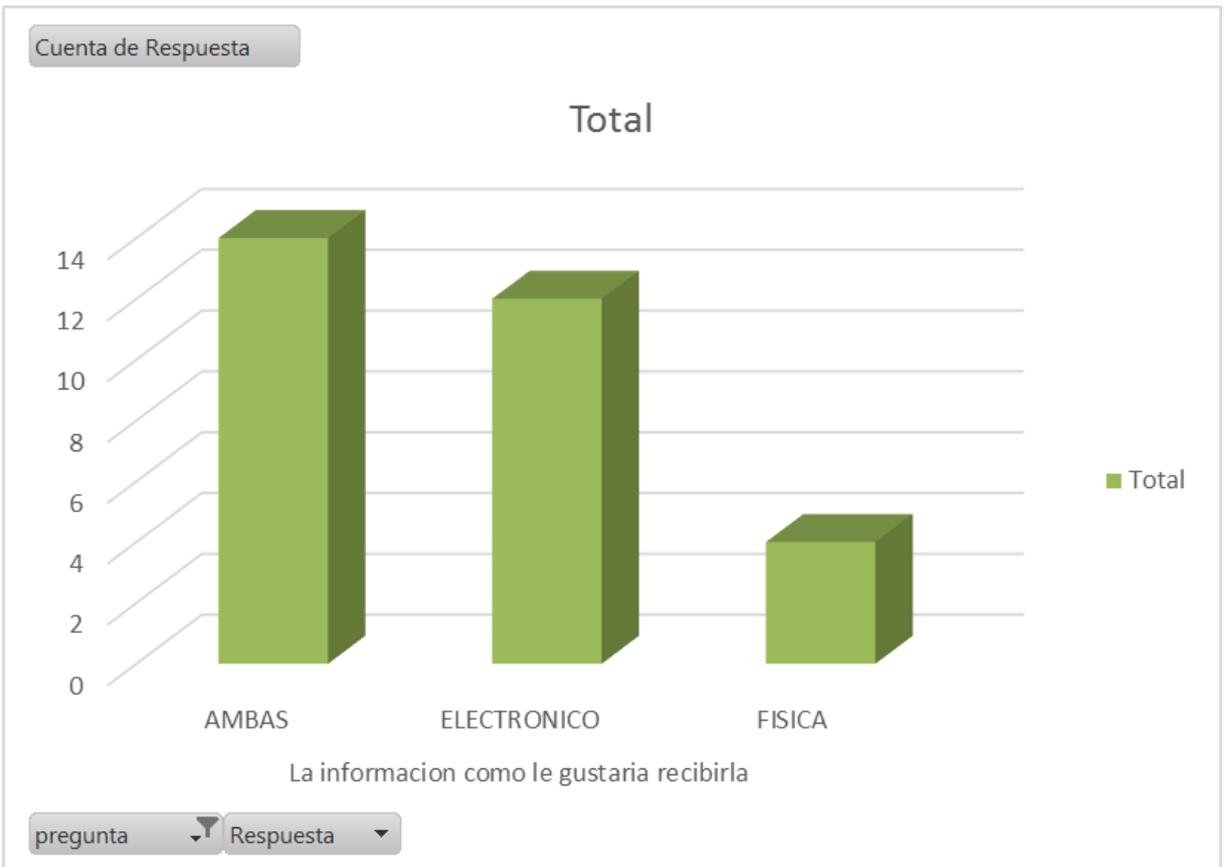
| Cuenta de Respuesta | | | |
|---|------------|-----------|------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| Cada cuanto le gustaria recibir la informacion | BIMENSUAL | 1 | 6% |
| | BOLETIN | 1 | 6% |
| | MENSUAL | 17 | 100% |
| | TRIMESTRAL | 11 | |
| Total Cada cuanto le gustaria recibir la informacion | | 30 | |
| Total general | | 30 | |



Fuente: [Epesista Lilian Castillo abril 2,014](#)

El 57% (17 personas) entrevistadas, respondieron que les gustaría recibir mensualmente el Boletín. El número de encuestados fueron 30 personas.

| Cuenta de Respuesta | | | |
|--|-------------|-----------|------|
| pregunta | Respuesta | Total | |
| La informacion como le gustaria recibirla | AMBAS | 14 | 350% |
| | ELECTRONICO | 12 | 300% |
| | FISICA | 4 | 100% |
| Total La informacion como le gustaria recibirla | | 30 | |
| Total general | | 30 | |

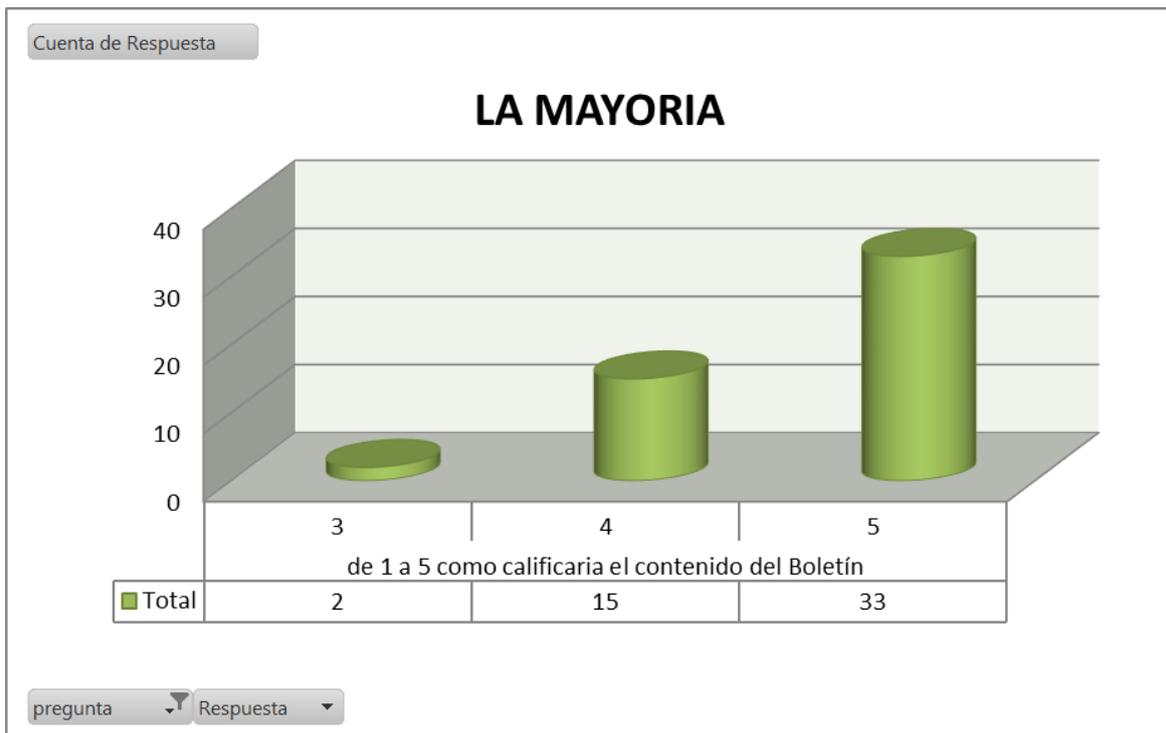


Fuente: Epesista Lilian Castillo abril 2,014

El 47% (14 personas) entrevistadas, indicaron que les gustaría recibirla de ambas formas. El número de encuestados fueron 30.

RESUSULTADOS BOLETÍN

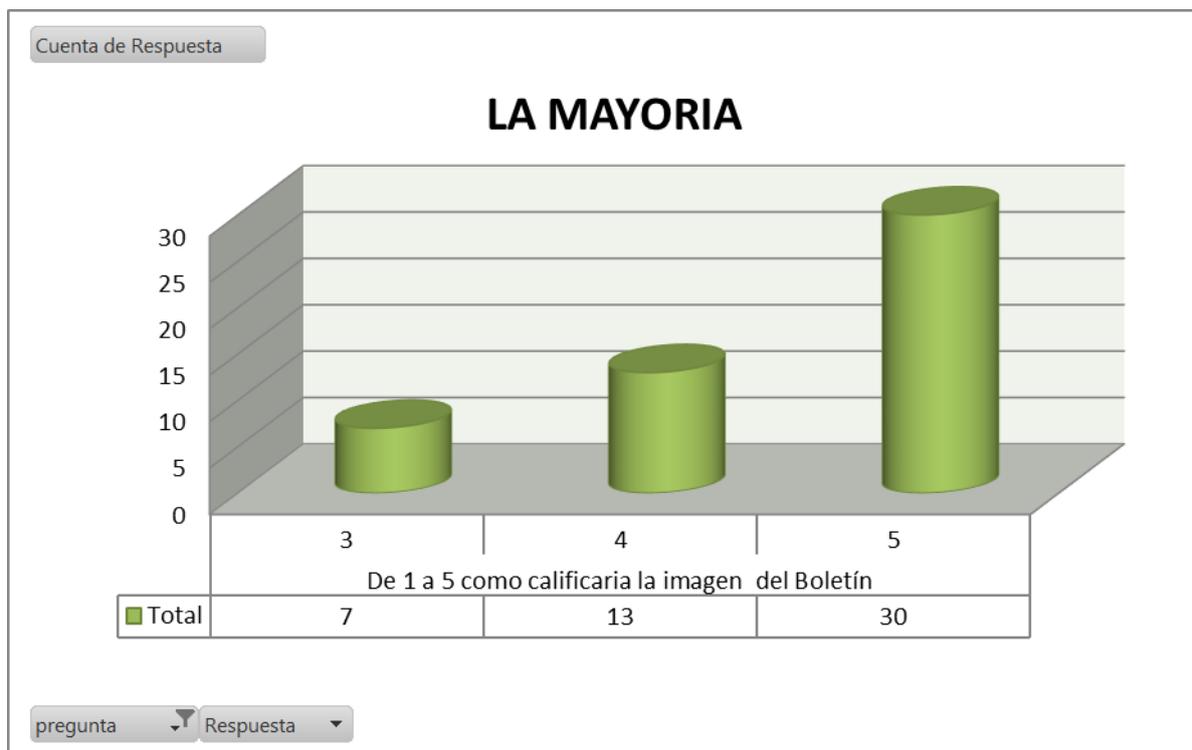
| Cuenta de Respuesta | | |
|---|-----------|-----------|
| pregunta | Respuesta | Total |
| de 1 a 5 como calificaria el contenido del Boletín | 3 | 2 |
| | 4 | 15 |
| | 5 | 33 |
| Total de 1 a 5 como calificaria el contenido del Boletín | | 50 |



Fuente: Epesista Lilian Castillo julio 2,014

33 personas indicaron que les gusta el contenido del Boletín. El número de encuestados fueron 50.

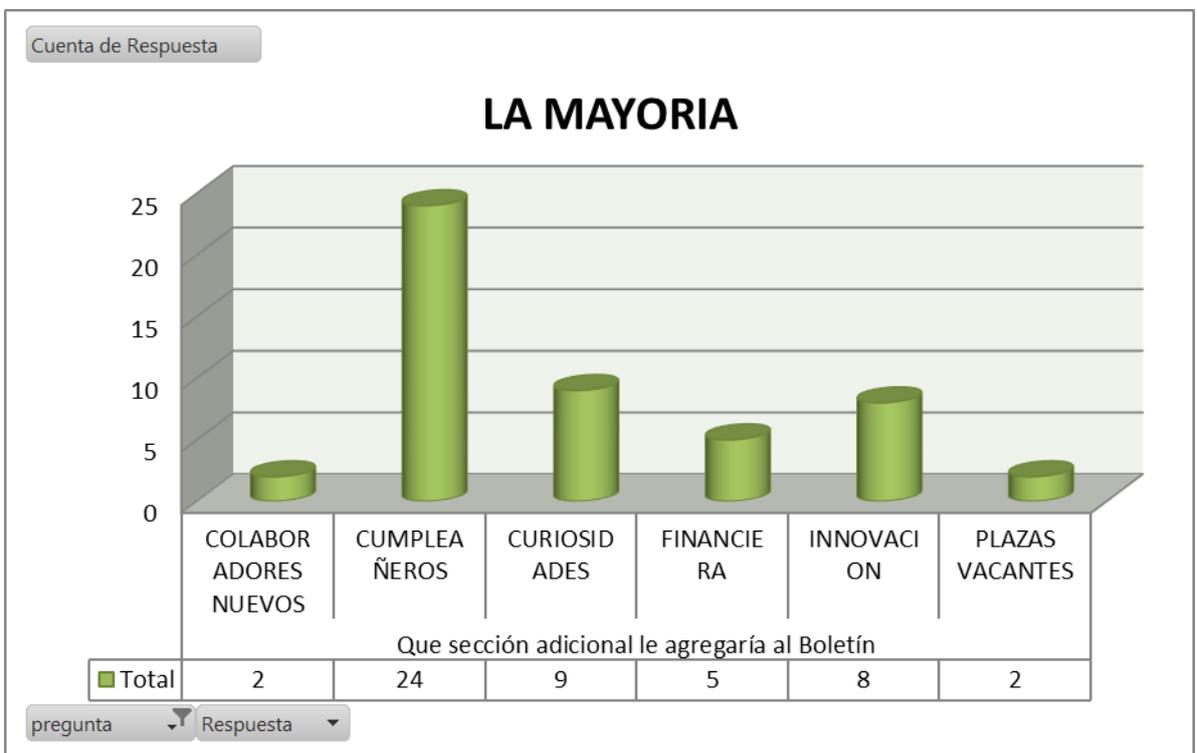
| Cuenta de Respuesta | | |
|--|-----------|-----------|
| pregunta | Respuesta | Total |
| De 1 a 5 como calificaria la imagen del Boletín | 3 | 7 |
| | 4 | 13 |
| | 5 | 30 |
| Total De 1 a 5 como calificaria la imagen del Boletín | | 50 |



Fuente: [Epesista Lilian Castillo julio 2,014](#)

30 personas indicaron que les gusta la imagen del Boletín. El número de encuestados fueron 50

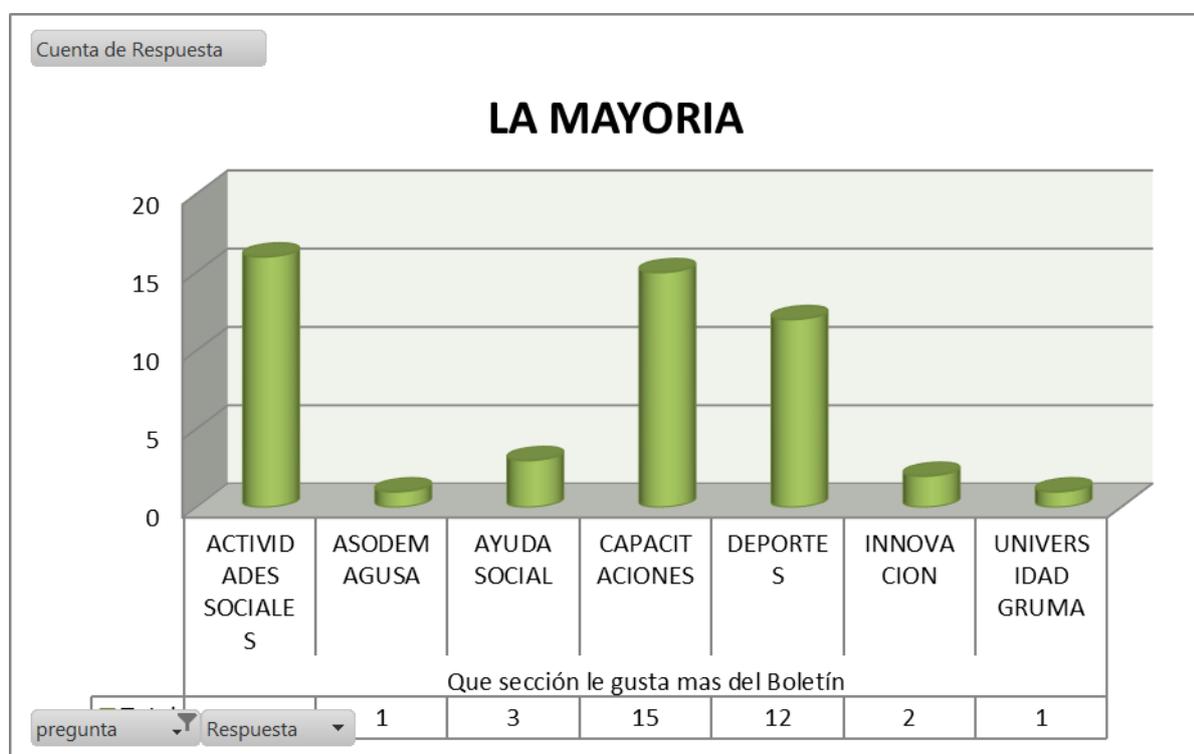
| Cuenta de Respuesta | | |
|--|----------------------|-----------|
| pregunta | Respuesta | Total |
| Que sección adicional le agregaría al Boletín | COLABORADORES NUEVOS | 2 |
| | CUMPLEAÑEROS | 24 |
| | CURIOSIDADES | 9 |
| | FINANCIERA | 5 |
| | INNOVACION | 8 |
| | PLAZAS VACANTES | 2 |
| Total Que sección adicional le agregaría al Boletín | | 50 |



Fuente: Epesista Lilian Castillo julio 2,014

La mayoría (24 personas), indicaron que la sección que les gustaría agregar al Boletín es Cumpleaños del mes. El número de encuestados fueron 50

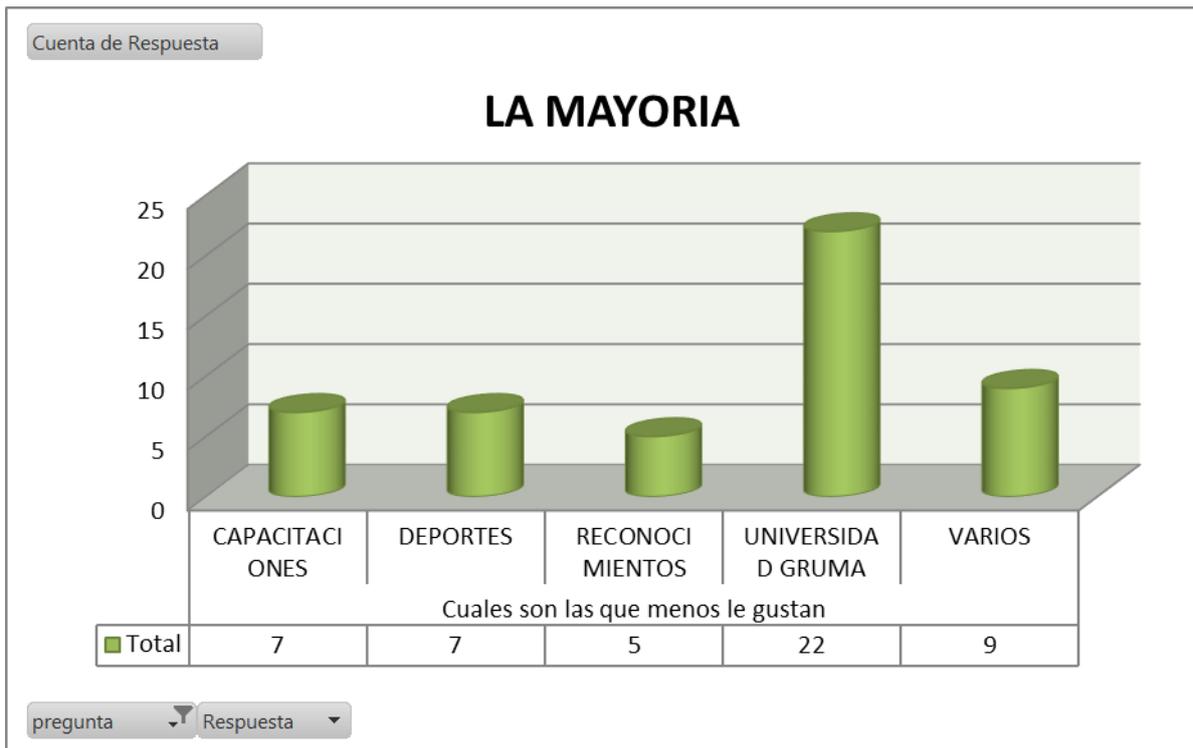
| Cuenta de Respuesta | | |
|---|----------------------|-----------|
| pregunta | Respuesta | Total |
| Que sección le gusta mas del Boletín | ACTIVIDADES SOCIALES | 16 |
| | ASODEMAGUSA | 1 |
| | AYUDA SOCIAL | 3 |
| | CAPACITACIONES | 15 |
| | DEPORTES | 12 |
| | INNOVACION | 2 |
| | UNIVERSIDAD GRUMA | 1 |
| Total Que sección le gusta mas del Boletín | | 50 |



Fuente: Epesista Lilian Castillo julio 2,014

La mayoría (16 personas), indicaron que la sección que les gusta del Boletín es Actividades Sociales. El número de encuestados fueron 50.

| Cuenta de Respuesta | | |
|---|-------------------|-----------|
| pregunta | Respuesta | Total |
| Cuales son las que menos le gustan | CAPACITACIONES | 7 |
| | DEPORTES | 7 |
| | RECONOCIMIENTOS | 5 |
| | UNIVERSIDAD GRUMA | 22 |
| | VARIOS | 9 |
| Total Cuales son las que menos le gustan | | 50 |



Fuente: Epesista Lilian Castillo julio 2,014

La mayoría (22 personas), indicaron que la sección que menos les gusta del Boletín es Universidad Gruma. El número de encuestados fueron 50

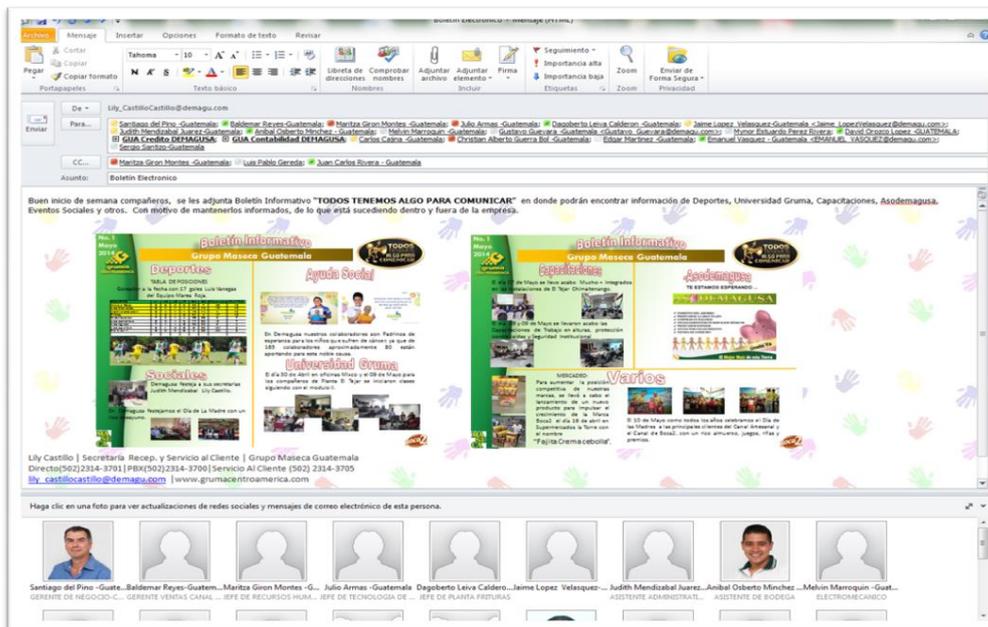
d) FOTOGRAFIAS Y MATERIAL EJECUTADO

Boletín Electrónico en mayo y junio 2,014

Gráfica # 1

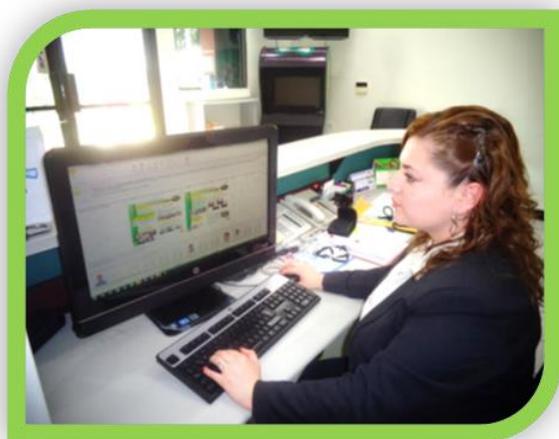


Gráfica



Epesista Lilian Castillo enviando Boletín Electrónico a compañero que cuentan con equipo de cómputo en mayo y junio 2,014

Gráfica #3



Gráfica #4



Boletín en pantalla, mayo y junio 2,014

Gráfica #5



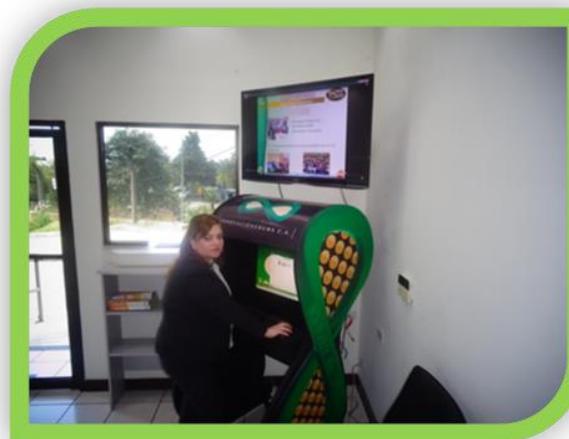
Gráfica #6



Gráfica #7



Gráfica #8



Entrega de Boletines impresos a las distintas áreas en mayo y junio 2,014

Gráfica # 9



Gráfica # 10



Gráfica #11



Gráfica #12

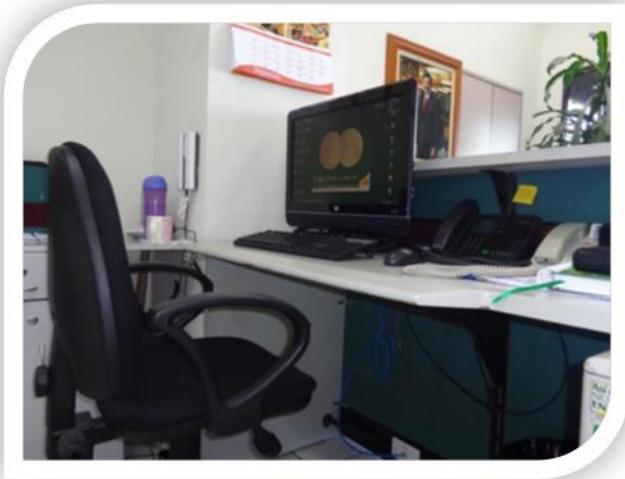


Gráfica # 13



e) MOBILIARIO Y EQUIPO

Gráfica # 15



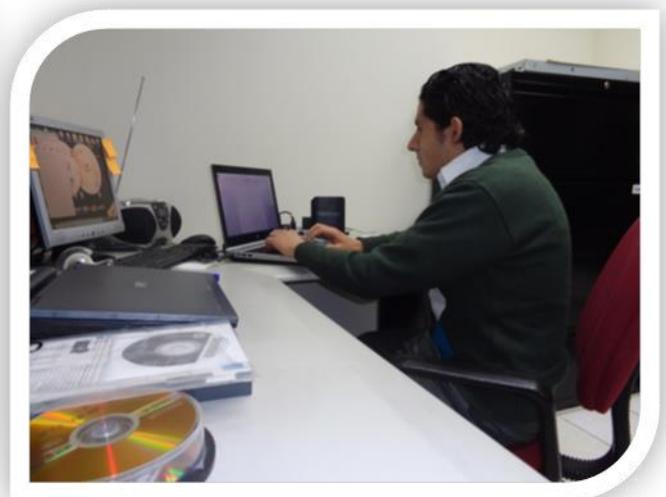
Gráfica # 16



Gráfica #17



Gráfica #18



Fuente: Epesista Lilian Castillo, abril 2,014

CARTELERA DE CUMPLEAÑEROS

Gráfica # 19



CELEBRACIÓN CUMPLEAÑEROS DEL MES:

Gráfica # 20



Gráfica # 21



Fuente: Epesista Lilian Castillo, abril 2,014

f) VISITA DE SUPERVISION EPS, EN DEMAGUSA POR LICDA. FLORALBA PEREZ FOLGAR

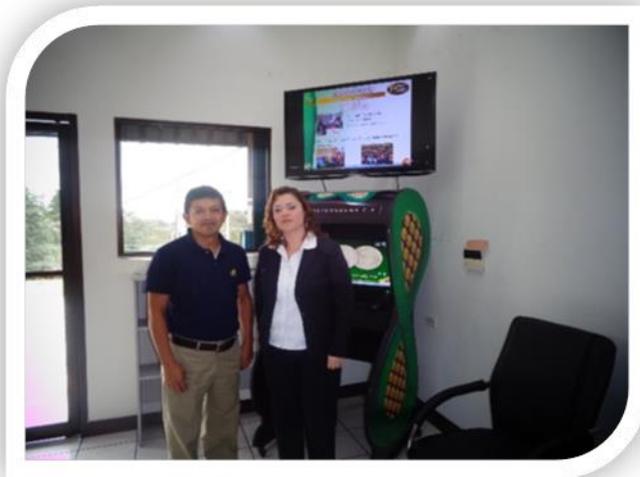
Gráfica #. 22



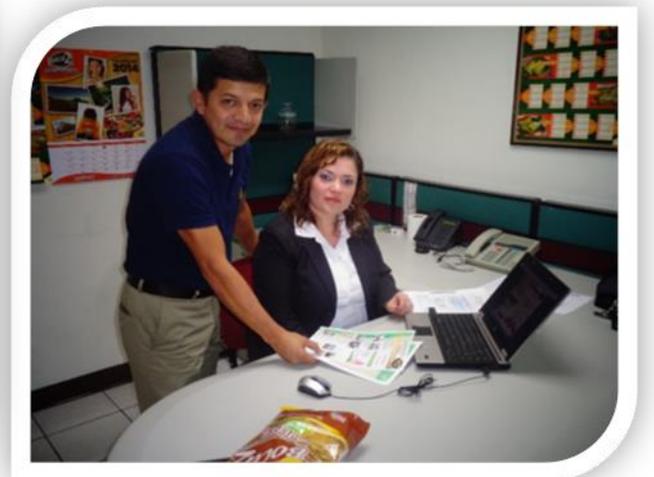
Gráfica #. 23



Gráfica #. 24



Gráfica #. 25



Epesista Lilian Castillo y Supervisor Lic. Juan Carlos Rivera
en supervisión de Licda. Floralba Folgar, junio 2014