

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

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA  
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA BANCA INTERNACIONAL DE BANCO  
GYT CONTINENTAL, S.A.”**

**ANA ABIGAIL MANCILLA ROMERO**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016**

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA  
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA BANCA INTERNACIONAL DE BANCO  
GYT CONTINENTAL, S.A.”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**ANA ABIGAIL MANCILLA ROMERO**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, Noviembre de 2016**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bártres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 11 de Agosto de 2016.

Lic. Luis Pedroza  
Coordinador  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **ANA ABIGAIL MANCILLA ROMERO** con número de carné: **201016892** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en **BANCA INTERNACIONAL**, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de JUNIO** al **05 de AGOSTO** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACION INTERNA DE LA BANCA INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL, S.A."** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por la Banca Internacional de Banco GYT Continental,

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y, para los usos en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,



Lic. Omar Garrido

Gerente del Departamento Internacional



BANCO G&T CONTINENTAL S.A.  
BANCA INTERNACIONAL  
GERENTE - EPSA  
LIC. OMAR GARRIDO





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

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

**Ana Abigail Mancilla Romero**

Carné: **201016892**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

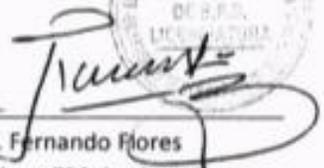
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **"Estrategias de comunicación para fortalecer la comunicación interna de la Banca Internacional de Banco G&t Continental, S.A."** El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

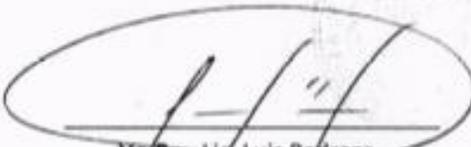
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Fernando Flores  
Supervisor EPS de Licenciatura



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Teléfono: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

**Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

## **DEDICATORIAS**

### **A DIOS**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y poder alcanzar mis metas y objetivos a lo largo de este camino, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida de aprendizajes y experiencias.

### **A MI HIJO**

Jhonatan Jose Andrés Alvarez Mancilla a quien dedico este logro por ser mi mayor motivación y el motor que me impulso a culminar esta etapa con éxito. Le agradezco a Dios por darme la bendición de ser madre de este angelito que me inspira día tras día a seguir obteniendo éxitos que seguramente servirán de ejemplo para su vida.

### **A MIS PADRES**

Edgar Alfredo Mancilla Cuellar y Ana Lucrecia Romero de Mancilla, por su apoyo incondicional en todo momento de mi carrera, por sus sabios consejos y por ser un ejemplo de vida que me permitió obtener este título.

### **A MIS AMIGOS**

A todos aquellos que estuvieron conmigo durante esta etapa, gracias por ser una parte importante en mi vida y por su apoyo incondicional, cariño y sabios consejos que me ayudaron a seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

Por ser la casa de estudios que me permitió alcanzar mis metas y llegar a ser un profesional de éxito.

### **A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN**

Por haberme formado a lo largo de la carrera, brindándome todos los conocimientos necesarios para ser un buen profesional.

### **A LOS LICENCIADOS Y AUTORIDADES**

Al Lic. Luis Pedroza, coordinador del EPS, por brindarme todos sus conocimientos y enseñanzas y darme la oportunidad de ser parte de este proyecto. También agradezco a todos los Licenciados que a lo largo de mi carrera me brindaron sus conocimientos.

### **A BANCO GYT CONTINENTAL, S.A.**

Por ser la entidad que me apoyo y me abrió las puertas para la realización de este proyecto.

## INDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	III
JUSTIFICACIÓN .....	IV
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	1
1.1.2 OBJETIVOS ESPÉCIFICOS.....	1
1.2 LA INSTITUCIÓN .....	2
1.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	2
1.2.2 ANTECEDENTES O HISTORIA .....	3
1.2.3 DEPARTAMENTOS O DEPENDENCIAS.....	4
1.2.4 MISIÓN .....	4
1.2.5 VISIÓN.....	4
1.2.6 OBJETIVOS INSTITUCIONALES .....	4
1.2.7 PÚBLICO OBJETIVO.....	4
1.2.8 ORGANIGRAMA.....	5
1.3 METODOLOGÍA.....	6
1.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO.....	6
1.3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN .....	6
1.3.3 OBSERVACIÓN .....	7
1.3.4 CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO .....	8
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS .....	9
1.4.1 GRÁFICAS CUADROS E INTERPRETACIONES DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS .....	9
1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN.....	19
1.5.1 FORTALEZAS.....	19
1.5.2 OPORTUNIDADES .....	19
1.5.3 DEBILIDADES.....	20
1.5.4 AMENAZAS.....	20
CAPÍTULO II.....	21

2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....	21
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	21
2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	22
2.2.1 OBJETIVO GENERAL .....	22
2.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	22
2.3 PÚBLICO OBJETIVO .....	22
2.4 MENSAJE .....	22
2.5 ESTRATEGIAS .....	23
2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....	31
CAPÍTULO III.....	36
3. INFORME DE EJECUCIÓN .....	36
3.1 PROYECTO DESARROLLADO.....	36
3.1.1 FINANCIAMIENTO .....	36
3.1.2 PRESUPUESTO .....	37
3.1.3 BENEFICIARIOS .....	38
3.1.4 RECURSOS HUMANOS .....	38
3.1.5 ÁREA GEOGRÁFICA DE ACCIÓN.....	39
3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	40
3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	43
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	44
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES .....	47
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	52
EGRAFÍA.....	53
ANEXOS.....	54
MODELO DE LA ENCUESTA .....	55

## RESUMEN

### Nombre de la Institución:

BANCA INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL, S.A.

### Nombre del proyecto:

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA BANCA INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL, S.A.”

### Objetivos del Proyecto:

#### ❖ General:

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna para el departamento Internacional de Banco GYT Continental con el fin de identificar problemas encontrados y crear un plan de comunicación interno para las distintas áreas. Desarrollarlos y eliminar los problemas que se encontraron para el mejoramiento continuo de cada área.

#### ❖ Específicos:

- Mejorar la comunicación interna a través de la creación de un buen proceso de normas del correo interno de la gerencia del departamento Internacional.
- Realizar reuniones para planes estratégicos de trabajo, planes de cada área y objetivos en común.
- Crear un buen proceso de retroalimentación dentro de la comunicación interna para las mejoras continuas dentro de la empresa.

## **Sinopsis del Proyecto:**

El presente documento fue elaborado para dar a conocer los problemas comunicacionales existentes en la Banca Internacional de Banco GYT Continental, S.A., para ello fue necesario elaborar un diagnóstico comunicacional a través de la técnica de observación y encuestas a los colaboradores.

En la encuesta una de las preguntas hacía énfasis en el grado de satisfacción con la comunicación interna actual, y un 53.57% de colaboradores indicaron sentirse satisfechos. Otra de las preguntas hacía referencia a ¿Cuáles son los canales más habituales que utilizan para trasladar información? A lo que un 48.15% respondió que la herramienta más importante era el correo electrónico interno, y en la pregunta No.9, un 75% indico que la comunicación era más efectiva en su área de trabajo a través del Correo Electrónico, por lo que se determinó que para que los colaboradores recibieran una comunicación efectiva era necesario implementar estrategias y acciones enfocadas a mejorar el clima organizacional.

## INTRODUCCIÓN

La escuela de Ciencias de la Comunicación a través del ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, como segundo año implemento que los estudiantes Epesistas interesados puedan realizar su práctica en la empresa o institución donde trabajan para que puedan desenvolver los conocimientos adquiridos y con ello aportar el desarrollo de la sociedad. Durante el tiempo dedicado a la práctica del ejercicio profesional de Licenciatura en el Departamento Internacional de Banco GYT Continental se detectó que era necesario implementar estrategias para fortalecer la comunicación interna y el clima organizacional. Tener una buena comunicación interna es parte de los objetivos de toda empresa ya que mediante esto pueden cumplir con las metas establecidas y elevar el nivel de eficiencia así como mejorar el clima organizacional. En el presente documento se detalla información de la institución, Ubicación Geográfica, Misión, Visión, Objetivos Institucionales Y Publico Objetivo.

Banco GYT Continental es una entidad financiera. Fundada el 3 de septiembre del año 1962, líder en el financiamiento de vivienda y ahorro popular. Con más de 60 años en el mercado regional innovando en las prácticas bancarias y liderando los proyectos de responsabilidad social y empresarial más importantes del país, orientados a la niñez, cultura y salud.

El documento está elaborado específicamente en el departamento Internacional de Banco GYT Continental quien no cuenta con un área específica de comunicación para determinar la efectividad de las áreas entre sí, Es por esa razón que se hace necesario realizar un diagnóstico para evaluar aspectos comunicacionales. A través del método de observación y encuestas se logró determinar que para mejorar el clima organizacional era necesario implementar acciones que fortalecieran las herramientas de comunicación. Para lo cual se desarrollaron e implementaron estrategias de comunicación que fortalecieron estos aspectos.

## **JUSTIFICACIÓN**

La comunicación es un elemento fundamental que el ser humano necesita, cualquier tarea o intercambio que requiera de más de una persona no puede ser completada sin la comunicación. Para ser efectiva también requiere de las herramientas adecuadas de allí la importancia de establecer el uso correcto.

El proyecto comunicacional se realiza para diagnosticar los problemas de comunicación por lo que atraviesa la Institución. Y se plantea un plan estratégico para encontrar las mejores soluciones o bien mejorar áreas de oportunidad.

Las estrategias y acciones implementadas, favorecen la comunicación interna y el clima organizacional dentro de la Institución.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO**

#### **DIAGNOSTICO COMUNICACIONAL INTERNO DEL DEPARTAMENTO INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL.**

#### **1.1 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

##### **1.1.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna para el departamento Internacional de Banco GYT Continental con el fin de identificar problemas encontrados y crear un plan de comunicación interno para las distintas áreas.

##### **1.1.2 OBJETIVOS ESPÉCIFICOS**

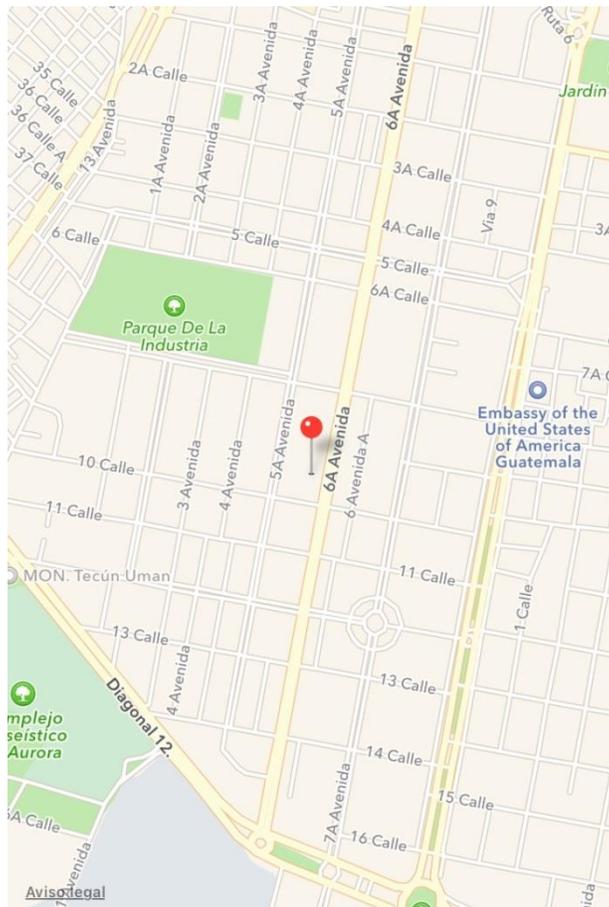
- ❖ Analizar la comunicación y organización de la empresa para poder identificar los problemas comunicacionales.
- ❖ Identificar un conjunto de problemas comunicacionales para los cuales se propondrán diversas soluciones alternativas.
- ❖ Encontrar los problemas de comunicación a nivel interno que limitan el uso adecuado de las herramientas del departamento internacional.
- ❖ Proponer un plan y estrategia de comunicación interna para el mejoramiento de los problemas detectados en el presente diagnóstico.

## 1.2 LA INSTITUCIÓN

Banca Internacional de Banco GYT Continental, S.A.

### 1.2.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Banco GYT Continental, geográficamente se encuentra ubicado en Plaza Continental en 6ta. Av. 9-08 zona 9 en la ciudad de Guatemala.



Área geográfica de la ubicación de Banco GYT Continental, S.A.

## 1.2.2 ANTECEDENTES O HISTORIA

Banco GYT Continental es una entidad financiera. Fundada el 3 de septiembre del año 1962, líder en el financiamiento de vivienda y ahorro popular. Protagonista del desarrollo económico del país.

En 1990 Banco GYT Continental inicia operaciones distinguiéndose por sus niveles de servicio. En el año 2001 se realiza la fusión entre Banco GYT y Banco Continental naciendo así Banco GYT Continental.

En el año 2003 nace el modelo de Agentes Bancarios que a la fecha cuentan con más de 2,900 negocios prestando servicios financieros en toda la república

En el año 2006 lanza el programa de Micro finanzas otorgando hasta la fecha 105,000 créditos, y se convierte en el primer banco en expandirse a Centroamérica con la adquisición de Banco Americano de El Salvador.

En el año 2007 con la adquisición de Grupo Banex Figma, se consolida como la segunda institución financiera más grande de Guatemala. En el 2008 se inician operaciones de GYT Continental en Costa Rica.

Y en el año 2010 inicia operaciones en Panamá con la fundación de Banco GYT Continental (BMF) Panamá. En 2011 se integra Seguros GYT.

Con más de 60 años en el mercado regional innovando en las prácticas bancarias y liderando los proyectos de responsabilidad social empresarial más importantes del país, orientados a la niñez, cultura y salud.

### 1.2.3 DEPARTAMENTOS O DEPENDENCIAS

Cuenta con más de 250 agencias y más de 96 puntos de servicio distribuidos en todo el país, y tiene más de 2,900 agentes de servicio en toda la república

### 1.2.4 MISIÓN

“Nuestra pasión por el servicio ¡Resuelve Ya!”

### 1.2.5 VISIÓN

“Crecer y hacer crecer generando riqueza”

### 1.2.6 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Entregar al cliente un servicio.

**Fácil**, simple sin burocracia accesible, claro y amigable.

**Rápido**, Ágil, pronto, en donde las cosas fluye con sentido de urgencia.

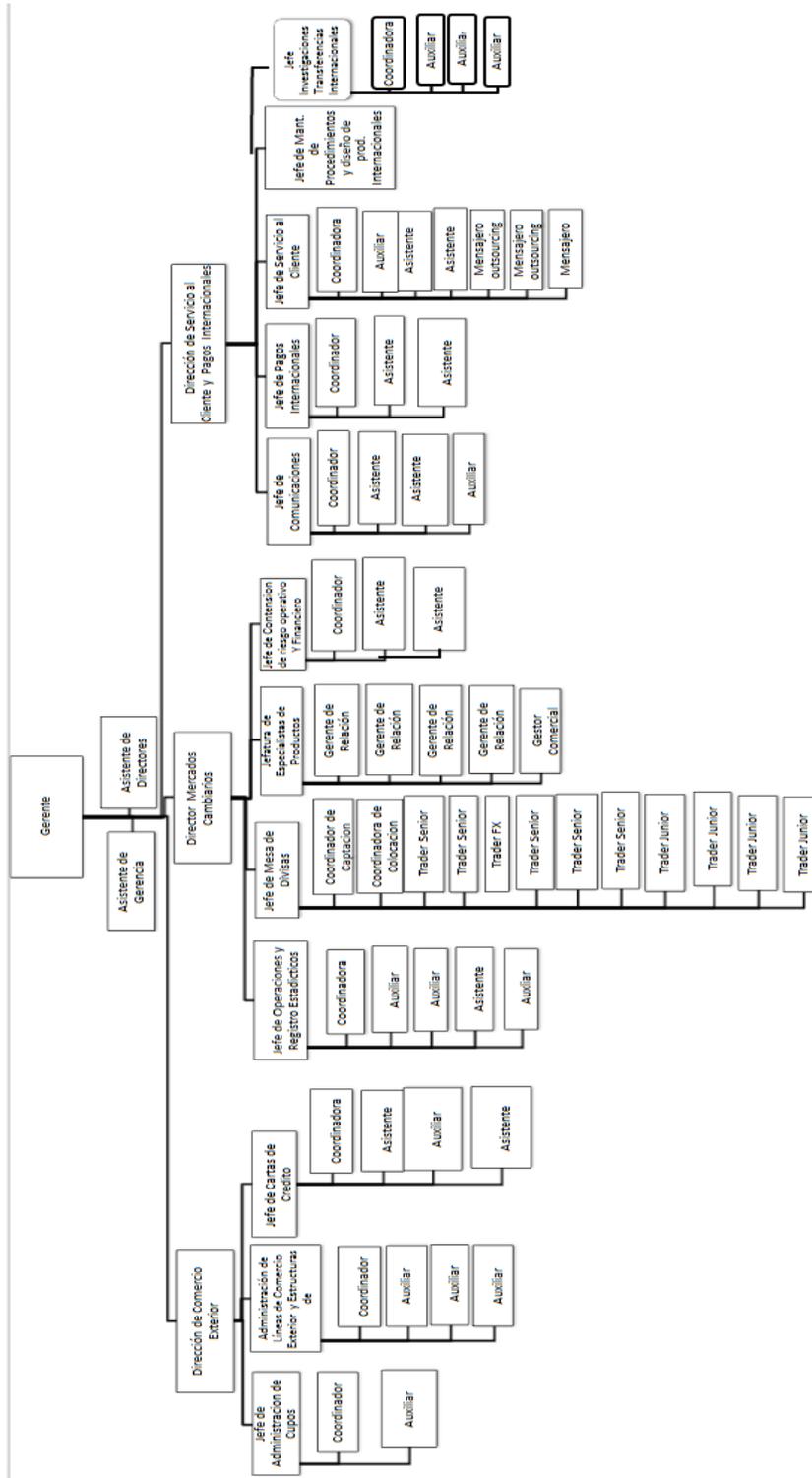
**Útil**, Facilitar productos y servicios de calidad que generan conveniencia.

**Agradable**, Brindar servicio con una sonrisa y amabilidad, cuidando la imagen y presentación personal.

### 1.2.7 PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de Banco GYT Continental, se segmenta en la población económicamente activa en una edad de 18 a 60 años. En la categoría B- B+ A- A+.

# 1.2.8 ORGANIGRAMA



## **1.3 METODOLOGÍA**

### **1.3.1 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO**

Método Científico es el conjunto de procedimientos lógicos que sigue la investigación para descubrir las relaciones internas y externas de los procesos de la realidad natural y social. Llamamos método científico a la serie ordenada de procedimientos de que se hace uso en la investigación científica para obtener la extensión de nuestros conocimientos. Es el conjunto de procesos que el hombre debe emplear en la investigación y demostración de la verdad.

Tipo de Investigación Descriptivo: Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas

Se utilizará este método Porque se trató de describir la situación actual del departamento Internacional de Banco GYT Continental, acerca de la falta de conocimientos y uso de las herramientas de comunicación que faciliten la comunicación interna y externa.

Esto con el fin de implementar, reforzar y crear una comunicación efectiva a través del uso correcto de las herramientas existentes de comunicación.

### **1.3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN**

En el proceso de diagnóstico se recurrió a la utilización de técnicas de recolección de datos cualitativa y cuantitativa con el objetivo obtener datos veraces para su posterior análisis.

### **1.3.3 OBSERVACIÓN**

En la técnica de Observación se encontraron problemas y necesidades dentro del proceso de comunicación ya que por parte de gerencia no se cuenta con el uso adecuado de la herramienta de buzón electrónico y la información que llega a los colaboradores no es efectiva por lo que no logran establecer una buena comunicación.

También se encontró mala comunicación en las áreas del departamento a donde no llega la información de gerencia o no son mencionados y tomados en cuenta. Por lo que el clima organizacional en estas áreas se ve afectado.

Se pudo constatar que gerencia no aprovecha al máximo el correo electrónico debido a que desconoce las normas correctas de comunicación. Por lo que trasladan la información de una forma incorrecta.

### 1.3.4 CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO

Actividades	Meses															
	Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	Semanas															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>FASE I</b>																
Curso Propedeutico			■	■												
Recoleccion de informacion					■	■	■									
Segunda Etapa, Construccion del diagnostico						■	■	■								
Entrega del Informe Final								■								
Dev. De correcciones del diagnostico											■					
<b>FASE II</b>																
Formulacion del Plan de Comunicación									■	■	■					
Realizacion del plan de Comunicación									■	■	■					
Realizacion del plan de Comunicación									■	■	■					
Realizacion del plan de Comunicación									■	■	■					
Realizacion del plan de Comunicación									■	■	■					
Entrega del Plan de comunicaci3n											■					

## **1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS**

Todas las encuestas en la elaboración del presente diagnóstico se llevaron a cabo por la alumna Ana Abigail Mancilla Romero, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación carne 201016892.

Encuesta en Anexo 1.

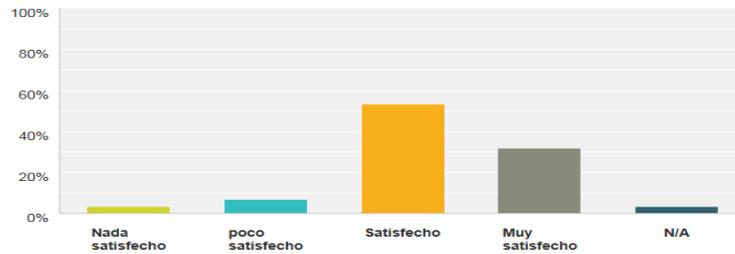
### **1.4.1 GRÁFICAS CUADROS E INTERPRETACIONES DEL RESULTADO DE LAS ENCUESTAS**

A continuación se presenta el resultado de las encuestas realizadas a los colaboradores de la Banca Internacional de Banco GYT Continental, S.A.

## Gráfica 1.

### ¿Cual es el grado de satisfacción con la comunicación interna en su área de trabajo?

Respondido: 28 Omitido: 0



Opciones de respuesta	Respuestas
Nada satisfecho	3,57% 1
poco satisfecho	7,14% 2
Satisfecho	53,57% 15
Muy satisfecho	32,14% 9
N/A	3,57% 1
Total	28

### Fuente:

Elaborado por: Ana Mancilla Epesista, Feb. 2016.

### Interpretación:

Con el fin de determinar el grado de satisfacción en la comunicación interna del departamento Internacional un 3.57% manifestó No sentirse nada satisfecho. Esto nos indica que existe un porcentaje de colaboradores que no están recibiendo una buena comunicación interna. Por lo tanto es necesario elaborar estrategias que la fortalezcan.

## Gráfica 2



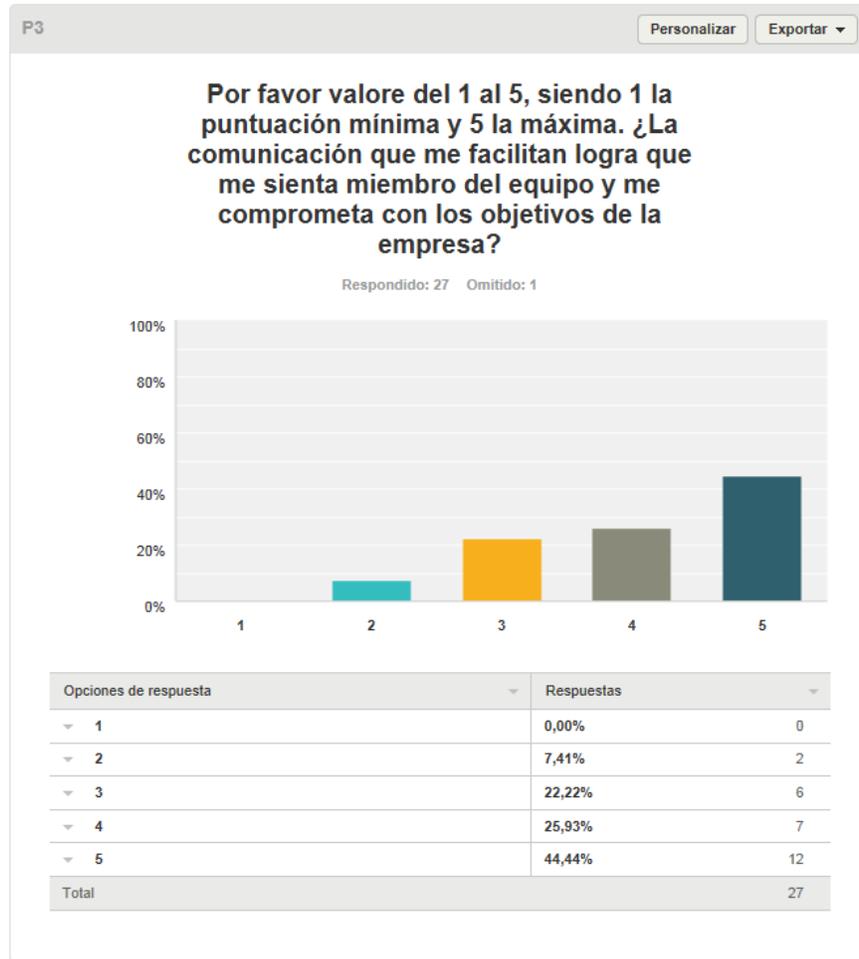
### Fuente:

Elaborado por Ana Mancilla Epesista Feb. 2016.

### Interpretación:

La gráfica muestra que un 50% que corresponde a 14 encuestados de 28 totales, indican que a través de los canales adecuados pueden tener una buena comunicación interna y por ende identificarse y conocer los valores y objetivos de la empresa.

### Gráfica 3



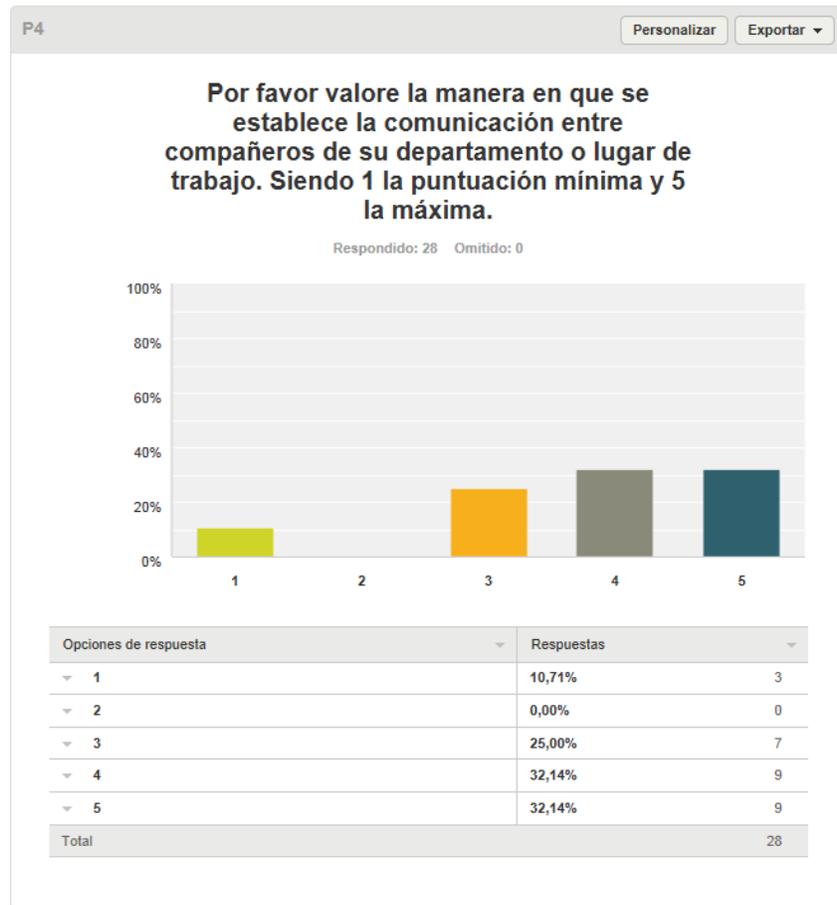
**Fuente:**

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

#### **Interpretación:**

La gráfica muestra que un 44.44% de los encuestados califica con una máxima puntuación, que la comunicación que se les facilita logra comprometerlos con los objetivos de la empresa, por lo que se considera importante seguir retroalimentando a los empleados con una comunicación efectiva a través de la adecuada utilización de las herramientas.

## Gráfica 4



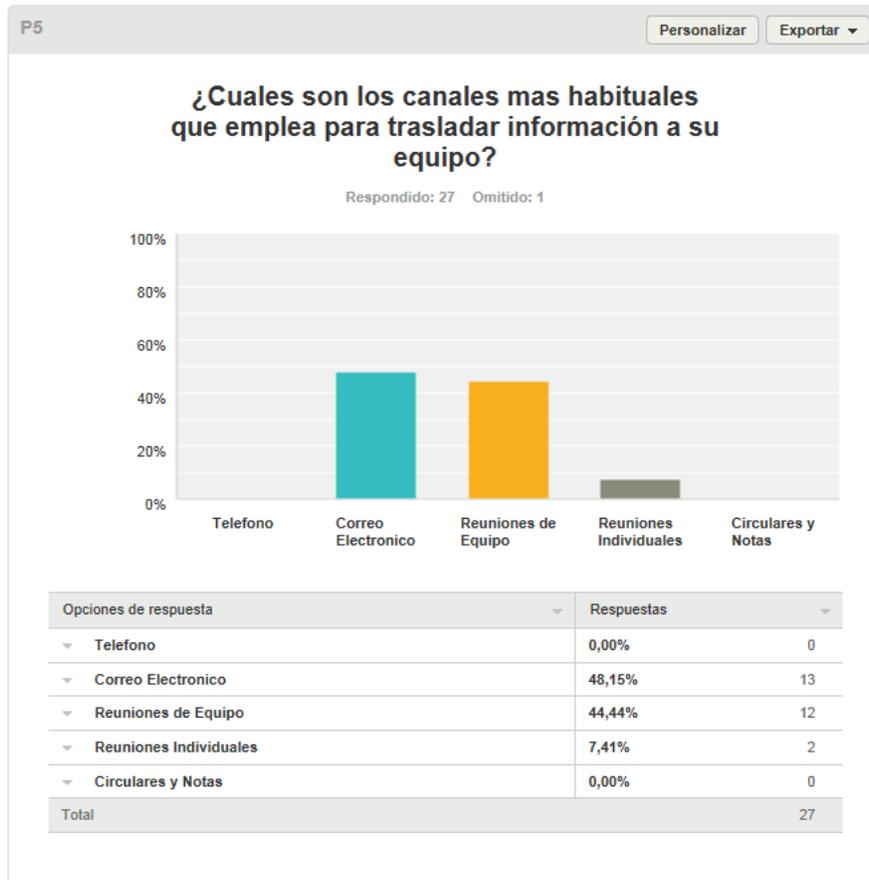
### Fuente:

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

### Interpretación:

La gráfica indica que de los encuestados un 32.14% valora como buena la comunicación entre las diferentes áreas de trabajo dentro del departamento, mientras que un 10.71% de los encuestados indica que es ineficiente o no existe buena comunicación. Por lo que se debe analizar y reforzar los canales de comunicación existentes para que la comunicación que se envía y se reciba sea eficaz.

### Gráfica 5



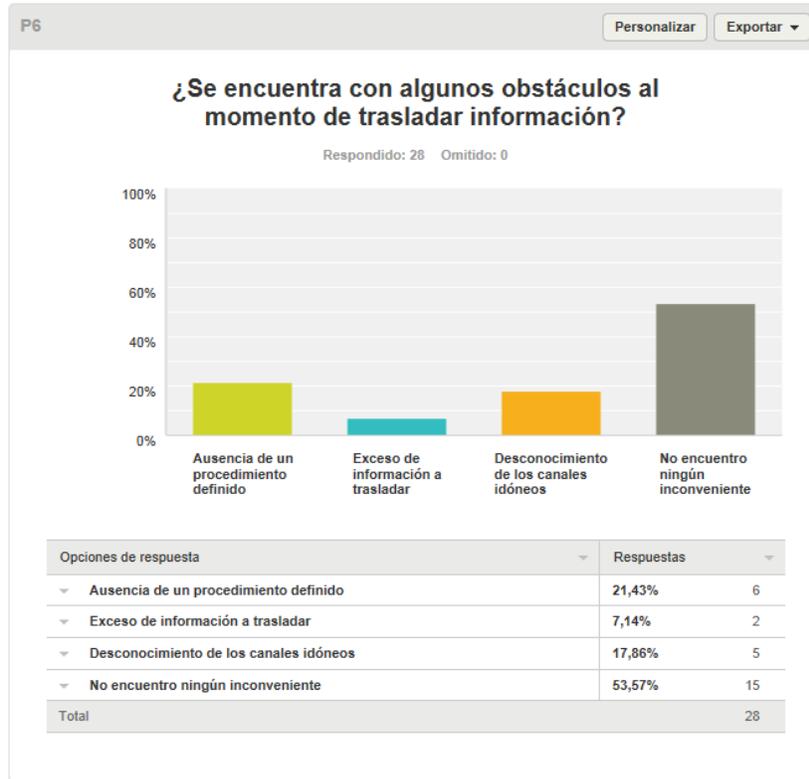
#### Fuente:

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016

#### Interpretación:

La gráfica muestra que del total de los encuestados, califican al correo electrónico como más importante para traslado de información, con un porcentaje de 48.15% y en segundo lugar con un porcentaje de 44.44% a las reuniones de trabajo, mientras que a las reuniones individuales las califican con un 7.41%. Debido a que el correo electrónico es una de las herramientas más utilizadas, se puede constatar que es necesario proponer estrategias que refuercen esta herramienta y mejorar con esto la comunicación interna.

## Gráfica 6



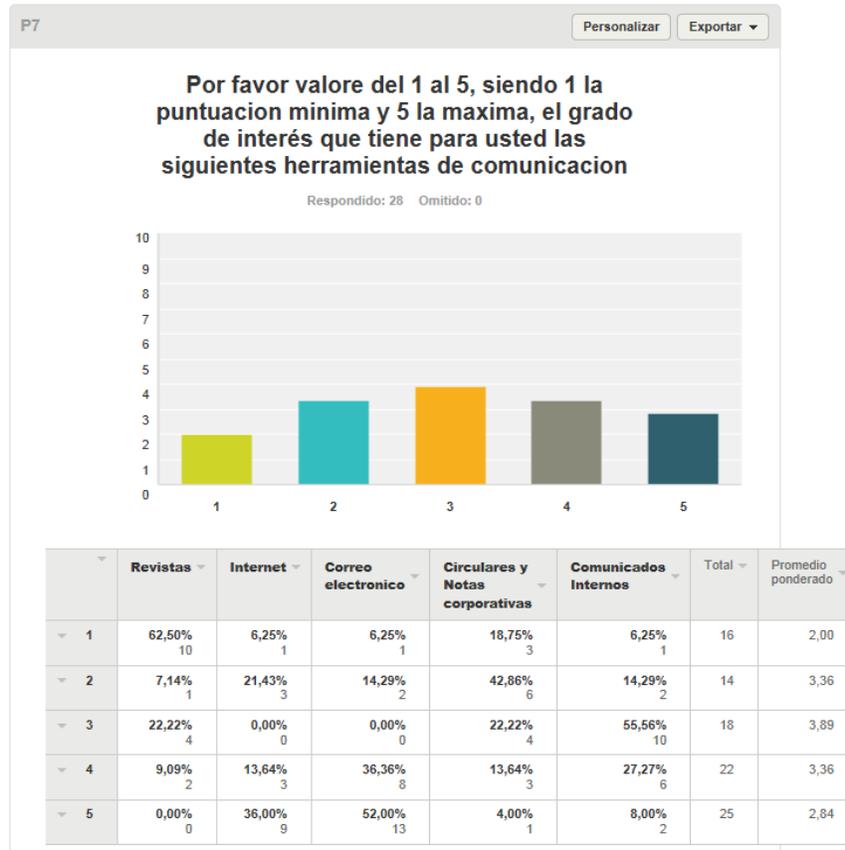
**Fuente:**

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

**Interpretación:**

Se logró determinar que un 17.86% de los encuestados aún desconocen los canales de comunicación correctos para trasladar información. Esto confirma una deficiencia en la comunicación interna. Es importante que todos los colaboradores conozcan las herramientas y los canales adecuados para que la comunicación sea clara y eficaz.

## Gráfica 7



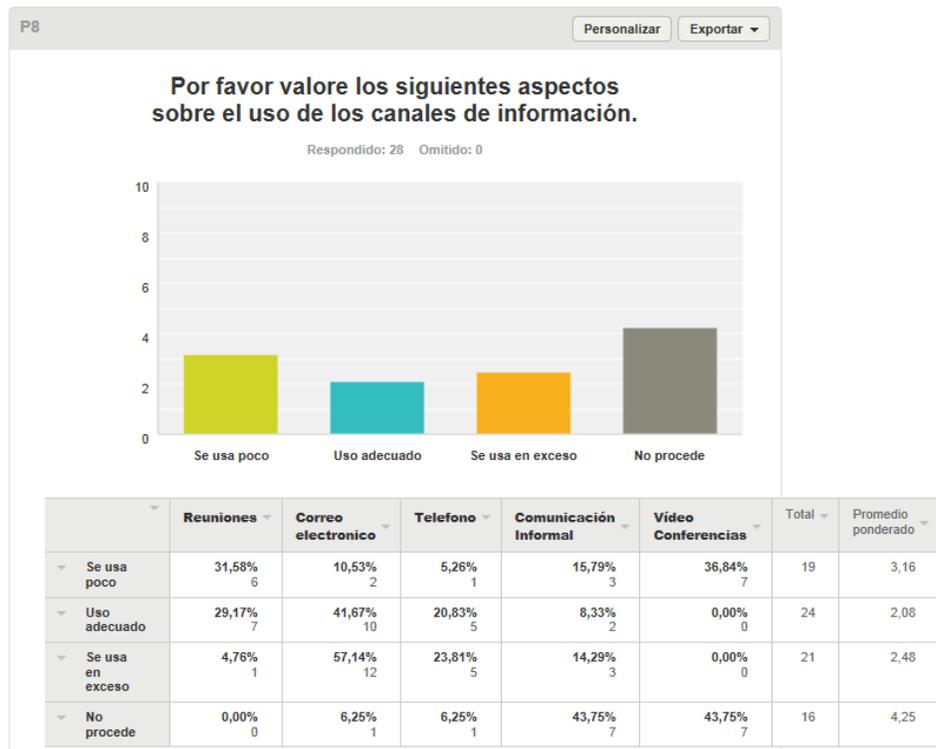
**Fuente:**

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

### Interpretación:

La gráfica indica que el 52.00% de los encuestados consideran como la herramienta de más importante en su lugar de trabajo al correo electrónico interno por lo que su uso adecuado es importante para obtener una buena comunicación tanto interna como externa.

## Gráfica 8



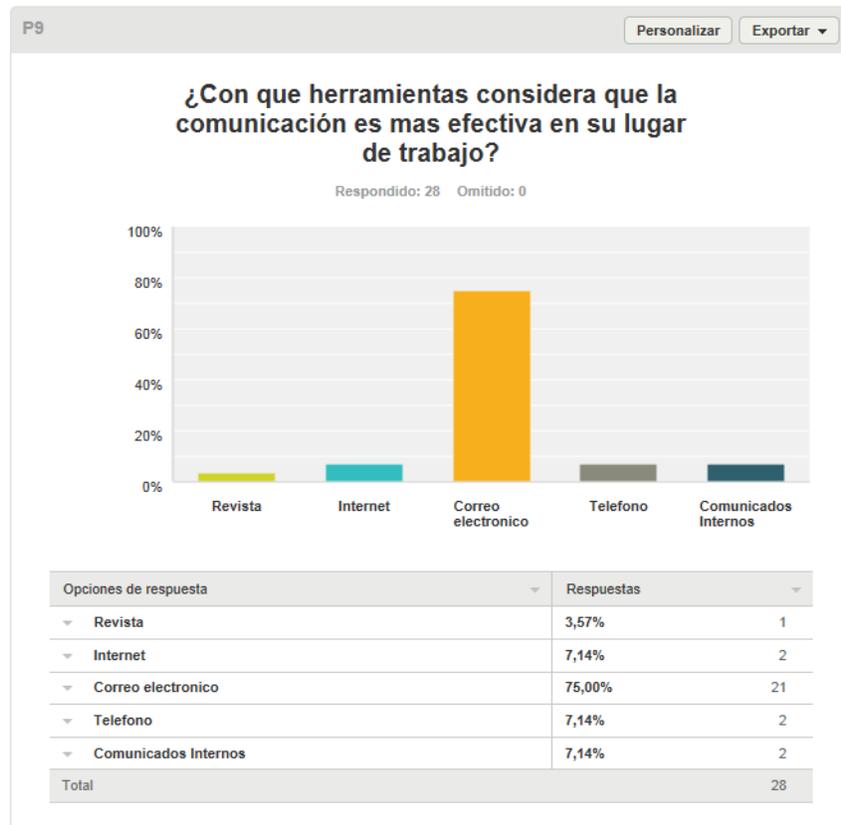
### Fuente:

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

### Interpretación:

La gráfica indica que los canales de comunicación son importantes dentro de la institución, sin embargo los colaboradores consideran que la herramienta más utilizada es el correo electrónico, esto nos da un índice positivo para implementar estrategias futuras a esta herramienta.

## Gráfica 9



### Fuente:

Elaborado por Ana Mancilla Epesista. Feb. 2016.

### Interpretación:

La gráfica indica que del total de los encuestados un 75.00% considera que la comunicación es más efectiva a través de la herramienta de correo electrónico. Por lo que se considera necesario aprovechar esta herramienta al máximo para lograr los objetivos del diagnóstico.

## **1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN**

A continuación se presenta una ficha descriptiva en donde se detallan las fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas, observados en el departamento Internacional de Banco GYT Continental.

### **1.5.1 FORTALEZAS**

- ❖ Poseen herramientas comunicacionales al alcance de todo el personal.
- ❖ .La gerencia cuenta con un correo interno del departamento el cual es utilizado para enviar información a todo el personal.
- ❖ A través de correos electrónicos el personal está en constante capacitación.
- ❖ Cuentan con un departamento de Endomarketing, el cual envía información de interés al personal a través de correo electrónico.

### **1.5.2 OPORTUNIDADES**

- ❖ Implementación de tecnología a los canales de comunicación.
- ❖ Conocimiento por parte del personal del uso adecuado de las herramientas que se utilizan.
- ❖ Conocimientos por parte del personal de los procesos internos que se llevan en el departamento a través de los canales de comunicación adecuados.
- ❖ Utilización al máximo del correo electrónico.
- ❖ Acceso a redes sociales

### **1.5.3 DEBILIDADES**

- ❖ No cuentan con un área de comunicación dentro del departamento internacional.
- ❖ No se aprovechan los canales de comunicación al máximo y poco interés en conocerlos.
- ❖ El internet tiene restricciones de acceso a páginas. (redes sociales)
- ❖ Se sub-utilizan las herramientas de comunicación.

### **1.5.4 AMENAZAS**

- ❖ Actualización de los canales de comunicación.
- ❖ Falta de aprovechamiento de los correos internos
- ❖ No se utilizan redes sociales.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN DE COMUNICACIÓN**

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA BANCA DE INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL, S.A.”

#### **2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

La Banca Internacional de Banco GYT Continental, es un área financiera que actualmente cuenta con 71 colaboradores.

La comunicación Interna en el departamento Internacional cuenta con un sistema de reuniones mensuales que realiza la gerencia con los jefes y directores de área.

La gerencia realiza minutas de las reuniones, para darle seguimiento a los puntos tratados, las minutas son trasladadas a través de correo electrónico

Cada área del departamento Internacional de manera periódica realiza reuniones con su personal

Las diferentes áreas utilizan el correo electrónico para enviar y recibir información entre si

La gerencia evalúa las metas del personal a través de reuniones mensuales con los jefes y directores

El Departamento Internacional no cuenta con un área de comunicación, razón por la cual no se ha realizado alguna estrategia de comunicación para el mejoramiento de la comunicación entre gerencia y demás áreas, aunque en mes de Mayo del año 2015 se creó una jefatura para dichas actividades.

## **2.2 OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar estrategias de comunicación para fortalecer el uso de medios y herramientas existentes dentro del departamento Internacional de Banco GYT Continental.

### **2.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ❖ Crear un buen proceso de normas del correo interno de la gerencia del departamento Internacional.
- ❖ Realizar reuniones para planes estratégicos de trabajo, planes de cada área y objetivos en común.
- ❖ Crear un buen proceso de retroalimentación dentro de la comunicación interna para las mejoras continuas dentro de la empresa.

## **2.3 PÚBLICO OBJETIVO**

Referente a todos los colaboradores que brindan sus servicios para el departamento Internacional de Banco GYT Continental.

## **2.4 MENSAJE**

**“SOY INTERNACIONAL”**

## 2.5 ESTRATEGIAS

Una estrategia es el conjunto de acciones que se implementaran en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto. Es un plan para dirigir un asunto y se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles, la estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación. Comprende una serie de tácticas que son medidas más concretas para conseguir uno o varios objetivos.

Definir una estrategia de comunicación nos ayudara a mantener un marco regulatorio de prácticas recomendadas en las que la organización pueda moverse libremente. Nos es útil decir por adelantado aquello que hemos desarrollado en una estrategia de comunicación y lo que pretendemos o esperamos lograr con ella. Esta no tiene por qué ser muy detallada, pero actuara de marco y recordatorio para todos aquellos niveles de la organización que utilicen la comunicación como medio.

En el diagnostico se logró identificar que la comunicación interna en el departamento Internacional de Banco GYT Continental, se da específicamente a través de las herramientas de comunicación, utilizando en un 90% el correo electrónico, por lo que es necesario reforzar la comunicación interna que se maneja a través de dichas herramientas ya que no existe un proceso adecuado para mejorar el uso.

El departamento Internacional cuenta con una fuerte estructura de comunicación interna, la gerencia informa y hace participe al personal a través de un buzón de correo electrónico, sin embargo se ha venido debilitando debido a que no cuentan con los procesos adecuados para el envío de la información por lo que existe desinterés por parte del personal al momento de recibir estos correos. Derivado de lo anterior, se plantean estrategias de comunicación, donde surgen de acuerdo a las necesidades y problemas encontrados en el diagnóstico.

## a) BUZÓN DE CORREO ELECTRÓNICO

Como parte de las estrategias a implementar se propone la creación de un buzón de correo electrónico a través del cual se reforzara el clima organizacional del departamento Internacional.

### Objetivos del buzón:

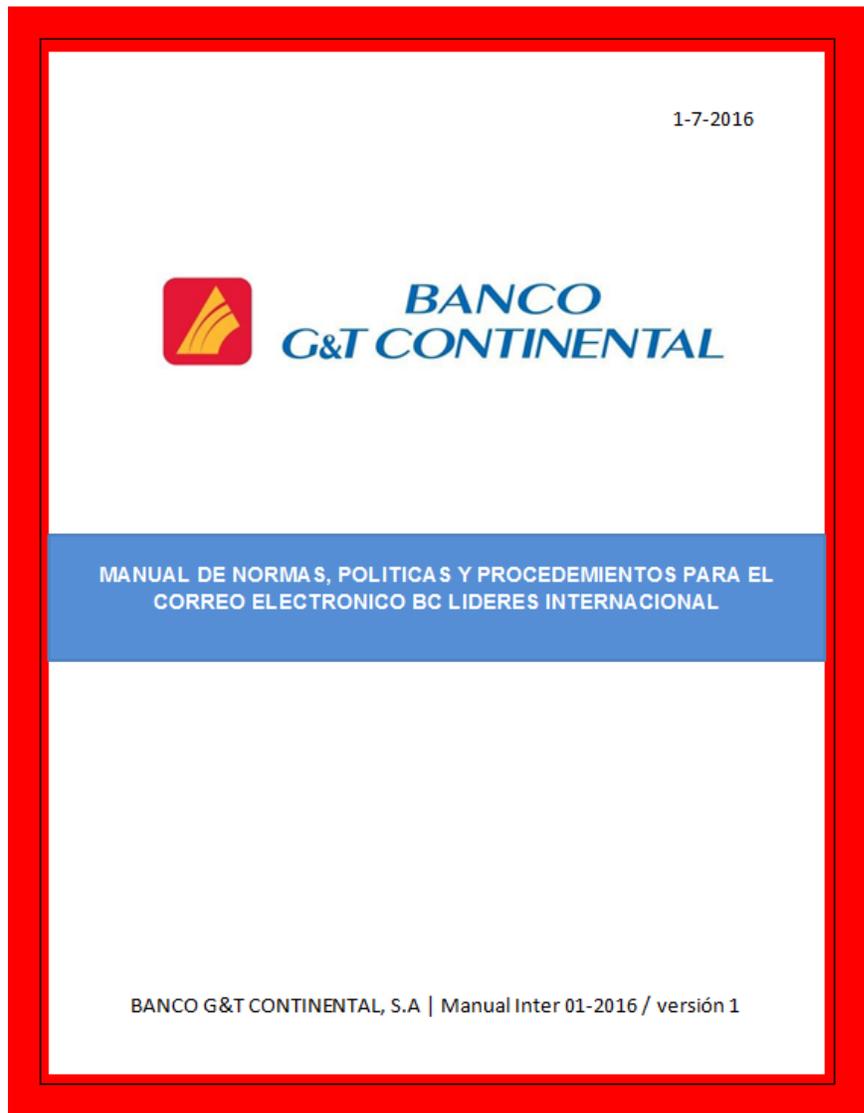
- Mejorar el clima Organizacional de la Banca Internacional.
- Crear una comunicación eficaz.
- Mejorar la comunicación entre las distintas áreas de la Banca.



Correo Interno, "Lideres Internacional" del Departamento Internacional.

**b) MANUAL DE NORMAS, POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DEL BUZÓN INTERNO.**

Crear un manual de normas del uso del correo electrónico interno de la gerencia del departamento Internacional que permita ser una guía para el personal encargado de trasladar la información.



Manual de Normas, Políticas y Procedimientos del buzón Lideres Internacional.

### c) BOLETÍN INFORMATIVO

Realizar boletines informativos semanales, se enviaran a través del buzón de correo electrónico de gerencia.

#### BOLETÍN No.1

# BOLETÍN

HUN NAL YE  
LUGAR  
TURÍSTICO



Rodeado de montañas se encuentra un paraíso indescriptible llamado Hun Nal Ye conocido como la Casa del Dios de la luna. Este paraíso cuenta con múltiples atractivos que provocan conoocerlo como su belleza natural, hacer tubing en un río natural, el salto de garucha, montar a caballo, nadar en piscinas naturales o bien descansar rodeado de naturaleza.

## RECONOCIMIENTOS

Felicidades al equipo Internacional quienes participaron y ganaron el campeonato el 24 de Junio.  
Les motivamos a que representen a Internacional de igual forma en el campeonato del banco que iniciara el 22 de Julio.





Felicidades a Merci que representó a Internacional en el evento de Miss G&T Continental y felicitándola por su valiosa participación.

## PROCESOS

Con el fin de brindar experiencias de servicio a nuestros clientes y de control interno. Se solicita lo siguiente:

- ✳ Enviar por correo electrónico a BC NORIEGA YOSELINE a más tardar el 22 de Julio el horario que corresponde a cada jefatura o colaborador.
- ✳ Todo cambio de horario de algún colaborador o jefatura deberá ser notificado por medio de un Memorándum.



## FELICITACIONES CUMPLEAÑEROS DE JUNIO

Mainor Garcia	03/06
Diego Fernando Arango	04/06
Angelica Bolaños	04/06
Bianca Lopez	19/06
Don Armando	20/06
Pedro Julio López	29/06



HACER  
LO QUE TE GUSTA  
ES TENER GANA DE VIERNES  
TODOS LOS DÍAS



### FRASE DEL DÍA

¿ SABÍAS QUE ?

Estudios revelan que la gente que ayuda a otros y tiene empatía, son más saludables y más resistentes a las enfermedades



Boletín Informativo interno, Edición No.1, Enviado a los colaboradores del Departamento Internacional.

LIDERES INTERNACIONAL


# BOLETÍN

## LIDERAZGO




Hacemos un llamado de generosidad para apoyar a nuestro compañero GIOVANNI GARCIA quien se encuentra en condiciones delicadas de salud, para quienes deseen colaborar se estará pasando por sus lugares por la contribución.

Un buen objetivo del liderazgo es ayudar a los que están haciendo las cosas mal, a que las hagan bien, y ayudar a los que las están haciendo bien a hacerlas mejor todavía.

(Jim Rohn)



**TORNEO DE PAPI FUTBOL 2016**  
FITECA ZONA 14

FECHA	CANALES	ERA FECHA	HORA
22-Jul-16	COMERCIALIZACION	VRS	INTERNACIONAL 20:00

## PROCESOS

¡¡Contamos con una nueva imagen para los viernes!! Recuerda que esta debe ser combinada con pantalón beige o azul



## ENTRENAMIENTO

Resuelve este acertijo envía tu respuesta a BC NORIEGA YOSELINE, el primero en responder de forma correcta recibirá una sorpresa!

Javier miente todos los lunes, martes y miércoles.  
Daniel lo hace los jueves, viernes y sábados.  
Ambos dicen la verdad solo los días domingo.  
El otro día, mientras veían televisión,  
Javier dijo :  
"ayer fue uno de los días en que me tocaba mentir"  
Daniel respondió:  
"Ayer fue también uno de los días que me tocaba mentir a mi".

¿Qué día de la semana era cuando veían televisión y tenían esta conversación?

¿SABÍAS QUE...

En la antigua Inglaterra se usaban jarrones de barro llamados "pygg jar" para guardar dinero? De ahí surgieron los "pigggy banks" o puerquitos para ahorrar monedas.

www.fitecainternacional.mx



Boletín Informativo interno, Edición No.2, Enviado a los colaboradores del Departamento Internacional.

27

LIDERES INTERNACIONAL  TORNEO DE PAPI DE FUTBOL 

# BOLETÍN

RESULTADOS

2	CANALES COMERCIALIZACION ATLETICO	VRS	INTERNACIONAL	3
0	ADMINISTRACION RIESGOS	VRS	INTERNACIONAL	22

PROXIMO PARTIDO 01/08/16 08:30 PM

## LIDERAZGO



**Bianca Lopez**  
Trader FX de divisas

Es el arte de manejar un equipo con el ejemplo, dar empoderamiento para que las personas se involucren, en las actividades y procesos a desempeñar, manteniendo un ambiente agradable, y tratando a cada individuo de la misma forma que a los demás sin alguna distinción o preferencia.



**Diego Arango**  
Jefe Investigaciones

Es la capacidad de influir positivamente sobre más personas para alcanzar un objetivo. Los líderes deben creer en sí mismos por encima de cualquier receta, y desde esa fuerza interior transmitir y contagiar. Un verdadero líder es aquel que hace mejor al otro.



## ENTRETENIMIENTO

Misma temática, resuélvelo y envíalo a  
BC NORIEGA YOSELINE

## FELICITACIONES CUMPLEAÑEROS JULIO

Max Gomez	02/07
Kristian Calderón	02/07
Cesar Marroquin	16/07
Kimberly Chalí	22/07
Oliver Alfaro	28/07

¿Cuántos turistas se alojan?  
¿Cuándo llegaron: hoy o hace días?  
¿En qué medio de transporte llegaron?  
¿El viento sopla del norte o del sur?  
¿Mañana o tarde?  
¿A dónde se fue Alejandro?  
¿A quién le tocó la guardia ayer?  
¿Qué día es?

**¿Sabías  
qué...?**

Tomar un vaso de agua fría quema aproximadamente 60 calorías, ya que esto crea un desbalance térmico que obliga a tu cuerpo a calentarse.

Boletín Informativo interno, Edición No.3, Enviado a los colaboradores del Departamento Internacional.

# BOLETÍN No.4

LIDERES INTERNACIONAL

# BOLETÍN

TORNEO DE PAPI DE FUTBOL

RESULTADOS

2	REGION 19	VRS	INTER	5
---	-----------	-----	-------	---

PROXIMO PARTIDO 11/08/16 08:00 PM

## LIDERAZGO

### LOS 10 MANDAMIENTOS DE UN BUEN LIDER

- 1 DOMINA TU ÁREA**  
Conviértete en un experto en tu campo. Debería tener experiencia suficiente para hacer proyecciones y enfrentar crisis.
- 2 CONFÍA EN TI MISMO**  
Conoce tu perfección y tus talentos, pero también las limitaciones. Esto te permitirá ser capaz de tomar decisiones sin flaquear.
- 3 SÉ EMPÁTICO**  
Comienza a conectar con los miembros de tu equipo. Atiende sus necesidades y ofrece soluciones viables a sus problemas.
- 4 ASUME TU RESPONSABILIDAD**  
Acepta las consecuencias, positivas o negativas, de tus acciones. Deja a un lado el orgullo, para disculparte cuando sea necesario.
- 5 RETROALIMENTA**  
Aprende de tus errores y de los de tu equipo, siempre de manera respetuosa. Mantente dispuesto a escuchar sus observaciones.
- 6 DELEGA**  
Delegar responsabilidades no es una amenaza a tu poder. Lo contrario es importante empoderar a tus empleados.
- 7 CONVÍERTE EN UN APOYO**  
Ayuda a los miembros de tu equipo a desarrollar confianza en sí mismos, especialmente durante los momentos difíciles.
- 8 NO SUPONGAS**  
Mantente en comunicación constante con tus empleados. No supongas que sabes cómo se sienten.
- 9 CONSERVA LA CALMA**  
Aprende el arte de la calma y de transmitirlo a tu equipo. Esto te ayudará a afrontar mejor las situaciones de crisis.
- 10 SÉ AUTÉNTICO**  
Mantén la transparencia y las conexiones en el tejido de tu organización. No trates nunca de ser como alguien más.

## RECONOCIMIENTO

¡FELICITACIONES EQUIPO! Logramos aumentar nuestra nota telefónica como Banca Internacional, continuemos brindando experiencias de servicio. Adjunto se envía detalle de la nota durante el año.

Felicitemos a los 10 colaboradores con mejor calificación.

- Erwin Rodriguez
- Debye Oliver Alfaro
- Jessica Ortiz
- Abda Maldonado
- Wendy Lopez
- Gustavo Olmos
- Adolfo Merida
- Max Gomez
- Mainor Garcia
- Mercedes Barahona

## PROCESOS

Si deseas nominar a un compañero que tenga pasión por el servicio, revisa las bases, completa el archivo enviado por Soy G&T Continental y remítele a más tardar el 10 de Agosto a Alejandra Sosa.

Boletín Informativo interno, Edición No.4, Enviado a los colaboradores del Departamento Internacional.

## CONVIVENCIA



El día de ayer se realizó un desayuno con Mesa de Divisas a fin de evaluar resultados.

En Internacional queremos hacerte saber que hay cambios:

LO MEJOR ESTA POR LLEGAR

$\square \times \square \times \square = 80$   
 $\square - \square \times \square / \square = 15$   
 $\square + \square \times \square = 5$   
 $\square \times \square - \square =$

6
54
35

## ENTRETENIMIENTO

Cada vez queremos hacerlo mas difícil y esta vez te ponemos un reto mas, resuelve el acertijo mental e incluye una foto con un compañero del área, envía tu respuesta y foto a BC NORIEGA YOSELINE.

## FRASE DEL DIA

Los Líderes no Crean Seguidores,  
Crean más Líderes.



**Sabías QUE?**

- LA SANGRE ES 92% AGUA
- LOS HUESOS 22% AGUA
- EL CEREBRO 75% AGUA
- LOS MÚSCULOS 75% AGUA

HIDRATATE

Boletín Informativo interno, Edición No.4, (parte 2). Enviado a los colaboradores del Departamento Internacional.

#### d) REUNIÓN INFORMATIVA

Realizar una reunión con el personal a cargo del buzón de gerencia para dar a conocer el manual de normas, políticas y procedimientos Y así mismo delegar a un empleado como responsable de la administración del correo interno de gerencia.



Presentación del Buzón interno BC LIDERES



Reunión Informativa, con Jefes, Directores y Gerencia.

## 2.6 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Para poder realizar las acciones de comunicación es necesario dar a conocer los bocetos, presentaciones y manuales.

### CREACION DE UN BUZÓN ELECTRÓNICO DE GERENCIA

Se propone la creación de un buzón electrónico de gerencia para reforzar aspectos de clima organizacional.

A través del buzón de correo se podrá enviar la siguiente información:

- ✓ Cumpleaños
- ✓ Trayectoria
- ✓ Felicitaciones de crecimiento académico
- ✓ Convivencias
- ✓ Nuevos procesos de RRHH
- ✓ Reconocimientos
- ✓ Eventos internos del Área
- ✓ Novedades de Endomarketing
- ✓ RSE (Responsabilidad Social Empresarial)
- ✓ Motivacional
- ✓ Promociones
- ✓ Ausencias, permisos, vacaciones

#### Características del buzón:

- ✓ Es un correo interno, exclusivamente para la Banca Internacional
- ✓ El correo se identificara con el nombre de **BC LIDERES INTERNACIONAL**

## **MANUAL DE USO CORRECTO DEL CORREO ELECTRÓNICO DE GERENCIA**

Se realizara un manual comunicacional que determine las normas y políticas establecidas para el uso correcto del buzón de la gerencia del departamento Internacional.

### **Formato de entrega:**

La entrega del manual se realizara de la siguiente forma.

- ✓ En formato PDF digital e impreso
- ✓ Full Color,
- ✓ 3 ejemplares, (2 para entregar al personal a cargo de administrar el correo electrónico y 1 para archivo)
- ✓ Encuadernados.
- ✓ Contenido 9 páginas.

### **Distribución:**

Se distribuirá a las siguientes direcciones de correo electrónico.

- ✓ Secretarias de gerencia (2 personas)
- ✓ Gerente del Departamento
- ✓ Coordinadora de Desarrollo y Procesos.

### **Tabla de Contenido:**

- ✓ Índice
- ✓ Introducción
- ✓ Objetivos Generales
- ✓ Objetivos Específicos
- ✓ Alcance
- ✓ Normas
- ✓ Política

## **BOLETÍN INFORMATIVO**

Diseño del boletín informativo para el correo electrónico interno de la gerencia de Internacional. En la redacción participara la Coordinadora de Procesos y Desarrollos.

### **Formato de entrega:**

La entrega de boceto del boletín será de la siguiente forma:

- ✓ Formato PDF
- ✓ Se realizara 4 ediciones.

### **Distribución:**

Se enviara a una base de datos de 69 direcciones de correo electrónico, quienes son colaboradores de la empresa.

- ✓ 4 direcciones de correos del área Gerencia
- ✓ 14 direcciones de correo de la Dirección de Comercio Exterior
- ✓ 30 direcciones de correo de la Dirección de Mercados Cambiarios
- ✓ 21 direcciones de correo de la Dirección de Servicio al Cliente y Pagos Internacionales.
- ✓ Se enviara un boletín semanal (los días viernes del mes de Julio y Agosto)

### **Tabla de Contenido:**

- ✓ Temas de Liderazgo
- ✓ Reconocimientos
- ✓ Frase del día
- ✓ ¿Sabías Que?
- ✓ Cumpleaños del Mes (esta sección puede varias según fechas de envió del boletín)
- ✓ Procesos Internos de interés para el colaborador.

## REUNIÓN INFORMATIVA

Se llevara a cabo una reunión con gerencia para notificar al personal encargado del buzón del correo electrónico de gerencia.

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	INCENTIVOS
Clima Organizacional	Implementar mejoras en el clima organizacional e insentivar a los colaboradores a una cultura de Liderazgo	Organizar, actividades recreativas, desayunos o almuerzos
Buzon Lideres Internacional	Dar a conocer los objetivos, lo usos, Normas y procedimientos del Manual	Entrega del Manual al personal a cargo
Boletines virtuales	Charla para dar a conocer los objetivos del envío semanal de los boletines	Reconocimientos a los colaboradores destacados a traves del boletin

<b>HORA</b>	<b>7:30 AM</b>
<b>LUGAR</b>	Restaurante NAIS, Zona 9
<b>EXPOSITOR</b>	Ana Mancilla / Yoseline Noriega
<b>TEMA</b>	Clima Organizacional / Manual de Procedimientos del buzón Lideres Internacional.

### **Descripción de la Reunión**

- ✓ Se realizara una reunión informática, en la cual se explicara las funciones del manual y del boletín, así mismo se les hará entrega al personal el manual físico y digital.

### **Logística de la Reunión:**

- ✓ la reunión se llevara a cabo en la salita de la gerencia del departamento Internacional.
- ✓ Los participantes serán el Gerente del área y el personal asignado de la administración del correo electrónico.

### **Puntos a tratar en la Reunión:**

- ✓ Objetivos del Manual
- ✓ Alcance del Manual
- ✓ Objetivos del Boletín
- ✓ Uso del Boletín
- ✓ Información que contendrá el Boletín

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1 PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL DEPARTAMENTO INTERNACIONAL DE BANCO GYT CONTINENTAL, S.A.”

##### 3.1.1 FINANCIAMIENTO

El presupuesto se implementó en las estrategias de comunicación de la siguiente forma:

##### **Epesista:**

Los gastos de impresión y empastado del manual fueron cubiertos con fondos propios del epesista, así como los servicios de asesoría comunicacional prestados a la empresa en donde se realizó el plan de comunicación.

##### **Empresa o Institución:**

Los gastos de la reunión informativa, estuvieron a cargo de la gerencia del departamento Internacional, se realizó un desayuno con el personal del área de Mesa de Divisas.

## Patrocinio:

Para la realización de los boletines y diseño de portada del manual se contó con el patrocinio de una persona encargada de realizar los diseños.

A continuación se detallan los gastos efectuados según el financiamiento:

Financiamiento	Monto
Epesista	Q10,078.00
Emprea o Institucion	Q1,000.00
Patrocinio	Q1,600.00
<b>Total</b>	<b>Q12,678.00</b>

### 3.1.2 PRESUPUESTO

Para la ejecución de las estrategias de comunicación propuestas se ejecutó un presupuesto que se detalla a continuación.

Cantidad	Descripcion	Precio Unitario	Total	Financiamiento
3	Impresión del manual Full Color	Q.10.00	Q30.00	Q0.00
3	Encuadernado de los manuales	Q.16.00	Q48.00	Q0.00
1	Persona encargada del diseño del boletin	Q.1,600.00	Q1,600.00	Q1,600.00
1	Reunion a cargo del epesista para capacitar al personal encargado de la administracion del correo electronico	Q.1,000.00	Q1,000.00	Q.1,000.00
1	Servicio de asesoria comunicacional por el Epesista	Q.10,000.00	Q10,000.00	Q0.00
	<b>Total del Proyecto</b>		<b>Q12,678.00</b>	

### 3.1.3 BENEFICIARIOS

Derivado del diagnóstico comunicacional realizado en el Departamento Internacional, se plantearon estrategias comunicacionales para reforzar el clima organizacional del departamento.

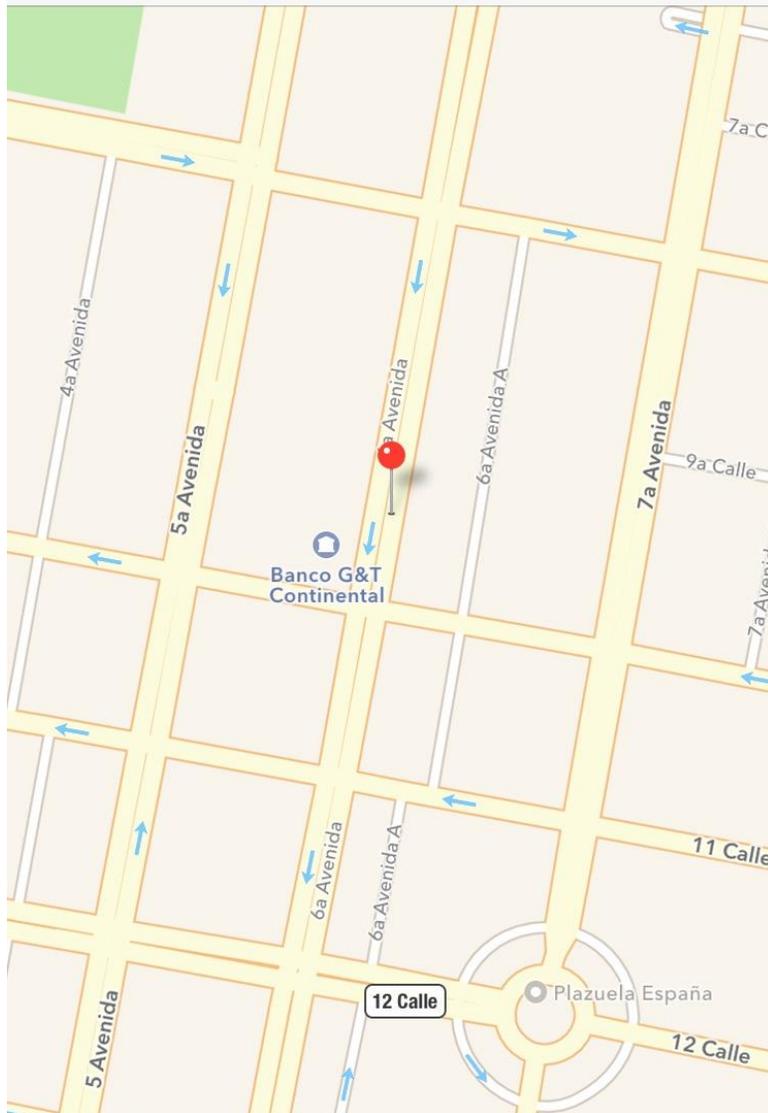
- Con la implementación de la dirección de correo electrónico se benefició a todos los colaboradores debido a que se logró implementar una cultura de liderazgo.
- Con la implementación de boletines virtuales se logró maximizar los niveles de eficiencia en el envío de información por parte del área de la coordinadora de desarrollo y procesos.
- Con el fin de mantener las normas y políticas establecidas de la empresa se entregó el manual de Normas Políticas y procedimientos para el área de Gerencia.

### 3.1.4 RECURSOS HUMANOS

PERSONAL	PUESTO	ACTIVIDAD
Yoseline Noriega	Cordinadora de Desarrollo y Procesos	Apoyo con el envío de los boletines digitales
Omar Garrido	Gerente de Banca Internacional	Palabras de cierre en reunion informativa

### 3.1.5 ÁREA GEOGRÁFICA DE ACCIÓN

El plan de comunicación se implementó en oficinas centrales de Banco GYT Continental, en la Banca Internacional.



Área en donde se encuentra el Departamento Internacional Banco GYT Continental, S.A., señalada geográficamente.

### **3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

A continuación se detallan las Estrategias y Acciones desarrolladas en el plan de comunicación, realizadas en la Banca Internacional

#### **a) CORREO ELECTRÓNICO LIDERES INTERNACIONAL**

Como parte de las estrategias implementadas en la institución, se propuso la creación de un buzón de correo electrónico con el fin de realizar mejorar en el clima organizacional.

#### **OBJETIVO COMUNICACIONAL**

El buzón de correo electrónico de Lideres Internacional fue creado para impulsar en los colaboradores un movimiento de liderazgo, con el fin de obtener aportes positivos en las jefaturas.

#### **DESCRIPCIÓN**

LIDERES INTERNACIONAL, es una dirección de correo electrónico implementada para impulsar una cultura de liderazgo en los colaboradores de la Banca Internacional, Se propuso la creación de un buzón electrónico debido a las necesidades de mejora en el clima organizacional.

Por ser una entidad bancaria la información que se envía en el buzón se estableció a través de la creación de un manual de Normas y Políticas, y es enviada únicamente a los colaboradores que conforman el departamento Internacional. El Nombre LIDERES INTERNACIONAL, surge de la necesidad de impulsar un concepto de liderazgo en los colaboradores, que cada uno se sienta identificado con los objetivos de la institución y lograr con ello mejorar el clima organizacional.

## ACCIONES DESARROLLADAS

**ACCIÓN 1:** Propuesta de creación de buzón electrónico, se presentó a gerencia una propuesta para crear un nuevo buzón de correo electrónico debido a que la dirección con la que contaban no estaba teniendo el impacto deseado en los colaboradores.

**ACCIÓN 2:** Nombre del buzón electrónico, debido a la necesidad de gerencia de hacer énfasis en el clima organización y fomentar el compañerismo, se denominó al buzón como LIDERES INTERNACIONAL para crear liderazgo entre los colaboradores.

**ACCIÓN 3:** Creación del Manual de Normas y Políticas, el Manual fue creado para normar el buzón electrónico debido a que, para llegar a los objetivos era necesario realizar una guía que indicara al personal encargado su uso correcto.

**ACCIÓN 4:** Reunión informativa, se realizó una reunión informativa con el área de Mesa de Divisas, para dar a conocer el buzón LIDERES INTERNACIONAL y se contó con la participación del Gerente y la Coordinadora de Procesos quien tiene a su cargo el área de Clima Organizacional.

## **BOLETINES VIRTUALES**

Como parte de las estrategias implementadas se creó un boletín virtual interno para informar sobre temas relacionados a la cultura de Líderes y al mismo tiempo se incluyeron mensajes que apuntaban a mejorar el clima organizacional. El boletín por su contenido pretendía también ser dinámico, facilitar y hacer fluir en algunos casos el día a día administrativo.

## **OBJETIVO COMUNICACIONAL**

Motivar y mantener informados a los empleados, así como unificar comunicación por medio de información oficial evitando los rumores que se puedan generar en los canales informales de comunicación.

## **DESCRIPCIÓN**

Se realizaron 4 boletines virtuales y se enviaban una vez por semana los días viernes. La redacción estuvo a cargo del Epesista y se enviaban a través del buzón de gerencia. Los temas del boletín son los siguientes:

- ✓ Temas de Liderazgo
- ✓ Reconocimientos
- ✓ Frase del día
- ✓ Sabías Que?
- ✓ Cumpleaños del Mes (esta sección puede variar según fechas de envío del boletín)
- ✓ Procesos Internos de interés para el colaborador

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Meses																												
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>FASE I</b>																													
Curso Propedeutico																													
Recoleccion de informacion																													
Segunda Etapa, Construccion del diagnostico																													
Entrega del Informe Final																													
Dev. De correcciones del diagnostico																													
<b>FASE II</b>																													
Formulacion del Plan de Comunicacion																													
Realizacion del plan de Comunicacion																													
Realizacion del plan de Comunicacion																													
Realizacion del plan de Comunicacion																													
Realizacion del plan de Comunicacion																													
Realizacion del plan de Comunicacion																													
<b>FASE III</b>																													
Entrega de Plan de comunicacion																													
entrega de correcciones del plan de comunicacion																													
Inicio de ejecucion del plan de comunicacion																													
Ejecucion del plan de comunicacion y practica supervisada																													
Ejecucion del plan de comunicacion y practica supervisada																													
Ejecucion del plan de comunicacion y practica supervisada																													

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIAS	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Manual de Nomias, Políticas y Procedimientos del buzón interno</b></p>	<p>5 colaboradores del Departamento Internacional de Banco GYT Continental, recibieron y leyeron el Manual.</p>	<p><u>Yoseline Noriega</u>, Coordinadora de Proyectos, recibió el Manual, e indico sentirse satisfecha con la información contenida, debido a que le proporciono alternativas al momento de enviar un correo interno.</p> <p><u>Alejandra Sosa</u>, Secretaria de gerencia, recibió el Manual e indico que el mismo le sirvió de guía para el envío de Reconocimientos a los colaboradores.</p>
<p><b>Buzón de Correo electrónico interno “Lideres Internacional”</b></p>	<p>De lo 70 colaboradores del Departamento Internacional de Banco GYT Continental, 68 recibieron y leyeron correos internos a través del buzón Lideres Internacional. Siendo estos el 98% del total de los colaboradores.</p>	<p><u>Gladys Pascasio</u> Coordinadora de Servicio al Cliente, recibió correos electrónicos del buzón Lideres Internacional e indico “Nos motiva a participar en las diferentes actividades haciendo la diferencia de otros departamentos”</p> <p><u>Erick Gonzalez</u>, Jefe de Unidad de Pagos, indico “este tipo de implementaciones nos permite llegar al éxito como departamento y unidad”.</p> <p><u>Jose Menchu</u>, Director de Comercio Exterior, indico: “Me parece la pro actividad generada mediante este buzón, Temas generales y específicos que se hacen del conocimiento de toda la gerencia Internacional, como un medio de comunicación representa un canal directo, una muy buena estrategia implementada.”</p>

<p><b>Boletín Informativo.</b></p> <p><b>Interno</b></p>	<p>De lo 70 colaboradores del Departamento Internacional de Banco GYT Continental, 68 recibieron y leyeron las 4 ediciones semanales del boletín virtual. Siendo estos el 98% del total de los colaboradores.</p>	<p><u>Angelica Bolaños</u>, Coordinadora de Mesa de Divisas, Índico: La parte que más me agrada del boletín es el área de entretenimiento ya que nos libera del estrés de la semana y nos une como equipo.</p> <p><u>Jorge Roque</u>, Jefe de Líneas de Crédito, Indico: me agradan los temas de Liderazgo que envían en el buzón porque nos retroalimenta y nos orienta y apoya a implementar acciones de Liderazgo en nuestra área.</p> <p><u>David Rodriguez</u>, Director de Mercados Cambiarios, Índico: Es gratificante recibir el boletín cada semana porque hace mención de los reconocimientos a los colaboradores destacados. Es importante reconocer el esfuerzo de cada uno y motivarlos a través de este medio a seguir adelante”.</p>
--	---	---

## CONCLUSIONES

A través de la implementación de las estrategias se pudo constatar la importancia de realizar un buen diagnóstico comunicacional, del cual da inicio al proyecto, es necesario utilizar los medios adecuados para determinar los problemas comunicacionales dentro de la empresa y de allí, proponer acciones que de alguna manera fortalezcan la comunicación interna y el clima organizacional.

A través de reforzar las herramientas o canales de comunicación internos se logró alcanzar los objetivos propuestos, debido a que se pudo constatar que la imagen de gerencia mejoro en un 90%, acrecentando la participación de los colaboradores en el trabajo en equipo.

## RECOMENDACIONES

Se sugiere realizar un diagnóstico comunicacional al menos una vez al año para mantener los niveles de estándares en la comunicación interna y que la empresa pueda cumplir con sus objetivos propuestos.

Evaluar que los canales o herramientas de comunicación estén teniendo un uso correcto y que la información llegue de manera efectiva. Evitando con esto la saturación de quejas o malas calificaciones en el servicio.

Darle seguimiento a los boletines virtuales, enviándolos una vez por semana sin perder el enfoque comunicacional y los temas establecidos en el Manual. Esto debido a que es necesario seguir reforzando el clima organizacional

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

### **Acciones**

Actos que realiza una persona, con un fin determinado, en un ámbito específico y que afecta, incluye o comparte con otras personas.

### **Amenazas**

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atender incluso contra la permanencia de la organización.

### **Antecedentes**

Este término puede utilizarse para hablar de una circunstancia o acción que sirve como referencia para comprender con mayor exactitud un hecho posterior.

### **Canal**

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información entre emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de medios.

### **Colaboradores**

Que participa con otros en la consecución de un trabajo o un logro.

### **Comunicación**

Es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

### **Debilidades**

Pretende diferenciar los puntos flacos y las casualidades que se tienen a la hora de ser competitivos, se trata de establecer un análisis sincero de lo negativo y lo positivo y, posteriormente, aplicar una estrategia adecuada.

### **Descriptivo**

Realiza una descripción de algún elemento, puede centrarse en una persona, un animal, un paisaje, un objeto o situación.

## **Diagnóstico**

Es una palabra que tiene su origen etimológico con el griego y más aún en la unión de tres vocablos de dicha lengua, hace referencia a diagnosticar, recabar datos para analizarlos e interpretarlos.

## **Distribución**

Es la acción y efecto de distribuir, dividir algo entre varias personas dar algo al destino conveniente, entregar una mercancía.

## **Encuesta**

Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

## **Estadística**

Ciencia que utiliza conjuntos de datos numéricos para obtener, a partir de ellos, inferencias basadas en el cálculo de probabilidades.

## **Estrategias**

Es el conjunto de acciones que se implementaran en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

## **Fortalezas**

Se presenta como sinónimo de fuerza o de vigor, describe también a un espacio o lugar fortificado.

## **Herramientas**

Es un instrumento que permite realizar ciertos trabajos. Estos objetos fueron diseñados para facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere del uso de una cierta fuerza.

## **Institución**

Creación o fundación de una cosa, especialmente un organismo de carácter benéfico, social o cultural.

## **Internacional**

Es un adjetivo que se utiliza preferentemente cuando se requiere hacer referencia a la interacción que se da entre dos naciones o una determinada agrupación que se encuentra conformada por socios que pertenecen a dos o más países.

## **Investigación**

Se considera una actividad humana, orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

## **Líder**

Es una persona que actúa como guía o jefe de un grupo.

## **Liderazgo**

Condición de líder, define a una influencia que se ejerce sobre las personas y que permite incentivarlas para que trabajen en forma entusiasta por un objetivo en común. Quien ejerce el liderazgo se conoce líder.

## **Manual**

Instrumento administrativo que contiene de forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución.

## **Método Científico**

Es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre lo hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

## **Norma**

Principio que se impone o se adopta para dirigir la conducta o la correcta realización de una acción o el correcto desarrollo de una actividad.

## **Oportunidades**

Hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo.

## **Plan de Comunicación**

Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización

## **Planificación**

Los esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación.

## **Política**

Es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos, se define también como una manera de ejercer poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad.

## **Procedimiento**

Es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada. También está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo.

## **Público Objetivo**

Es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o servicio.

## **Recolección**

Se refiere al proceso y el resultado de recolectar un dato, una información que permite generar un cierto conocimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

(Banco Gyt Continental, S.A., 2015)

(Coper R.K. y Sawaf A.: LA Inteligencia Emocional aplicada al Liderazgo. Ed. Norma Bogotá, 1998.)

(Handscombe, Richard y Norman, Philip: Liderazgo Estratégico. Mc Graw Hill Interamericana de España. Madrid, 1993.)

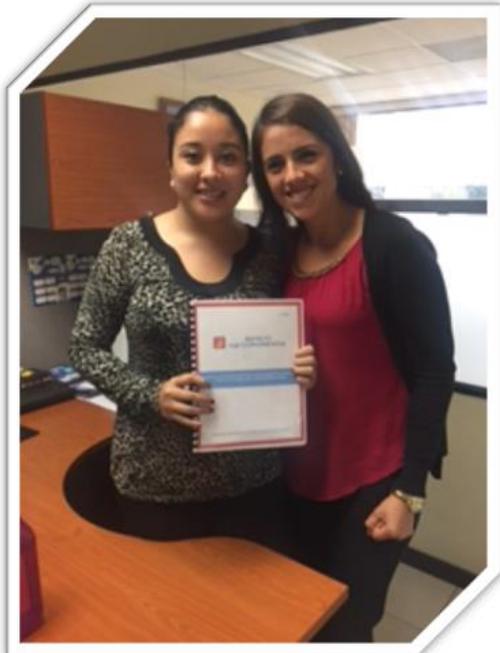
(Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2006)

## EGRAFÍA

<http://es.slideshare.net/mobile/nelsycarrillo>

<http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

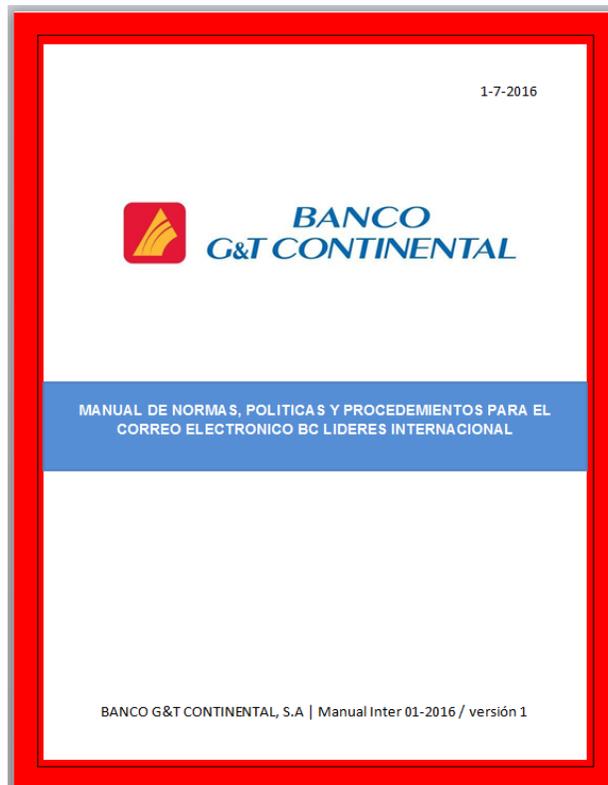
## ANEXOS



Entrega del Manual a la Coordinadora de Procesos Y Desarrollo Internacional.



Recepción de Manual en la Gerencia de Internacional.



# MODELO DE LA ENCUESTA

**Encuesta de Comunicación Interna**

Departamento Internacional de Banco GYT Continental

1. ¿Cual es el grado de satisfacción con la comunicación interna en su area de trabajo?

Nada satisfecho  
 poco satisfecho  
 Satisfecho  
 Muy satisfecho  
 N/C

2. ¿Cree que la comunicación interna favorece que el empleado conozca los valores de la empresa?

No lo creo  
 No demasiado  
 A medias  
 Si, bastante  
 Si, mucho  
 No estoy seguro

3. Por favor valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima. ¿La comunicación que me facilitan logra que me sienta miembro del equipo y me comprometa con los objetivos de la empresa?

1  
 2  
 3  
 4  
 5

4. Por favor valore la manera en que se establece la comunicación entre compañeros de su departamento o lugar de trabajo. Siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

1  
 2  
 3  
 4  
 5

5. ¿Cuales son los canales mas habituales que emplea para trasladar información a su equipo?

Telefono  
 Correo Electronico  
 Reuniones de Equipo  
 Reuniones Individuales  
 Circulares y Notas

6. ¿Se encuentra con algunos obstáculos al momento de trasladar información?

Ausencia de un procedimiento definido  
 Exceso de información a trasladar  
 Desconocimiento de los canales idóneos  
 No encuentro ningún inconveniente

7. Por favor valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima, el grado de interés que tiene para usted las siguientes herramientas de comunicación

	Revistas	Internet	Correo electronico	Circulares y Notas corporativas	Comunicados Internos
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Ana Abigail Mancilla Romero  
**No. De Carné:** 201016892  
**Jefe o Encargado (a):** Lic. Omar Garrido – Gerente de Banca Internacional.  
**Institución o Empresa:** Banco GYT Continental, S.A. (Depto. Internacional)  
**Supervisor de EPSL:** Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 17	Junio	8	8	8	8	8	x	40 hrs.
2	Del: 20 / Al:24	Junio	8	8	8	8	8	X	40hrs.
3	Del: 27 / Al:30	Junio	8	8	8	8	X	x	32 hrs.
4	Del: 05 / Al:08	Julio	x	8	8	8	8	X	32 hrs.
5	Del: 11/ Al:15	Julio	7	8	8	8	8	X	39 hrs.
6	Del: 18 / Al:22	Julio	7	8	8	8	8	X	39 hrs.
7	Del: 25 / Al:29	Julio	7	8	8	8	8	X	39 hrs.
8	Del: 01 / Al:05	Agosto	7	8	8	8	8	x	39 hrs.
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>300 hrs.</b>

(f)

Lic. Omar Garrido  
Gerente de Banca Internacional



MAP OMAR GARRIDO  
GERENTE - 92484  
BANCA INTERNACIONAL  
BANCO G&Y CONTINENTAL, S.A.

(f)

Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL

